



## Notas Biográficas das Participantes

---

**Carla Cerqueira** – doutorada em Ciências da Comunicação na especialidade de Psicologia da Comunicação pela Universidade do Minho e investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). As suas áreas de investigação incluem género, feminismos e media. É licenciada em Comunicação Social pela Universidade do Minho e possui uma pós-graduação em Ciências da Comunicação – Jornalismo e Informação (pela mesma universidade). Trabalhou como jornalista de 2005 a 2007. De 2008 a 2011 foi Bolseira de Doutoramento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Desde 2009 é a representante da secção de Género e Comunicação da Rede de Jovens Investigadores da ECREA. Activista e feminista, é membro da direcção da UMAR e co-coordenadora no Observatório das Representações de Género nos Media. É, também, membro do Conselho de Opinião da RTP (em representação das ONGs do Conselho Consultivo da CIG). Trabalha como técnica no projecto 'e-stórias d'igualdade' da Associação para a Cooperação entre os Povos (ACEP) e docente do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho.

**Carmen Branco** – licenciada em Publicidade pelo IADE com 20 anos de experiência em comunicação, gestão e construção de marcas. Iniciou a sua carreira na multinacional Young & Rubicam – onde trabalhou durante 10 anos – acompanhando várias marcas das quais destaca o lançamento da Telecel, a comunicação de todas as áreas da Petrogal durante 4 anos, a entrada e consolidação da Danone em Portugal, o crescimento das Tintas Dyrup e a expansão do portfólio de produtos da Concentra. Em 2001 entra na DDB para se dedicar à comunicação da Volkswagen, Fnac, BP e OK Teleseguros. Mais tarde aceita o convite do Grupo Novodesign para ajudar a construir a Accessis, uma consultora de comunicação onde viria a fazer parte do board. Seguiu-se o rebranding e o desdobramento de produtos para a marca Pascoal, o lançamento da linha Delta Office na Think onde se orgulha, entre outros, do trabalho realizado para as Conferências do Estoril e para a estreia das regatas do America's Cup Cascais.

**Sara Magalhães** – doutorada (2011) em Psicologia, especialização em Psicologia da Educação pela Universidade do Minho com a tese intitulada: "Como ser uma *Ragazza*. Discurso de sexualidade numa revista para raparigas adolescentes". Anteriormente tinha já realizado os seus estudos de licenciatura em Psicologia (2007) na mesma Universidade. Entre 2007 e 2011 foi bolseira de Doutoramento (SFRH/43260/2008) da Fundação para a Ciência e Tecnologia, desenvolvendo o seu projecto na Escola de Psicologia da Universidade do Minho. Tem vindo a colaborar em projectos financiados pela FCT, nomeadamente o projecto "*Sexual Scripts in female adolescent magazines*" (PTDC/CCI/64702/2006) o qual acompanhou durante o seu Doutoramento, e o projecto "*Gender in focus: social representations in Portuguese generalista newsmagazines*" (PTDC/COM/114182/2009), em curso. Activista feminista, integrou o núcleo de Braga da UMAR onde co-coordenou o Observatório das Representações de Género nos *Media* da sua génese até 2011. É ainda membro da Mesa da Assembleia Geral da APEM (Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres).





**Silvana Mota Ribeiro** – concluiu a Licenciatura em Comunicação Social (1997) pela Universidade do Minho, leccionando desde então, no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, no Departamento de Ciências da Comunicação. Concluiu, em 2002, o Mestrado em Sociologia da Cultura e dos Estilos de Vida, com uma dissertação centrada nas representações visuais do feminino, e tem publicado artigos nesta área. É doutoranda do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho e investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

**Soraya Barreto Januário** – licenciada em Publicidade e Propaganda (2003) pela Universidade Salgado de Oliveira do Brasil. Iniciou a sua actividade profissional na Ampla Comunicação e esteve durante sete anos ligada ao mercado publicitário do Brasil, onde passou por agências de expressão nacional como a F/Nazca em São Paulo. Foi Professora na Universidade Maurício de Nassau, na Faculdade de Pernambucana e na Faculdade do Vale de Ipojuca. Trabalhou, também, na regulamentação e denúncia de anúncios publicitários com cariz prejudicial e abusivo da imagem da Mulher no Recife. Em Portugal, trabalhou na Media Monitor do grupo Marktest.

Realizou MBA em Marketing pela Escola Superior de Marketing e mestrado pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa em 2009. Actualmente, é doutoranda na FCSH/UNL e investigadora no Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, financiada pela Fundação para a Ciência e Tecnologia. Exerce, igualmente, funções de editora responsável na Revista *Comunicando* do GT Jovens Investigadores da SOPCOM.

**Susana Costa** – formada em Gestão de Empresas no ISEG (Universidade Técnica de Lisboa) e Business Management pela Sheffield Hallam University (Inglaterra) e com uma especialização em Marketing para Executivos no ISCTE. Iniciou a sua carreira na Robert Bosh, mas foi em multinacionais de grande consumo norte-americanas que adquiriu a sua expertise em Brand e Trade Marketing. Entre 1997 e 2001 foi Gestora de Marca, Gestor Comercial e Category Solutions na Johnson & Johnson, aquela que considera ter sido a sua grande escola. Inaugura o Trademarketing na Cadbury Schweppes e mais tarde integra a Kimberly Clark com um percurso diversificado entre o Brand Marketing, Trade Marketing e Área Comercial, sempre pontuado de sucesso. Considera que o melhor marketing não é purista, mas aquele que reúne o saber de várias audiências: consumidor, comprador, vendedor e retalhista. Actualmente é consultora em desenvolvimento de negócio e marketing, que acumula com a responsabilidade de Customer & Category Manager na Kimberly Clark.