

Aviso: [2026-06-19 08:38] 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.

Jorge Domingos Carapinha Veríssimo

Investigador Associado

CIES-Iscte - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia



Contactos

E-mail

Jorge_Domingos_Verissimo@iscte-iul.pt

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord
2026/2027	1º	Comunicação Estratégica	Doutoramento em Ciências da Comunicação;	Sim
2025/2026	1º	Comunicação Estratégica	Doutoramento em Ciências da Comunicação;	Sim
2024/2025	1º	Comunicação Estratégica	Doutoramento em Ciências da Comunicação;	Não
2023/2024	1º	Comunicação Estratégica	Doutoramento em Ciências da Comunicação;	Não
2022/2023	1º	Comunicação Estratégica	Doutoramento em Ciências da Comunicação;	Não
2021/2022	1º	Comunicação Estratégica	Doutoramento em Ciências da Comunicação;	Não
2020/2021	1º	Comunicação Estratégica	Doutoramento em Ciências da Comunicação;	Não
2019/2020	2º	Publicidade, Inovação e Criatividade		Não

2019/2020	1º	Comunicação Estratégica		Não
-----------	----	-------------------------	--	-----

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Sofia Margardia Serra Dias da Cruz	Conta-me como és: Storytelling digital na comunicação das marcas da Universidade de Lisboa	Português	Em curso	Iscte
2	Sofia Di Giovine Freire de Andrade Antunes	Jovens adultos portugueses e a (des)conexão digital	Português	Em curso	Iscte
3	António Marino Bago de Uva de Almeida Lopes	A representação do homem e das masculinidades na publicidade	Português	Em curso	Iscte
4	Lúcia Santos Pereira	A importância dos influenciadores digitais nas estratégias de comunicação das marcas	Português	Em curso	Iscte
5	Carlos Alberto Monteiro Cabral	A percepção sobre a publicidade a bebidas alcoólicas entre os jovens universitários no arquipélago de Cabo Verde: Análise de anúncios de outdoor e televisão	Português	Em curso	Iscte
6	Sérgio Simão Raimundo	Sexualidade dos idosos e publicidade	--	Em curso	Iscte
7	Beatriz Moura Bernardino Marques	O Papel das Personagens na Comunicação de Risco em Saúde: As Campanhas de Vacinação COVID-19 da Direção-Geral da Saúde nas Redes Sociais	--	Em curso	Iscte
8	Yuri Domingos José Lopes	PUBLICIDADE E SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL: Uso de selos ambientais, nas campanhas publicitárias das grandes empresas em Angola para a promoção de compromissos ambientais	Português	Em curso	Iscte
9	Elke Mendonça Ferreira do Nascimento	A diversidade cabe em um anúncio? A representação da população imigrante na publicidade portuguesa contemporânea.	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Stover Eduardo Dunduma Ezequias	Internet e a publicidade em Angola: o olhar da religião e dos religiosos sobre os produtos de "entretenimento"	Português	Iscte	2025
2	Hadassa Guimarães Oliveira	Beleza feminina, representatividade e a quarta onda feminista: uma análise comparativa entre campanhas publicitárias brasileiras e portuguesas de marcas modistas e de produtos/serviços cosméticos	Português	Iscte	2025
3	Marina Alexandra Ventura Gomes	"Atração de talento da Geração Y(Z) - o caso das organizações das Tecnologias da Informação"	Português	Iscte	2022
4	Cristina Alexandra Figueiredo Santos	Os jovens, o consumo e a identidade: uma trilogia contemporânea? O consumo de marcas de vestuário e de calçado e a construção identitária juvenil.	--	Iscte	2015
5	Isabel Maria Bernardo Pereira Farinha	Media escolar: espaço de consumo de uma cultura 'mcdonaldizada'?	Português	Iscte	2013

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Luísa Nunes Ribeiro	Os Vídeos nas Redes Sociais e o Consumo Impulsivo e Excessivo - Entretenimento e Publicidade e a Influência nos Desejos e Comportamentos de Compra	--	Em curso	Iscte
2	Maria Ferreirinha Baptista Moreira Rato	Artificial Intelligence in Instagram Campaigns: compromising creativity and the need for human presence	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Maria Laura Afonso Lino	Marketing de Influenciadores: A Importância da Autenticidade na Comunicação da Marca L'Oreal	Português	Iscte	2025
2	Mariana Sousa Pinto Matos Marques	Celebrity brands e o comportamento dos consumidores.	Português	Iscte	2025

3	Patrícia dos Santos Cravo	A revolução do marketing digital após as redes sociais online: Os influenciadores como parte de planos de comunicação	Português	Iscte	2024
4	Vinicius Gomes Barbizani de Carvalho	CULTURA VÍNICA ONLINE EM PORTUGAL - A relação das pessoas com o vinho na internet	Português	Iscte	2021
5	António Marino Bago de Uva de Almeida Lopes	O Estatuto do Homem na Publicidade em Portugal	Português	Iscte	2020
6	Hadassa Guimarães Oliveira	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.	Português	Iscte	2019
7	Laura Isabel Melo Pinheiro	O Slogan Publicitário: Como as Marcas comunicam com os consumidores	Português	Iscte	2017
8	Patrícia Vale Lourenço	Comunicação Integrada e Redes Sociais: Uma questão de Influência	Português	Iscte	2012

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	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
---	--

• Conferências/Workshops e Comunicações

- 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	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.