

# *Curriculum vitae*

## **DADOS PESSOAIS**

Nome: Sílvia Alexandre  
Data de Nascimento: 05 de Outubro de 1970  
Morada Institucional: SOCIUS-ISEG Rua Miguel Lupi, 20, 1249-078 Lisboa  
PORTUGAL  
Telefone: 96 363 47 54  
E-mail: scpalexandre@gmail.com

## **QUALIFICAÇÕES ACADÉMICAS**

2006 - Doutoramento em Gestão: Especialidade em Organização e Desenvolvimento dos Recursos Humanos. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE).  
(Bolsa do PRODEP - medida 5.3 – Formação Avançada para Professores do Ensino Superior).

1998 – Mestrado em Sistemas Socio-organizacionais da Actividade Económica. Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG) da Universidade Técnica de Lisboa.

1995 - Licenciatura em Investigação Social Aplicada.

## **Outras**

Curso de *Especialização em Inferência Estatística com SPSS*, Euroexpansão – Análises de Mercado e Sondagens. Lisboa, 2005.

Parte curricular do Doutoramento Europeu – “*Social Representation and Communication*”, University of Rome “La Sapienza”. Roma, 2001-2003.

Acção de formação – “*Publicidade – Aspectos Legais*”, Escola Superior de Comunicação social. Lisboa, 2002.

Acção de formação – “*Uma contribuição para o acompanhamento, prevenção e controlo da actividade publicitária*”, Instituto do Consumidor. Lisboa, 2001.

7ª Escola de Verão em Representações Sociais e Comunicação: “*Communication: Languages, Representations, Interaction*”. Roma, 2001.

6ª Escola de Verão em Representações Sociais e Comunicação: “*Social Representation Theory Around the World*”. Roma, 2000.

Curso de *Formação Pedagógica de Formadores*, Neves de Almeida - Estudos e Formação Comercial. Lisboa, 1995.

## ACTIVIDADE PROFISSIONAL

### Investigação Científica

SOCIUS-ISEG, Investigadora (Bolsa FCT – Ref.ª SFRH/BPD/44904/2008) no projecto de pós doutoramento *O Consumo de Energia no núcleo familiar*, 2008-2011.

Bioexpansão, investigadora no projecto *Análise dos consumos domésticos de Óleos Alimentares para motivar a deposição e recolha selectiva dos óleos alimentares usados para o fabrico de Biodiesel na Roménia*, 2007-2008.

OP – Observatório da Publicidade (Escola Superior de Comunicação Social e Instituto do Consumidor), membro da Equipa de Investigação no Projecto *A escolha do espaço comercial para efectuar as compras e a publicidade das médias/grandes superfícies comerciais*, 2005.

OP – Observatório da Publicidade (Escola Superior de Comunicação Social e Instituto do Consumidor), membro da Equipa de Investigação no Projecto *Os argumentos de saúde na Publicidade*, 2005.

IPL – Instituto Politécnico de Lisboa, membro da Equipa de Investigação do Projecto *Os argumentos de saúde na Publicidade*, 2005.

OP – Observatório da Publicidade (Escola Superior de Comunicação Social e Instituto do Consumidor), membro da Equipa de Investigação no Projecto *Produtos ecológicos, argumentos ecológicos e responsabilidade social na publicidade*, 2004.

OP – Observatório da Publicidade (Escola Superior de Comunicação Social e Instituto do Consumidor), membro da Equipa de Investigação no Projecto *Estudo sobre os valores culturais materialistas e pós-materialistas e os estilos de vida na publicidade*, 2004.

OP – Observatório da Publicidade (Escola Superior de Comunicação Social e Instituto do Consumidor), membro da Equipa de Investigação no Projecto *O Product Placement em Programas de Entretenimento de Produção Nacional*, 2003.

OP – Observatório da Publicidade (Escola Superior de Comunicação Social e Instituto do Consumidor), membro da equipa de Investigação no Projecto *Perfis da publicidade em Portugal relativos a várias categorias de produtos, nomeadamente, serviços de restauração de hotelaria, medicamentos sem prescrição médica, crédito à habitação, companhias seguradoras, géneros alimentícios destinados às crianças, produtos destinados a animais domésticos, produtos alimentares e não alimentares para bebés, turismo, entre outros*, 2002-2004.

### Docência

2004 – 2007, Escola Superior de Comunicação Social (ESCS)  
Equiparada a Professora Adjunta.

Docente da disciplina de Psicologia da Publicidade e da disciplina de Comportamento do Consumidor no curso de Publicidade e Marketing e no Curso de Comunicação Empresarial.

Responsável pela cadeira de Comportamento do Consumidor.

1997 – 2004, Escola Superior de Comunicação Social (ESCS)  
Assistente (1º e 2º Triénio).

Docente da disciplina de Psicologia da Publicidade e da disciplina de Comportamento do Consumidor no curso de Publicidade e Marketing e no Curso de Comunicação

## **Acções de Formação**

Empresarial.

1999- 2000, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE)  
Docente da Cadeira de Comportamento do Consumidor no Mestrado de Consumo, Mercados e Consumidores, sob coordenação do Prof. Doutor Costa Pereira.

Formadora na Assembleia Nacional, na Cidade da Praia – Cabo Verde, aos cabeças de lista dos vários círculos eleitorais, numa acção de formação de «Técnicas de Comunicação Política», organizada pelo MpD, Outubro de 2005.

Formadora no Centro de Formação Penitenciária no Curso de Formação Inicial de Guardas Prisionais na disciplina de Psicologia das Relações Interpessoais e Comunicação, Maio e Junho de 2000.

## **Outras Experiências Profissionais**

Assessora da Campanha de Publicidade Institucional da EPAL (Empresa Pública das Águas de Lisboa) para a definição estratégica e de conteúdo, 2006.

Assessora da Comissão Política do MpD, Movimento para a Democracia, partido da alternância democrática da Republica de Cabo Verde, 2002/2006.

Funções na Área de Marketing na Editorial do Ministério da Educação, 1997.

Estágio na AUEF de Wallonie-Bruxelles (Bélgica), onde teve a seu cargo a mobilidade dos estudantes da Bélgica para os restantes países da Comunidade Europeia e vice-versa, ao abrigo do programa comunitário Leonardo da Vinci, 1996/1997.

## **PUBLICAÇÕES**

### **Livros, Capítulos e Artigos**

(2006) “*Eleições Legislativas 2006 – Análise Global*”, Cabo Verde, Comissão Política do MpD.

Alexandre, Sílvia e Miranda, S. (2004) “Cultura, Valores e Estilos de Vida na Publicidade”, in *Publicidade – O Estado da Arte em Portugal* (Coord. Francisco Costa Pereira e Jorge Veríssimo), Lisboa, Edições Sílabo.

(2004) “*A publicidade em Portugal: Monitorização e análise*”, (Coord. José Faisca). Presidência do Conselho de Ministros. Instituto do Consumidor.

(2004) “*Análise de Publicidade em 2002*”, (Coord. José Faisca). Presidência do Conselho de Ministros. Instituto do Consumidor.

Alexandre, Sílvia e Miranda, S. (2005) “*Publicidade Relativa aos Espaços Comerciais*. Observatório da Publicidade.

Alexandre, Sílvia e Miranda, S. (2004) “*Responsabilidade Social e Argumentos Ecológicos na Publicidade*”. Observatório da Publicidade.

**Artigos publicados  
no site do Instituto  
do Consumidor -  
[www.ic.pt](http://www.ic.pt)**

Alexandre, Sílvia e Miranda, S. (2003) “*Publicidade: Patrocínios e Product Placement*”. Observatório da Publicidade.

(2001-2005)

- Observação da publicidade divulgada em estabelecimentos de ensino.
- Publicidade relativa a “produtos milagre”.
- Observação da publicidade transmitida através da rádio.
- Publicidade com alegações de saúde.
- Publicidade relativa a medicamentos sem prescrição médica.
- Princípio da identificabilidade.
- Publicidade divulgada pelas companhias seguradoras.
- Observação das comunicações comerciais inseridas em programas de produção nacional.
- Observação das comunicações comerciais transmitidas através dos operadores televisivos (RTP1, RTP2, SIC e TVI).
- Publicidade divulgada em estabelecimentos de ensino.
- Publicidade com argumentos ecológicos.
- Publicidade relativa a cursos ou quaisquer outras acções de formação.
- Publicidade que envolve e encoraja comportamentos prejudiciais à segurança do consumidor.
- Observação das comunicações comerciais (publicidade e patrocínio), transmitidas durante a programação infantil e juvenil, através dos operadores televisivos – RTP 1, SIC, TVI e SIC Radical – no período que respeita ao fim-de-semana.
- Publicidade e Patrocínio em canais nacionais através da TV Cabo.
- Publicidade relativa ao Turismo.
- Observação das comunicações comerciais (publicidade e patrocínio), transmitidas através dos operadores televisivos nacionais – RTP 1, SIC, TVI.
- Publicidade dirigida a menores em idade escolar.
- Observação, através da monitorização dos canais nacionais RTP 1, RTP 2, SIC e TVI, da inserção de publicidade durante os serviços religiosos.
- Observação de mensagens publicitárias isoladas nos operadores televisivos.

- Observação, através de *Internet*, da publicidade a jogos de fortuna e azar.
- Publicidade relativa a bebidas alcoólicas.
- Publicidade relativa a produtos destinados a animais domésticos.
- Observação da publicidade transmitida através da rádio.
- Publicidade a géneros alimentícios destinados às crianças que utilize alegações de saúde.
- Respeito pelo princípio da identificabilidade no patrocínio televisivo.
- Publicidade relativa a produtos de informática e serviços conexos.
- Publicidade divulgada pelas companhias seguradoras
- Publicidade relativa à concessão de crédito financeiro por anunciantes não identificados como Instituições Bancárias e Para-Bancárias.
- Publicidade relativa a bebidas alcoólicas.
- Observação das comunicações comerciais (publicidade e patrocínio), transmitidas durante a programação infantil e juvenil, através dos operadores televisivos – RTP 1, SIC, TVI e SIC Radical – no período que respeita ao fim-de-semana.
- Publicidade a bens ou serviços que e socorre de argumentos ecológicos.
- Publicidade relativa a bebidas não alcoólicas.
- Publicidade relativa a produtos destinados à época balnear.
- Publicidade com alegações de saúde.
- Publicidade relativa a produtos de higiene pessoal.
- Observação das comunicações comerciais inseridas em programas de produção nacional.
- Observação das comunicações comerciais transmitidas através dos operadores televisivos (RTP1, RTP2, SIC e TVI) durante a transmissão de serviços religiosos.

## **Trabalhos Académicos**

(2005) *Representação Social e Práticas de Consumo Ecológico*, ISCTE (Instituto Superior e Ciências do Trabalho e da Empresa, Tese de Doutoramento).

(1998) *O Reconhecimento dos Diplomas na EU para Fins Profissionais – Estudo Comparativo entre Portugal e a Bélgica*, ISEG (Instituto Superior de Economia e Gestão – Universidade Técnica de Lisboa), Tese de Mestrado.

## COMUNICAÇÕES

*Agenda Pública, Consumo e Representações do ambiente*, 6º Congresso SOPCOM / 4º Congresso Ibérico. Lisboa, 14-18 Abril, 2009.

*Novas Tendências na «Publicidade Verde»? Estudo Comparativo de Portugal, França e Itália*, X Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais – Sociedades Desiguais e Paradigmas em Confronto. Braga, 4-7 Fevereiro, 2009.

*A Publicidade e o Consumo Ecológico*, Concurso de Provas Públicas. Escola Superior de Comunicação Social. Lisboa, 2007.

*A Publicidade e a Paisagem Urbana*, Concurso de Provas Públicas, Escola Superior de Comunicação Social. Lisboa, 2007.

*Objectivos/Pragmatismo versus Criatividade na Publicidade*, Concurso de Provas Públicas, Escola Superior de Comunicação Social. Lisboa, 2007.

*Representação Social e Práticas de Consumo Ecológico*, organizada pela Universidade de Provence, no âmbito do Doutoramento em Representações Sociais. Aix-en-Provence, 2003.

*A Representação Social do Consumo Ecológico – Estudo Exploratório*, organizada pela 7ª Escola de Verão em Representações Sociais e Comunicação. Roma, 2001.

*A Representação Social do Consumo Ecológico na família – Projecto*, organizada pela 6ª Escola de Verão em Representações Sociais e Comunicação. Roma, 2000.

*Professionaliser l'approche de l'entreprise: guide méthodologique de prospection des entreprises pour le placement de stagiaires*, organizado pela Associação Universidade-Empresa para a Formação da Alsácia, Estrasburgo. França, 1996.

*Ressources humaines vecteurs de transfert de technologie vers l'entreprise*, organizado pela Associação Universidade-Empresa para a Formação da Alsácia, Estrasburgo. França, 1996.

*Formação Contínua na Bélgica*. Conferência: “Lifelong Learning”, organizada pela Associação Universidade-Empresa para a Formação da Grécia. Thessaloniki, 1996.