

Aviso: [2026-01-14 10:13] 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.

Sandra Miranda

null

Departamento de Sociologia (ESPP)

Investigadora Associada

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

Contactos

E-mail

Sandra.Marisa.Miranda@iscte-iul.pt

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord .
2025/2026	2º	Investigação em Ciências da Comunicação	Doutoramento em Ciências da Comunicação;	Não
2019/2020	1º	Seminário de Projecto em Ciências da Comunicação		Não

Orientações

- **Teses de Doutoramento**

- Em curso

Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
-------------------	---------------	--------	--------	-------------

1	Mayumi Thaís Fernandes de Delgado	Nutricionistas portuguesas no Instagram: um contributo para a literacia alimentar	Português	Em curso	Iscte
2	Paulo José Farias Rodrigues	A comunicação não verbal e a liderança	Português	Em curso	Iscte
3	Nelson António Martins Gonçalves Marujo	Os novos desafios da Comunicação na sustentabilidade e na responsabilidade social interna das organizações	Português	Em curso	Iscte
4	Milena Moreira de Araújo	Starting from within: a strategic view on internal communication practices in Portuguese big enterprises and their effect on the rise of the "employee-ambassador"	Inglês	Em curso	Iscte
5	Carlos Alberto Monteiro e Silva Vaz	Como o Governo e as populações se comunicam, no âmbito de um projeto de desenvolvimento local? Um estudo de caso do projeto ACTIVA - Governança Territorial, Guiné-Bissau	Português	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Alexandra de Matos Miguel	The impact of brand activism on the pro-social and proenvironmental attitudes of employees and consumers	Inglês	Iscte	2025
2	Evelin Machado Barbosa	O impacto da Comunicação nas Mídias Sociais na Gestão da Marca Pessoal	Português	Iscte	2023
3	Rita Andreia Monteiro Mourão	Entre Vozes e Silêncios - A Avaliação 360º e a Comunicação Organizacional	Português	Iscte	2020
4	Ana Teresa Serradas de Sousa Tavares Costa	Campanhas de comunicação pública em nutrição: O impacto do envolvimento no interesse em informação	--	Iscte	2019

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Juliana Toledo Muradás	Relações Públicas e Redes Sociais Online: Reconfigurações Profissionais na Era Digital	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Francisca Montarroio Farinha Dutschke	Qual o Nível de Adesão e Engagement à Campanha do Sport Lisboa e Benfica: "A Tatuagem é Temporária mas o seu Efeito pode ser Permanente"?	Português	Iscte	2020

Total de Citações

Web of Science®	9
Scopus	12

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Miguel, A. & Miranda, S. (2023). Unravelling brand activism effectiveness: The predictors and potential effects of brand activist actions. <i>Media e Jornalismo</i> . 23 (42) - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 1
2	Miguel, A. & Miranda, S. (2023). The role of digital platforms in promoting pro-sustainable behavior and conscious consumption by brands. <i>Ecocycles</i> . 9 (2), 37-48 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 4
3	Miguel, A. & Miranda, S. (2022). The role of social media in the proliferation and promotion of brand activism. <i>Comunicação Pública</i> . 17 (32)
4	Gouveia, C., Di Fátima, Branco & Miranda, S. (2021). Muito além do relvado: futebol, nacionalismo e redes sociais. <i>Texto Livre: Linguagem e Tecnologia</i> . 14 (3) - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 5
5	Mourão, R. M., Miranda, S. & Gonçalves, G. (2016). A avaliação 360º e a comunicação das chefias: onde se cruzam?. <i>Revista Comunicando</i> . 5 (1), 182-202
6	Mourão, R. M., Miranda, S. & Gonçalves, G. (2016). O estado da arte de Comunicação Organizacional. <i>Estudos em Comunicação</i> . 23, 69-85 - N.º de citações Web of Science®: 4
7	Mourão, R. A. & Miranda, S. (2015). Communication in organizations and 360-degree evaluation: what is the relationship between the two concepts?. <i>Organizações e Trabalho</i> . 43-44, 39-49

8	Mourão, R. & Miranda, S. (2015). Organizational communication and performance appraisal: the organizational communication under 360° evaluation. <i>The International Journal of Organizational Diversity</i> . 13 (3-4), 13-22 - N.º de citações Scopus: 1
9	Antunes, A. C., Miranda, S. & Teixeira, M. (2014). O segmento esquecido! Os séniores e a comunicação publicitária. <i>Comunicação Pública</i> . 9 (16), 2-14

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

1	Miranda, S. (2014). <i>Desafios da Globalização: Gestão de Recursos Humanos</i> . LX. Escolar.
---	--

- Capítulo de livro

1	Miguel, A. & Miranda, S. (2022). Activism in the age of mediated communication: The impact of new media on the development of activist movements. In Juan C. Figuereo-Benitez, Rosalba Mancinas-Chávez (Ed.), <i>El poder de la comunicación actores, estrategias y alternativas</i> . (pp. 576-597).: Dykinson.
2	Miranda, S. & Miguel, A. (2022). Linking corporate social responsibility, brand activism, and corporate reputation: The Portuguese case. In María-Victoria Carrillo-Durán, Margarita Pérez Pulido (Ed.), <i>Cases on developing effective research plans for communications and information science</i> . (pp. 289-311).: IGI Global.
3	Dúran, V., Fátima, B. & Miranda, S. (2021). Barçagate, Engagement y reputación en las redes sociales. In Juan Carlos Figuereo Benítez, Rosalba Mancinas Chávez (Ed.), <i>Las redes de la comunicación: estudios multidisciplinares actuales</i> . (pp. 560-577-577). Madrid: Dickson.
4	David, A, Miranda, S., Gouveia, C. & Di Fátima, Branco (2021). Pode amar-se uma marca?: uma análise à campanha eu sou sporting!. In Juan C. Figuereo-Benítez Rosalba Mancinas-Chávez (Ed.), <i>Las redes de la comunicación: estudios multidisciplinares actuales</i> . (pp. 635-657). Madrid: Dykinson. - N.º de citações Google Scholar: 4
5	Miguel, A. & Miranda, S. (2021). How social networks promote brand activism and the importance of authenticity in achieving results. In M. Cruz Tornay-Márquez, Iván Sánchez-López, Daniela Jaramillo-Dent (Ed.), <i>Inclusión y activismo digital: participación ciudadana y empoderamiento desde la diversidad</i> . (pp. 355-378). Madrid: Dykinson S.L.
6	Miranda, S. & Antunes, A (2020). Golden Years in Social Media World: Examining Behavior and Motivations. In Patrick Wamuyu (Ed.), <i>Analising social media consumption</i> .: IGI. - N.º de citações Scopus: 5
7	Gama, A, Antunes, A & Miranda, S. (2020). The role of senior universities in promotion of digital literacy: The Portuguese and Spanish seniors perspective. In <i>O envelhecimento como um todo</i> .
8	Miranda, S. & Dias, J (2020). Communication in times of pandemic: Analysis of engagement on social media. In <i>Smart Innovation, Systems and Technologies</i> .
9	Fernandes, M & Miranda, S. (2014). Sustentabilidade ambiental nas empresas, comunicação organizacional e stakeholders: que relação e vantagens?. In G. Gonçalves e A. Felippi (Ed.), <i>Relações Públicas e Comunicação Organizacional: dos fundamentos à prática</i> . (pp. 99-110). Covilha: LABCOM.

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Comunicação em evento científico

1	Miguel, A. & Miranda, S. (2023). The new social power of stakeholders: The current activist practices that are shaping corporate social conduct. VIII Congreso Comunicación y Pensamiento.
2	Miguel, A. & Miranda, S. (2022). Activism in the Age of Mediated Communication: The Impact of New Media on the Development of Activist Movements. VII Congreso Comunicación y Pensamiento.
3	Miguel, A. & Miranda, S. (2021). How social networks promote Brand Activism and the importance of authenticity in achieving results. VI Congreso Comunicación y Pensamiento.
4	Gouveia, C., David, A, Di Fátima, Branco & Miranda, S. (2021). Compreender o Marketing Desportivo, pode amar-se uma marca? - Uma análise à campanha 'Eu sou Sporting!'. VI Congreso Comunicación y Pensamiento.
5	Gouveia, C., Di Fátima, Branco, Miranda, S. & Antunes, A (2021). O futebol feminino em rede: performance ou amor à camisola?. VI Congreso Comunicación y Pensamiento.
6	Mourão, R., Miranda, S. & Gonçalves, G. (2016). A Comunicação Organizacional e a Avaliação 360º: As perceções de Peritos. V Jornadas Doutorais de Ciências da Comunicação e Estudos Culturais.
7	Mourão, R., Miranda, S. & Gonçalves, G. (2016). A Literacia Mediática e as Relações Públicas: Qual o investimento que tem vindo a ser feito por parte das universidades públicas portuguesas?. XII LUSOCOM e III Mediacom.
8	Mourão, R., Miranda, S. & Gonçalves, G. (2016). O estado da arte da comunicação organizacional: Quais os seus principais paradigmas? . XII LUSOCOM e III Mediacom.
9	Mourão, R., Miranda, S. & Gonçalves, G. (2016). Communication and Culture as Key Elements of Organizational Dynamics: The Relationship between the Culture of the Organization and Communication of Its Leaders. Sixteenth International Conference on Diversity in Organizations, Communities & Nations.
10	Mourão, R., Miranda, S. & Gonçalves, G. (2016). ¿Cuáles son las principales contribuciones de la evaluación de 360 grados para la comunicación que se establece entre los actores organizacionales? . Congreso Iberoamericano de Comunicación: Comunicación, Cultura y Cooperación (AE-IC).
11	Mourão, R., Miranda, S. & Gonçalves, G. (2016). A avaliação 360º e a comunicação de chefias. 3º Encontro de Jovens Investigadores, organizado pelo GT de Jovens Investigadores -SOPCOM.
12	Mourão, R. & Miranda, S. (2015). The Performance Evaluation and Organizational Communication. World Communication Association Conference.
13	Mourão, R. & Miranda, S. (2015). Comunicação Organizacional e a Avaliação 360º: Qual o tipo de comunicação adotado pelas chefias aquando da aplicação da avaliação 360º?. II Colóquio Doutoral da Escola de Sociologia e Políticas Públicas do ISCTE – IUL.
14	Teixeira, M., Ana Antunes & Miranda, S. (2015). “A interpretação da comunicação publicitária na perspetiva do segmento sénior: contributos para a sua compreensão”. 8º SOPCOM.
15	Mourão, R. & Miranda, S. (2015). A Comunicação Organizacional e a Avaliação 360º: Perspetiva de Formadores. 9º Congresso da SOPCOM - Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação.

16	Mourão, R. & Miranda, S. (2015). "Organizational Communication and 360-degree Evaluation: What type of communication is used by leaders?". ECREA European Media and Communication Doctoral Summer School .
17	Casanova, S. & Miranda, S. (2014). Comunicação intercultural, fator essencial nas organizações. 8º SOPCOM.
18	Fernandes, M & Miranda, S. (2014). Resistência à mudança organizacional. o papel da comunicação e da liderança organizacional. VIII Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia.
19	Miranda, S., Ana Antunes, Vicente, A. & Rodrigues, B. (2014). Workplace aggression in organizational changing processes: The mediation role of political (soft and hard) behavior. 5th International Congress of Academy and Management Business Proceedings.
20	Casanova, S. & Miranda, S. (2014). A importância das competências de gestão intercultural no perfil do novo gestor global. Livro de Atas da CONFIRBERCOM, Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Académicas de Comunicação.
21	Mourão, R. & Miranda, S. (2014). A comunicação organizacional e o feedback 360°. 8º Congresso SOPCOM, Comunicação Global, Cultura e Tecnologia.
22	Fernandes, M & Miranda, S. (2014). Comunicação organizacional para a sustentabilidade ambiental: que impacto nas ações dos colaboradores. XXVII jornadas Luso-Espanholas, 7-9 de Fevereiro, Leiria. .
23	Miranda, S. (2014). A responsabilidade social em Portugal e o papel da comunicação externa: estudo das PME's. actas das XXVII jornadas Luso-Espanholas, 7-9 de Fevereiro, Leiria.