Aviso: [2026-10-30 18:34] 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.

Hadassa Guimarães Oliveira

Investigadora Associada
CIES-Iscte - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia



Contactos

E-mail	Hadassa_Oliveira@iscte-iul.pt

Currículo

Doutora em Ciências da Comunicação pelo Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do Instituto Universitário de Lisboa (CIES-Iscte), - aprovada com distinção por unanimidade (classificação máxima) -, com o grau oficialmente reconhecido como Doutora em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN, Brasil).
Professora Auxiliar Convidada na área de Comunicação Estratégica, no Departamento de Comunicação, Filosofia e Política da Universidade da Beira Interior (UBI);
Investigadora Integrada no Laboratório de Investigação Aplicada em Comunicação e Média (LIACOM), Universidade Politécnica de Lisboa (UPL);
Investigadora Associada ao Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-Iscte);
Investigadora Convidada da equipa do CIES-Iscte no projeto europeu “FAMA – Capacitar Cidadãos Informados”, cofinanciado pela União Europeia.
Vencedora do “Prémio de Melhor Tese de Doutoramento” em Ciências da Comunicação na Conferência ICIEMC 2026, da Universidade de Aveiro;
Autora finalista do “Prémio Jabuti Académico 2026”, o mais prestigiado prémio literário do Brasil, com um capítulo de livro incluído no livro finalista "Nutrição sem Estereótipos".
Mestra em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação pelo ISCTE-IUL, com o grau oficialmente reconhecido como Mestra em Estudos da Mídia pela UFRN, Brasil;
Pós-Graduada em Comunicação Empresarial e Gestão de Conteúdo Transmédia (IPOG-Goiás, Brasil);
Bacharel em Comunicação Social, com especialização em Publicidade e Marketing, pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (Brasil), com o grau reconhecido como Licenciatura em Publicidade e Marketing pela Escola Superior de Comunicação Social da Universidade Politécnica de Lisboa;
Formadora certificada com o Certificado de Competências Pedagógicas (CCP) concedido pelo Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP, Portugal);
Tutora online certificada pela Universidade Aberta (Portugal);
Membro associado da ECREA, SOPCOM e APEM.

Os seus interesses de investigação são multidisciplinares e abrangem publicidade e marketing, comunicação estratégica, cultura da beleza, género e representação nos média, cultura visual, cultura digital, diversidade e inclusão, estudos dos média e responsabilidade social da comunicação. Tem colaborado em projetos internacionais de investigação (GMMP 2025, EEMC 2024, FAMA EU 2026), publicado em revistas científicas com revisão por pares, realizado revisão de manuscritos para revistas académicas e apresentado comunicações em conferências internacionais, incluindo ECREA, GENDERCOM e SOPCOM.
Para além da academia, possui experiência profissional em comunicação digital, gestão de redes sociais, criação de conteúdos e comunicação estratégica, incluindo experiência em agências de publicidade no Brasil e na Teleperformance Portugal, em projetos de moderação de conteúdos pagos e governação de redes sociais. A sua experiência académica e profissional proporciona-lhe uma perspetiva lusófona e internacional sobre comunicação digital e marketing, promovendo a articulação entre investigação e prática.

Áreas de Investigação

Ciências da Comunicação
Publicidade e Marketing
Comunicação Estratégica
Estudos sobre as Mulheres
Estudos de Género
Estudos dos Média
Literacia Mediática e Digital
Estudos Feministas

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
Universidade Aberta - Departamento de Educacao e Ensino a Distancia	Curso de Especialização Técnica	Módulo de Ambientação de Tutores - 8ª Edição	2026
Instituto do Emprego e Formação Profissional	Curso de Especialização Técnica	Curso de Formação Pedagógica Inicial de Formadores	2026
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa - Centro de Investigacao e Estudos de Sociologia	Doutoramento	Doutoramento em Ciências da Comunicação	2025
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa - Escola de Sociologia e Politicas Publicas	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	3

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. Journal of Media Ethics, N/A. https://doi.org/10.1080/23736992.2025.2608239
2	Oliveira, H. G. & Biana, H. T. (N/A). Aesthetic pressure in audiovisual narratives: A semiotic content analysis of South Korean and Luso-Brazilian TV series. Plaridel Journal of Communication, Media, and Society, N/A. https://doi.org/10.52518/2026-20olvrbna
3	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. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones, 19(2). https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.15915
4	Costa, B. F., Oliveira, H. G. & Góis, M. P. (2025). "Histórias que nos unem": Análise da retórica nas campanhas publicitárias da Disney. Signos do Consumo, 17(2). https://doi.org/10.11606/issn.1984-5057.v17i2e242894
5	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?. Emblemas - Revista do Departamento de História e Ciências Sociais, 20(1), 8?20. https://doi.org/10.5216/emb.v20i01.74562
6	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. ReDoC, 6(2), 102?116. https://doi.org/10.12957/redoc.2022.57849 - N.º de citações Google Scholar: 2
7	Oliveira, H. G. (2022). A abordagem da expressão “beleza feminina” na internet: Uma análise multimedia a partir de softwares de imagem. Emblemas - Revista do Departamento de História e Ciências Sociais, 19(2), 23?36. https://doi.org/10.5216/emb.v19i02.70994
8	Oliveira, H. G. & Lapa, T. (2022). Representações da beleza feminina: C&A Brasil e Portugal (Primavera/Verão 2018). Revista Estudos Feministas, 30(2). https://doi.org/10.1590/1806-9584-2022v30n276563 - 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.), Classical Legacy and Contemporary Challenges: A Multidisciplinary Approach to Education, Communication, and Law (pp. 379?397). Editorial Grupo Compás. https://doi.org/10.31876/9789942531506 - N.º de citações Scopus: 3
2	Oliveira, H. & Sanches, R. (2025). Beleza para consumo: Estereótipos midiáticos na publicidade sobre corpo feminino, pressão estética e responsabilidade social no Brasil e Portugal. In Rosana Maria Nogueira, Rodrigo Daniel Sanches, Osvaldinete Lopes de Oliveira Silva, Marli Brasioli, Welliton Donizeti Pupolin (Ed.), Nutrição sem estereótipos (pp. 233?259). Paralaxis.
3	Maia, J. V., Oliveira, H. & Cabral, M. (2025). 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 (Ed.), Cairo-Lisboa 2024: Três décadas de direitos e saúde sexual e reprodutiva em debate (pp. 47?57). CIES-Iscte.
4	Oliveira, H. (2024). Representações da beleza feminina e regulamentação publicitária em perspectiva: Um estudo comparativo entre Brasil e Portugal. In Nícolas de Oliveira Braga, Anna Ortiz Borges Coelho, Lívia do Amaral, Silva Linck (Ed.), Gênero, história e literatura (pp. 469?493). Editora Fundação Fênix. https://doi.org/10.36592/9786554601580

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Oliveira, H. G. (2023). Social responsibility of advertising and female beauty: A document analysis of laws and regulations in Brazil and Portugal. Proceedings of The Global Conference on Women's Studies (pp. 26?38). Mokslins Leidybos Deimantas. https://doi.org/10.33422/womensconf.v2i1.78 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Google Scholar: 4
2	Oliveira, H., Ferreira, A. R. & Morete, M. (2015). RESPONSABILIDADE SOCIAL DA COMUNICAÇÃO NOS COMERCIAIS DE ALIMENTOS VOLTADOS AO PÚBLICO INFANTIL. In Eneus Trindade; Clotilde Perez; Lívia Souza (Ed.), VI Pró-Pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (pp. 1512?1519). https://doi.org/https://propesq.eca.usp.br/downloads/ebook_VI_Propesq_pp.pdf

- Comunicação em evento científico

1	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,.
2	Cabral, M. & Oliveira, H. G. (2026). Combatendo a desinformação com ciência: estratégias comunicativas de mulheres cientistas nas redes sociais online. V Conferência Comunicar Ciência na era da Desconfiança: Credibilidade, Autoridade e Públicos,.
3	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,.

4	Ribeiro, J. N. C. , Alcantara, Juliana & Oliveira, H. G. (2026). "Families are attacked every day" The Portuguese Case of Far-Right & Anti-Feminist Conservative Discourses on TikTok. ECREA 2026 - 11th European Communication Conference,.
5	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 Teorias y Métodos de Investigación en Comunicación. Universidad de Málaga, España,.
6	Oliveira, H., Rui Alexandre Bruno dos Santos & Costa, B. F. (2025). “O pior é quando a descascas 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,. - N.º de citações Google Scholar: 1
7	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,. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24455.87209
8	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 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”.,.
9	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:,. https://doi.org/https://doity.com.br/anais/iicimdab/trabalho/284196
10	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,.
11	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/,.
12	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
13	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.. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25435.22562

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

GANHADORA - Melhor tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação - ICIEMC 2026 - Conferência Internacional sobre Inovação e Empreendedorismo em Marketing e Comportamento do Consumidor - Universidade de Aveiro, Portugal (2026)

FINALISTA - Livro: "Nutrição sem Estereótipos" - Prémio Jabuti Académico 2026: Ciência de Alimentos e Nutrição - Câmara Brasileira do Livro (2026)

FINALISTA - Prémio de Melhor Tese de Doutoramento 2026, ICIEMC 2026, 10ª Edição da Conferência Internacional sobre Inovação e Empreendedorismo em Marketing e Comportamento do Consumidor, 10 e 11 de julho de 2026, Universidade de Aveiro (2026)

Prémio de Melhor Trabalho de Estágio Supervisionado, Pontifícia Universidade Católica de Goiás (2013)

Prémio Melhor Fotografia - Tribunal de Justiça do Estado de Goiás (2013)

Associações Profissionais

ECREA (Associação Europeia de Investigação e Educação em Comunicação) (Desde 2026)
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

Actividades de Difusão

Tipo de Actividade	Título do Evento	Descrição da Actividade	Ano

Membro de comissão organizadora de evento de difusão do conhecimento	Seminário "Desinformação na Nova Era Digital", Ação de formação no âmbito do projeto FAMA, 27 e 28 Maio 2026, ISCTE-IUL	No âmbito do Work Package 3 do projeto europeu FAMA - Capacitar cidadãos informados, o CIES organiza um seminário dedicado à análise dos desafios da desinformação nos ecossistemas digitais contemporâneos, nos próximos dias 27 e 28 de maio 2026. O evento tem como objetivo promover a literacia mediática, o pensamento crítico e o envolvimento cívico, reunindo estudantes, investigadores e outros públicos relevantes para discutir os impactos da desinformação na democracia.	2026
Comunicação/Conferência em encontro público de difusão para a sociedade	Conferência “Género e Media: evidências e tendências, 30 anos depois”	A ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social e a equipa portuguesa do Global Media Monitoring Project (GMMP) promoveu no dia 25 de fevereiro de 2026, no Auditório B1 da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, a Conferência “Género e Media: evidências e tendências, 30 anos depois”.	2026
Comunicação/Conferência em encontro público de difusão para a sociedade	Workshop "Desinformação na Nova Era Digital - Edição: Viéses Cognitivos", Associação APROXIMAR em parceria com ISCTE, Ação de Formação no âmbito do projeto FAMA.	Formadora convidada no workshop "Desinformação na Nova Era Digital - Edição: Viéses Cognitivos", promovido pela Associação APROXIMAR Cooperativa de Solidariedade Social em parceria com o CIES-Iscte, no âmbito do projeto FAMA Project. Com a presença final de 55 pessoas online, de diferentes países como Portugal, Brasil, Espanha e Itália, falamos sobre conceitos de desinformação, fake news, viéses cognitivos, redes sociais online, câmaras de eco, bolhas filtradas, efeito Dunning-Kruger, etc.	2026