
Centro Cultural de Belém apresenta plano estratégico 2026-2030 para se reposicionar como espaço de encontro entre criação, pensamento e sociedade



O Centro Cultural de Belém (CCB) apresentou o plano estratégico **“RE-VISITAR”** para o **período 2026-2030**, um documento que propõe o reposicionamento da instituição como um espaço de encontro entre criação, pensamento e sociedade, reforçando a sua centralidade cultural, urbana e simbólica em Lisboa, em Portugal e no contexto europeu.

O plano assume como ponto de partida a necessidade de “voltar a olhar”, reavaliar parâmetros e relançar, com espírito renovado, a relação entre a sociedade e a arte.

O plano estratégico é apresentado num momento em que as principais instituições culturais europeias desenvolvem um processo de reflexão sobre o seu propósito, identidade e relevância, num tempo histórico marcado por incerteza, turbulência e mudança.

No contexto nacional e metropolitano, com a transformação do eixo Belém-Tejo e a emergência de novas centralidades urbanas e culturais, abre-se uma oportunidade para o CCB reforçar o seu papel como fórum de pensamento, debate, experimentação e antecipação de futuro.

O plano foi construído a partir de um processo participado, baseado em **audição aberta, escuta interna e síntese estratégica**, convocando stakeholders, comunidade, equipas e técnicos do CCB para contribuírem com leituras, propostas e visões diversas. Esse método traduziu-se numa estratégia que parte da realidade da instituição e, simultaneamente, está aberta ao exterior, à pluralidade e à mudança.

O Centro Cultural de Belém define como **propósito** consagrar a arte e a cultura, os artistas e os públicos como protagonistas da valorização da Europa no mundo e da afirmação dos valores da liberdade e da diversidade.

A **visão** aponta para um CCB com forte poder gravitacional físico, programático e simbólico, capaz de se afirmar como destino para públicos plurais, nacionais e internacionais, gerando pertença, confiança e maior autonomia financeira.

A **missão** é afirmar o Centro Cultural de Belém como espaço a desfrutar pelos cidadãos, onde criação, pensamento e sociedade se cruzam através de uma programação plural, coerente e contemporânea. Os valores assumidos são hospitalidade, diversidade, liberdade, participação e conhecimento.

A estratégia organiza-se em torno de **três vetores principais**. O primeiro, **Cultura Europeia**, propõe reforçar o posicionamento internacional do CCB, aprofundar a ligação às diásporas culturais e desenvolver relações com o sistema universitário e politécnico europeu, incluindo residências artísticas e modelos de formação inspirados na lógica Erasmus.

O segundo, **Públicos Novos**, centra-se na captação de novas gerações e novos públicos, através de uma nova experiência do visitante, de uma relação digital integrada e de uma aposta em programação ao ar livre e em formatos de “lifestyle cultural”.

O terceiro, **Curadoria Territorial**, procura reposicionar o Centro Cultural de Belém na oferta cultural de Lisboa, potenciar o campus na sua plenitude e reforçar o ecossistema cultural Tejo-Belém, assumindo o território como espaço de criação, circulação e aliança institucional.

O plano responde igualmente às mudanças nas expectativas dos públicos, que hoje procuram experiências culturais mais significativas, acessíveis, emocionais e participativas. O documento sublinha a importância da hospitalidade, da mediação inteligente, da qualidade da navegação no espaço, da sinalética, da relação humana e da dimensão sensorial da experiência cultural.

O desafio, afirma o plano, já não é apenas programar para públicos, mas **programar com os públicos**, reconhecendo-os como agentes na construção de sentido cultural.

A execução da estratégia será sustentada por dois grandes motores: **infraestrutura tangível e intangível** e **sustentabilidade económica**. Entre as prioridades estão a atualização tecnológica, a melhoria dos acessos e da mobilidade interna, a clarificação da arquitetura de marca, a criação de modelos de filantropia e o reforço da capacidade de captação de fundos e candidaturas internacionais.

Como fundamento transversal de todo o plano, o CCB assume ainda a necessidade de fortalecer a cultura organizacional interna, promovendo comunicação mais fluida, escuta ativa, participação e valorização do talento das equipas.

Em síntese, “RE-VISITAR” propõe um CCB mais aberto, internacional, participado e

territorialmente consciente, capaz de afirmar a cultura como força ativa de liberdade, diversidade, conhecimento e futuro. Como resume o próprio plano: **“A Hospitalidade acolhe a Diversidade e convida à Participação, que gera Conhecimento e faz crescer a Liberdade.”**

Nas palavras do Presidente do Conselho de Administração da Fundação CCB, Nuno Vassallo e Silva, "valor existe - a nossa responsabilidade é ativá-lo e colocá-lo ao serviço da sociedade e da Europa".