

# OPINIÃO



Lisbon School  
of Economics  
& Management  
Universidade de Lisboa



*Uma Universidade que "faz escola", faz-se de pensamento livre e inovador, plural, da Economia à Gestão, com debate informado e com uma profunda e genuína preocupação com a contextualização social das grandes decisões individuais, empresariais e políticas.*

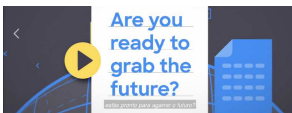
*Desde 1911, fazemos líderes de opinião que movem o país e o mundo. Aqui estamos, de novo!*

## ISEG 110 ANOS – Mudar Imagem em 2021

"No ISEG, temos o maior orgulho na nossa já longa história. No que ela significa para Portugal e para os destinos do ensino e da investigação em Economia e Gestão. Os nossos **Alumni**, tão **distintos**, de diversas gerações são um legado ímpar no país! E os nossos **estudantes seguem esse mesmo rumo** de excelência. Celebramos em 2021 um aniversário de respeito: **110 anos!**

O ISEG existe, formalmente, desde 1911, mas as suas raízes remontam ao século XVIII. Neste aniversário, em pleno século XXI, na era digital, do *online*, da informação, sentimos a necessidade de honrarmos esse passado com uma aposta muito determinada na afirmação da "marca" ISEG no futuro. Esta afirmação passa por uma forma de comunicar que esteja adaptada aos novos tempos e aos que aí vêm. Para melhor comunicarmos aquilo que somos e queremos ser, renovámos o nosso *website* e apresentamos uma nova identidade de marca, que representa uma evolução da anterior, em direção aos desafios do futuro.

Convido-vos a ver 1 minuto de filme sobre o ISEG. Clique no botão amarelo de PLAY:



O nosso *ethos* é o de sempre, mas assumindo a nossa modernidade e vanguardismo: Uma grande escola de economia e gestão, com abertura à multi- e inter-disciplinaridade, com os pés bem assentes na matemática e no que é quantitativo, mas sempre sob o olhar humanista das ciências sociais. É esta a nossa marca, o facto de temas que são novidade para outros serem, muitas vezes, para nós, já importantes há muito tempo: como a consciencialização do papel de cada um na sociedade, a preocupação com a sustentabilidade, ou a evolução dos sistemas económicos.



Lisbon School  
of Economics  
& Management  
Universidade de Lisboa

O novo logo tem um passado, mas um futuro ainda maior, aponta para a frente, para cima. Evolui do escudo, mais defensivo. Com um design simples e elegante, **representa aquilo que o ISEG é** no mundo da economia e da gestão: o rigor da matemática e da tecnologia na geometria da forma, o pluralismo na sua assimetria, a liberdade das letras que extravasam a forma, a consciência social e ambiental num vermelho claro de sangue arterial, cheio de oxigénio como o planeta hoje exige, e o humanismo dum coração que pulsa.

Na imagem do ISEG, partimos de um passado muito rico para um futuro que queremos maior, onde cabem uma casa?, um foguetão?, um coração?, ou uma *open mind*. Reflete o nosso espírito de inclusão e equilíbrio e o convívio com as artes e a criatividade, que são elementos indispensáveis para as novas gerações de gestores e economistas. O novo logo é como uma carta do futuro que abrimos sem saber o que lá vem, mas assentes num vértice de equilíbrio difícil que os economistas e gestores aqui formados bem conhecem.



Clara Raposo  
Presidente do ISEG

Estremos também "assinatura de marca", *Open Minds. Grab the Future.*, que é um apelo a pensarmos e agirmos sobre o futuro, com alguma ambição, que temos de saber transmitir à nova geração e às próximas. Não é a ambição de sermos "gananciosos", mas sim a ambição de que esse futuro exista, se materialize e cada um nele descubra o seu caminho. É uma celebração.

Com orgulho no passado, sobre os ombros de gigantes, seguimos em frente. É esta imagem limpa, vibrante, positiva e que respira que levamos para o futuro. Para que ele não nos fuja, para que seja maior do que o que já passou".



Nesta edição da Newsletter destacamos o lançamento da nova identidade de marca do ISEG: arrojada, moderna, que respeita o passado e que representa aquilo que o ISEG anseia para o seu futuro: rigor, pluralismo, liberdade, humanismo e consciência social e ambiental. Damos também conta das novidades de research, dos nossos alunos e rede alumni.

Neste número têm a palavra Alexandre Abreu, António Ascensão Costa, António Garcia Pereira, Carlos Bastardo, Carlos Farinha Rodrigues, Clara Raposo, Francisco Louçã, Helena Faria, João Duque, João Ferreira do Amaral, Joaquim Montezuma de Carvalho, Joaquim Sarmento, José Veríssimo, Luís Mah, Paulo Lopes Henriques, Pedro Caraméz, Ricardo Cabral, Susana Almeida Lopes e Vítor Gonçalves.



**Preparados para agarrar o futuro?**

>> **António Ascensão Costa** comenta, no ECO, as previsões de crescimento económico do Governo e da Comissão Europeia para 2021.



[ver mais >](#)

>> Opinião de **Ricardo Cabral**, no Público, sobre as relações diplomáticas, políticas e económicas entre a Alemanha e a Rússia.



[ver mais >](#)

>> **Clara Raposo**, no Deans' Corner do Jornal de Negócios, apresenta a mudança de imagem do ISEG.



[ver mais >](#)

>> Opinião de **Luís Mah**, citada em artigo no Jornal de Negócios.



[ver mais >](#)

>> No ECO, **Joaquim Sarmento** retoma o tema da "farsa orçamental".



[ver mais >](#)

>> Opinião de **Carlos Bastardo**, no Jornal de Negócios, sobre o desempenho do PIB em 2020 e perspetivas para 2021.



[ver mais >](#)

>> **Francisco Louçã** comenta, no Expresso, o manifesto, de que é um dos subscritores, a defender que o Banco Central Europeu (BCE) anule a dívida pública.



[see more >](#)

>> **João Duque**, no Expresso, comenta o caso GameStop.



[ver mais >](#)

>> **Francisco Louçã**, no Expresso, relaciona economia de mercado e vacinação.



[see more >](#)

>> Opinião de **Alexandre Abreu**, no Expresso, sobre as muitas vulnerabilidades do nosso país.



[see more >](#)

>> Opinião de **António Garcia Pereira** sobre as vítimas silenciosas do Covid-19.

[ver mais >](#)

>> As tendências para o e-commerce, publicadas a propósito do lançamento de formação para executivos nessa área, continuam a ser notícia.



[ver mais >](#)

>> Lar, Doce Escritório, Trabalho Remoto: Transitório ou Nova Realidade?: o maior estudo português sobre trabalho remoto e as suas implicações na gestão de pessoas, habitação e urbanismo, foi desenvolvido com a participação dos professores **Susana Almeida Lopes, Paulo Lopes Henriques** e **Joaquim Montezuma de Carvalho**.



[ver mais >](#)

>> Entrevista a **Helena Faria**, na Human Resources Portugal, apresentando o Career Forum deste ano.



[ver mais >](#)

>> Os docentes do programa executivo eCommerce Management do ISEG Executive Education revelam 9 tendências de eCommerce para 2021.



[ver mais >](#)

>> A semana imersiva online, organizada pelo ISEG MBA, em Silicon Valley, continua em destaque na Vida Económica.



[ver mais >](#)

>> **João Duque**, no Barómetro da Executive Digest, a propósito dos fatores determinantes para o sucesso empresarial em 2021.



[ver mais >](#)

>> Artigo de opinião de **Joaquim Sarmento**, analisando a despesa total executada ter ficado abaixo do previsto, foi leitura recomendada no comentário semanal de J. Miguel Júdice.



[ver mais >](#)

>> **Francisco Louçã**, na SIC, comenta a atualidade económica e política.



[ver mais >](#)

>> **João Ferreira do Amaral**, discute na Rádio Observador a atualidade económica.



[ver mais >](#)

>> **Vítor Gonçalves** apresenta, na RTP, as conclusões do Índice ISEG de janeiro.



[ver mais >](#)

>> **José Veríssimo** participou em *webinar* do projeto LinkingUP, sobre posicionamento.

[ver mais >](#)

>> **Pedro Caraméz**, professor do ISEG Executive Education, participou em *webinar* do projeto Linking UP, sobre presença online.

[ver mais >](#)

>> Na SIC, entrevista a **Carlos Farinha Rodrigues**, sobre o impacto económico da pandemia.



## A imagem do ISEG é notícia



Veja [aqui](#) o manifesto. Veja o vídeo promocional da nova identidade, [aqui](#).

Leia e veja o que tem sido destacado pelos media:

[Executive](#) [ver mais >](#)

[MARKETEER](#) [ver mais >](#)

[BRIEFING](#) [ver mais >](#)

[Human Resources](#) [ver mais >](#)

[negocios.pt](#) [ver mais >](#)

[MEIOS & PUBLICIDADE](#) [ver mais >](#)

## Novidades da Investigação no ISEG

Conheça as novidades do **Portuguese Economy Research Report**, relacionadas com a área da Economia.

Leia [aqui](#) os *papers* recentes, sobre "Dream Jobs", "What drives exceptional job creation in Portuguese companies?" e "A taxonomy of productivity growth in Portugal".



[ver mais >](#)

**CSG** é um Consórcio de Investigação, na área das Ciências Sociais e Gestão, cujas novidades pode acompanhar semanalmente nas suas newsletters.

Veja [aqui](#) a Newsletter #174.



[ver mais >](#)

## Novidades dos nossos alunos

Inês Silva, aluna do mestrado em Gestão de Recursos Humanos, dá o seu testemunho na TVI sobre a adaptação ao ensino à distância.



O primeiro "Market summary" da **Lisbon Investment Society (LIS)**, do mês de fevereiro, já está disponível!

Esta edição aborda vários assuntos da atualidade política e económica, como a Casa Branca passar a apoiar energias renováveis, a compra de 1.5 biliões de dólares da Tesla em Bitcoin, e o pior ano da economia do Reino Unido comparativamente com os últimos três séculos.

[ver mais >](#)



## Alumni em Destaque: esta semana, Ricardo Mourinho Félix

Ricardo Mourinho Félix, Vice-Presidente do Banco Europeu de Investimento e alumnus do ISEG, em entrevista sobre o projeto europeu.



## ISEG, grab the future

### A opinião de Miguel Bacelar, Saint Pirate

"À medida que vamos avançando na vida, percebemos que o clássico - "tens que estudar para ser alguém" - é mesmo verdade.

A "formação", a "educação" e o "aprender com quem sabe" são realmente a maior riqueza que podemos ter. São indubitavelmente as maiores armas para vencer no cada vez mais competitivo mundo corporativo.

Talvez por isso foi com especial felicidade que na "Saint Pirate, Consultoria de estratégia de marca" abraçamos a difícil missão de pensar e construir a nova estratégia, a nova identidade visual e nova campanha de publicidade do ISEG Lisbon School of Economics and Management, a Universidade de Economia e Gestão mais antiga de Portugal.

Um desafio que começou com briefing muito claro e corajoso - "Como recuperar para o ISEG a liderança do ensino da Economia e Gestão, que nos nos últimos anos passou em parte para a Universidade Católica e para a Nova.

Foi um trabalho longo e exigente que começou com pesquisa com stakeholders, entrevistas com alunos e ex alunos do ISEG, com alunos da Católica, da Nova e do ISCTE; com professores; com partners de grandes consultoras como a Deloitte e a Accenture e até com o CEO do Santander.

A humildade é o melhor aliado de uma estratégia eficaz. A capacidade de desligarmos os nossos "Achômetros" e sabermos ouvir quem mais sabe sobre o tema em questão. Um trabalho que teve seguimento com a criação de uma nova identidade de marca e muito brevemente com uma grande campanha para relançar a universidade como ela merece. Não adianta falar em mudança se não tivermos a humildade e a coragem de mudarmos de verdade.

Uma mudança plena que passa por enfrentar e superar desafios como o da "modernidade tecnológica do campus", o da "inovação pedagógica", o do "equilíbrio ensino teórico vs prático", o da "proximidade com o universo das empresas", o da "exigência e percepção de excelência do ensino" e obviamente também o do "marketing competente".



E aqui uma certeza - o trabalho de inovação do marketing do ISEG não se resolve com uma campanha isolada. É um trabalho que para fazer "mudar o ponteiro das percepções" terá que ser consistente, trabalhando o eixo do "Storytelling" mas também so "Storyliving". Trabalhando a "cobertura" mas também a "frequência".

A outra certeza é que para este trabalho ser eficaz temos que ter a humildade de perceber que não é um trabalho egocêntrico para nos agradar a nós próprios ou a um pequeno grupo. Ele é sobretudo para as novas gerações, pois são elas que são a nossa razão de existir e a garantia de sucesso e crescimento do ISEG. Em resumo: como aprendi no Brasil, mercado publicitário onde tive o privilégio de trabalhar durante 8 anos - "Negócios da China, só na China". O mesmo é dizer "para querer mudar para melhor, é preciso fazer mudanças".

Termino com o mais importante: agradecer. Obrigado ao Miguel Coimbra, CEO da produtora El Hey, que é o meu sócio em toda esta aventura. O Miguel Coimbra que se mostrou uma espécie de "irmão mais velho" quando comecei a minha carreira na BBDO Portugal em 2000, foi também 20 anos mais tarde, o companheiro ideal nesta longa jornada. Hoje dou-me ao luxo de só trabalhar com "Ninjas do bem". E ele é um dos melhores que conheço neste binómio. Excelente profissional, excelente pessoa". Obrigado à Clara Raposo, Presidente do ISEG, pela confiança, pela coragem em mudar para melhor, pelo incondicional apoio, pela proximidade e por nos ter dado sempre todos os recursos que pedimos.

Na Saint Pirate, todos os trabalhos são importantes e uma oportunidade de "sempre provar tudo de novo"... mas este tem um sabor especial.

**Miguel Bacelar,**  
Founder e Managing Director da Saint Pirate,  
Consultoria de Estratégia de Marca

**BOM FIM-DE-SEMANA**

[www.iseg.ulisboa.pt](http://www.iseg.ulisboa.pt)



Lisbon School of Economics & Management

RANKINGS:



MEMBER:



ACCREDITATIONS AND PARTNERSHIPS:



AZES



RICS



PM



QIA



Institute and Faculty of Actuaries

