

**Aviso:** [2025-04-14 06:34] 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.

## Caterina Foa

### Professora Auxiliar Convidada

Departamento de Sociologia (ESPP)

### Investigadora Integrada

CIES-Iscte - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (ESPP)  
[Comunicação e Cultura ]



## Contactos

<b>E-mail</b>	Caterina.Foa@iscte-iul.pt
<b>Gabinete</b>	C4.09
<b>Telefone</b>	210464123 (Ext: 291507)

## Áreas de Investigação

Ciências da comunicação; Media e Jornalismo; Plataformas digitais; Redes sociais online; Arte, Cultura e Indústrias Criativas; Marketing; Financiamento e crowdfunding; Empreendedorismo; Métodos em ciências sociais

## Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
USI- Università della Svizzera Italiana	Pós-Doutoramento	Media e Jornalismo	2025
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Doutoramento	Ciências da Comunicação	2022
AUDAX ISCTE-IUL	Outro tipo de qualificação	Formação Avançada em Empreendedorismo e Industrias Criativa	2013

Università Statale degli Studi di Milano	Mestrado	Laurea Magistrale in Comunicazione Politica e Sociale	2011
Università Statale degli Studi di Milano	Licenciatura	Laurea Triennale in Scienze Umanistiche per la Comunicazione	2007

## Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord
2024/2025	2º	Desenho da Pesquisa	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2024/2025	2º	Gestão e Produção dos Média	Curso de Pós Graduação em Jornalismo;	Não
2024/2025	1º	Empreendedorismo em Cultura	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Sim
2024/2025	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Gestão e Produção dos Média	Curso Institucional em Escola de Sociologia e Políticas Públicas;	Não
2024/2025	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2024/2025	1º	Estágio de 2º Ciclo	Mestrado em História Moderna e Contemporânea; Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2023/2024	2º	Desenho da Pesquisa	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2023/2024	2º	Economia e Sistema dos Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2023/2024	1º	Empreendedorismo em Cultura	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Sim
2023/2024	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2023/2024	1º	Gestão e Produção dos Média	Curso Institucional em Escola de Sociologia e Políticas Públicas;	Não
2023/2024	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2023/2024	1º	Estágio de 2º Ciclo	Mestrado em História Moderna e Contemporânea; Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2022/2023	2º	Desenho da Pesquisa	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2022/2023	2º	Gestão e Produção dos Média	Curso de Pós Graduação em Jornalismo;	Não
2022/2023	2º	Economia e Sistema dos Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim

2022/2023	1º	Empreendedorismo em Cultura	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Sim
2022/2023	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2022/2023	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2022/2023	1º	Estágio de 2º Ciclo		Não
2021/2022	2º	Desenho da Pesquisa	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2021/2022	2º	Gestão e Produção dos Média	Curso de Pós Graduação em Jornalismo;	Não
2021/2022	1º	Empreendedorismo em Cultura	Mestrado em Mercados da Arte;	Sim
2021/2022	1º	Marketing Cultural	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2021/2022	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2020/2021	2º	Gestão e Produção dos Média	Curso de Pós Graduação em Jornalismo;	Não
2020/2021	1º	Marketing Cultural	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2020/2021	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2019/2020	2º	Gestão e Produção dos Média		Não
2019/2020	2º	Estágio em Empreendedorismo e Estudos da Cultura		Sim
2019/2020	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Sim
2018/2019	2º	Economia e Sistema dos Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2018/2019	1º	Marketing Cultural		Sim
2018/2019	1º	Economia e Sistema dos Media		Sim
2018/2019	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2016/2017	2º	Estágio em Empreendedorismo e Estudos da Cultura		Sim
2016/2017	1º	Marketing Cultural		Sim
2014/2015	1º	Marketing Cultural		Sim

## Orientações

### • Teses de Doutoramento

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Jaqueline da Costa Bueno	Eventos Híbridos - Como potencializar a comunicação digital através das tecnologias emergentes	Português	Em curso	Iscte

### • Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Leandro Manuel Dias Guiomar	Acessibilidade Sonora: Estratégias e Impactos na Inclusão de Pessoas Surdas em Festivais de Música em Portugal	--	Em curso	Iscte
2	Agnety Célia Marcelino Raúl	Criação de Marketplace de produtos agroalimentares africanos em Portugal	--	Em curso	Iscte
3	Leonor Ferro Rodrigues Cruzeiro	Acessibilidade e exclusividade: a comunicação das marcas de luxo no Instagram	--	Em curso	Iscte
4	António Maria Carreira Capote	Centro Cultural de Leiria: Business plan para a criação do equipamento cultural, na cidade de Leiria.	--	Em curso	Iscte
5	Beatriz Cintrão Menino	O papel da comunicação em colaboração com as áreas adjacentes numa organização cultural sediada em Lisboa	--	Em curso	Iscte
6	Francisco do Carmo Almeida Sanona Machadinho Martins	A Influência dos Patrocinadores de Nome na Identidade dos Festivais de Música: Caso Ageas Cool Jazz e Festival Sudoeste	--	Em curso	Iscte
7	Bárbara Isabel Martinho Ministro	A Influência da Popularização do K-Pop em Portugal	--	Em curso	Iscte
8	Sílvio Rodrigues Pedrosa Sardinha Balbúrdia	Influências do marketing de afiliados no desenvolvimento do empreendedorismo no digital	--	Em curso	Iscte
9	Daniela Sofia Teixeira Filipe	Associações culturais e novos media na resistência à gentrificação em Lisboa: um estudo de caso	--	Em curso	Iscte

10	Ana Maria Sacadura Paz dos Santos Horta	Como é elaborada a produção de um festival? Estudo de caso FeLiCidade	--	Em curso	Iscte
11	Cátia Solange Rodrigues de Melo Baptista Pereira	RTPC: estratégias de formação para a mediação	--	Em curso	Iscte
12	Carlos António da Fonseca Monteiro	Plataforma Tagus Opera, desenvolvimento de estrutura de apoio à indústria da Ópera em Portugal	--	Em curso	Iscte
13	Yu Wang	Estratégias de marketing de micro-influência no TikTok: a exploração inicial do mercado português pela PME Firmoo	--	Em curso	Iscte
14	Samuel Gomes Soares	Quais as componentes estratégicas que suportam a continuidade do festival Croka's Rock entre 2009 e 2023?	--	Em curso	Iscte
15	Alice Joana Sauri Rodrigues da Silva	O negócio do Instagram: O impacto da audiência nos projetos dos influencers	--	Em curso	Iscte
16	Susana Rita Fonseca André Rúbio Vieira	Solo traveling - A perspectiva feminina	--	Em curso	Iscte
17	Rita Maçaneiro Sousa	A Perceção e Participação dos Jovens no Ciberativismo em Portugal: O Papel do Instagram na Adesão e Engagement com Causas Sociais	--	Em curso	Iscte

#### - Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Salomão Tomé Pires da Costa	Impactos da desinformação na percepção eleitoral dos candidatos políticos em Portugal	Português	Iscte	2024
2	Maria Teresa Trindade Mota	Desafios de uma Agência de Comunicação: A ascensão da Inteligência Artificial	Português	Iscte	2024
3	Pedro Miguel Santos Nascimento Souza	Percepções dos Usuários sobre o Papel da Netflix em Nollywood: Uma Análise Exploratória do Conteúdo Gerado por Usuários no Nairaland,	Inglês	Iscte	2024
4	Beatriz de Azevedo Silva	O efeito dos influenciadores digitais no consumo e nas práticas culturais dos seus seguidores: análise das perspetivas e experiências dos influenciadores digitais em Portugal	Português	Iscte	2024

5	Maria Beatriz Subtil Pedro Domingues da Silva	A ligação entre cultura popular e cultura erudita na era digital: as redes sociais online como estratégia de comunicação de experiências musicais. Estudo de caso do Instagram e dos concertos Candlelight em Portugal	Português	Iscte	2024
6	Marta Sofia Belga Marques Robalo	Comunicação das organizações culturais em Lisboa: heterogeneidade e concordâncias no cruzamento de perspetivas e experiências profissionais	Português	Iscte	2024
7	Denis Graeff de Oliveira	Quais as condições para a sustentabilidade de uma cena de música local? Estudo de caso de Lisboa	Português	Iscte	2024
8	Margarida Maria Reis Cláudio Calheiros Costa	Cultura e Património: o papel dos stakeholders na comunicação territorial. O estudo de caso de Mértola.	Português	Iscte	2024
9	Duarte José Pereira Martins	Um Plano Nacional de Escuta? Análise do Plano Nacional de Leitura aplicado ao trabalho do MPMP	Português	Iscte	2023
10	Neuza Agostinha Freixo Pereira	Estratégias de Comunicação no Social Media: Um Estudo das Companhias de Teatro Musical de Lisboa no Instagram	Português	Iscte	2023
11	Cátia Sofia da Graça Oliveira Merendeiro	Nova Lusa: Festival de Música Portuguesa Contemporânea	Português	Iscte	2023
12	Anita Angélica Ferreira Jardim	Estudo de Caso Exploratório: Comunicação da Câmara Municipal de Câmara de Lobos, em aproximar a comunidade e a cultura.	Português	Iscte	2023
13	Marta Russo Oom de Sacadura	Comunicação Museológica em Lisboa: Desafios e Inovações Estudo de caso: Uma Análise das Práticas e Perspetivas dos Museus Portugueses Tutelados pela DGPC	Português	Iscte	2023
14	Ana Beatriz Dias Lourenço	Artes performativas e sustentabilidade: estudo para o planeamento e financiamento de um projeto de dança contemporânea	Português	Iscte	2023
15	Mariana Noronha Gameiro Neves Leitão	Saúde mental e Cultura: O teatro como terapia para pessoas com a experiência da doença mental	Português	Iscte	2023
16	Alexandre Miguel Costa Sabino	A comunicação desportiva nas modalidades com menor visibilidade em Portugal. Análise das práticas, limitações e possível intervenção.	Português	Iscte	2023

17	Ana Cristina Rodrigues Tomé	Viver da Música (Além do Mainstream):A música portuguesa distribuída via rádio e streaming.	Português	Iscte	2023
18	Fátima Ivone Fernandes de Jesus	Associação Mergulho Urbano, retrospectiva, análise e definição de plano estratégico para o futuro.	Português	Iscte	2022
19	Gonçalo Brito Cardoso	The Big Brother Experience: oportunidades e ameaças de um sistema de videovigilância no concelho da Amadora	Português	Iscte	2022
20	Catarina Pinto Pessoa Godinho	No backstage do encontro entre setor privado e cultural: um caso de estudo múltiplo no contexto da plataforma digital Portugal #Entraemcena	Português	Iscte	2022
21	Inês Filipa Carvalho Pereira	Acessibilidade em Museus Nacionais: Acessibilidade web nos sítios da internet do MNAC-MC e do MNAA	Português	Iscte	2020
22	João Pedro Ferreira Mascarenhas Augusto	Companhia Nacional de Bailado - A Relação do Marketing e Comunicação com a Programação Artística	Português	Iscte	2019
23	Maria Gomes da Conceição Sacadura Simões	Revistas de arte em Portugal: perspectivas e prospecções de um sector perseverante	Português	Iscte	2019
24	Lúcia Isabel Murteira Inocêncio	Intervenção Cultural no Bairro da Zona J	Português	Iscte	2018
25	Carlota Gomes de Lemos Pignatelli Garcia	Marketing Cultural em companhias de dança contemporânea portuguesas. Estudos de caso: CiM - Companhia de Dança, Companhia de Dança de Almada e Quorum Ballet	Português	Iscte	2018
26	Patrícia Pinto Carvalho	Arte, Participação e Instituições: O Programa Participativo para Jovens Pedimo0s Desculpa pelo incómodo Causado - Culturgest	Português	Iscte	2017
27	Inês Pinho e Melo Bandeira Guimarães	O caso de "Edinburgh Festival City" Uma marca cultural colectiva	Português	Iscte	2016
28	Sara Cristina Tiago Moreira	Museus e Social Media Marketing - Caso de Estudo o Museu do Oriente	Português	Iscte	2015
29	Elisabete de Oliveira Inácio	Empreendedorismo Social e Responsabilidade Social das Organizações. A parceria CASES/Everything is New	Português	Iscte	2015
30	Filipa Dias Duarte Moreira	007 - A Marca que Nunca Morre	Português	Iscte	2015

31	Marina Gomes de Oliveira Polo	Governo, sociedade civil e os desafios na publicação de dados abertos: o caso da base de dados do Programa Nacional de Apoio à Cultura no Brasil.	Português	Iscte	2015
32	Ana do Vale Gralheiro	O papel dos eventos ao vivo na estratégia de ativação de Marca	Português	Iscte	2015

## • Projetos Finais de Mestrado

### - Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	João Francisco Inácio de Sousa	Estágio de orquestra: Vicente Lusitano. Projeto de educação musical: Como aplicar o modelo El Sistema numa ação de voluntariado artístico em Maputo?	Português	Iscte	2024
2	Kamila Ferrazzi	Trabalho de Projeto: Modelo de Financiamento para a Companhia Portuguesa de Bailado Contemporâneo (CPBC) - Um Estudo de Caso	Português	Iscte	2024
3	Érica Alexandra Filipe Mendes	Estratégias de Posicionamento da EDP no Mercado B2B de Mobilidade Elétrica PT	Português	Iscte	2024
4	Livia Nina Desbois Roxo	Elaboração de um plano de promoção digital para músicos independentes	--	Iscte	2024
5	Alexandre de Sá Pessoa Cortez Pinto	Casa da Palavra / Projeto de criação de uma instituição dedicada à palavra e ao seu cruzamento com outras disciplinas artísticas	Português	Iscte	2019

## Total de Citações

Web of Science®	8
Scopus	18

## Publicações

### • Revistas Científicas

#### - Artigo em revista científica

1	Foá, C. (2024). Datification of the wisdom of the crowd: A comparative analysis of innovation strategies in four European crowdfunding platforms. Observatorio (OBS*). 17 (5), 118-153
---	--



2	Paisana, M., Foá, C., Vasconcelos, A., Couraceiro, P., Ferro-Santos, S., Margato, A....Crespo, M. (2024). Uma taxonomia para a literacia para os media em Portugal - Caracterização de atores, iniciativas e linhas de intervenção. <i>Observatorio (OBS*)</i> . 18 (5), 58-82 - N.º de citações Google Scholar: 1
3	Foá, C., Couraceiro, P. & Pinto-Martinho, A. (2024). Decoding algorithmic literacy among journalists: Methodological tool design and validation for preliminary study in the Portuguese context . <i>Observatorio (OBS*)</i> . 18 (5) - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 4
4	Foá, C., Tomé, V., Margato, A., Paisana, M., Crespo, M. & Cardoso, G. (2023). Roles of journalists in media literacy initiatives: Trainees and trainers. Continuity, collaboration, and sustainability of media literacy trainings to mitigate disinformation in Portugal. <i>Profesional de la información</i> . 32 (6) - N.º de citações Scopus: 3
5	Crespo, M., Pinto-Martinho, A., Foa, C., Paisana, M. & Pais, P. C. (2020). Business models of journalistic startups in Portugal: an analysis of product innovation, dissemination and monetization in media enterprises. <i>Nordic Journal of Media Management</i> . 1 (2), 261-296 - N.º de citações Google Scholar: 37
6	Foá, C. (2019). Crowdfunding cultural projects and networking the value creation: Experience economy between global platforms and local communities. <i>Arts and the Market</i> . 9 (2), 235-254 - N.º de citações Web of Science®: 8 - N.º de citações Scopus: 13
7	Crespo, M., Foà, C. & Pinto-Martinho, A. (2018). Como o jornalismo lida com a inovação: um estudo de caso das melhores práticas em Portugal. <i>Estudos de Jornalismo</i> . 9, 75-102 - N.º de citações Google Scholar: 10
8	Foà, C. & Crespo, M. (2016). Crebiz.eu: criação de um modulo laboratorial de ensino do empreendedorismo para os media e as indústrias criativas. <i>Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas</i> . 1 (6), 17-33
9	Crespo, M., Foa, C. & Cardoso, G. (2016). Tendências, boas-práticas e inovação para o ensino do empreendedorismo no jornalismo e nas indústrias criativas. <i>Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público</i> . 3, 135-155
10	Foà, C. & Ribeiro, R. B. (2013). Responsabilidade social e integração através da música. Dois estudos de caso em Itália e Portugal. <i>Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto</i> . 109-132

#### - Editorial

1	Cardoso, G. & Foá, C. (2021). Editorial Note: Hard and Soft Communication. Umberto Eco 's Lecture at Festival della Comunicazione di Camogli in 2014. <i>Observatorio (OBS*)</i> . 15 (2), 174
---	--

#### • Livros e Capítulos de Livros

##### - Autor de livro

1	Neves, J. S., Foá, C., Santos, J., Lima, M. J. & Pereira, I. (2019). Estudo de públicos de museus nacionais: Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado. Lisboa. Direção Geral do Património Cultural - DGPC.
---	---

2	Neves, J. S., Foá, C., Lima, M. J., Santos, J. & Bernardo, B. (2019). Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional do Teatro e da Dança. Lisboa. DGPC.
3	Neves, J. S., Foa, C., Santos, J., Lima, M. J., Pereira, T. M. & Schiappa, M. (2018). Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional do Azulejo. Lisboa. Direção-Geral do Património Cultural. - N.º de citações Google Scholar: 6
4	Neves, J. S., Santos, J., Lima, M. J., Pereira, T. M. & Foà, C. (2018). Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional de Machado de Castro. Lisboa. Direção-Geral do Património Cultural.
5	Foá, C. & Raquel Ribeiro (2016). Marketing do conhecimento à decisão. Portugal. Causas das regras.
6	Stenvall-Virtanen, S., Grönlund, M., Malinen, P., Foa, C., Crespo, M., Cardoso, G....Picard, R. (2016). How to teach entrepreneurship to communication and creative industries students. Lisbon. ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa. Centro de Investigação e Estudos de Sociologia. - N.º de citações Google Scholar: 4

### - Capítulo de livro

1	Foá, C. & Geada, N. (2025). Navigating the Portuguese Digital Landscape: Martech Systems' Adoption, Digital Intensity, Transition and Transformation. In Marketing and Smart Technologies –Proceedings of ICMarTech 2023.
2	Pinto-Martinho, A., Foá, C. & Couraceiro, P. (2024). Algoritmos, Jornalistas e Literacia na Nova Comunicação. In Gustavo Cardoso (Ed.), A Nova Comunicação. (pp. 333-340).: Almedina.
3	Crespo, M., Pinto-Martinho, A. & Foa, C. (2019). How to develop internal innovation in the media: A case study of best practices for media outlet. In Paulo Faustino, Iván Puentes, Francisco Belda (Ed.), Communication, media and creative industries in the digital era. (pp. 131-164). Porto: Media XXI. - N.º de citações Google Scholar: 1
4	Foá, C. & Moltrasio, C. (2018). Crowdfunding and networked platforms exploring col-labor-ation and mediation for value-creation in Portuguese crowdfunding ecosystem. In Loïc Ballarini, Stéphane Costantini, Marc Kaiser, Jacob Matthews, Vincent Rouzé (Ed.), Financement participatif: Les nouveaux territoires du capitalisme. Lorraine: Presses universitaires de Nancy - Editions Universitaires de Lorraine.
5	Cardoso, G., Crespo, M. & Foá, C. (2016). Cenário, Modelos e Jornalismo. In Modelos de Negócio e Comunicação Social. Coimbra: Almedina.
6	Cardoso, G. & Foá, C. (2016). Modelos de Monetização do Valor Económico da Informação. In Modelos de Negócio e Comunicação Social. Coimbra: Almedina.

### • Conferências/Workshops e Comunicações

#### - Publicação em atas de evento científico

1	Cardoso, G., Alturas, B. & Foà, C. (2023). The Big Brother experience: Oportunidades e ameaças de um sistema de videovigilância no concelho da Amadora. In 2023 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). Aveiro, Portugal: IEEE.
---	--

2	Foá, C. (2023). Platformization of cultural production and crowdfunding: Co-creation dynamics and the multiple roles of digital platforms shaping the Portuguese cultural crowdfunding ecosystem. In Arts and humanities in digital transition: Book of abstracts. (pp. 37-38). Lisboa: Universidade Nova de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas .
3	Foà, C. & Godinho, C. P. (2023). Behind the scenes of the matchmaking between private for-profit sector and cultural and creative sectors during pandemic. Added value, motivations, and companies' benefits to join the Portugal #Entraemcena platform. In Oliveira, E., and Gonçalves, G. (Ed.), Proceedings of the ECREA Organisational and Strategic Communication Section Conference: The normative imperative sociopolitical challenges of strategic and organizational communication. (pp. 169-176). Lisboa: LabCom Books.
4	Crespo, M., Pinto-Martinho, A. & Foa, C. (2018). Internal innovation in the Portuguese media: Case study of 3 media outlets in search for the best practices for media survival and development. In 2018 Annual Conference of the European Media Management Association (emma). Warsaw: European Media Management Association. - N.º de citações Google Scholar: 1

#### - Editor de atas de evento científico

1	Foá, C., Crespo, M. & Cardoso, G. (2016). Atas das II Jornadas Ensino do Empreendedorismo. Coimbra. Instituto Pedro Nunes. Associação para a Inovação e Desenvolvimento em Ciência e Tecnologia.
---	--

#### - Comunicação em evento científico

1	Pinto-Martinho, A., Foá, C. & Couraceiro, P. (2024). From Bylines to Bytes: Algorithmic Perceptions and Practices in Portuguese Journalism as a Foundation for Enhancing Informed Algorithmic Literacy . 5th International Media Literacy Research Symposium.
2	Crespo, M., Paisana, M., Couraceiro, P., Pinto-Martinho, A., Margato, A. & Foá, C. (2024). How AI will impact media: a prospective for challenges 2025-2030 by professionals and experts from Portugal and Spain. INN2024 – II International Conference on Media Innovation.
3	Pinto-Martinho, A., Foá, C. & Couraceiro, P. (2024). Perceções e impactos dos sistemas algorítmicos e da Inteligência Artificial nas práticas profissionais dos jornalistas em Portugal. INN2024 – II International Conference on Media Innovation.
4	Foá, C. & Godinho, C. (2023). Behind the Scenes of the Matchmaking Between Private For-Profit Sector and Cultural and Creative Sectors During Pandemic. Added Value, Motivations, and Companies' Benefits to Join the Portugal #Entraemcena Platform. IMPERATIVE: SOCIOPOLITICAL CHALLENGES OF STRATEGIC AND ORGANISATIONAL COMMUNICATION - ECREA OSC 2023 conference .
5	Foá, C. & Lourenço, B. (2023). How can performative arts help to fight climate change? Insights from Portugal: funding schemes and experiences . MeCCSA Climate Change, Environment & Sustainability Network.
6	Foá, C., Paisana, M., Crespo, M., Baldi, V. & Cardoso, G. (2023). Disinformation and trust in news: the case of Portugal. International Scientific Conference 16th Dubrovnik Media Days.
7	Foá, C. & Geada, N. (2023). Navigating the Portuguese Digital Landscape: Martech systems' adoption, Digital Intensity, Transition and Transformation. Balancing Traditional and Innovative Marketing Strategies. ICMarTech'23 - The 2023 International Conference on Marketing and Technologies.

8	Foá, C. (2023). How the value of crowd-assets can be defined and exploited? Crowdfunding, forms of capitals and digital platforms to produce culture. Value and Valuation. Challenges in political economy analysis.
9	Crespo, M., Paisana, M., Pinto-Martinho, A., Foá, C. & Pais, Pedro Caldeira (2022). Portuguese media startups lead in innovation and get closer to audiences. Broadcast Education Association 2022 Conference.
10	Pais, Pedro Caldeira, Crespo, M., Pinto-Martinho, A., Paisana, M. & Foá, C. (2022). Novos desafios num sector em mudança: inquérito sobre formação e práticas no jornalismo em Portugal. XII Congresso SOPCOM.
11	Paisana, M., Crespo, M., Pinto-Martinho, A., Foá, C. & Pais, Pedro Caldeira (2022). Beyond bits: digital media mapping as a tool towards the understanding of the wider media landscape and its relationship to information and disinformation spheres. European Media Management Association anual conference.
12	Crespo, M., Paisana, M., Foá, C., Pinto-Martinho, A. & Pais, Pedro Caldeira (2021). Beyond tradition: Portuguese media startups lead in innovation and get closer to audiences. European Media Management Association anual conference.
13	Neves, J. S., Apolinário, S., Macedo, S.C. & Foá, C. (2021). Atividades das organizações e impacto cultural: Itinerário exploratório para a construção de um índice. Todas as Artes Todos os Nomes.
14	Pais, Pedro Caldeira, Crespo, M., Pinto-Martinho, A., Paisana, M., Foá, C. & Couraceiro, P. (2021). A precariedade no jornalismo em Portugal: sintomas de um problema maior. XI Congresso Português de Sociologia.
15	Pinto-Martinho, A., Crespo, M., Foá, C., Paisana, M. & Pais, Pedro Caldeira (2019). Fact-checking platforms - the life cycle. European Media Management Association anual conference.
16	Crespo, M., Pinto-Martinho, A., Paisana, M., Foá, C. & Pais, Pedro Caldeira (2019). Journalistic startups in Portugal: mapping the innovation in the product, dissemination and monetization. European Media Management Association anual conference.
17	Foá, C. & Moreno, J. (2019). Crowd asset, online digital platforms and the pressure on media makers. IAMCR.
18	Pais, Pedro Caldeira, Paisana, M., Crespo, M., Pinto-Martinho, A. & Foá, C. (2019). Understanding Precariousness in the Journalistic Sphere. 14th European Sociological Association Conference.
19	Foá, C., Crespo, M. & Pinto-Martinho, A. (2018). How to develop internal innovation in the media: a case study of best practises for media outlets. Annual conference of the International Media Management Academic Association.
20	Crespo, M., Foá, C. & Pinto-Martinho, A. (2018). Como o jornalismo lida com a inovação: um estudo de caso das melhores práticas em Portugal. Fronteiras do jornalismo.
21	Crespo, M., Pinto-Martinho, A. & Foá, C. (2018). Internal innovation in the Portuguese media: case study of 3 media outlets in search for the best practices for media survival and development. European Media Management Association conference.
22	Foá, C. (2016). Redes sociais e redes de partilha A importância dos circuitos formais e não formais em projetos de investigação europeus: o caso do Crebiz.eu. 14a 2CN-Clab UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTO.
23	Foá, C., Filipa Moreira & Vaz, Maria João (2016). The James Bond Effect: 50 years of a global phenomenon evolution. Exploring enduring features, from cultural icon to communication platform. Spies on British Screen .

24	Foá, C. (2016). Crowdsponsoring independent traditional music: a portuguese case study. Marketing challanges for medium-term sustainability. Kick-Starting Media: Cultures of Funding in Contemporary Media Industries.
25	Foá, C. (2016). The costumer is always right, and pays three times. Crowdfunding for performing arts projects: a Portuguese case-study. ESA RN18 mid-term conference Rethinking Power in Communicative Capitalism.
26	Foá, C., Crespo, M. & Cardoso, G. (2016). Crebiz.eu: criação de um Modulo laboratorial de ensino do Empreendedorismo para os media e as industrias criativas. II JORNADAS do Ensino do Empreendedorismo.
27	Foá, C., Cardoso, G. & Crespo, M. (2016). Crebiz.eu: problemáticas para a criação de um módulo laboratorial de ensino do empreendedorismo nos media e nas indústrias criativas. Congresso XII LUSOCOM - III MEDIACOM.
28	Crespo, M., Foá, C., Cardoso, G. & Seppälä, K. (2015). Trends, best practices and innovation for entrepreneurship education in journalism and creative industries. JOURNALISM ENTREPRENEURSHIP SUMMIT.
29	Foá, C., Crespo, M. & Cardoso, G. (2015). Tendências, boas-práticas e inovação para o ensino do empreendedorismo no jornalismo e nas indústrias criativas. Ensino do Jornalismo do Séc. XXI.
30	Crespo, M., Foá, C., Cardoso, G. & Seppälä, K. (2014). Tendências, boas-práticas e inovação para o ensino do empreendedorismo no jornalismo e nas indústrias criativas. Congresso de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público .

**- Artigo não publicado nas atas da conferência**

1	Foá, C. & Moreno, J. (2019). Crowd asset, online digital platforms and the pressure on media makers. IAMCR.
---	---

**• Outras Publicações**

**- Outras publicações**

1	García-Avilés, J.A., Arias, F., Carvajal, M., Paisana, M., De Lara, A., Foá, C....Valero, J.M. (2024). Análise das tendências e inovação do ecossistema mediático de Espanha e Portugal (2025-2030). IBERIFIER - Iberian Digital Media & Fact-Checking.
2	Crespo, M., Paisana, M., Couraceiro, P., Margato, A., Vasconcelos, A., Foá, C....Baldi, V. (2023). The Impact of Disinformation on the Media Industry in Spain and Portugal. IBERIFIER - Iberian Digital Media & Fact-Checking.
3	Tomé, V., Crespo, M., Sádaba, C., Cardoso, G., Margato, A., Cátia Barros...Vivian Rangel (2022). Manual para formandos. IBERIFIER - Manual para Formandos. - N.º de citações Google Scholar: 1
4	Tomé, V., Crespo, M., Sádaba, C., Cardoso, G., Margato, A., Foá, C....Vivian Rangel (2022). Manual para formadores (de professores, jornalistas e outros profissionais). IBERIFIER - Manual para formadores.
5	Neves, J. S., Foá, C., Santos, J., Lima, M. J. & Pereira, Inês (2019). Principais Resultados. Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado. EPMN - Principais Resultados.

6	Neves, J. S., Foá, C., Santos, J., Lima, M. J. & Bernardo, B. (2019). Principais Resultados. Públicos do Museu Nacional do Teatro e da Dança. EPMN - Principais Resultados.
7	Neves, J. S., Santos, J., Lima, M. J., Moura Pereira, T. & Foá, C. (2018). Principais Resultados. Públicos do Museu Nacional Machado de Castro. EPMN - Principais Resultados.
8	Neves, J. S., Foá, C., Santos, J., Lima, M. J., Moura Pereira, T. & Schiappa, M. (2018). Principais Resultados. Públicos do Museu Nacional do Azulejo. EPMN - Principais Resultados.
9	Cardoso, G., Crespo, M., Foa, C., Lapa, T., Quintanilha, Tiago Lima, Mendonça, S....Vieira, Jorge (2015). Modelos de negócio e comunicação social: "telcos", legacy media, novos media e start-ups jornalísticas em navegação digital: estudo prospetivo (2015-2020). Modelos de negócio e comunicação social: "telcos", legacy media, novos media e start-ups jornalísticas em navegação digital: estudo prospetivo (2015-2020). - N.º de citações Google Scholar: 10

#### - Tese de Doutoramento

1	Foá, C. (2022). Crowdfunding cultural: agentes e práticas de colaboração e intermediação online em Portugal.
2	Foá, C. (2022). Crowdfunding cultural: agentes e práticas de colaboração e intermediação online em Portugal.
3	Foá, C. (2022). Crowdfunding cultural: agentes e práticas de colaboração e intermediação online em Portugal.

#### - Relatório

1	Foá, C., Cabral, R. & Cabral, F. (2023). AFROPRENEURS. PT REPORT 2022.
2	Moreno, J., Sepúlveda, R., Ferro-Santos, S., Cardoso, G., Álvares, Cláudia, Crespo, M....Üzelgün, M. A. (2023). Platformisation of News in 10 Countries.
3	Crespo, M., Álvares, Cláudia, Cardoso, G., Moreno, J., Sepúlveda, R. & Foá, C. (2022). Catalogue of Best Practices in Citizen Journalism: From citizen journalism to the platformization of news.
4	Cardoso, G., Crespo, M., Foá, C., Lapa, T., Quintanilha, Tiago Lima, Mendonça, S....Moreno, J. (2015). Modelos de Negócio e Comunicação Social: Legacy Media, Novos Media, "Telcos" e Start-Ups Jornalísticas. - N.º de citações Google Scholar: 5

## Projetos de Investigação

Título do Projeto	Papel no Projeto	Parceiros	Período
Cri-IA Med-IA	Coordenadora Global	CIES-Iscte	2025 - 2026
AFROPRENEURS.PT	Coordenadora Global	CIES-Iscte	2022 - 2023

Iberian Digital Media Research and Fact-Checking Hub	Investigadora	CIES-Iscte, UN - Líder (Espanha), AM - (Espanha), UC3M - (Espanha), UGR - (Espanha), USC - (Espanha), UPV - (Espanha), UPM - (Espanha), UMH - (Espanha), Verificat - (Espanha), FECYT - (Espanha), UVEG - (Espanha), ELCANO - (Espanha), POLIGRAFO - (Portugal), BSC CNS - (Espanha), CENJOR - (Portugal), UAVR - (Portugal), OberCom - (Portugal), FUSP-CEU - (Espanha), LUSA - (Portugal), URJC - (Espanha), EFE - (Espanha), ALPMJ - (Portugal)	2021 - 2024
European Media Platforms: Assessing Positive and Negative Externalities for European Culture	Investigadora	CIES-Iscte, RUB - (Alemanha), NBU - (Bulgária), UNIMED - (Itália), FUOC - (Espanha), IULM - Líder (Itália), UGent - (Bélgica), Bilkent - (Turquia), NKUA - (Grécia), UNIVE - (Itália), IKED - (Suécia), CU - (República Checa)	2021 - 2024
Observatório Português das Atividades Culturais	Assistente de Investigação	CIES-Iscte	Desde 2018
Estudo de Públicos de Museus Nacionais: edição de resultados (2ª fase)	Investigadora	CIES-Iscte, DGPC - (Portugal)	2018 - 2019
Estudo de Públicos de Museus Nacionais: edição de resultados	Investigadora	CIES-Iscte - Líder, DGPC - (Portugal)	2017 - 2018
Business Development Laboratory Study Module for Creative Industries	Investigadora	CIES-Iscte, University of Turku - Líder (Turquia), University of the West of England - (Reino Unido), University of Oxford - (Reino Unido)	2013 - 2016

## Cargos de Gestão Académica

Secretário(a) (2012 - 2024)  
Unidade/Área: Escola de Sociologia e Políticas Públicas

## Prémios

Emerald Literati Award (2020)

## Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão organizadora de evento científico	AIMAC – INTERNATIONAL CONFERENCE ON ART AND CULTURAL MANAGEMENT (2024)		2024

## Actividades de Edição/Revisão Científica

<b>Tipo de Actividade</b>	<b>Título da Revista</b>	<b>ISSN/Quartil</b>	<b>Período</b>	<b>Língua</b>
Membro de equipa editorial de revista	OBS* Observatório	1646-5954 / Q3	2016 - 2025	Português