

Aviso: [2026-06-27 22:06] 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 Guimarães Oliveira

Investigadora Associada

CIES-Iscte - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia



Contactos

E-mail

Hadassa_Oliveira@iscte-iul.pt

Currículo

Hadassa Oliveira é Investigadora Científica e Doutorada em Ciências da Comunicação pelo ISCTE-IUL, dedicando a sua atividade científica ao estudo das formas como os media, a publicidade e a cultura digital moldam perceções, identidades e processos de mudança social. Atualmente, é Investigadora Integrada no LIACOM-ESCS, Investigadora Associada no CIES-ISCTE e Investigadora Convidada na equipa portuguesa do Projeto FAMA EU, sediada no CIES-ISCTE.

É formadora certificada pelo IEPF (CCP - Certificação de Competências Pedagógicas, Portugal) e possui ainda uma certificação em Buffer – Gestão de Plataformas de Redes Sociais, atribuída pela Edutin Academy. Os seus interesses de investigação centram-se na representação de género, cultura da beleza, diversidade e inclusão, literacia mediática, migrações e responsabilidade social da comunicação.

Ao longo da sua carreira, tem participado em projetos internacionais de investigação, entre os quais o Projeto FAMA EU - Empowering informed citizens, o Global Media Monitoring Project - GMMP 2025 e o European Election Monitoring Center - EEMC 2024. O seu trabalho encontra-se publicado em revistas científicas com revisão por pares e indexadas em diferentes base de dados, como Journal of Media Ethics (Q1), Signos do Consumo (A3), Revista Estudos Feministas (A1/Q3), Revista Docência e Cibercultura (A3), Revista IROCAMM, entre outras. Tem igualmente apresentado os seus estudos em conferências internacionais de referência, incluindo a ECREA, a GENDERCAM e a SOPCOM, contribuindo para o debate académico e público sobre media, género e sociedade.

Paralelamente ao seu percurso académico, possui experiência profissional nas áreas da comunicação digital, gestão de redes sociais online, criação de conteúdos e comunicação estratégica. A sua experiência no setor inclui funções como Analista de Redes Sociais em agências de publicidade no Brasil, bem como a participação em projetos de moderação remunerada de conteúdos e de governação de plataformas digitais na Teleperformance Portugal. Estas experiências proporcionaram-lhe uma perspetiva lusófona e internacional sobre as práticas de marketing digital e comunicação, permitindo-lhe compreender tanto os processos de criação de conteúdos como os mecanismos através dos quais as plataformas digitais avaliam, regulam e moderam a informação.

Ao conciliar investigação académica e experiência profissional, procura estabelecer pontes entre a teoria e a prática, promovendo abordagens críticas e aplicadas aos estudos da comunicação. Encontra-se atualmente disponível para

integrar, de forma imediata, oportunidades de docência e de investigação pós-doutoral nas áreas da Publicidade, Marketing, Estudos dos Media e Comunicação Estratégica.

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
Estereótipos de Género
Padrão de Beleza
Pressão Estética de Beleza
Feminismos
Interseccionalidade
Estudos Decoloniais

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
Instituto do Emprego e Formação Profissional	Curso de Especialização Técnica	Curso de Formação Pedagógica Inicial de Formadores	2026
EduTIN Academy	Curso Livre	Buffer Platform: Social Media Management	2026
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia	Doutoramento	Doutoramento em Ciências da Comunicação	2025

Plataforma NAU	Curso Livre	"Participação e Igualdade de Género nas TIC"	2024
Lund universitet Institutionen för kulturvetenskaper	Curso Livre	Artificial Intelligence: Ethics and Societal Challenges - Coursera	2024
Coursera Inc	Curso Livre	Prompt Engineering Generative AI for Marketing & Advertising - ChatGPT, DALL-E, Canva	2024
University of Toronto	Curso Livre	Gender Analytics for Innovation	2024
Erasmus Universiteit Rotterdam	Curso Livre	Science Communication: Communicating Trustworthy Information in the Digital World	2024
University of Toronto	Curso Livre	Inclusive Analytic Techniques	2024
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa	Curso Livre	ISCTE-IUL Training - "Backoffice anti-plagiarism software, Turnitin"	2024
Plataforma NAU	Curso Livre	Curso "Abordagens Inclusivas de Género na Tecnologia"	2024
Instituto Nacional de Administração	Curso Livre	Curso online "A União Europeia: Construção e Funcionamento"	2024
Instituto Nacional de Administração	Curso Livre	Online Course "Literacy on Racism and Racial Discrimination", Instituto Nacional de Administração - INA	2024
LinkedIn Learning	Curso Livre	Certificate: Communication of Science: "Create and Deliver Standout Technical Presentations" by Melissa Marshall!	2024
UN Women	Curso Livre	UN Women logo Certificate of Completion: "2030 Agenda for Sustainable Development and Gender Equality" - UN WOMEN TRAINING CENTRE	2024
UN Women	Curso Livre	Course: "I Know Gender 1-2-3 Gender Concepts to get Started; International Frameworks for Gender Equality; and Promoting Gender Equality throughout the UN System"	2024
LinkedIn Learning	Curso Livre	Certificado De Conclusão: "Fundamentos do Planeamento Estratégico"	2024
LinkedIn Learning	Curso Livre	Course "Ethics in the Age of Generative Artificial Intelligence" by Vilas Dhar	2024
LinkedIn Learning	Curso Livre	Certificado De Conclusão: "Tendências de Comportamento de Consumo Desvendando o Consumidor Pós-moderno"	2024
Comissão para a igualdade no Trabalho e no Emprego	Curso Livre	Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego - CITE logo Course "Gender Equality in Work and Employment"	2024

LinkedIn Learning	Curso Livre	Certificado De Conclusão: "Estratégias para a Promoção da Acessibilidade Diversidade e Inclusão em sua Organização"	2024
LinkedIn Learning	Curso Livre	Certificado De Conclusão "A Importância da Linguagem Inclusiva"	2024
Plataforma Portuguesa para os Direitos das Mulheres (PpDM)	Curso Livre	Training A and B: "Women in Power @ the European Union" 2024 Project	2024
Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação	Curso Livre	Certificado de Participação: 5.ª Escola de Verão do Grupo de Trabalho de Jovens Investigadores da Sopcom, subordinada ao tema "Desmistificar a ciência: da produção à publicação"	2024
Universidade Nova de Lisboa Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais	Curso Livre	CICS Nova logo Certificate "CICS.NOVA SUMMER SCHOOL Research for social justice: complexifying discrimination and inclusion"	2024
Espaço Cult	Curso Livre	Curso Online: A IMAGEM FEMININA NA MÍDIA: IDEALIZAÇÃO CORPORAL E SAÚDE MENTAL"	2023
Open Classrooms	Curso Livre	Course "Speak in Public"	2023
Google Analytics Academy	Curso Livre	Curso Avançado em Google Analytics	2023
Google Analytics Academy	Curso Livre	Curso "Google Analytics para Iniciantes"	2023
Speak and Lead	Curso Livre	Curso "Comunicação de Ciência"	2023
Universidade de Santiago, Cabo Verde - Departamento de Educação, Filosofia e Letras	Curso Livre	Curso de Formação em Tecnologias Aplicadas à Pesquisa	2021
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa - Escola de Sociologia e Políticas Públicas	Mestrado	Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação	2019
Instituto de Pós Graduação e Graduação - IPOG	Pós-graduação	MBA em Comunicação empresarial e Gestão do Conteúdo Transmídia	2017
Pontifícia Universidade Católica de Goiás	Licenciatura	COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	2014

Total de Citações

Web of Science®	1
Scopus	0

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Santos, R. B., Costa, B. F. & Oliveira, H. G. (N/A). "The worst is when you peel it and see that there is a worm": A network semantic analysis of online reactions following Control Portugal's controversial Instagram post. <i>Journal of Media Ethics</i> . N/A
2	Oliveira, H. G., Santos, R. B. & Costa, B. F. (2026). Humor, responsabilidade social corporativa e gestão de crise de marca: O caso da Control Portugal no Instagram. <i>Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones</i> . 19 (2)
3	Costa, B. F., Oliveira, H. G. & Góis, M. P. (2025). "Histórias que nos unem": Análise da retórica nas campanhas publicitárias da Disney. <i>Signos do Consumo</i> . 17 (2)
4	Oliveira, H. G., Oltramari, A. P., Alemão, E., Chablozari, 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
5	Oliveira, H. G. (2022). A abordagem da expressão "beleza feminina" na internet: Uma análise multimedia a partir de softwares de imagem. <i>Emblemas - Revista do Departamento de História e Ciências Sociais</i> . 19 (2), 23-36
6	Oliveira, H. G. & Lapa, T. (2022). Representações da beleza feminina: C&A Brasil e Portugal (Primavera/Verão 2018). <i>Revista Estudos Feministas</i> . 30 (2) - N.º de citações Google Scholar: 1
7	Oliveira, H. G. & Veríssimo, J. D. C. (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>ReDoC</i> . 6 (2), 102-116 - N.º de citações Google Scholar: 2

• 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.), <i>Classical Legacy and Contemporary Challenges: A Multidisciplinary Approach to Education, Communication, and Law</i> . (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.), <i>Nutrição sem estereótipos</i> . (pp. 233-259). São Paulo: Parallaxis.
3	Oliveira, H. (2024). REPRESENTAÇÕES DA BELEZA FEMININA E REGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA EM PERSPECTIVA: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE BRASIL E PORTUGAL. In <i>Gênero, história e literatura</i> . (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.), <i>Cairo-Lisboa 2024: Três décadas de direitos e saúde sexual e reprodutiva em debate</i> . (pp. 47). CIES: Instituto Universitario de Lisboa (ISCTE-IUL).

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	<p>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.</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Google Scholar: 2</p>
2	<p>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; Lívia Souza (Ed.), VI Pró-Pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. (pp. 1512-1519). São Paulo</p>

- Comunicação em evento científico

1	<p>Oliveira, H. G., Miguel, A. & Veríssimo, J. (2026). Publicidade, juventude e polarização: como as marcas em Portugal comunicam o empoderamento feminino perante a emergente onda de valores conservadores na Geração Z. IX Seminário Ibérico de Investigação em Juventude.</p>
2	<p>Oliveira, H., Rui Alexandre Bruno dos Santos & Costa, B. F. (2025). "O pior é quando a descasca e vês que tem minhoca": uma análise semântica das reações online pós-publicação controversa da Control Portugal no Instagram. 2º Colóquio Internacional Lusofonia em Debate: Os Media Na Lusofonia, De Camões À Inteligência Artificial - Memórias.</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 1</p>
3	<p>Ribeiro, J. N. C. , Alcantara, Juliana & Oliveira, H. (2025). Violência contra as mulheres políticas e antifeminismo: uma análise do perfil de André Ventura no Tik Tok . CONGRESSO MEDIA, POLÍTICA E DEMOCRACIA, Universidade Autónoma de Lisboa.</p>
4	<p>Oliveira, H. & Álvares, Cláudia (2025). Gender, Politics, and Digital Media: OSINT´s method insights from the 2024 European Elections in Portugal. Congreso "Teorías de la comunicación y estudios de género: una simbiosis necesaria". II Congreso Nacional de la sección Género y Comunicación. VIII Congreso Nacional de la sección Teorías y Métodos de Investigación en Comunicación. Universidad de Málaga, España.</p>
5	<p>Maia, J. V., Oliveira, H. & Cabral, M. (2024). Discursos sobre preservativo em Portugal: uma análise comparativa de campanhas publicitárias entre instituições governamentais, organizações civis e marcas. Conferência "CAIRO-LISBOA2024 - 30 anos da Conferência Internacional sobre População e Desenvolvimento: Os desafios dos direitos e da saúde sexual e reprodutiva em Portugal, nos Países Lusófonos e na América Latina".</p>
6	<p>Oliveira, H. (2023). PADRÃO DE BELEZA FEMININO, MÍDIA E MIGRAÇÃO: REFLEXÕES SOBRE ASPECTOS CULTURAIS, REFLEXOS E INFLUÊNCIAS NA VIDA DAS MULHERES NA CORÉIA DO SUL, BRASIL E PORTUGAL - Resumo Expandido. II CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE MIGRAÇÃO E DIÁSPORA ACADÊMICA BRASILEIRA: .</p>
7	<p>Oliveira, H. (2021). Semelhanças, diferenças e representações sobre a beleza feminina no Brasil e em Portugal: Um estudo de caso das campanhas Primavera/Verão 2018 do Facebook da marca C&A. XI Congresso Português de Sociologia .</p>

8	Oliveira, H. & Lapa, T. (2021). The discourse of beauty standard in fashion advertising language on Facebook: The C&A brand and its relationship with female beauty in Brazil and Portugal. 8th European Communication Conference - https://www.ecrea2020braga.eu/8th-ecrea-conference-6-9-september-2021/ .
9	Oliveira, H. (2021). In Quarantine Times, Is Going to The Beauty Salon A Priority? A reflection on the Comment of Journalist Ainsley Earhardt from "FOX & Friends" and Public Opinion. Papers of Canadian International Conference on Gender & Women's Studies 2021 . - N.º de citações Google Scholar: 1
10	Oliveira, H. G., Veríssimo, J. & Lapa, T. (2020). A quarta onda feminista na publicidade brasileira e portuguesa: beleza feminina, influências e representações. VI Congresso Internacional sobre Culturas.

• Outras Publicações

- Artigo sem avaliação científica

1	Oliveira, H. (2021). E aí? As unhas estão em dia?. REVISTA CONFRONTO - HeForShe Universidade de Lisboa. Abril 2021 (1), 6-7
---	---

- 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 Doutoramento

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.
---	---

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

Prémios

Pontifícia Universidade Católica de Goiás (2013)

Tribunal de Justiça do Estado de Goiás (2013)

Pontifícia Universidade Católica de Goiás (2011)

Associações Profissionais

Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres - APEM (Desde 2023)

Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Desde 2023)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão científica de evento científico	Congresso de Ciências da Comunicação de Coimbra: Comunicação e Humanismo em Tempos de Crise: Média, Organizações e Experiência Pública	ESEC - Politécnico de Coimbra	2026
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
Membro de comissão organizadora de evento científico	21ª Conferência Anual do IMISCOE 2024: "Migração como Construção Social: Uma Viragem Reflexiva", 2 a 5 de julho de 2024, Lisboa e online.	ISCTE	2024
Membro de comissão organizadora de evento científico	8.ª Conferência FORGES: O PAPEL DA GARANTIA DA QUALIDADE NA GESTÃO DO ENSINO SUPERIOR: DESAFIOS, DESENVOLVIMENTOS e TENDÊNCIAS	FORGES - Associação Fórum da Gestão do Ensino Superior nos Países e Regiões de Língua Portuguesa	2018
Membro de comissão organizadora de evento científico	V Congresso Ibero-Americano e VIII Congresso Luso-Brasileiro de Política e Administração da Educação 2016	ANPED	2016