Aviso: [2026-11-12 00:00] 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 Foà

Professora Auxiliar
CIES-Iscte - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia
Departamento de Sociologia (ESPP)



Contactos

E-mail	Caterina.Foa@iscte-iul.pt
Gabinete	D3.25
Telefone	210464123 (Ext: 291507)
Cacifo	53

Currículo

Professora Auxiliar da Escola de Sociologia e Políticas Públicas (ESPP/Iscte), lecionando nos mestrados de: Comunicação Cultura e Tecnologia da Informação; Gestão e Estudos da Cultura e Gestão de Novos Media.
Doutorada em Ciências da Comunicação (2022, Iscte) com parte da investigação desenvolvida na Universidade Bocconi (Itália).
Tese aprovada com distinção sobre Crowdfunding e intermediação digital para financiamento e comunicação de projetos empreendedores e organizações das indústrias culturais e criativas.
Realizou um Pós-Doutoramento sobre Media e Inteligência Artificial no Istituto di media e giornalismo - IMeG da - USI Universidade da Suíça Italiana.
É Investigadora Integrada do Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-Iscte), Investigadora do OPAC-Observatório Português das Atividades Culturais e do OberCom – Observatório da Comunicação.
Coordena o projeto de investigação CrIA-MedIA sobre a transformação das indústrias culturais e criativas na era da Inteligência Artificial.
Membro das equipas de projetos internacionais financiados: Crebiz.eu; IBERIFIER; EUMEPLAT; PROCULTURA - formação em estatísticas para a cultura nos PALOP.
Responsável para a Gestão Editorial da Revista científica internacional e indexada OBS* Observatorio entre 2016 e 2025.
Trabalhou como consultora sobre gestão estratégica e criação de projetos de empreendedorismo e impacto social por entidades como a Camâra Municipal de Lisboa, a Casa do Impacto da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, e a ENDESA-Escola Rural de Energia Sustentável.

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- Universitá della Svizzera Italiana	Pós-Doutoramento	Media e Jornalismo	2025
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa	Doutoramento	Ciências da Comunicação	2022
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Doutoramento	Ciências da Comunicação	2022
AUDAX ISCTE-IUL	Outro tipo de qualificação	Formaçao 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.
2026/2027	2º	Desenho da Pesquisa	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2026/2027	2º	Plataformas Digitais, Poder e Regulação	Curso Institucional em Escola de Sociologia e Políticas Públicas;	Sim
2026/2027	2º	Gestão de Redes Sociais e Audiências	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2026/2027	2º	Media e Jornalismo	Curso Institucional em Escola de Sociologia e Políticas Públicas;	Sim
2026/2027	1º	Empreendedorismo em Cultura	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2026/2027	1º	Teorias em Média e Comunicação	Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação;	Sim
2026/2027	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Sim
2026/2027	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim

2026/2027	1º	Estágio de 2º Ciclo	Mestrado em História Moderna e Contemporânea; Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2026/2027	1º	Tese em Ciências da Comunicação	Doutoramento em Ciências da Comunicação;	Não
2025/2026	2º	Desenho da Pesquisa	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2025/2026	1º	Empreendedorismo em Cultura	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2025/2026	1º	Teorias em Média e Comunicação	Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação;	Sim
2025/2026	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Sim
2025/2026	1º	Plataformas Digitais, Poder e Regulação		Sim
2025/2026	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2024/2025	2º	Desenho da Pesquisa	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2024/2025	2º	Plataformas Digitais, Poder e Regulação	Curso de Pós Graduação em Jornalismo;	Não
2024/2025	1º	Empreendedorismo em Cultura	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2024/2025	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Sim
2024/2025	1º	Plataformas Digitais, Poder e Regulação	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;	Sim
2023/2024	1º	Plataformas Digitais, Poder e Regulação	Curso Institucional em Escola de Sociologia e Políticas Públicas;	Não
2023/2024	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Não

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	Plataformas Digitais, Poder e Regulação	Curso de Pós Graduação em Jornalismo;	Não
2022/2023	2º	Economia e Sistema dos Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Não
2022/2023	1º	Empreendedorismo em Cultura	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2022/2023	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Sim
2022/2023	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Não
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	Plataformas Digitais, Poder e Regulação	Curso de Pós Graduação em Jornalismo;	Não
2021/2022	1º	Empreendedorismo em Cultura	Mestrado em Mercados da Arte;	Não
2021/2022	1º	Marketing Cultural		Não
2021/2022	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Não
2020/2021	2º	Plataformas Digitais, Poder e Regulação	Curso de Pós Graduação em Jornalismo;	Não
2020/2021	1º	Marketing Cultural		Não
2020/2021	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Não
2019/2020	2º	Plataformas Digitais, Poder e Regulação		Não
2019/2020	2º	Estágio em Empreendedorismo e Estudos da Cultura		Não
2019/2020	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura;	Não
2018/2019	2º	Economia e Sistema dos Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Não
2018/2019	1º	Marketing Cultural		Não

2018/2019	1º	Economia e Sistema dos Media		Não
2018/2019	1º	Empreendedorismo em Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Não
2016/2017	2º	Estágio em Empreendedorismo e Estudos da Cultura		Sim
2016/2017	1º	Marketing Cultural		Não
2014/2015	1º	Marketing Cultural		Não

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
2	Helena Isabel de Jesus Santos	Dos algoritmos ao coração: A Inteligência Artificial Generativa como catalisador da lealdade do consumidor	Português	Em curso	Iscte
3	Francisco José Dores Conceição	Entre o humano e a máquina: mediação, transparência, confiança e IA Generativa	--	Em curso	Iscte
4	Sónia Maria de Castro Martins	A assessoria de imprensa na área do teatro: dinâmicas de relações com jornalistas	Português	Em curso	Iscte
5	Rute Alexandra do Carmo Mendes	A comunicação das políticas culturais em Portugal: ideologia, mediatização e liderança na sociedade em rede	--	Em curso	Iscte

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Mariana Melo de Albuquerque Barradas	Neuromarketing da Nostalgia Digital: Psicografia do Revival nas Sucbulturas Emo e Scene	Português	Entregue	Iscte

2	Maria João Paulino Quelhas	A Publicidade enquanto Dispositivo de Mediação Simbólica: Consumo e Construção da Identidade nas Campanhas da Super Bock e Sagres	Português	Entregue	Iscte
3	Beatriz da Silva Cachulo	A Criação de uma Memória Coletiva Através de Narrativas Nostálgicas: uma Análise do Cinema Português Pós-25 de Abril	--	Em curso	Iscte
4	Armanda Antónia Duarte Claro	A importância, o impacto e a profissionalização da fotografia de cena em cinema em Portugal.	--	Em curso	Iscte
5	Carolina Fernandes Milhano	O interior que permanece em nós: marketing cultural e (re)construção do sentimento de pertença	--	Em curso	Iscte
6	Daniela Sofia Damião Antunes	A economia de experiência em museus e monumentos: casos de estudo Museu da Etnologia, Museu do Oriente e Castelo de São Jorge	--	Em curso	Iscte
7	Cristiana Mangia	A Espetacularização no Truth Social: A Comunicação Digital de Donald Trump	--	Em curso	Iscte
8	Inês Constança Pavão Santos	Agenciamento de Artistas em Portugal	--	Em curso	Iscte
9	Maria Miguel Leal de Oliveira	Da Censura à Subversão: A Arte como Comunicação Política na Primavera de Praga	Português	Em curso	Iscte
10	Rodrigo Frazão Afonso Fernandes	"Festivais de Música nos Açores: Estratégias de Gestão e Sustentabilidade"	Português	Entregue	Iscte
11	Guilherme Miguel Damião Patrício	Sistemas de Informação e Tecnologia, Diabetes, Saúde Digital	--	Em curso	Iscte
12	Heidy Cibelle do Rosário Lima	Estratégias pedagógicas utilizadas no fortalecimento da literacia mediática e do pensamento crítico.	Português	Em curso	Iscte
13	Nuno Miguel Alves Leocádio	Carmo81 Grassroot Music Venue	Português	Em curso	Iscte
14	Joana Maria Malaquias da Costa	Comunicação pública e promoção turística no concelho de Loures: análise de estratégias e perceções	--	Em curso	Iscte
15	Beatriz da Silva Anjos	Narrativas sobre a Fórmula 1: discursos políticos, mediáticos e locais sobre o possível regresso a Portugal	Português	Em curso	Iscte

16	Maria Inês Santos	A construção e comodificação de masculinidades na indústria musical: análise comparativa de boy bands ocidentais e sul-coreanas	--	Em curso	Iscte
17	Maria Fernandes de Andrade	Convergência digital e adaptação no jornalismo regional: um estudo de caso do jornal Açoriano Oriental	Português	Em curso	Iscte
18	Margarida Correia Andrade	Como é que a Musa se posiciona como um espaço cultural?	--	Em curso	Iscte
19	Carlo George Garavaglia	O valor do ERP na Transformação Digital das Organizações de Artes Visuais e Performativas: um estudo de caso único da implementação de um ERP numa grande organização artística com financiamento público	Inglês	Entregue	Iscte
20	Joana Ramos Dilão	Cinema, Representação e Poder: Uma Análise Crítica do Plano Nacional de Cinema Enquanto Dispositivo Institucional de Seleção e Legitimação Cultural	Português	Em curso	Iscte
21	Cátia Solange Rodrigues de Melo Baptista Pereira	Rede de Teatros e Cineteatros Portugueses: Estratégias de Formação para a Mediação Artística e Cultural	Português	Entregue	Iscte
22	Beatriz Cintrão Menino	A relação do marketing e da comunicação com a mediação cultural: o Programa de Aproximação à Dança da Companhia Nacional de Bailado	--	Em curso	Iscte
23	Bárbara Isabel Martinho Ministro	A Popularização do K-Pop em Portugal	--	Em curso	Iscte
24	Carlos António da Fonseca Monteiro	Plataforma Tagus Opera, desenvolvimento de estrutura de apoio à industria da Ópera em Portugal	Inglês	Em curso	Iscte
25	Yu Wang	Estratégias de marketing de micro-influência no TikTok: a exploração inicial do mercado português pela PME Firmoo	Inglês	Em curso	Iscte
26	André Filipe Martins Lopes	Visibilidade e participação digital em desportos de nicho: um estudo de caso do Clio Trophy Portugal	--	Em curso	Iscte
27	Alice Joana Sauri Rodrigues da Silva	O negócio do Instagram: O impacto da audiência nos projetos dos influencers	Inglês	Em curso	Iscte

28	Joana Catarina Poucochinho Albino	Formas de utilização da plataforma Instagram por artistas portugueses.	Inglês	Em curso	Iscte
29	Maria Paula Nascimento Bomfim	Este trabalho de projeto irá apresentar um plano de negócio para a criação de uma plataforma digital direcionada para os afro-empreendedores em Portugal.	Inglês	Em curso	Iscte
30	Bárbara Martins Barbosa	Ecologia da indústria criativa da moda em Lisboa: estratégias de integração por parte dos novos criadores	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Leandro Manuel Dias Guiomar	Acessibilidade Sonora:Estratégias e Impactos na Inclusão de Pessoas S/surdas em Festivais e Concertos de Música em Portugal	Português	Iscte	2025
2	Daniela Sofia Teixeira Filipe	Do Espaço Urbano ao Espaço Online: A Sirigaita, o Instagram e a Arte de Resistir Simbolicamente no Intendente	Português	Iscte	2025
3	Sílvio Rodrigues Pedrosa Sardinha Balbúrdia	Influências do Marketing de Afiliados no Desenvolvimento do Empreendedorismo Digital	Português	Iscte	2025
4	Ana Maria Sacadura Paz dos Santos Horta	Análise da produção de um festival: Estudo de caso FeLiCidade	Português	Iscte	2025
5	Susana Rita Fonseca André Rúbio Vieira	Solo traveling - A perspectiva feminina	Inglês	Iscte	2025
6	Salomão Tomé Pires da Costa	Impactos da desinformação na percepção eleitoral dos candidatos políticos em Portugal	Português	Iscte	2024
7	Maria Teresa Trindade Mota	Desafios de uma Agência de Comunicação: A ascensão da Inteligência Artificial	Português	Iscte	2024
8	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
9	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

10	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
11	Marta Sofia Belga Marques Robalo	Comunicação das organizações culturais em Lisboa: heterogeneidade e concordâncias no cruzamento de perspetivas e experiências profissionais	Português	Iscte	2024
12	Denis Graeff de Oliveira	Quais as condições para a sustentabilidade de uma cena de música local? Estudo de caso de Lisboa	Português	Iscte	2024
13	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
14	Duarte José Pereira Martins	Um Plano Nacional de Escuta?Análise do Plano Nacional de Leitura aplicado ao trabalho do MPMP	Português	Iscte	2023
15	Neuza Agostinha Freixo Pereira	Estratégias de Comunicação no Social Media: Um Estudo das Companhias de Teatro Musical de Lisboa no Instagram	Português	Iscte	2023
16	Cátia Sofia da Graça Oliveira Merendeiro	Nova Lusa: Festival de Música Portuguesa Contemporânea	Português	Iscte	2023
17	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
18	Marta Russo Oom de Sacadura	Comunicação Museológica em Lisboa: Desafios e InovaçõesEstudo de caso: Uma Análise das Práticas e Perspetivas dos Museus Portugueses Tutelados pela DGPC	Português	Iscte	2023
19	Ana Beatriz Dias Lourenço	Artes performativas e sustentabilidade: estudo para o planeamento e financiamento de um projeto de dança contemporânea	Português	Iscte	2023
20	Mariana Noronha Gameiro Neves Leitão	Saúde mental e Cultura: O teatro como terapia para pessoas com a experiência da doença mental	Português	Iscte	2023
21	Alexandre Miguel Costa Sabino	A comunicação desportiva nas modalidades com menor visibilidade em Portugal. Análise das práticas, limitações e possível intervenção.	Português	Iscte	2023

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

36	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
37	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	Mariana Rodrigues Conde	A valorização do Ensino Artístico nos Açores: Criação da Associação Cultural Dacosta	Português	Iscte	2026
2	Agnety Célia Marcelino Raúl	Criação de Marketplace de produtos alimentares e de bebidas de origem africana em Portugal	Português	Iscte	2025
3	António Maria Carreira Capote	Centro Cultural de Leiria: Modelo de negócio para a criação do equipamento cultural, na cidade de Leiria.	Português	Iscte	2025
4	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
5	Kamila Ferrazzi	Trabalho de Projeto: Modelo de Financiamento para a Companhia Portuguesa de Bailado Contemporâneo (CPBC) - Um Estudo de Caso	Português	Iscte	2024
6	Érica Alexandra Filipe Mendes	Estratégias de Posicionamento da EDP no Mercado B2B de Mobilidade Elétrica PT	Português	Iscte	2024
7	Livia Nina Desbois Roxo	Elaboração de um plano de promoção digital para músicos independentes	--	Iscte	2024
8	Alexandre de Sá Pessoa Cortez Pinto	Casa da Palavra / Projeto de criação de uma instituição dedicada à palavrae ao seu cruzamento com outras disciplinas artísticas	Português	Iscte	2019

Total de Citações

Web of Science®	28
Scopus	43

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Couraceiro, P., Paisana, M. & Foà, C. (2026). The Portuguese paradox: High trust in the news and the perils of social media disinformation in elections. Politica y Sociedad, 63(2). https://doi.org/10.5209/poso.99518
2	Couraceiro, P., Foà, C. & Pinto-Martinho, A. (2025). Challenges and needs in algorithmic literacy for journalists: Uncovering the reality of Portuguese newsrooms. Journalism Practice, 19(10), 2465?2496. https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2505939 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 7 - N.º de citações Google Scholar: 10
3	Foá, C. (2025). Black entrepreneurship and DEI: Profiles and challenges of African descendant entrepreneurs within the Portuguese ecosystem. Social Inclusion, 13. https://doi.org/10.17645/si.10153
4	Couraceiro, P., Foá, C. & Pinto-Martinho, A. (2025). Journalists' algorithmic literacy: Attitudes towards social media and generative AI. ESSACHESS - Journal for Communication Studies, 18(2), 105?136. https://doi.org/10.21409/8ah8-qb63
5	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. https://doi.org/10.15847/obsOBS17520232426 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 1
6	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. Observatorio (OBS*), 18(5), 58?82. https://doi.org/10.15847/obsOBS18520242439 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 4
7	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. Observatorio (OBS*), 18(5). https://doi.org/10.15847/obsOBS18520242433 - N.º de citações Scopus: 7 - N.º de citações Google Scholar: 9
8	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. Profesional de la información, 32(6). https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.21 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 10
9	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. Nordic Journal of Media Management, 1(2), 261?296. https://doi.org/10.5278/njmm.2597-0445.5194 - N.º de citações Web of Science®: 13 - N.º de citações Google Scholar: 41

10	Foá, C. (2019). Crowdfunding cultural projects and networking the value creation: Experience economy between global platforms and local communities. Arts and the Market, 9(2), 235?254. https://doi.org/10.1108/AAM-05-2019-0017 - N.º de citações Scopus: 16
11	Crespo, M., Foà, C. & Pinto-Martinho, A. (2018). Como o jornalismo lida com a inovação: um estudo de caso das melhores práticas em Portugal. Estudos de Jornalismo,(9), 75?102. - N.º de citações Google Scholar: 10
12	Foà, C. & Crespo, M. (2016). Crebiz.eu: criação de um modulo laboratorial de ensino do empreendedorismo para os media e as indústrias criativas. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas, 1(6), 17?33. https://doi.org/10.20872/2447-8407/regmpe.v1n6p17-33
13	Crespo, M., Foa, C. & Cardoso, G. (2016). Tendências, boas-práticas e inovação para o ensino do empreendedorismo no jornalismo e nas indústrias criativas. Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público,(3), 135?155. https://doi.org/10.14195/2183-6019_3_9
14	Foà, C. & Ribeiro, R. B. (2013). Responsabilidade social e integração através da música. Dois estudos de caso em Itália e Portugal. Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto,, 109?132.

- Editorial

1	Cardoso, G. & Foà, C. (2021). Editorial note: Hard and soft communication. Umberto Eco's lecture at Festival della Comunicazione di Camogli in 2014. Observatorio (OBS*), 15(2). https://doi.org/10.15847/obsOBS15220212011

• 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. DireçãoGeral do Património Cultural - DGPC.
2	Neves, J. S., Foà, C., Lima, M. J., Santos, J. & Bernardo, B. (2019). Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional do Teatro e da Dança. 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. Direção-Geral do Património Cultural. - N.º de citações Google Scholar: 10
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. Direção-Geral do Património Cultural.
5	Foà, C. & Raquel Ribeiro (2016). Marketing do conhecimento à decisão. 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. ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa. Centro de Investigação e Estudos de Sociologia. - N.º de citações Google Scholar: 5

- Capítulo de livro

1	Pinto-Martinho, A., Foà, C. & Couraceiro, P. (2024). Algoritmos, Jornalistas e Literacia na Nova Comunicação. In Gustavo Cardoso (Ed.), A Nova Comunicação (pp. 333?340). Almedina.
2	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). Media XXI. - N.º de citações Google Scholar: 1
3	Foà, 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. Presses universitaires de Nancy - Editions Universitaires de Lorraine.
4	Cardoso, G., Crespo, M. & Foà, C. (2016). Cenário, Modelos e Jornalismo. Modelos de Negócio e Comunicação Social. Almedina.
5	Cardoso, G. & Foà, C. (2016). Modelos de Monetização do Valor Económico da Informação. Modelos de Negócio e Comunicação Social. Almedina.

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Foa, C. & Geada, N. (2025). Navigating the Portuguese digital landscape: Martech systems' adoption, digital intensity, transition and transformation: Balancing traditional and innovative marketing strategies. In José Luís Reis, Marc K. Peter, Luís Paulo Reis, Zorica Bogdanovic (Ed.), Marketing and smart technologies: Proceedings of ICMarkTech 2023 (pp. 69?85). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-981-97-3698-0_6 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 2
2	Cardoso, G., Alturas, B. & Foà, C. (2023). The Big Brother experience: Oportunidades e ameaças de um sistema de videovigilância no concelho da Amadora. 2023 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). IEEE. https://doi.org/10.23919/CISTI58278.2023.10211896
3	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. Arts and humanities in digital transition: Book of abstracts (pp. 37?38). Universidade Nova de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.
4	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). LabCom Books.
5	Crespo, M., Pinto-Martinho, A. & Foà, 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. 2018 Annual Conference of the European Media Management Association (emma). European Media Management Association. - N.º de citações Google Scholar: 1

- Editor de atas de evento científico

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

- Comunicação em evento científico

1	Oliveira, H. G., Lapa, T., Foà, C. & Vasconcelos, A. (2026). Observar para compreender: perceções sobre desinformação nas ações de formação do projeto FAMA em Portugal. V Conferência Comunicar Ciência na era da Desconfiança: Credibilidade, Autoridade e Públicos,.
2	Couraceiro, P., Foà, C. & Pinto-Martinho, A. (2026). Inteligência Artificial Generativa e Redes Sociais: Perceções e atitudes dos Jornalistas em Portugal face a Riscos e Oportunidades. XIV Congresso da SOPCOM - Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação,.
3	Foà, C. (2025). Securing a Responsible Future for the Use of AI in Journalism in Europe?. Key-note Lecture - Seminários Internationais - Seminar Series do Centro de Investigação Southern Center for Digital Transformation,.
4	Foà, C. (2025). Reasoning and embodiment of Creative Practices in the Age of GenAI. Ongoing explorations in performing arts collectives.. GenAI and Creative Practices Conference,.
5	Foà, C., Couraceiro, P. & Pinto-Martinho, A. (2025). Assessing and Enhancing Journalists' Algorithmic. 11th International Conference On Social Science Methodology,.
6	Crespo, M., Paisana, M., Pinto-Martinho, A., Foà, C., Couraceiro, P. & Margato, A. (2025). How AI Will Impact Media: Challenges 2025-2030 A perspective from professionals and experts in Portugal and Spain. European Media Management Association anual conference,.
7	Foà, C., Couraceiro, P. & Pinto-Martinho, A. (2025). Da literacia algorítmica dos jornalistas às competências para uso crítico e consciente de sistemas de Inteligência Artificial Generativa. Congresso de Ciências da Comunicação de Coimbra,.
8	Foà, C. (2025). Responsible Future for the use of AI in Journalism in Europe? Comparing adoption practices, self-regulation, ethics, and literacy. European Media Management Association -EMMA,.
9	Foà, C. (2025). Embedding Gen-AI in cultural production and communication strategies. Qualitative analysis of 6 Lisbon based cases- study.. 10th STS Italia Conference,.
10	Foà, C. & Couraceiro, P. (2025). Public Service Media, governance and responsibility on ethical frameworks for AI. Positioning Portugal on the European map: the case of the LUSA news agency. 4th International Conference on Ethics of Artificial Intelligence,.
11	Pinto-Martinho, A., Foà, 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,.
12	Pinto-Martinho, A., Foà, C. & Couraceiro, P. (2024). Jornalistas e literacia algorítmica: percepções e práticas algorítmicas na produção jornalística e disseminação digital. XIII Congresso da SOPCOM - Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação,.

13	Crespo, M., Paisana, M., Couraceiro, P., Pinto-Martinho, A., Margato, A. & Foà, 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,.
14	Pinto-Martinho, A., Foà, 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,.
15	Foà, 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,.
16	Foà, 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,.
17	Foà, 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,.
18	Foà, 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,.
19	Paisana, M., Crespo, M., Pinto-Martinho, A., Foà, 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,. - N.º de citações Google Scholar: 1
20	Crespo, M., Paisana, M., Pinto-Martinho, A., Foà, C. & Pais, Pedro Caldeira (2022). Portuguese media startups lead in innovation and get closer to audiences. Broadcast Education Association 2022 Conference,.
21	Pais, Pedro Caldeira, Crespo, M., Pinto-Martinho, A., Paisana, M. & Foà, C. (2022). Novos desafios num sector em mudança: inquérito sobre formação e práticas no jornalismo em Portugal. XII Congresso SOPCOM,.
22	Crespo, M., Paisana, M., Foà, 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,.
23	Neves, J. S., Apolinário, S., Macedo, S.C. & Foà, C. (2021). Atividades das organizações e impacto cultural: Itinerário exploratório para a construção de um índice. Todas as Artes Todos os Nomes,.
24	Pais, Pedro Caldeira, Crespo, M., Pinto-Martinho, A., Paisana, M., Foà, C. & Couraceiro, P. (2021). A precariedade no jornalismo em Portugal: sintomas de um problema maior. XI Congresso Português de Sociologia,.
25	Pinto-Martinho, A., Crespo, M., Foà, C., Paisana, M. & Pais, Pedro Caldeira (2019). Fact-checking platforms - the life cycle. European Media Management Association anual conference,.
26	Crespo, M., Pinto-Martinho, A., Paisana, M., Foà, C. & Pais, Pedro Caldeira (2019). Journalistic startups in Portugal: mapping the innovation in the product, dissemination and monetization. European Media Management Association anual conference,.
27	Foà, C. & Moreno, J. (2019). Crowd asset, online digital platforms and the pressure on media makers. IAMCR,.

28	Pais, Pedro Caldeira, Paisana, M., Crespo, M., Pinto-Martinho, A. & Foà, C. (2019). Understanding Precariousness in the Journalistic Sphere. 14th European Sociological Association Conference,.
29	Crespo, M., Pinto-Martinho, A. & Foà, 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,.
30	Foà, 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,.
31	Crespo, M., Foà, C. & Pinto-Martinho, A. (2018). Como o jornalismo lida com a inovação: um estudo de caso das melhores práticas em Portugal. Fronteiras do jornalismo,.
32	Foà, C., Crespo, M. & Cardoso, G. (2016). Crebiz.eu: criaçao de um Modulo laboratorial de ensino do Empreendedorismo para os media e as industrias criativas.. II JORNADAS do Ensino do Empreendedorismo,.
33	Foà, 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,.
34	Foà, 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,.
35	Foà, 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,.
36	Foà, 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,.
37	Foà, 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,.
38	Crespo, M., Foà, C., Cardoso, G. & Seppalä, K. (2015). Trends, best practices and innovation for entrepreneurship education in journalism and creative industries. JOURNALISM ENTREPRENEURSHIP SUMMIT,.
39	Foà, 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,.
40	Crespo, M., Foà, C., Cardoso, G. & Seppalä, 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	Foà, C. & Moreno, J. (2019). Crowd asset, online digital platforms and the pressure on media makers. IAMCR,.

• Outras Publicações

- Working paper

1	Tomé, V., Crespo, M., Sádaba, C., Sádaba, C., Cardoso, G., Margato, A....Bobrowicz-Campos, E. (2022). Manual para formadores (de professores, jornalistas e outros profissionais).. https://doi.org/10.5281/zenodo.13841525

- Outras publicações

1	García-Avilés, J.A., Arias, F., Carvajal, M., Paisana, M., De Lara, A., Foà, 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,. https://doi.org/10.15581/026.006 - N.º de citações Google Scholar: 7
2	Crespo, M., Paisana, M., Couraceiro, P., Margato, A., Vasconcelos, A., Foà, C....Baldi, V. (2023). The Impact of Disinformation on the Media Industry in Spain and Portugal. IBERIFIER - Iberian Digital Media & Fact-Checking,. https://doi.org/10.15581/026.001 - N.º de citações Google Scholar: 11
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., Foà, C....Vivian Rangel (2022). Manual para formadores (de professores, jornalistas e outros profissionais). IBERIFIER - Manual para formadores,.
5	Neves, J. S., Foà, 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., Foà, 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. & Foà, C. (2018). Principais Resultados. Públicos do Museu Nacional Machado de Castro. EPMN - Prinicipais Resultados,.
8	Neves, J. S., Foà, C., Santos, J., Lima, M. J., Moura Pereira, T. & Schiappa, M. (2018). Principais Resultados. Públicos do Museu Nacional do Azulejo. EPMN - Prinicipais 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 prospectivo (2015-2020). Modelos de negócio e comunicação social: “telcos”, legacy media, novos media e start-ups jornalísticas em navegação digital: estudo prospectivo (2015-2020),. - N.º de citações Google Scholar: 23

- Tese de Doutoramento

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

4	Foà, C. (2022). Crowdfunding cultural: agentes e práticas de colaboração e intermediação online em Portugal..
5	Foà, C. (2022). Crowdfunding cultural: agentes e práticas de colaboração e intermediação online em Portugal..

- Relatório

1	Foà, 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. & Foà, C. (2022). Catalogue of Best Practices in Citizen Journalism: From citizen journalism to the platformization of news..
4	Cardoso, G., Crespo, M., Foà, 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: 4

Projetos de Investigação

Título do Projeto	Papel no Projeto	Parceiros	Período
Capacitar cidadãos informados	Investigadora	CIES-Iscte, ETHNIKO KAI KAPODISTRIAKO PANEPISTIMIO ATHINON - (Grécia), CSC - (Itália), ALLI - (Grécia), Aproximar - (Portugal), UNIPA - Líder (Itália)	2026 - 2028
Promoção do Emprego nas Atividades Geradoras de Rendimento no Setor Cultural nos PALOP e Timor-Leste	Investigadora	CIES-Iscte - Líder	2025
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	Investigadora	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

Sub-diretor (2026 - 2028)
Unidade/Área: Doutoramento em Ciências da Comunicação

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

Prémios

Emerald Literati Award (2020)

Associações Profissionais

ISA RC33 (Desde 2025)

IAMCR (Desde 2025)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão científica de evento científico	Conferência Ibero Americana WWW/Internet (CIAWI)	International Association for Development of the Information Society	2025

Membro de comissão científica de evento científico	ILIS	University of Naples Federico II, Department of Social Sciences.	2025 - 2026
Membro de comissão científica de evento científico	11 RC33. RC33 on Logic and Methodology	International Sociological Association's (ISA)	2025
Membro de comissão organizadora de evento científico	AIMAC – INTERNATIONAL CONFERENCE ON ART AND CULTURAL MANAGEMENT (2024)	AIMAC	2024

Actividades de Difusão

Tipo de Actividade	Título do Evento	Descrição da Actividade	Ano
Participação em programa de televisão de difusão geral para a sociedade	PODCAST Doutorando	Entrevista para episódio 5	2

Actividades de Edição/Revisão Científica

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