

FAZ CULTURA  
EMPRESA  
MUN. DE CULTURA  
DE BRAGA (EM)

INSTRUMENTOS  
DE  
GESTÃO  
PREVISIONAL  
2025-2028

# FAZ CULTURA

## ÍNDICE

0. PERSPETIVAS E PRIORIDADES 2025 .....	2
.1. PROGRAMAÇÃO .....	3
1.1 Theatro Circo .....	3
1.2 gnration .....	16
1.3 Braga Media Arts .....	24
1.4 Braga 25.....	28
2. EVENTOS EXTERNOS E OUTROS SERVIÇOS .....	37
2.1 Theatro Circo.....	37
2.2 gnration.....	39
3. COMUNICAÇÃO E MARCA.....	43
.3.1 Comunicação Institucional e Produção de Comunicação .....	44
.3.2 Comunicação de Conteúdos, Assessoria e Acessibilidade .....	48
. 3.3 Comunicação Digital.....	53
4. INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURAS E EQUIPAMENTOS.....	62
4.1 Theatro Circo.....	62
4.2 gnration.....	65
5. PESSOAS E ORGANIZAÇÃO .....	67
5.1. Talento, carreiras e desempenho .....	68
5.2. Aprendizagem .....	69
5.3. Comunicação e envolvimento.....	70
5.4 Saúde, equilíbrio e bem estar .....	71
6. RECURSOS FINANCEIROS E ORÇAMENTO .....	73
6.1 Orçamento.....	73
6.2 Investimento.....	80
6. 3 Demonstrações financeiras e orçamentais previsionais .....	82
ANEXOS .....	83

## 0. PERSPETIVAS E PRIORIDADES 2025

O ano de 2025 representa um marco para a FAZ CULTURA e para a cidade de Braga, que se prepara para assumir o título de Capital Portuguesa da Cultura 2025.

Este Orçamento e Plano de Atividades reflete o compromisso da nossa Empresa no domínio da promoção da cultura e apoio à criação artística, consolidando a mudança de identidade ocorrida em 2024, quando a empresa adotou o nome Faz Cultura, fortalecendo, assim, o seu papel na implementação de uma política cultural a longo prazo para a cidade.

O reconhecimento de Braga como Capital Portuguesa da Cultura 2025 eleva ainda mais a responsabilidade da nossa atuação e a FAZ CULTURA assume o desafio de tornar 2025 um ano de excelência artística. Este título oferece uma oportunidade única para projetar Braga no cenário cultural nacional e internacional, e o presente plano traça um caminho estratégico para garantir o sucesso desse objetivo.

***A programação da FAZ CULTURA para 2025, alicerçada nos seus espaços e projetos culturais***

***Theatro Circo, gnration, Braga Media Arts e Braga 25, privilegiará três domínios fundamentais: o estímulo à criação contemporânea, a diversidade artística e a democratização do acesso à cultura.*** Pretendemos desenvolver uma oferta cultural ampla e acessível, que envolva a comunidade local e atraia públicos diversos, com momentos de ampla notoriedade que contam com a participação de artistas e instituições de renome nacional e internacional.

O Orçamento 2025 reflete a alocação responsável de recursos, visando a sustentabilidade financeira e o impacto duradouro das ações programadas, sempre em sintonia com os valores de inclusão e diversidade. Este documento representa, assim, um instrumento de trabalho essencial para assegurar que Braga se afirme, em 2025, como uma cidade vibrante e inovadora no panorama cultural nacional e internacional.

## .1. PROGRAMAÇÃO

***A programação própria, enquanto instrumento que resulta de uma visão artística alicerçada numa estratégia concordante com a missão da Empresa numa ótica de serviço público, é basilar na atividade cultural dos equipamentos e projetos sob a sua gestão.***

Esta programação que se pretende abrangente e acessível, em termos de públicos, e promotora de democracia e cidadania cultural, implica, considerando a missão de serviço público da Empresa, a prática de uma política de preços reduzidos,

com descontos adicionais para segmentos específicos da população, bem como a realização de um conjunto de atividades de acesso gratuito. Não sendo possível realizar-se a preços de mercado, as receitas que gera são deficitárias para fazer face aos custos que acarretam e é, por isso, subsidiada pelo Município através de um Contrato-Programa celebrado anualmente.

As atividades financiadas pelo Contrato-Programa são as que a seguir se apresentam, integradas nos seus equipamentos e/ou projetos principais: **Theatro Circo, gnration, Braga Media Arts e Braga 25.**

### 1.1 Theatro Circo

O Theatro Circo é um símbolo da cidade de Braga e uma referência nacional e internacional. Não apenas pelo seu edifício, inaugurado a 21 de abril de 1915, mas porque tem vindo a traduzir a importância da Cultura e dos criadores, fazendo desde 2022 parte da Rede de Teatros e Cineteatros Portugueses (RTCP), com critérios de

qualidade e ecletismo que o tornam uma sala respeitada por público e artistas.

A alteração na Direção Artística, levada a cabo em julho de 2023, implicou uma progressiva alteração do posicionamento artístico e estruturação dos programas do quadriénio 2024-2027, introduzindo um olhar necessariamente distinto para os

# FAZ CULTURA

domínios da Dança, Teatro e *Performance*; uma redistribuição do peso de variantes estilísticas no domínio da música; e um trabalho diferenciado no campo da mediação artística, participação comunitária e oferta para público infantojuvenil. A nova equipa programática, que é responsável pelos

programas do Teatro Circo e gnration, contempla as áreas da Música - a cargo de Luís Fernandes e Ilídio Marques, Artes Performativas - a cargo de Maria Inês Marques, Mediação e Participação - a cargo de Sara Borges - e Arte e Tecnologia/Artes Visuais - a cargo de Luís Fernandes).

## 1.1.1 ARTES PERFORMATIVAS

***Tendo 2024 sido um ano de transição entre direções artísticas, a temporada de artes performativas 2025 reflete a nova visão da equipa de programação do Teatro Circo e traduz, igualmente, o reforço programático no âmbito da Braga 25 – Capital Portuguesa da Cultura.***

Assim, 2025 verá um aumento da oferta na área das artes performativas (teatro e dança), com um total de 15 espetáculos no programa principal (superando o reforço já feito em 2024), abrindo o escopo a espetáculos e artistas internacionais, assim como a jovens criadores da região, através do programa de apoio à criação **SUPRACASA**. Esta será, à semelhança da temporada de 2024, uma programação eclética e inclusiva, que convida diferentes públicos a frequentar, de forma habitual e fidelizada, o Teatro Circo. Prevê-se, assim, que 2025 seja um ano de consolidação da visão programática da atual direção artística que se consubstancia, por

exemplo, na aposta estratégica em coproduções (7 coproduções, 4 das quais em parceria com a Braga 25, no âmbito do programa **SUPRACASA**), e 1 encomenda (em parceria com o gnration e o **Centro Cultural Vila Flor**), estabelecendo o Teatro Circo como uma instituição com um papel relevante no desenvolvimento das artes performativas em Portugal. Será também um ano de novas parcerias interdisciplinares com o gnration e de planeamento a médio-longo prazo. Em 2025, continuaremos a desenvolver e expandir as parcerias logísticas e de coprodução (iniciadas em 2024) com diversas instituições nacionais como o **Teatro Municipal do Porto, Culturgest, Centro Cultural Vila Flor e Festival DDD**. Para além da manutenção dos protocolos de colaboração com o **Teatro Nacional Dona Maria II (TNDMII)** e o **Teatro Nacional São João (TNSJ)**, iremos retomar a parceria com a **OPART**, através da apresentação do trabalho da **Companhia Nacional de Bailado** no programa de artes performativas.

# FAZ CULTURA

## **Teatro**

São vários os eixos conceituais que organizam a programação de artes performativas para 2025. A temporada será inaugurada por **RICARDO III** de William Shakespeare, encenado por **Marco Paiva**, com coprodução do **Centro Dramático Nacional** (Madrid), **TNSJ** e **TNDMII**, e com um elenco luso-espanhol de intérpretes maioritariamente surdos. Este será o primeiro de uma linha de espetáculos que propõe versões contemporâneas e reescritas experimentais de clássicos que fazem parte do cânone ocidental. O segundo espetáculo desta linha programática é **O FEITICEIRO DE OZ** (**Rafacla Jacinto** e **Rogério Terra / Companhia Ardemente**; uma coprodução do Theatro Circo numa parceria entre os programas de artes performativas e infantojuvenil), uma nova versão da obra para um público adolescente, que pretende abordar a narrativa através uma perspetiva queer e LGTBQIA+. Esta linha programática termina em setembro, com **ANTÍGONA**, o novo espetáculo da companhia **SillySeason** (coprodução do Theatro Circo), que questiona e reescreve o clássico de Sófocles à luz do que são as tensões intergeracionais de hoje. O novo teatro nacional estará em grande destaque na nossa programação de 2025, como é exemplo o mais recente espetáculo de **Mário Coelho** (Prémio Revelação Ageas Teatro Nacional Dona Maria II), **QUANDO EU MORRER, VOU FAZER FILMES NO INFERNO!**, um trabalho que alia o teatro ao *live cinema*, protagonizado por **Lúcia Moniz**.

Outro eixo em destaque é o programa **SUPRACASA**, que associa a Braga 25 ao Theatro Circo no apoio a novas criações de jovens artistas da região, através de residências artísticas, apoio de coprodução e apresentações dos respetivos espetáculos. Na área do teatro, destacamos a nova criação de **Raquel S./Noitarder**, **HEI DE REPARAR**, um espetáculo que revisita a história do teatro português (e do próprio Theatro Circo) a partir das biografias das maiores atrizes nacionais. **HEI DE REPARAR** terá estreia absoluta no Theatro Circo, na ocasião das celebrações do seu aniversário. Em outubro, **Ana Baptista** apresenta **BÚZIO**, espetáculo que aborda problemáticas decorrentes da turistificação em massa do território nacional e que ganhou a bolsa de investigação *Antecipar o Futuro* do **TNDMII**.

O programa de 2025 contará também com uma dimensão internacional. Na área do teatro, destacamos **NO YOGHURT FOR THE DEAD**, um novo espetáculo do dramaturgo e encenador **Tiago Rodrigues**, atual diretor artístico do **Festival de Avignon** e um dos criadores teatrais mais reconhecidos no atual panorama internacional. O espetáculo é uma encomenda do teatro belga **NTGent**, uma coprodução da **Culturgest** – instituição parceira do Theatro Circo nesta co-apresentação – e tem prevista uma digressão internacional.

Por fim, daremos continuidade ao eixo programático **FRENTE E VERSO**, iniciado

# FAZ CULTURA

em 2024 e que consiste num díptico de espetáculos que trazem perspetivas complementares sobre uma problemática contemporânea ou uma convenção performativa. Em 2025, **FRENTE E VERSO** coloca em diálogo o monólogo **LIMBO**, de **Victor de Oliveira**, sobre o

## **Dança**

Na área da Dança, serão apresentadas duas coproduções, no âmbito do programa de apoio à criação **SUPRACASA: HIDE TO SEEK**, de **Júlio Cerdeira / Banquete**, e **ADOÇAR**, o novo solo de **Ana Isabel Castro** (Prémio Jovens Artistas Coliseu Porto Ageas), coproduzido em associação com o **Festival DDD**.

Ao longo do ano, passarão pelo Theatro Circo, em regime de acolhimento, alguns dos coreógrafos com mais relevo no panorama português e internacional. Em maio, a Sala Principal recebe o aclamado espetáculo **CARCAÇA**, de **Marco da Silva Ferreira** (finalista do Prémio Rose 2025), que revisita as danças folclóricas portuguesas através de convenções do *footwork* em práticas contemporâneas como o *clubbing* ou as *ballroom battles*. No mês seguinte, **Piny** e André Cabral apresentam **ONYX**, um dueto que cruza práticas ritualísticas, dança urbana, manifesto cultural e testemunho autobiográfico, e que tem circulado nacionalmente desde 2024, com grande sucesso.

Em destaque no programa de dança de 2025 estão igualmente as duas récitas de **STEAL YOU FOR A MOMENT** (coproduzido pelo festival **Tanz im August**, Berlim), o

legado racial e identitário da presença portuguesa em Moçambique, e o espetáculo de dança **HIDE TO SEEK**, de **Júlio Cerdeira** - ambos reflexões sobre os processos de construção e ocultação da identidade pessoal.

espetáculo que volta a juntar os coreógrafos e bailarinos **Francisco Camacho** e **Meg Stuart** – uma das referências mais importantes da dança contemporânea. **STEAL YOU FOR A MOMENT** é um espetáculo que cria uma dinâmica de proximidade entre os *performers* e o público e que celebra a colaboração artística e a relação de grande intimidade entre Camacho e Stuart, ancorado numa viagem arqueológica pelas culturas ancestrais da Sardenha. Em outubro, teremos o regresso da **Companhia Nacional de Bailado** com o mais recente programa do seu repertório coreográfico, **SHECHTER / WELLENKAMP / NAHARIN**, um espetáculo de grande escala que traz à Sala Principal o trabalho sobre a ideia de coletivo de três importantes criadores da dança contemporânea.

Em 2025, o programa de dança do Theatro Circo conta com uma parceria inédita com o **gnration** e o **Centro Cultural Vila Flor**: o ciclo interdisciplinar e de cariz experimental **ZONA FRANCA**, que tem como objetivo colocar em evidência o diálogo eloquente, contínuo e multiforme entre a música autoral e a prática coreográfica. O ciclo consiste na apresentação de três duetos (um deles sendo

# FAZ CULTURA

uma encomenda) entre intérpretes-coreógrafos e intérpretes-músicos, em Braga e em Guimarães, criando um importante eixo no território minhoto para a divulgação e apoio às propostas experimentais de coreógrafos e músicos portugueses.

O primeiro espetáculo do ciclo **ZONA FRANCA** terá lugar no gnration, em fevereiro, e juntará a coreógrafa e bailarina **Vera Mantero** à trompetista **Susana Santos Silva**, num exercício de improvisação. No segundo quadrimestre, o

gnration recebe **Piny** e **Chullage**, dois importantes nomes no panorama da dança e música urbanas em Portugal, para um espetáculo inédito que será a primeira encomenda do **ZONA FRANCA**. O ciclo termina em outubro, com o acolhimento de **ESTÁ VISTO** (encomenda da BoCA), a colaboração entre o bailarino e performer **João dos Santos Martins** e a pianista **Joana Sá**, a partir de uma proposta de coreografia para o ciclo de *lieder* **Amor de Poeta**, de **Robert Schumann**.

## ***Residências artísticas***

***O programa de residências artísticas a ser desenvolvido pelo Theatro Circo para o quadriénio 2025-2028 terá um reforço substancial na sua ambição e materialização.***

Esta situação decorre no seguimento das primeiras ações de residência artística desenvolvidas em 2022; da aquisição do espaço contíguo ao Theatro Circo; bem como da dinâmica introduzida em 2024, aquando da alteração de direção artística, e que permitiu uma recuperação da utilização significativa da sala de ensaios do Theatro Circo para esta finalidade.

***Face à parca oferta, a nível nacional, de espaços e condições logístico-financeiras para a pesquisa e desenvolvimento artístico, acreditamos que o Theatro Circo deve afirmar-se como uma instituição de apoio à criação e contribuir para atenuar***

***este contexto de escassez, disponibilizando a artistas emergentes locais e nacionais recursos técnicos e financeiros para que possam desenvolver os seus projetos e iniciar assim processos de criação própria.***

As residências consideram ainda apresentações públicas informais, onde criadores possam partilhar com a equipa do teatro e o público local o seu processo e até alguns resultados preliminares, se assim for o caso.

Serão apresentados programas que se interligam com propostas da Braga 25, Capital Portuguesa da Cultura (CPC), tais como o **SUPRACASA** e **SEXUAL THEATRE**, de residências artísticas no âmbito das artes performativas.

O programa **SUPRACASA** tem como objetivo apoiar a criação e desenvolvimento de novos espetáculos na área das artes performativas. Este apoio, dirigido sobretudo

# FAZ CULTURA

a artistas em vias de consolidação do seu percurso profissional, consiste na atribuição de uma residência artística no Theatro Circo, assim como apoio financeiro de coprodução e apresentação dos espetáculos ao longo da temporada de 2025. Para esta primeira edição do programa, seleccionámos um grupo de cinco artistas/companhias da região: 2 na área do teatro, 2 na área da dança, e 1 na área do teatro infantojuvenil. Ainda em 2025, será lançada uma *open call* nacional para a segunda edição do **SUPRACASA**. Serão seleccionados três projetos, que estarão em residência no Theatro Circo ao longo do ano e terão estreia na temporada de 2026. O projeto de cooperação europeu **SEXUAL THEATRE**, financiado pela **Europa Criativa**, junta o Theatro Circo e a Braga 25 a organizações de artes performativas em França, Bósnia Herzegovina e Montenegro na criação de quatro espetáculos que reescrevem, a partir de uma perspetiva feminista, clássicos dos cânones literários destes quatro países. O projeto, que propõe a formação de equipas artísticas transnacionais e a circulação dos quatro espetáculos pelos países parceiros, prevê uma residência artística no Theatro Circo, em abril de 2025, para desenvolvimento e ensaios do espetáculo que junta um elenco português, uma dramaturga montenegrina e uma encenadora bósnia. O resultado deste processo criativo será apresentado, juntamente com os outros três espetáculos,

no âmbito do **Festival Política**, no Pequeno Auditório do Theatro Circo, em maio.

O próprio eixo de Mediação e Participação promoverá residências artísticas, através de projetos que incentivam a criação colaborativa a médio e longo prazo. Um desses projetos, **PARTIR PEDRA**, dirigido a jovens estudantes de música e amadores, resulta de uma parceria entre o Theatro Circo, a **Culturgest** e o **Teatro Viriato**. Neste esforço conjunto, os jovens participarão em sessões semanais, culminando numa apresentação final em Braga, onde as três cidades parceiras se irão reunir. O **CORDÃO – CORO DE DOENTES E AMIGOS ONCOLÓGICOS**, candidato ao **PARTIS & Art For Change**, iniciativa conjunta entre a **Fundação Calouste Gulbenkian** e a **Fundação La Caixa**, propõe-se a trabalhar semanalmente com doentes oncológicos e os seus cuidadores em sessões de criação musical, na área do canto coral.

Também na área da música, serão levados a cabo processos de criação contínua, associados ao programa regular do Theatro Circo. São de assinalar processos com **Drumming GP** com músicos da cidade de Braga para a preparação da peça **Music for 18 Musicians de Steve Reich**, **Mário Laginha** a celebrar os 100 anos de **Carlos Paredes** ou **Mão Morta**.

# FAZ CULTURA

## 1.1.2 MÚSICA

***A programação de música tem sido um fator diferenciador e de afirmação do Teatro Circo no panorama nacional desde a sua reabertura em 2006. Esta propensão tem levado a que, também num contexto regional, pela sua abordagem e pela importância dada à programação de música, o Teatro Circo ocupe um lugar muito particular no contexto da oferta artística da região do Norte de Portugal e Galiza.***

A alteração da direção artística não alterou esta propensão, facto evidenciado pela dinâmica de programação apresentada em 2024, com apresentação de artistas de dimensão mundial, tais como **Patti Smith & Soundwalk Collective, Swans, Gavin Bryars, John Scofield & Dave Holland** ou **Joe Lovano**. Foi também notória a vontade de reforçar o perfil nacional no que toca à apresentação de propostas de elevada qualidade em distintos campos da criação musical contemporânea. Para o quadriénio 2025-2028 manter-se-á a estrutura do programa de música, a qual foi reorganizada em 2024.

O ciclo **CONTRAPONTO**, um programa anual focado na composição de música erudita eminentemente dos séculos XX e XXI, com *ensembles* de escala variável e contextos de apresentação distintos, continuará no quadriénio que se segue, sendo uma aposta forte do Teatro Circo.

Este ciclo surge como alternativa a uma tendência massiva de apresentação de programas de música erudita alicerçados em compositores de cariz mais clássico. Ao longo de 6 concertos, distribuídos pelos 3 quadrimestres de cada ano, serão apresentadas composições por nomes incontornáveis da composição contemporânea, interpretados por *ensembles* locais, nacionais e internacionais. Será dado destaque a obras escritas por compositores de diferentes géneros, espectros culturais, geográficos e raciais. Na definição deste programa será também privilegiada a colaboração com músicos, *ensembles*, orquestras e instituições de ensino da cidade de Braga, região Norte e Galiza, numa tentativa de fortalecer pontes entre o Teatro Circo e o ecossistema da música erudita da região, bem como contribuir para uma maior difusão da música contemporânea e diversidade no que toca à programação de música erudita.

Parte da estratégia estabelecer pontes entre as programações do Teatro Circo e do *gnration*, olhando para domínios artísticos similares a partir de pontos de vista distintos. Este caminho começou a ser trilhado em 2024 e continuará no quadriénio 2025-2028. Nesse sentido o ciclo **JULHO É DE JAZZ**, continuará a ter lugar também no Teatro Circo, permitindo que propostas de elevado nível qualitativo e mediático na área do jazz nacional e internacional possam ter uma sala de classe mundial para se apresentarem em Braga. Esta alteração permitirá também que o Teatro Circo contemple, de uma forma

# FAZ CULTURA

mais robusta, a apresentação de propostas musicais no domínio do jazz e música improvisada. O ciclo **JULHO É DE JAZZ** terá lugar, anualmente, nos dois primeiros fins de semana de julho e, para além dos espetáculos contemplará atividades satélite como conversas e sessões de cinema documental.

Contudo, as pontes entre Theatro Circo e gnration no domínio da música não se ficam por aqui e contemplarão também o ciclo **PARAÍSO** e o **FESTIVAL PARA GENTE SENTADA**.

Introduzido de forma discreta em 2023, o **PARAÍSO** pretende afirmar-se como lugar ideal à nova música e expressões artísticas afrodescendentes e lusófonas. Este universo artístico, surpreendentemente longe da linha programática da maioria dos teatros municipais, e cada vez mais presente e relevante nos grandes festivais nacionais e internacionais, tem representado um impacto nas artes e na vida social em Portugal como há muitas décadas não assistíamos. O **PARAÍSO** partirá do universo da música para contemplar outros domínios de expressão artística, tais como a dança e *performance* ou o cinema. Terá também uma dimensão de trabalho com comunidades de diferentes perfis a partir de um prisma artístico.

A programação de música do Theatro Circo passará, adicionalmente, por momentos que não se enquadram em ciclos temáticos, permitindo o acolhimento e apresentação de concertos por artistas nacionais e

internacionais de elevada qualidade e mediatismo. A sala principal será maioritariamente orientada para espetáculos com elevado potencial de atração de público, sem descurar a variedade estilística. Do Jazz ao Rock, passando pela Pop ou Fado, o Theatro Circo pretende alinhar em propostas diversas com três denominadores comuns: elevada qualidade, pertinência e singularidade. O Pequeno Auditório não será esquecido, sendo um contexto ideal para apresentação de projetos emergentes que será explorado de forma regular no quadriénio que se segue. O foco nos criadores locais, em articulação com os programas de apoio à criação vigentes no gnration, será também tido em conta e motivo de atenção.

***Com o intuito de ser apresentada uma programação distintiva e diferenciada, o Theatro Circo procurará ainda aumentar o número de estreias, encomendas, residências e coproduções no domínio da música. Para tal, ao longo do quadriénio 2025-2028 serão estabelecidas pontes com parceiros locais, nacionais e internacionais, para a apresentação, criação e coprodução de espetáculos e obras nas diferentes áreas de produção contemporânea de música.***

# FAZ CULTURA

## 1.1.3 PENSAMENTO

Acreditamos que, de forma crescente, um teatro municipal deve assumir um papel de instigador de pensamento e reflexão alargadas, que possam contribuir para a discussão de tópicos que extravasem a lógica estrita da sua programação. Foi a partir desta ideia que, em 2024, o Theatro Circo deu início ao ciclo **CONTEXTO**, uma série de 5 conferências anuais que pretende estabelecer como ponto de partida ideias e temas que emanem da sua programação própria.

Este ciclo, que contará com um/a comissário/a distinto/a para cada um dos anos do quadriénio 2025-2028, procurará envolver convidados de diferentes quadrantes para uma exploração de tópicos distintos que, para além do seu interesse intrínseco, possam proporcionar um contexto e um ponto de vista particular para o programa próprio do Theatro Circo. Em 2025, a programação do **CONTEXTO** estará a cargo da curadora e investigadora **Alexandra Balona**.

## 1.1.4 PARTICIPAÇÃO E MEDIAÇÃO DE PÚBLICOS

***Seguindo o caminho iniciado no ano anterior, o programa de Mediação e Participação do Theatro Circo pretende reforçar o envolvimento da comunidade local, criando uma relação de proximidade com o público e promovendo um acesso cada vez mais inclusivo.***

Procura igualmente fortalecer o diálogo entre artistas e espectadores, proporcionando um espaço dinâmico de troca e interação, onde a cultura e a participação ativa possam florescer.

Em 2025 irão manter-se os três eixos de ação criados no ano anterior: Programação Infantojuvenil; Envolvimento de Públicos; e Acessibilidade.

### ***Programação Infantojuvenil***

Para 2025, prevê-se a continuidade do trabalho regular iniciado no ano anterior, com a apresentação de espetáculos para o público infantojuvenil, cinema e oficinas, que irão enriquecer a oferta cultural e educativa destinada aos mais novos. A proposta inclui a realização de, pelo menos, uma atividade mensal para crianças e famílias, com exceção do mês de agosto. Adicionalmente, alguns

espetáculos terão sessões especialmente destinadas às escolas, visando ampliar o acesso às manifestações culturais.

O Theatro Circo será coprodutor de três espetáculos para o público infantojuvenil: **micro micro coisas**, um espetáculo da **Plataforma285**, pensado para crianças a partir dos 3 anos e bilingue (português e Língua Gestual Portuguesa); **O**

# FAZ CULTURA

**FEITICEIRO DE OZ**, num trabalho conjunto com a programação de Artes Performativas, que procura atingir o público adolescente (m/12), a partir da reinterpretação de um clássico musical; e **LENDA DE MIRAGAYA**, da **Confederação – Coletivo de Investigação Teatral**, dirigido a maiores de 6 anos, com dramaturgia do artista bracarense **Miguel Ramos**. Esta aposta na coprodução impulsiona a criação dirigida à infância e juventude, proporcionando às companhias condições para desenvolverem um trabalho de qualidade neste domínio, posicionando simultaneamente o Teatro Circo de Braga como uma referência no setor.

Manter-se-ão celebrações especiais, como **CRIANÇAS AO PODER**, concentrado num único dia de programação e que, em 2025, coincidirá com as celebrações do Dia da Criança. Além disso, e à semelhança do ano anterior, será estimulado um cruzamento regular com o programa do **Circuito - Serviço Educativo Braga Media Arts**.

## **Envolvimento de Público**

O eixo de Envolvimento de Público mantém a sua premissa de Teatro como espaço de encontros: entre artistas, público, equipas - entre a cidade e a cultura.

Nesse sentido, para 2025 irão manter-se um conjunto de propostas que procuram este encontro, através de dimensões muito distintas e com públicos diversos.

Numa parceria com a **Culturgest**, em Lisboa, e o **Teatro Viriato**, em Viseu, o Teatro Circo irá desenvolver o projeto

Este esforço visa fomentar interações interdisciplinares e ampliar o campo de conhecimento, proporcionando aos participantes uma experiência cultural e educativa mais rica e diversificada.

**À semelhança do ano anterior, neste eixo de programação os bilhetes para espetáculos e oficinas serão disponibilizados a preços reduzidos ou de forma gratuita para instituições escolares, promovendo, assim, um acesso mais inclusivo e democrático à cultura. O objetivo é também facilitar o acesso das escolas aos espaços culturais, dado o seu papel fundamental na promoção de visitas das crianças a esses espaços, favorecendo a integração dos mais jovens no ambiente cultural desde cedo.**

**PARTIR PEDRA**. Este projeto participativo, irá partir do repertório de um músico nacional, reconhecido atualmente pelas gerações mais novas, envolvendo jovens dos 15 aos 18 anos na criação musical, com vista a uma apresentação pública.

O projeto **CORDÃO – CORO DE DOENTES E AMIGOS ONCOLÓGICOS**, candidato à iniciativa **PARTIS & Art For Change**, será um projeto transversal à Empresa Municipal. Tem como principal

# FAZ CULTURA

objetivo envolver pessoas com doença oncológica e cuidadores em sessões de criação semanais, durante todo o ano de 2025. Para este projeto, estão previstas um mínimo de três apresentações públicas. Como parceiros, contam-se o **Hospital de Braga**, a **Liga Portuguesa Contra o Cancro** e a **Universidade do Minho**. Irão manter-se os ciclos iniciados no ano anterior, como o **ESPAÇO COMUM**, que em 2025 partirá dos contributos gerados no ano anterior para trabalhar a ideia específica de vizinhança e ensaiar outras formas de vivenciar o teatro; e a **COMPANHIA DE**

## ***Acessibilidade***

Em 2025, a FAZ CULTURA irá continuar integrada na **Rede de Teatros com Programação Acessível**, promovida pela **Acesso Cultura**. Com a missão de promover uma programação regular acessível para pessoas Surdas, cegas ou com baixa visão, deverão ser garantidos um mínimo de cinco espetáculos com recurso a audiodescrição e cinco espetáculos com Língua Gestual Portuguesa. À semelhança do ano anterior, o Theatro mantém o objetivo de trabalhar a acessibilidade de uma forma transversal a várias áreas, desde a programação e

## ***Visitas guiadas***

As visitas guiadas ao Theatro Circo são um complemento essencial à sua oferta cultural. Desde 2015, o Theatro Circo faz parte da **Rota Europeia de Teatros Históricos**, uma rede que conecta teatros construídos entre o Renascimento e o início do século

**ESPECTADORES**, um grupo informal que dedica os seus encontros a um conjunto de espetáculos de teatro apresentados no Theatro Circo. Será também adicionado um novo ciclo, **FORMAS DE FAZER**, que convida artistas à partilha de conhecimentos, práticas ou experiências. Dedicado a estudantes, profissionais e interessados nas práticas artísticas, este ciclo irá desenvolver um total de cinco *workshops* por ano. Por último, as conversas com artistas passam a tomar um carácter menos vinculativo no programa, acontecendo de uma forma mais pontual em ocasiões especiais.

comunicação às questões físicas do próprio espaço, identificando falhas e propondo soluções, num processo de melhoria contínuo.

Com o programa **CORDÃO – CORO DE DOENTES E AMIGOS ONCOLÓGICOS**, candidato ao programa **PARTIS & Art For Change**, a Empresa Municipal irá desenvolver uma atividade regular com um foco social claro, promovendo a inclusão de pessoas com doença oncológica e seus cuidadores, e combatendo o seu isolamento social.

XX, através de doze rotas geográficas estratégicas. Esta integração reforça a importância do Theatro Circo no contexto cultural europeu e destaca o seu papel na preservação do património cultural.

# FAZ CULTURA

Nos últimos anos, milhares de pessoas visitaram o Theatro Circo, descobrindo a sua história e explorando os seus espaços icónicos, como o Foyer, o Salão Nobre, a Sala Principal e o Pequeno Auditório. As visitas também oferecem uma perspetiva única dos bastidores, com acesso ao sub-palco, à sala de ensaios, aos camarins e a uma varanda de cena, proporcionando uma visão completa do funcionamento e da arquitetura do teatro. Mais do que um simples percurso histórico e arquitetónico, estas visitas revelam histórias dos artistas e eventos que marcaram o Theatro Circo, destacando-o como um espaço vivo e dinâmico ao serviço da cultura.

***Em 2025 mantemos o compromisso de inovar esta tipologia de oferta, introduzindo novos recursos audiovisuais, visitas em múltiplos idiomas e opções de acessibilidade, como a Língua Gestual Portuguesa. Estas iniciativas visam enriquecer a experiência e garantir que um público cada vez mais diversificado possa desfrutar***

## 1.1.5 PARCERIAS

Os projetos a considerar na programação do quadriénio 2025-2028 continuarão a refletir, e de forma mais evidente, muitas das parcerias entre o Theatro Circo e outras instituições.

A inclusão deste equipamento na **Rede de Teatros e Cineteatros Portugueses (RTCP)** reforçou a relação com outros

***plenamente deste espaço histórico.***

Para 2025, prevê-se ainda que as visitas passem a integrar a programação de forma mais regular, permitindo a sua comunicação em agenda. As visitas serão divididas em duas vertentes: visitas guiadas para o público em geral, com o objetivo de realizar, pelo menos, uma manhã de sábado por mês; e visitas direcionadas para escolas e grupos organizados, que continuarão a funcionar por marcação, mediante a disponibilidade de espaços e recursos humanos.

A equipa responsável pelo desenvolvimento e condução destas visitas será renovada, privilegiando profissionais com a formação e experiência adequadas para a sua realização, assegurando assim uma maior capacidade de resposta a grupos com diferentes necessidades e níveis de conhecimento.

À semelhança do que tem vindo a ser implementado noutras atividades da programação, serão também promovidas visitas com recurso a Língua Gestual Portuguesa, com o objetivo de aproximar esta comunidade do Teatro e da sua programação.

equipamentos, fomentando a circulação dentro da rede de projetos e criadores nacionais. Neste contexto, para os próximos anos estão já estabelecidas parcerias com o **Auditório de Espinho, Teatro das Figuras, Teatro Viriato**, entre outros, cujas programações refletem entre 2025 e 2028 a intenção coordenada de permitir a

# FAZ CULTURA

circulação de espetáculos em território nacional.

Do Porto mantemos outras colaborações cuja presença será para continuar nos próximos anos, com destaque para o **Teatro**

**Nacional São João**, através de parcerias e coproduções assumidas em conjunto. Ainda no contexto nacional regista-se a parceria com o **Teatro Nacional D. Maria II**, na continuidade do desenvolvido no âmbito da iniciativa Odisseia Nacional, um projeto de circulação nacional desta estrutura, englobando cerca de 80 municípios portugueses. Em 2025, este ciclo terá o seu momento de fecho no Theatro Circo e gnration. Adicionalmente, na sequência da nova direção artística, o quadriénio 2025-2028 incluirá colaborações para coproduções e circulação de espetáculos com o **Centro Cultural de Belém, Culturgest, Teatro do Bairro Alto, Lu.Ca, Teatro Viriato, Alkantara e Teatro Municipal do Porto**. Regionalmente, e fruto da rede

**Quadrilátero Cultural**, manter-se-á a proximidade com os equipamentos das cidades de Guimarães, Vila Nova de Famalicão e Barcelos, sendo que nalguns casos as iniciativas promovidas em conjunto com os equipamentos culturais se sobreponham às promovidas no âmbito da

RTCP. Na relação com o **Centro Cultural Vila Flor**, em particular, o quadriénio 2025-2028 incluirá a introdução do ciclo conjunto **ZONA FRANCA**, dedicado à interseção de performers de música e dança, com conceção e programação conjunta entre as duas entidades.

Apesar de serem estruturas locais, a sua referência internacional é relevante para a cimentação das parcerias com os **Encontros da Imagem** e o **Festival Semibreve**, que se espelham nas previsões do próximo quadriénio de forma permanente e estável através de exposições e espetáculos que partilham da identidade dos seus promotores.

Nos próximos anos será instituída também uma dinâmica de colaborações com entidades internacionais para coprodução e circulação de espetáculos, nomeadamente com o festival **Rewire** e **Le Guess Who** dos Países Baixos, e o **Barbican Centre** de Londres, todos na área da música. Assinala-se, no domínio das artes performativas, a integração no projeto colaborativo **Dansathon**, em parceria com a **Maison de la Danse** (França) e o **Théâtre de Liège** (Bélgica), duas estruturas de dimensão internacional incontornável.

# FAZ CULTURA

## 1.2 gnration

Resultante da Braga 2012 – Capital Europeia da Juventude, o gnration é um espaço de criação, *performance* e exposição no domínio da música contemporânea e da relação entre arte e tecnologia.

Através de uma estratégia sustentada e de permanente abertura à comunidade pretende afirmar-se como polo aglutinador de dinâmicas culturais e criativas, assumindo-se como um espaço orientado para a sensibilização e formação de novos públicos, expondo-os a práticas artísticas relevantes à luz de uma perspetiva contemporânea e cosmopolita.

***A programação cultural do gnration assenta em dois domínios disciplinares fundamentais, passíveis de serem encarados de forma independente ou articulada. A Música Contemporânea e a relação entre Arte e Tecnologia são o mote para a programação de atividades de***

***perfil performativo, expositivo e educativo.***

Decorrente da tipologia e especificidade do edifício, bem como da vontade de marcar uma posição diferenciadora, a programação do gnration é fortemente alicerçada na criação de novos trabalhos em forma de encomendas, coproduções e residências artísticas por artistas e coletividades locais, nacionais e internacionais. A relação com artistas da região é, nesse sentido, privilegiada, encontrando em diversos ciclos e ações momentos de apoio à criação local. A estrutura assume-se, portanto, como instigadora da criação artística indo além da função de acolhimento regular de espetáculos e exposições.

No quadriénio 2025-2028, pretende-se reforçar e solidificar a sua posição nacional e internacionalmente, beneficiando da recente estrutura orgânica da Empresa Municipal. De seguida detalharemos as linhas mestras para a programação deste, a partir da lógica atual de programação da estrutura.

### 1.2.1 MÚSICA CONTEMPORÂNEA

***O gnration propõe-se a implementar um programa de Música Contemporânea que ofereça conteúdos únicos, de elevada qualidade e relevância artística.***

Desde 2024 que estas propostas programáticas alinham numa lógica de

complementaridade com a programação de música do Theatro Circo, no sentido de apresentar à cidade de Braga uma oferta eclética e transversal, incluindo diferentes manifestações da produção musical contemporânea.

A incidência da programação de música do gnration não se regerá por géneros ou catalogações estilísticas, mas por critérios

# FAZ CULTURA

estéticos e qualitativos, numa perspetiva de construção de uma identidade programática forte e com potencial de atração de diversos tipos de público, de dentro e de fora da cidade de Braga, tal como tem sido padrão desde 2015.

***A sua programação de música tem por base o programa regular de concertos, com uma periodicidade a flutuar entre o semanal e o quinzenal e acolhendo espetáculos por artistas nacionais e internacionais de elevado nível artístico, bem como servindo de palco para a apresentação dos múltiplos projetos de criação e/ou coprodução no qual o gnration se envolve. Neste campo o gnration distinguiu-se no panorama nacional como estrutura que apresenta propostas simultaneamente desafiantes e cativantes, com a propensão para acolher artistas cujo mediatismo atinge dimensões muito superiores nos anos seguintes.***

Neste quadriénio é mantida a estratégia de oferecer um programa regular de música distintivo e capaz de enriquecer a variedade e qualidade da oferta de concertos na região norte do País.

Desde 2015 é também levado a cabo o ciclo **JULHO É DE JAZZ**. Não obstante a sua escala, esta iniciativa tem vindo a afirmar-se no contexto do jazz nacional pela programação distintiva, orientada para as manifestações mais modernas do jazz

nacional e internacional. Durante o seu curto período de vida este ciclo promoveu colaborações inéditas e novos trabalhos a artistas como **Carlos Bica, Andy Sheppard, João Paulo Esteves da Silva, Mary Halvorson** ou **Peter Evans**. Em 2024, o ciclo **JULHO É DE JAZZ** aumentou a abrangência do seu programa, passando a acontecer também em diálogo com o Theatro Circo. Em 2025, o ciclo decorrerá novamente nos dois espaços. De salientar também que a edição de 2025 voltará a contar com o apoio à criação de um novo concerto a um jovem *ensemble* da cidade, tal como o fez em 2024 com o *ensemble* de **André Pizarro Pepe**. No total, o **JULHO É DE JAZZ** 2025 contará com 4 espetáculos no gnration durante o mês de Julho, ocupando o seu pátio exterior. Em 2023 regressou a iniciativa **RADIOGRAFIA**, iniciada em 2019 e com um foco inédito no trabalho de jovens compositores bracarenses no domínio da música contemporânea erudita. Esta iniciativa tomará o formato de focos particulares sobre jovens compositores, iniciando o ano de 2025 com Francisco Fontes, em Fevereiro, e **Sara Marita**, em Junho. O ciclo **RADIOGRAFIA** terá continuidade durante o quadriénio 2025-2028.

Ainda em diálogo com a programação do Theatro Circo, em 2025, pelo segundo ano consecutivo, o gnration voltará a programar o ciclo **PARAÍSO**, dedicado às diferentes manifestações da lusofonia.

Em 2025, o gnration acolherá também o festival internacional de música **SQUARE**, que ocupará o gnration durante quatro dias

# FAZ CULTURA

entre janeiro e fevereiro, e um cine-concerto integrado no programa **CINEX**, em Abril, ambos projetos da Braga 25 – Capital Portuguesa da Cultura.

Iniciado em 2016, o gnration **OPEN DAY** tornou-se um evento de sucesso, com impacto no calendário cultural da cidade. O evento, que decorre anualmente no início do mês de Maio, propõe-se a assinalar, num dia de acesso livre à comunidade bracarense, não só a celebração do aniversário da estrutura, mas também a sua visão artística e identidade programática.

Para o quadriénio 2025-2028, a celebração do **OPEN DAY** continuará a ser tratada como um marco importante do programa anual do gnration, sendo alicerçada numa lógica de convivência entre conteúdos performativos, expositivos e educativos, entre novas apresentações por artistas locais, nacionais e internacionais.

Em 2025, o gnration celebrará o seu aniversário conjuntamente com o aniversário do Teatro Circo, a 2 e 3 de maio, propondo um programa conjunto e articulado entre as duas salas.

## 1.2.2 ARTE E TECNOLOGIA

***A relação entre Arte e Tecnologia é um eixo estruturante para a cidade e o gnration assume-se como principal agente dinamizador neste domínio, contribuindo para que a notoriedade da cidade de Braga no âmbito da inovação e novas tecnologias, nos últimos anos, se tenha expandido para o domínio artístico, culminando com a atribuição do título de Cidade Criativa da UNESCO para as***

***Media Arts.*** Adicionalmente, o trabalho desenvolvido pelo gnration neste domínio tem sido assinalado além-fronteiras, sendo uma das estruturas integrantes da rede europeia **European Media Arts Platform (EMAP)**, na qualidade de membro efetivo, rede que iniciará um novo ciclo programático em 2025.

***Recentemente, em 2024, o gnration passou a ser financiado também via Rede Portuguesa de Arte Contemporânea, fator que reforça o trabalho da estrutura no contexto nacional.***

O gnration propõe-se a continuar a desenvolver um trabalho regular de disseminação da relação entre arte e tecnologia através da programação de exposições, concertos/*performances*, residências e conteúdo educativo direcionados a um público diverso e abrangente, contribuindo para afirmar Braga como uma referência internacional na área. O programa de Arte e Tecnologia é, maioritariamente, traduzido em formato expositivo através de exposições e instalações que ocupam as galerias do edifício. Nesse sentido o quadriénio 2025-2028 contará com 28 exposições nas galerias principais. A orientação programática incidirá sobre

# FAZ CULTURA

exposições encomendadas com ênfase particular na tecnologia não enquanto mera ferramenta, mas como ponto de partida para uma exploração estética robusta, contemporânea e integradora. Adicionalmente, conteúdos expositivos de menor duração acontecerão pontualmente noutras salas do edifício, associados a eventos como o **OPEN DAY, PÓS-LABORATÓRIOS DE VERÃO/Noite Branca, OCUPA, Semibreve, Encontros da Imagem**. Em 2025 o gnration acolherá igualmente três exposições em colaboração

com o projeto **CINEX** da Braga25 – Capital Portuguesa da Cultura, bem como exposições resultantes de produção académica do **Mestrado em Media Art** da **Universidade do Minho**, entidade com a qual o gnration mantém uma relação estreita de parceria.

O gnration será também um dos pontos nevrálgicos de programação das edições de 2026 e 2028 do **INDEX**, bienal de arte e tecnologia, acolhendo conteúdos expositivos, ações de cariz educativo e programa performativo.

## 1.2.3 CINEMA E CONFERÊNCIAS

***O programa do gnration tem sido progressivamente alimentado por eventos cuja tipologia vai além daquelas que lhe são mais naturais, expandindo a sua atividade para eventos no domínio do Cinema e do Pensamento.***

Nesse sentido, o ciclo **CINEMA NO PÁTIO**, que se realiza anualmente desde 2017 no pátio exterior do gnration durante o mês de Agosto, terá continuidade no quadriénio 2025-2028. Adicionalmente, será para manter a ligação disciplinar entre o cinema e a música, que tem vindo a ser explorada pelo gnration através da encomenda e programação de filmes-concerto.

***No que toca a programas dedicados ao Pensamento, no quadriénio que se segue, será dada continuidade à reflexão acerca de domínios como Democracia e Tecnologia, Literacia Digital, Inteligência Artificial e Arte, Criação Contemporânea em Territórios Periféricos, Ciência e Arte e Criação Artística Local, através do formato de conferências e mesas redondas em regime maioritariamente online.***

Será dada primazia à inclusão de estruturas e personalidades dos meios académicos, científicos e artísticos locais em complementaridade com convidados de outros domínios e origens geográficas.

# FAZ CULTURA

## 1.2.4 APOIO À CRIAÇÃO

***O apoio à criação artística constitui-se como uma das grandes missões do gnracion, traduzindo-se num conjunto alargado de processos que decorrem anualmente e cujo resultado é apresentado no contexto do seu programa de concertos, espetáculos e exposições.***

***Para o quadriénio 2025-2028 serão encomendados 20 novos trabalhos expositivos para serem apresentados nas duas galerias sediadas no edifício.***

Adicionalmente, desde a pandemia COVID19, o gnracion alargou os conteúdos expositivos para o domínio *online*, com encomendas a artistas locais como **Joana Patrão, Adriana Romero e Sofia Saldanha**, e internacionais como **Renick Bell e Joana Chicau**. Esta tendência de exploração do médium *online* será mantida nos anos vindouros, com novas encomendas. Na área da música o apoio à criação traduz-se de formas distintas. Por um lado, através de encomendas próprias ou em conjunto com outras estruturas nacionais, com especial destaque para a parceria mantida com a **Culturgest – Fundação CGD, festival Madeira Dig, Tremor** e com o **Auditório**

### ***Órbita***

Em 2021 foi introduzido no programa do gnracion um novo ciclo, denominado Órbita.

**de Espinho**. Estas iniciativas terão continuidade nos anos vindouros. Por outro lado, através do programa **TRABALHO DA CASA**, que acontece desde 2015, sendo dedicado, integralmente, a artistas locais. Desde a sua criação, o **TRABALHO DA CASA** apoiou mais de duas dezenas de artistas bracarenses, criando música e edições discográficas novas, apresentadas em primeira mão no contexto do seu programa de concertos. Estão previstos 12 novos **TRABALHOS DA CASA** para o quadriénio 2025-2028, o que permitirá reforçar o papel do gnracion como principal estrutura na promoção de novos artistas no domínio da música moderna na cidade de Braga. Em 2025, o **TRABALHO DA CASA** apresentará novos trabalho de **Monstro**, uma estreia no contexto da criação da cidade, e **Indigo Quintet**.

O programa **LABORATÓRIOS DE VERÃO**, tratado individualmente de seguida, constitui-se também como um importante elemento do programa de apoio à criação do gnracion e terá continuidade no quadriénio que se segue, agora através de uma parceria com o **Centro Internacional das Artes José de Guimarães (CIAJG)** em Guimarães e com a **Solar – Galeria de Arte Cinemática** de Vila do Conde, que permitirá incutir uma dimensão regional a este programa.

Pensado exclusivamente para o formato *online*, à sua volta gravitam novas obras

# FAZ CULTURA

encomendadas e são estabelecidas pontes com o programa presencial, com relação nos domínios da música, arte e tecnologia. Ao longo do quadriénio 2025-2028 o Órbita terá uma periodicidade mensal, resultando em 48

## ***Laboratórios de verão***

Os **LABORATÓRIOS DE VERÃO** são um ciclo de residências artísticas direcionadas a artistas ou coletividades residentes ou naturais do distrito de Braga.

Através destas residências artísticas são desenvolvidos conteúdos artísticos originais nos domínios da imagem, som, *performance*, interatividade, música, dança ou cruzamento entre as áreas anteriormente descritas. As residências artísticas ocupam integralmente as instalações do *gnration* durante o mês de Agosto, ocorrendo cada uma em períodos de duas semanas.

A sua apresentação pública ocorre, por norma, no contexto do programa da Noite Branca de Braga tendo sido a única exceção a esta regra a edição de 2020.

Face ao sucesso da iniciativa, o **CIAJG – Centro Internacional de Artes José de Guimarães**, juntou-se ao projeto em 2022, ampliando a abrangência do projeto e a sua escala na região. Em 2024, no âmbito do programa de financiamento a projetos da

apresentações exclusivas – de peças sonoras, a filmes ou trabalhos audiovisuais – a serem disponibilizadas nas plataformas *online* do *gnration*.

**RPAC – Rede Portuguesa de Arte Contemporânea**, o projeto garantiu um apoio financeiro para a sua execução em 2024 e 2025, tendo inclusivamente sido o projeto mais bem pontuado na categoria de financiamento à qual concorreu.

Decorrente deste reforço, o projeto conta com a **Solar – Galeria de Arte Cinemática** (Vila do Conde) como coorganizadora e com o **LAC – Laboratório de Actividades Criativas** (Lagos) como parceiro. Em 2025 o projeto focar-se-á em artistas do distrito de Braga e concelho de Vila do Conde, acolherá 4 residências e contará com uma curadora convidada

Desde 2015, ano em que o projeto iniciou, foram apoiados 36 projetos artísticos da autoria de artistas locais o que torna os **LABORATÓRIOS DE VERÃO** um dos projetos mais significativos no apoio à criação para artistas locais. O projeto terá continuidade no quadriénio 2025-2028.

## 1.2.5 PARTICIPAÇÃO E MEDIAÇÃO DE PÚBLICOS

Pela natureza da sua programação e visão estratégica o *gnration* constitui-se como uma estrutura com forte vocação para a formação de públicos, abrindo caminho para a apresentação de espetáculos diferenciadores

e conteúdos arrojados, contribuindo dessa forma para o ecossistema cultural do norte do País.

O Serviço Educativo do *gnration*, criado em 2015, diferenciou-se pela sua especificidade,

# FAZ CULTURA

decorrente da relação entre os domínios da arte e tecnologia. As suas atividades deram origem a iniciativas à escala municipal, o seu programa estabeleceu parcerias com estruturas nacionais como **Casa da Música**, **Teatro Maria Matos** ou **Centro Cultural de Belém**, e os seus projetos de comunidade integraram populações múltiplas, de pessoas com deficiência a jovens em risco ou pessoas sem abrigo. Este trabalho, estruturante e decisivo para a atribuição do título de Cidade Criativa da UNESCO para as Media Arts, foi amplificado através da criação do Circuito – Serviço Educativo Braga Media Arts, em 2019, estrutura que herdou o legado do serviço educativo do gnracion. Desde então a vertente educativa do gnracion tem sido desenvolvida através do programa do

**Circuito – Serviço Educativo Braga Media Arts**, sendo as atividades do mesmo desenvolvidas maioritariamente nas suas instalações e funcionando como quartel-general para as mesmas.

Esta dinâmica será mantida no quadriénio 2025-2028, através de uma colaboração estreita entre a programação do gnracion e do Circuito – Serviço Educativo Braga Media Arts.

Adicionalmente, será continuado o programa de mediação para conteúdos expositivos. Este programa de mediação, iniciado em 2021, inclui dois níveis de relação, com a comunidade escolar e com o público geral, sendo constituído por *workshops*, visitas guiadas e conversas informais.

## 1.2.6 PARCERIAS

O programa anual do gnracion continuará a contar com parcerias de programação com vista ao enriquecimento e abrangência da oferta artística em múltiplos domínios da criação contemporânea.

No quadriénio 2025-2028 será dada continuidade à parceria com estruturas locais de referência nacional como os **Encontros da Imagem**, com conteúdos expositivos na área da fotografia durante os meses de Setembro e Outubro e com o **Festival Semibreve**, acolhendo parte do seu programa performativo e expositivo no final do mês de Outubro. Será também dada continuidade ao acolhimento do evento **OCUPA** – perspetiva sobre música eletrónica e arte digital em Braga, evento

focado na criação local que estabelece pontes também com o Circuito – Serviço Educativo Braga Media Arts; com o ciclo de residências artísticas **GUELRA** e **CONTRAPESO**, da companhia de dança bracarense **Arte Total**. Ainda no que toca a redes regionais, é de assinalar a colaboração com o **Centro Internacional de Artes José de Guimarães** e a galeria **Solar** para a expansão da iniciativa de apoio à criação artística **LABORATÓRIOS DE VERÃO**, iniciada em 2023 e que terá continuidade em 2025. Através desta parceria o programa adquiriu uma maior robustez, dotação orçamental e impacto na região norte do país.

# FAZ CULTURA

Adicionalmente, a definição de redes de parceiros institucionais continuará a ser mantida como de vital importância para a legitimação artística e a viabilização orçamental do programa cultural do gnration. Nesse sentido, a parceria com instituições de referência da programação cultural é de primordial importância para o quadriénio 2025-2028. Em 2025, será dada continuação à colaboração estreita com **Culturgest – Fundação CGD, Galeria Zé Dos Bois, Fundação de Serralves, Teatro Viriato, Teatro do Bairro Alto (EGEAC), Associação Jazz ao Centro, BoCA –**

**Bienal de Arte Contemporânea, Centro Cultural Vila Flor, Teatro das Figuras, Festival Tremor e Festival Madeiradig** para encomenda e circulação de trabalhos a nível nacional. De salientar também que, em 2025, ano em que Braga ostentará o título de Capital Portuguesa da Cultura, o gnration será parceiro de vários projetos apresentado no âmbito no programa oficial da Braga 25, como o festival **SQUARE, O QUE FAZEMOS COM ISTO?, CINEX**, entre outros, abrangendo diferentes áreas artísticas como a música, o cinema, artes visuais, e a mediação e participação.

## 1.3 Braga Media Arts

O ano de 2025, assinala o 8º ano de integração da **Rede de Cidades Criativas da UNESCO** com submissão do Relatório Quadrienal à UNESCO, acompanhada da proposta de atividades para o ciclo de 2026 a 2029, sendo mais um ano que reflete o compromisso da cidade de Braga e da Braga Media Arts (BMA) em fomentar o desenvolvimento dos setores cultural e criativo, fortalecendo o ecossistema artístico, criativo e cultural local.

O **Mestrado em Media Arts**, que entra na sua 4ª edição, continua a afirmar-se como uma referência proporcionando uma formação avançada no cruzamento entre arte, comunicação e tecnologia digital na cidade de Braga, consolidando a parceria estratégica entre a **Universidade do Minho** com a Braga Media Arts (BMA) e o *gnration*.

2025 será o ano de preparação da terceira edição da bienal de arte e tecnologia *Index*, depois de uma bem-sucedida edição em 2024.

O apoio a artistas e agentes do setor cultural e criativo continuará a ser uma prioridade,

com ênfase na inovação tecnológica e nos valores de sustentabilidade, inclusão e bem-estar social. Este plano reforça a ambição de Braga de liderar o caminho na interseção entre arte, criatividade e tecnologia, impulsionando mudanças positivas tanto a nível local como internacional.

No que respeita às obrigações de pertença à Rede de Cidades Criativas, 2025 será o ano da entrega do Relatório Quadrienal, referente ao período de 2022 a 2025, juntamente com a proposta do plano de atividades para o próximo ciclo 2026-2029 e a entrega no **MONDIACULT Online Survey**. Será também uma oportunidade para fazer um balanço dos oito anos de integração na rede.

A representação da cidade de Braga continuará a ser assegurada nas atividades e reuniões da sub-rede de Media Arts, onde Braga, desde 2022, assume o papel de *deputy coordinator*, bem como nas relações com outras cidades da rede, a nível nacional e internacional. Serão ainda garantidas as interações e respostas a solicitações do secretariado da UCCN e da UNESCO.

### 1.3.1 PROJETOS E ATIVIDADES

#### ***Mestrado em Media Arts***

O **Mestrado em Media Arts** da **Universidade do Minho** inicia a sua quarta edição em 2024/2025, coincidindo com o segundo quadriênio da permanência de Braga na Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Em parceria com a Braga Media

Arts (BMA) e o *gnration*, o mestrado tem-se afirmado ao longo dos anos, fortalecendo o ecossistema cultural, artístico e criativo da região.

Em 2025, o curso continuará a beneficiar de apoio logístico, comunicacional e ao nível do

# FAZ CULTURA

acesso à programação da BMA e do gnration, reforçando a qualidade do plano curricular e destacando a sua singularidade. O gnration será palco da eMMA – Exposição do Mestrado em Media Arts, onde serão apresentados os projetos finais dos

estudantes, marcando o encerramento de um ciclo de quatro anos de formação. Além disso, será promovida a divulgação das investigações realizadas no âmbito deste curso de pós-graduação, assinalando a importância deste ciclo.

## ***Index***

Após a segunda edição em 2024, cujo tema central foi **COEXISTÊNCIA**, o Index consolidou-se como um evento único em Braga e em Portugal, sendo atualmente a única bienal de arte e tecnologia do país. A terceira edição, prevista para maio de 2026, exigirá uma preparação curatorial e temática liderada pela equipa selecionada

para o evento, bem como a escolha antecipada dos artistas responsáveis pelas obras encomendadas. Em 2025, serão realizadas atividades de estruturação e planeamento do programa, além da definição da estratégia geral de comunicação, que inclui o conceito, design e assessoria de imprensa.

## ***Apoio a Artistas e Agentes do Setor Cultural e Criativo***

Em 2025, o apoio a artistas, criadores e empresas do setor cultural e criativo, que integrem a tecnologia como elemento central das suas atividades, será reforçado. Este apoio promoverá simultaneamente os princípios da sustentabilidade, inclusão e bem-estar social, com o objetivo de

impulsionar a inovação e gerar um impacto significativo no setor cultural e criativo. Através deste apoio, pretende-se contribuir para a consolidação de um ecossistema que valorize a diversidade, estimule a criatividade e impulsione mudanças positivas que promovam o crescimento económico.

## ***Projeto “Empower Citizens for Agency as Driver for Change in Cities”***

No âmbito do projeto **EMPOWER CITIZENS FOR AGENCY AS DRIVER FOR CHANGE IN CITIES**, financiado pelo programa **INTERREG** e liderado pela **Heinrich-Böll-Stiftung Schleswig-Holstein**, com a participação de oito parceiros no total, a BMA irá, em 2025,

prestar apoio técnico ao desenvolvimento do programa de ação liderado pelo Município de Braga. Este programa tem como objetivo promover um projeto piloto (Living Lab) e avaliar o impacto da tecnologia digital na configuração dos espaços público.

# FAZ CULTURA

## ***EMAP Expanded***

A plataforma **European Media Art Platform (EMAP)** é uma das mais relevantes estruturas europeias na promoção da arte e tecnologia, incorporando um conjunto de entidades de particular relevo no contexto internacional e tendo sido um projeto piloto da própria **Creative Europe** no que concerne ao apoio à criação e circulação de novas obras artísticas. Em 2021 o gnracion foi convidado a integrar a plataforma **European Media Art Platform Extended (EMAP Expanded)**, a nova versão da EMAP, sendo a única estrutura nacional a figurar ao lado de **Antre Peaux**, Bourges, França; **Ars Electronica**, Linz, Austria; **FACT**, Liverpool, Reino Unido; **iMal**, Bruxelas, Bélgica; **IMPAKT**, Utrecht, Países Baixos; **Kapelica Gallery**, Ljubljana, Eslovénia; **Kontejner**, Zagreb, Croácia; **LABoral**, Gijón, Espanha; **M-Cult**, Helsinquia, Finlândia; **NeMe**, Limassol, Chipre; **RIXC**, Riga, Letónia; **Onassis Stegi**, Atenas, Grécia; **WRO**; Wroclaw, Polónia; e **Werkleitz**, Halle, Alemanha.

A rede **EMAP Expanded** foca a sua atividade na promoção de novos trabalhos em regime de residências artísticas e na sua circulação pelas estruturas integrantes da plataforma. No triénio 2022-2024 a rede promoveu a criação de 47 novos trabalhos, dos quais o gnracion foi responsável pela produção e apresentação de 3, da autoria de **Marc Vilanova** (*Cascade*), **Davor Sanvicenti** (*A natureza não faz barulho*) e **Luiz Zanolto** (*In my mother tongue, time and weather are the same*). Adicionalmente o gnracion acolheu 2 exposições coletivas focados nos trabalhos desenvolvidos no contexto do EMAP ao longo dos últimos 7 anos.

No quadriénio 2025-2028, a plataforma sofrerá alterações, decorrentes de uma pausa no financiamento europeu. Em 2025, o gnracion acolherá uma exposição focada em trabalhos produzidos ao abrigo da rede durante o ano de 2024.

## 1.3.2 PARTICIPAÇÃO E MEDIAÇÃO DE PÚBLICOS

O **Circuito – Serviço Educativo Braga Media Arts** desenvolve atividades multidisciplinares que promovem a interação entre diferentes formas de expressão artística, incentivando a criação colaborativa e a participação ativa. Com uma programação que se tem mantido consistente ao longo do tempo, o foco recai na exploração das ligações entre arte e

tecnologia, envolvendo tanto artistas locais como de outras regiões do país e do estrangeiro. Desde o início, o programa tem vindo a adaptar-se a diferentes audiências, envolvendo grupos como crianças, jovens, famílias, estudantes universitários, profissionais das artes e educação, bem como diversas comunidades e o público em geral.

# FAZ CULTURA

Na relação com as escolas, para além das habituais sessões escolares de espetáculos, continuarão os projetos **WE!**

## **WORKSHOPS DE**

**EXPERIMENTAÇÃO**, com novas temáticas, e as visitas orientadas às exposições do gnration. Em 2025, o Circuito fará uma pausa nos projetos **MINI MAPA SONORO** e **DIÁRIOS DE BORDO**, usando este hiato para uma reavaliação de ambas as atividades. Em sua substituição, será lançado o programa-piloto **VAIVÉM**, direcionado a alunos do 1.º Ciclo de escolas das zonas limítrofes da cidade. Este projeto propõe um processo de contacto mais lento e dedicado, onde uma turma trabalhará colaborativamente com um artista convidado ao longo de 12 sessões. Dois artistas estarão no terreno em 2025 e a cada um corresponderá uma turma / escola, de janeiro a junho. Esta mudança, que valoriza a qualidade e a profundidade do contacto sobre a quantidade de participantes, aponta para um impacto mais significativo. Ao privilegiar escolas das zonas periféricas de Braga, procura-se reduzir as barreiras de acesso e participação, muitas vezes reportadas por estas comunidades escolares. Na programação para os mais novos, o Circuito aposta em duas apresentações internacionais: o músico francês **Pierre Bastien**, construtor de objetos sonoros únicos, que irá acompanhar uma seleção de curtas-metragens dos anos 20 e 30 do **Arquivo Nacional de Cinema do Japão**; e o espetáculo **SCREENAGERS 2.0**, de **Giuseppe Chico & Barbara Matijević**, que explora a *web* de forma "arqueológica" e "antropológica", refletindo sobre as emoções

da era digital. Este último é uma parceria com o **Instituto Francês em Portugal**, no âmbito da iniciativa **Novembre Numérique**. O Circuito coproduzirá ainda o espetáculo **ANTES DA CHUVA SOPRA O VENTO**, de **Fernando Mota**, e irá repor a peça **NUVENS**, em colaboração com o Teatro Circo, dando continuidade à atividade de mediação iniciada em 2024, para crianças do pré-escolar. De referir também a criação de um novo ciclo de *workshops*, **A ARTE É UM FENÓMENO**, que junta a artista **Marta Pombeiro** e a geóloga **Catarina Loureiro**, unindo arte e ciência numa atividade para crianças e famílias.

Os projetos participativos são essenciais ao Circuito. A **ODE – ORQUESTRA DE DISPOSITIVOS ELETRÓNICOS**, dirigida em 2025 pela harpista e compositora **Angélica Salvi**, irá colaborar com grupos como os alunos de **Mestrado em Media Art UM**, o projeto **OUTRA VOZ** de Guimarães, e o **CORDÃO**, candidato ao programa **PARTIS & Art For Change**. Em parceria com a **Sinfonietta de Braga** e no âmbito do projeto **RE:OPERA**, será criada uma oficina participativa focada na criação de um libreto para uma futura apresentação. O **ACUSTICIDADE**, que desenvolve novas criações anualmente, terá em 2025 um formato voltado para o debate das temáticas dos episódios anteriores. Considerando também o seu papel na capacitação para as áreas da arte e tecnologia, o Circuito continuará o ciclo **BMA LAB** e a Formação de Professores, oferecendo dez *workshops* ao longo do ano sobre temas como composição sonora, rádio e cinema.

## 1.4 Braga 25

Em 2018, o Município de Braga delegou na Teatro Circo de Braga a condução do processo preparatório da candidatura a Capital Europeia da Cultura (CEC) 2027, o qual se iniciou com a elaboração de uma Estratégia Cultural para o horizonte temporal 2020-2030 – Braga Cultura 2030. Após a apresentação e aprovação desse documento orientador para as políticas públicas municipais na área da cultura - e não perdendo de vista as suas principais recomendações e conclusões, em 2020 iniciou-se, oficialmente o processo de candidatura de Braga a Capital Europeia da Cultura (CEC) 2027.

Cumpridas todas as etapas relativas a este procedimento, e tendo Braga chegado à fase de seleção final juntamente com 3 outras cidades portuguesas, a Comissão Europeia anunciou a 7 dezembro de 2022 o resultado final deste processo, indicando a cidade de Évora como a próxima Capital Europeia da Cultura em Portugal.

No evento de comunicação deste anúncio, o júri internacional, em representação da Comissão Europeia, sublinhou a extraordinária qualidade das candidaturas das quatro cidades. O Ministério da Cultura do Governo Português, na mesma ocasião e em reconhecimento do trabalho realizado pelas referidas cidades e consubstanciado nas suas respetivas candidaturas, anunciou a criação do título nacional de Capital Portuguesa da Cultura, a atribuir às três cidades não galardoadas com o título Europeu.

***Braga foi, assim, reconhecida com o título de Capital Portuguesa da Cultura 2025, o qual é assumido como continuidade do processo de trabalho desenvolvido desde 2018 e, como tal, totalmente alicerçado e alinhado com os princípios da Estratégia Braga Cultura 2030 e do Dossier de Candidatura CEC 2027.***

Tendo em conta este contexto e enquadramento da Braga 25 Capital Portuguesa da Cultura, foram definidos os pressupostos que norteiam a estratégia e operacionalização deste título:

- O título de Capital Portuguesa da Cultura atribuído a Braga é um reconhecimento do trabalho desenvolvido no âmbito da CEC 2027 e, como tal, um compromisso com o Governo Português quanto à continuidade da visão, conceito e programa artístico consubstanciados no Dossier de Candidatura;
- A Braga 2025 tem como objetivos (i) celebrar a criação artística nacional; (ii) promover a sua internacionalização e dimensão europeia; (iii) capacitar o setor cultural e artístico bracarense;
- O programa oficial da Capital Portuguesa da Cultura resulta do trabalho de uma equipa de Missão constituída pelo Município de Braga e a Empresa Municipal FAZ CULTURA;

# FAZ CULTURA

- O programa da Capital Portuguesa da Cultura 2025 focar-se-á: (i) na concretização parcial dos projetos definidos na Candidatura CEC 2027, refletindo a realidade da dotação orçamental agora vigente e uma aposta nos projetos mais estruturantes e de legado; (ii) numa oferta cultural do Município de Braga orientada para os objetivos da Braga 2025 acima descritos; e (iii) por uma programação reforçada do Theatro Circo e gnration nos mesmos pressupostos.

Face aos pressupostos expostos, a Teatro Circo de Braga tem sob a sua alçada; a implementação dos projetos decorrentes do referido processo de candidatura.

A concretização destas responsabilidades e atividades pela Empresa é alavancada pela manutenção do compromisso municipal para com o projeto, que corresponde, no triénio 2023-2025, à alocação de cerca de um milhão de euros por ano à implementação das principais ações previstas na candidatura.

Os equipamentos Theatro Circo e gnration reforçarão a sua programação em 2025 com vista a diversificar a sua oferta regular e de acordo com os objetivos e princípios programáticos da Capital Portuguesa da Cultura.

## 1.4.1 PROJETOS E ATIVIDADES

Observando os pressupostos anteriormente enunciados, procedeu-se à seleção de um conjunto de projetos emanados da Candidatura CEC, com vista à sua implementação no contexto da Capital Portuguesa da Cultura, tendo em conta os seguintes critérios:

- a sua capacidade de adequação à realidade orçamental e cronograma vigentes; isto é, projetos que até 2025 possam produzir resultados públicos e não percam consistência e pertinência apesar de uma dotação orçamental inferior;
- o potencial de transformação e legado dos projetos, com particular enfoque na capacitação do setor cultural e criativo

local, participação da comunidade e práticas colaborativas supramunicipais;

- o retrato dos princípios, temas e conceito da candidatura CEC 2027, ou seja, uma seleção de projetos que apresenta uma síntese da abordagem programática e artística do referido dossier;
- o alinhamento dos projetos com a Estratégia Braga Cultura 2030, contribuindo para a concretização da mesma.

A seleção efetuada representa cerca de um terço dos projetos que integraram o Programa Artístico da Candidatura CEC.

O ano 2024 correspondeu ao arranque no terreno dos projetos, incluindo o início dos trabalhos com os diversos parceiros locais

# FAZ CULTURA

envolvidos nos mesmos assim como com as comunidades que os integram. Este trabalho de intensa mobilização culmina em 2025 com a apresentação pública dos projetos, de

**CONTRA-QUIOSQUE** convida artistas a ocuparem os quiosques desocupados de Braga através de investigações de arquivo e coleções pessoais ou institucionais da cidade, de modo a desvendar e a debater narrativas que ficaram fora dos discursos e representações predominantes, nomeadamente migrantes, comunidades multiculturais, grupos LGBTQIA+, e espécies mais que humanas.

Em 2025, estes quiosques formarão uma espécie de museu policêntrico, com microexposições espalhadas por diferentes pontos da cidade e atividades paralelas programadas especificamente para estes espaços.

## **SOMOS TODOS CAPITÃES**

**50 ANOS DE LIBERDADE** é um projeto expositivo transdisciplinar, de grande escala e imersivo, retrata através da arte o contexto social, político e cultural português no período compreendido entre as décadas de 1920 e 1970.

Nesta exposição, localizada em diferentes espaços da cidade e suportada o por um programa paralelo de pensamento e *performance*, serão exibidos diversos documentos, desde arquivos fotográficos, livros, cartazes, material gráfico, peças noticiosas de arquivos públicos de televisão, filmes documentais e peças de artistas visuais.

seguida elencados, o qual é reforçado, também, pelas atividades previstas no programa de participação e mediação de públicos.

## **SQUARE**

**MAPPING THE ATLANTIC** é uma celebração de artistas independentes provenientes dos quatro continentes banhados pelo Atlântico, que visa contribuir para um ecossistema musical mais diverso e representativo.

Com um programa orientado para o público geral e outro para profissionais, essa missão é espelhada num festival que terá lugar durante quatro dias em Braga, Guimarães, Barcelos e Vila Nova de Famalicão, as quatro cidades do Quadrilátero Urbano, misturando as cenas locais com a realidade internacional.

## **TRAJETOS COMUNICANTES**

é um programa de instalações artísticas sonoras especificamente concebidas para as viaturas dos TUB – Transportes Urbanos de Braga. Através de intervenções no âmbito da rádio-arte, paisagem sonora, documentário, *performance* e música, o projeto explora de um modo sensorial, narrativo e experimental as temáticas presentes no nosso quotidiano enquanto passageiros e observadores das transformações no tecido da cidade e da periferia, prestando especial atenção às comunidades que fazem parte neste universo.

# FAZ CULTURA

## **FORMA DA VIZINHANÇA**

Fujacal, Fontainhas, Quinta da Capela, Makro e Parretas são cinco áreas residenciais de Braga densamente habitadas. Quinta da Armada, Lameiras e S. Vicente são três zonas onde existem hortas urbanas na cidade. O projeto FORMA DA VIZINHANÇA pretende, em cocriação com arquitetos, artistas e os habitantes e frequentadores destes locais, criar novos espaços de convivência de bairro.

Em 2025, serão construídos oito pavilhões temporários em cada um destes locais, pensados para albergar atividades da Braga 25, encontros de moradores, e ações de vizinhança em que são os próprios vizinhos a fazer esta programação.

**PIPE POETICS** pretende promover a criação e apresentação ao vivo de novas composições para os Órgãos de Tubos Ibéricos de Braga, reunindo a vanguarda da criação musical e este património único da cidade.

Convidámos três compositores contemporâneos, com formações distintas, para trazerem novas abordagens musicais a este instrumento fascinante. A cada quadrimestre de 2025, uma nova composição musical será desenvolvida, durante o período de duas semanas, e apresentada numa das igrejas de Braga, num encontro emocionante entre o património da cidade e a vanguarda artística.

**CINEX** é a linha de programação de cinema expandido da Braga 25, Capital Portuguesa da Cultura. Usando o filme como meio de

exploração criativa por parte de cineastas, músicos, escritores e artistas de diferentes gerações, percorrendo caminhos de diversas ordens: criação musical e cine-concertos, instalação e VJ, releitura de obras cinematográficas e descoberta de experiências baseadas no uso de tecnologias de realidade virtual e cinema imersivo.

**EXTREMO** é um festival que tem o formato de uma viagem de um dia, assemelhando-se a uma curta peregrinação, com um programa de percursos sonoros, bem como sessões de sonorização e escuta ativa nos caminhos do Sacromonte de Santa Maria Madalena da Falperra, localizado na fronteira entre Braga e Guimarães.

Este projeto pretende diluir os limites entre dois municípios, entre géneros artísticos, e entre arte e natureza, aliando experiências sónicas e música, testando fronteiras sonoras no ambiente natural entre as duas cidades vizinhas.

**DESEJAR** é um Movimento de Artes e Lugares Comuns, que se inicia com um conjunto de atividades de formação e criação dirigidas aos habitantes de Braga e que culmina com um festival de artes participativas e comunitárias, criado, programado e produzido pelas pessoas que participaram nas primeiras fases de pensamento e formação.

Nesta primeira edição, procura-se investigar dispositivos que resgatem a prática do DESEJAR como algo essencial para a vida, a reinvenção das artes, dos lugares e das ideias, em ligação com a natureza e os ecossistemas.

# FAZ CULTURA

## **CLUBE RAIZ**

Partindo do património musical do concelho e da região do Minho, CLUBE RAIZ é um projeto que visa criar um ecossistema para a celebração e promoção da música tradicional existente em Braga.

Através de um programa estruturado em diferentes eixos (música; pensamento; partilha), este clube pretende fortalecer a identidade musical minhota e promover a sua valorização pela comunidade que a envolve, privilegiando o encontro e um diálogo inspirador e enriquecedor entre os diversos rostos de uma identidade cultural única.

## **SHOPYARD**

No centro da cidade de Braga encontramos muitos centros comerciais construídos entre os anos 1980 e 1990 que, apesar de localizados em espaços centrais e privilegiados da cidade, necessitam hoje de um novo olhar e aprofundamento face ao seu presente e futuro.

O projeto SHOPYARD desdobra-se num conjunto de iniciativas de reflexão e de criação que irão dinamizar, debater e re-imaginar futuros possíveis para estes centros comerciais.

**BEM COMUM** é um programa que capacita jovens dos 14 aos 18 anos para pensar democraticamente, e agir politicamente na sua comunidade, realizando projetos em colaboração com os municípios e a sociedade civil.

Em 2023 teve lugar a edição piloto do programa em Braga, no âmbito da Braga 25.

O programa pretende criar condições para estes atuarem em prol do bem comum na sua comunidade, de forma informada sobre a realidade que os envolve e sensível aos desafios de um desenvolvimento sustentável.

## **O QUE FAZEMOS COM ISTO?**

E agora, O QUE FAZEMOS COM ISTO? O passado colonial tem quantos passados dentro? Como se repete hoje o que se aprendeu então? Neste projeto, procura-se abordar os múltiplos passados e memórias coloniais a partir de olhares e vivências distintas. Ao longo de 2024 e 2025 serão promovidos encontros entre jovens estudantes portugueses e de países africanos ex-colónias com pensadoras/es, artistas, investigadores/as, ativistas e veteranos de guerra de Braga. Desses encontros, resultará um conjunto de objetos artísticos, que serão apresentados no final de 2025, num programa dedicado ao pensamento e reflexão sobre os passados coloniais e suas presenças atuais.

**SEXUAL THEATER** é um projeto financiado pela UE de cooperação entre quatro parceiros europeus (Bosnian National Theatre, Zenica, Bósnia e Herzegovina; Theatre City Festival, Budva, Montenegro; Universidade Paul-Valéry, Montpellier, França; e o Theatro Circo de Braga, Portugal) que procura desenvolver, pela criação e circulação de quatro breves espetáculos de teatro, uma releitura feminista de clássicos da literatura destes quatro países.

# FAZ CULTURA

**SUPRACASA** é um programa de apoio à criação artística nas artes performativas, proporcionando também uma plataforma para a sua divulgação.

A primeira edição oferece, em 2024, residências artísticas a cinco artistas/companhias naturais ou sediados na região. Os trabalhos criados serão apresentados ao público ao longo de 2025, cumprindo rituais de partilha e imaginação entre artistas e espectadores. O programa Supracasa terá uma segunda edição em 2025-2026, com uma convocatória nacional que selecionará três projetos para apoio.

## **TODO-O-TERRENO**

Esta convocatória tem como objetivo receber e selecionar propostas de projetos de programação artística contemporânea a serem desenvolvidos e implementados no contexto da Braga 25 Capital Portuguesa da Cultura.

Serão valorizadas propostas a desenvolver em espaços não institucionais, como cafés, bares, lojas, galerias, ateliers, livrarias, entre outros, e espaços que, não sendo das tipologias anteriores, tenham condições para acolher eventos (jardins privados, oficinas, garagens, armazéns, etc.).

## 1.4.2 PARTICIPAÇÃO E MEDIAÇÃO DE PÚBLICOS

Em 2025 o Programa de Mediação da Braga 25 pretende promover o contacto com diferentes públicos persistindo na estratégia anteriormente traçada no âmbito da candidatura de Braga a Capital Europeia da Cultura 2027: implementação de projetos com uma forte dimensão participativa - os quais promovam o acesso justo para todos - que apostem na identificação e criação de novos públicos e na solidificação dos já existentes; que fomentem experiências para o Setor Cultural e Criativo da cidade; e que facilitem a participação cultural enquanto veículo para uma vida cívica ativa.

Os princípios que norteiam a intervenção deste programa permanecem os mesmos: liberdade; equidade; pluralismo cultural; e consciência. Continuarão, por isso, a ser adotados processos democráticos e participativos na condução dos projetos; a ser instigada a cidadania cultural; a fazer-se a caminhada na destruição de barreiras

físicas, sociais e intelectuais; a favorecer-se a noção de diversidade; e a incentivar-se a responsabilidade social como ponto de partida para qualquer projeto ou atividade. Neste programa persistem projetos como a **GERAÇÃO B25+** e o **TROCADO POR MIÚDOS**, que revelam a importância das propostas de longa duração; e outros desenhados especificamente para o ano do título como o **PORTAS DE ENTRADA** (programa de envolvimento com 4 ciclos de programação que se refletem em 12 atividades), o **PROGRAMA DE VOLUNTARIADO DA BRAGA 25** (que dará oportunidades de empoderamento individual e coletivo em 4 perfis de função diferentes), as Exposições da instalação **WISHWALL – MURAL DOS DESEJOS** (em grandes superfícies comerciais) e as **VISITAS GUIADAS AOS PROJETOS DA BRAGA 25** (que permitem roteiros a todos os projetos da Braga 25, no que

# FAZ CULTURA

concerne à atuação da Empresa Municipal FAZ CULTURA).

Para além dos públicos (que desejamos que excedam largamente os 5000 participantes), o Programa de Mediação da Braga 25 contará, pelo menos, com 30 formadores/convidados/artistas envolvidos,

## ***Geração B25+***

A GERAÇÃO B27 foi um grupo composto por 27 jovens que representava a geração bracarense que iria beneficiar da transformação pela cultura que decorreria do processo de candidatura de Braga a CEC em 2027. Este grupo consistia num órgão consultivo para todo o trabalho em curso da Braga'27, garantindo o olhar dos jovens sobre o programa artístico e a cidade que se projetava. A **GERAÇÃO B25+** é uma reconfiguração deste grupo (composto por mais de 25 jovens de todos os

**Agrupamentos Escolares do Concelho de Braga, da Escola Artística do Conservatório de Música Calouste Gulbenkian de Braga; da Universidade do Minho e do IPCA**), agora com a missão principal de acompanhar e contribuir para a

## ***Trocado por miúdos***

Crianças entre os 3 e os 10 anos - que frequentavam Jardins de Infância e Escolas do 1º ciclo - foram convidadas a participar ao longo de todo o ano letivo 2023/2024 em entrevistas lúdicas onde tiveram de refletir e responder, de forma simples, a conceitos complexos sobre Arte e Cultura. Património Cultural Material e Imaterial, Arte Contemporânea, Diversidade Cultural, Arte

e vários parceiros locais ao longo do ano de 2025.

Este Programa prevê ainda o acompanhamento, cooperação e interseção com os restantes projetos da Braga 25 no que concerne à sua dimensão de participação e mediação.

Capital Portuguesa da Cultura 2025, em Braga. Se em 2024 se desenvolveu, para aumentar o envolvimento e impacto destes jovens no ano do título, um programa de capacitação mais intenso, com sessões regulares e em estreita relação com a Programação da iniciativa, em 2025 este grupo passará a ter responsabilidades maiores no terreno, podendo ser assumidos como parte integrante da equipa de Mediação.

Este grupo estará, assim, a divulgar e a participar ativamente no programa da Braga 25; a continuar a representar os jovens do concelho de Braga na iniciativa; e a produzir projetos, atividades e ações próprias ao longo de todo o ano de 2025.

Comunitária, e Sustentabilidade na Cultura foram alguns dos temas abordados por forma a capacitar, desde logo, o público mais jovem, mas principalmente, a permitir espaço à participação e à opinião efetiva. Começou-se, ainda, durante o ano de 2024, uma recolha e análise exaustiva de todos os resultados para obtenção de um documento final que será produzido e lançado no 2º

# FAZ CULTURA

trimestre do ano de 2025 para promoção da literacia cultural. Somando ao lançamento desta publicação (que se revela a 2ª fase deste projeto, e contará com a **Paleta de Letras** como coeditora e com a **Soraia Oliveira** na Ilustração), iniciar-se-á uma 3ª fase que consiste na capacitação de professores do 1º ciclo de todos os

## ***Portas de Entrada***

**PORTAS DE ENTRADA** é um programa que será composto por quatro ciclos de programação - *Porta do Comer; Porta do Lembrar; Porta do Cuidar; e Porta do Fazer* - focados no cruzamento entre antigo/popular e contemporâneo/atual, promovendo uma abordagem descomplicada, leve e acessível a todos, mesmo aqueles que se sentem menos ligados ao setor cultural. Este pretende trabalhar o território e a comunidade através de propostas alternativas às ações projetadas e às temáticas já exploradas pelos outros projetos da Braga 25.

Em contrapartida à cultura erudita, a cultura popular é vista como o produto das interações de um grupo mais amplo e que tem como característica ser de mais fácil generalização. Ou seja, ela alcança muito mais pessoas e, por isso, tem muito mais participantes e contribuintes (isto porque se baseia nas tradições e costumes de um povo). Posto isto, associações, individuais e artistas

## ***Programa de Voluntariado***

O **PROGRAMA DE VOLUNTARIADO BRAGA 25** pretende integrar todos aqueles que queiram fazer parte deste título através

Agrupamentos Escolares Públicos e Privados, idealmente de todas as Escolas do concelho. A intenção é que, ainda em 2025, estes professores possam fazer chegar o livro, e as diferentes formas de o ativar, a variadas turmas durante o ano letivo de 2024/2025 e/ou 2025/2026, seguindo as propostas de mediação criadas pela equipa da Braga 25.

locais e nacionais serão convidados a colaborar em todos os ciclos, criando uma programação diversificada e inclusiva, com uma forte componente educativa e, principalmente, voltada para a sensibilização para o património cultural material e imaterial da cidade/região.

*Workshops*, percursos, conversas e oficinas são as tipologias de ação escolhidas, que totalizam 12 momentos com o público geral (3 em cada ciclo). Comida, edificado, memória individual e coletiva, saberes-fazeres, tradições e arte contemporânea serão os motes.

Neste programa, para respeitar a caminhada para uma cultura mais democrática e acessível nas suas três dimensões, tentar-se-á incorporar as condições de acessibilidade necessárias para atender, com qualidade, pessoas com diferentes tipos de limitações ou necessidades. Um dos recursos constantes será a presença de um intérprete de Língua Gestual Portuguesa em todas as ações.

de diferentes oportunidades de voluntariado que impulsionam a cidadania ativa, que ajudam a emancipar cidadãos e que

# FAZ CULTURA

proporcionam experiências de empoderamento individuais e coletivas variadas.

Este programa é o reflexo de uma estreita colaboração entre a Empresa Municipal FAZ CULTURA, a Braga Voluntária e o Município de Braga, e pretende incentivar a prática do voluntariado reforçando valores como a colaboração e a participação cívica.

Iniciado o processo de recrutamento e capacitação em 2024, será em 2025 que todos os envolvidos no Programa de Voluntariado da Braga 25 serão ativados dando apoio a todo o Programa desenhado pela Equipa de Missão da iniciativa.

## ***WISHWALL – Mural dos desejos***

**WISHWALL** foi uma instalação de grande escala, desenvolvida para o Salão Nobre do Theatro Circo, que convidou o público da Noite Branca 2024 a celebrar os sonhos individuais e coletivos de todos os que vivem a cidade de Braga. Inspirada nos registos deixados na CAIXA DOS DESEJOS da iniciativa do ano anterior - onde todos foram convidados a escrever os três desejos mais importantes para si - esta instalação procurou devolver e ampliar esses resultados

## ***Visitas Guiadas Braga 25***

Através deste programa, todos os meses, o público terá a oportunidade de visitar diferentes espaços culturais e projetos artísticos da CPC 2025, acompanhados por guias especializados da **Minho de Porta Aberta, Cooperativa Cultural e social, CRL**.

Haverá 4 perfis de função no programa (Perfil Coordenador/a de pessoas voluntárias Braga 25 – orientação de equipas; Assistente Braga 25 – orientação de público; Comunicador/a Braga 25 – divulgação e informação; e Produtor/a Braga 25 – apoio à produção), e prevê-se que cada pessoa voluntária tenha a oportunidade de fazer voluntariado, pelo menos, uma vez por mês ao longo do ano de 2025, mediante a disponibilidade própria e as necessidades dos projetos, eventos e atividades da Braga 25. No final do ano, ocorrerá uma cerimónia de reconhecimento com todas as pessoas voluntárias.

através da participação e do encontro entre a comunidade e a peça desenhada pelo coletivo **Moradavaga**.

Para que possa alcançar o maior número de pessoas possível, a **WISHWALL – MURAL DOS DESEJOS** estará presente em dois centros comerciais da cidade, durante o ano de 2025, levando a CPC 2025 a outros espaços e convidando todos os cidadãos a descobrir e partilhar a Braga “sonhada”.

Estas visitas permitirão descobrir, num único percurso, a programação ativa naquele mês, e proporcionarão uma experiência personalizada e orientada que promoverá uma maior proximidade e envolvimento da comunidade com a iniciativa Braga 25.

## 2. EVENTOS EXTERNOS E OUTROS SERVIÇOS

Paralelamente à programação própria, objeto principal da missão da FAZ CULTURA, a Empresa desenvolve um conjunto de atividades complementares, designadamente, a cedência de espaços e prestação de serviços associada aos equipamentos que gere. Estas atividades permitem, desde logo, o reforço e diversificação das fontes de financiamento da Empresa Municipal, permitindo, nomeadamente, o investimento na

infraestrutura e equipamento dos espaços sob a sua gestão, que não podem ser contemplados no contexto do contrato-programa com o Município. Por outro lado, representam também a abertura dos equipamentos culturais a iniciativas externas que atuam de forma complementar à sua missão e têm um importante papel para a estratégia de desenvolvimento cultural e económico da cidade.

### 2.1 Theatro Circo

#### 2.1.1. COMPANHIA DE TEATRO DE BRAGA

A **CTB - Companhia de Teatro de Braga** (1980-2025) é uma estrutura de criação profissional que, desde 1986, sido acolhida no Theatro Circo como companhia residente. Nesta qualidade, mantém com o Município, o Theatro Circo e outras instituições e organismos da cidade, uma cumplicidade estratégica no âmbito da criação, da

programação, da formação de públicos, da coesão social e da internacionalização (acolhimento e circulação)

A CTB desenvolve a sua atividade em projetos quadrienais temáticos e em 2023-2026 trabalha sob a temática do MEDO. Adicionalmente, a CTB inicia em 2025 a comemoração do seu 45º aniversário de

# FAZ CULTURA

atividade regular, que se prolongará até junho de 2026. Neste ano de comemoração, destaca-se, para lá da sua apresentação regular no Theatro Circo, três novas criações: TRAIÇÃO de Harold Pinter, dirigida pelo encenador galego Manuel Guede; COMEDIA DELL'ARTE, dirigida pela atriz e encenadora sarda Valentina Picciau e ROMEU & JULIETA, a partir de Shakespeare, dirigida pelo dramaturgo e encenador, residente na Alemanha, Alexej Shipenko.

No domínio da internacionalização, destaca-se a realização da MIT 25 -MOSTRA INTERNACIONAL DE TEATRO- SEM FRONTEIRAS, que acolherá criações de teatro e ópera de sete países e dará continuidade ao trabalho da CTB enquanto destacado membro da ETA- EURÁSIA THEATER ASSOCIATION, estrutura que congrega estruturas de 32 países da Europa e da Ásia.

## 2.1.2. MUNICÍPIO DE BRAGA E PARCEIROS

Para lá de cumprir a sua missão pública na definição e implementação da programação cultural, o equipamento Theatro Circo atua como palco para diversas atividades anuais promovidas pelo Município de Braga e instituições parceiras. Essas atividades são regidas por um contrato de prestação de serviços, renovado anualmente com a Empresa Municipal, que contempla principalmente a concessão de espaço e apoio técnico para eventos de caráter cultural. Adicionalmente, o contrato abrange a realização de eventos de outras naturezas, como conferências, apresentações institucionais e espetáculos de caráter social. No entanto, é importante destacar que esses eventos são menos frequentes e têm menor representatividade quando comparados aos serviços culturais oferecidos.

Com o intuito de proporcionar uma experiência aprimorada e qualificação profissional às entidades que se apresentam sob este contexto, o Theatro Circo colabora estreitamente com o Município de Braga para otimizar a gestão do espaço. Essa colaboração envolve uma coordenação contínua com a programação regular, maximizando a utilização dos espaços para ensaios e apresentações, bem como o uso eficiente de recursos técnicos e humanos. O foco principal tem sido direcionado para a apresentação de projetos culturais, com ênfase especial no apoio às estruturas artísticas locais.

# FAZ CULTURA

## 2.1.3. PROMOTORES PRIVADOS

Os promotores privados são um outro eixo de complementaridade programática e receita financeira no Theatro Circo que se inscreve num formato de aluguer. Estes alugueres são, maioritariamente, solicitados por promotores de espetáculos profissionais que procuram a sala para apresentar os seus artistas, ou integrar uma data na cidade numa lógica de digressão nacional. Muitas vezes, esta prática viabiliza a apresentação na cidade de espetáculos de grande público com custos elevados, que dificilmente o Theatro Circo poderia incluir na sua programação regular, pelas restrições a que está sujeito na sua política de preços reduzidos associada ao montante anual

disponível para contratação de eventos. A procura do aluguer do Theatro não se limita a eventos culturais, sendo cada vez mais solicitado por empresas, acima de tudo locais, para a realização de eventos de carácter corporativo. Com o intuito de promover projetos de continuidade e colaborações com promotores locais, o Theatro Circo oferece condições vantajosas para entidades sediadas em Braga, e associações sem fins lucrativos, uma política que será mantida em 2025. Não obstante, a execução de um programa ambicioso no âmbito da Capital Portuguesa da Cultura em 2025, poderá limitar a capacidade da instituição em receber esta tipologia de eventos.

## 2.2 gnracion

O gnracion nasceu no contexto da Braga 2012 – Capital Europeia da Juventude, com a premissa de atuação em três pilares fundamentais: juventude, cultura e empreendedorismo, que ainda hoje determinam a vocação do espaço e as suas diversas utilizações. Neste contexto, possuindo uma identidade própria associada à música contemporânea e à ligação da arte com a tecnologia, o gnracion mantém-se como um espaço multifacetado e com múltiplas valências.

Assim, o gnracion acolhe de forma permanente no seu edifício a **Startup Braga**, a **Radio Universitária do Minho**, e a **Mobydick Records**, entidades com as quais são celebrados acordos de cedência de

espaço e serviços, que contribuem para a diversificação das fontes de receita da Empresa Municipal, mas também condicionam a ocupação dos espaços ao longo do ano. Esta é uma questão particularmente relevante em 2025 não só com a realização da Capital Portuguesa da Cultura 2,mas, igualmente pela necessidade de criar espaços de trabalho tanto para alocar novos elementos da equipa interna como para trabalhos em projetos de comunidade. O gnracion acolhe, ainda, a **Loja da Juventude** e alguns gabinetes do Município, sobre os quais não há contrapartida financeira, dado que apesar da gestão estar atribuída à Empresa Municipal, o edifício não deixa de ser propriedade da

# FAZ CULTURA

Câmara Municipal. A partir de outubro de 2022, o gnracion passou também a contar com um serviço de Cafeteria denominado por EAT-FIT. Porém, no decorrer de 2024 a gerência deste espaço solicitou a antecipação da cessação do contrato de cedência de espaço, alegando não ter capacidade para continuar a prestar o serviço. Nesse sentido,

foi realizado um novo concurso para a cedência deste espaço e estão a decorrer os preparativos para a instalação do projeto e candidatos selecionado para que, ainda este ano, a Cafeteria reabra com nova gerência.

## 2.2.1. OCUPAÇÕES PERMANENTES

### ***Startup Braga***

A Startup Braga é o hub de inovação da InvestBraga, tendo sido desenhado para apoiar a criação de projetos com elevado potencial empreendedor nos mercados internacionais, atuando no desenvolvimento e na promoção do empreendedorismo e na criação, incubação e aceleração de startups, fundamentalmente nas áreas da economia digital, tecnologias para a saúde, biotecnologia, nanotecnologia e sustentabilidade.

A Startup Braga ocupa cerca de 400m<sup>2</sup> do edifício gnracion, correspondendo a 10 salas individuais, com dimensões variáveis, e 2 salas de coworking, cuja cedência e a prestação de alguns serviços complementares de apoio ao funcionamento destes espaços

está formalizada como uma prestação de serviços à empresa municipal InvestBraga, que gere este programa.

Para além das salas acima referidas, a Startup utiliza regularmente, espaços destinados à realização de eventos para a realização de *workshops*, palestras, conferências e programas de aceleração destinados às empresas incubadas sem qualquer contrapartida financeira. Com o crescimento da estrutura da Empresa Municipal, verifica-se a necessidade de repensar a cedência de espaços a tão larga escala, reajustando-a por forma a satisfazer a possibilitar o acolhimento da própria equipa interna que necessita de espaços de trabalho.

### ***Rádio Universitária do Minho***

Em 2019, Rádio Universitária do Minho mudou-se para o centro da cidade de Braga, instalando-se definitivamente no gnracion, num espaço independente, contíguo à praça principal deste equipamento. Trata-se de um edifício de 2 pisos em que os estúdios, a redação e a equipa de programação situam-

se no piso 0, e no Piso 1, fica o Café-Concerto com bar, palco e infraestruturas para concertos, showcases, apresentações de livros e conferências. Este café-concerto (RUM by Mavy), é parte integrante do contrato celebrado com a RUM, mas a sua gestão está subcontratada a uma entidade

# FAZ CULTURA

externa, que visa a dinamização do mesmo enquanto um local de partilha, comunhão, amizade e desafios, com excelentes condições para concertos, clubbing, cinema, tertúlias *workshops* e exposições de artes, havendo

## ***MobyDick Records***

A Mobydick Records é uma editora independente criada em 2005 pelos músicos; Alex Liberalli, Budda Guedes e Nico Guedes, com o intuito de editar música sem restrições comerciais, conferindo total liberdade artística aos seus artistas.

Como contrapartida da cedência de um espaço no *gnration* para estúdio de gravação

uma premissa de não sobreposição aos eventos programados pelo *gnration*, por forma a que este espaço atue de forma complementar e não coloque em causa o bom funcionamento da instituição.

profissional, a Mobydick Records colabora com o programa artístico do *gnration* através da gravação áudio de trabalhos encomendados, residências artísticas e projetos ocasionais. São colocados ao dispor do *gnration* 120 horas anuais de trabalho de estúdio, acumuláveis em caso de não utilização integral.

## **Cafeteria**

Em 2024 a gerência Eat Fit, que até então ocupava o espaço de cafeteria do *gnration*, solicitou a antecipação da cessação do contrato de cedência de espaço, alegando não ter condições de continuar com esta atividade devido à falta de recursos humanos e que, como tal, pretendia apenas continuar com a sua atividade principal de confeção e entrega de marmitas de refeição. A

Administração aceitou o pedido tendo sido acordado entre as partes a cessação do contrato com efeitos a 31 de julho de 2024. A Empresa Municipal realizou novo concurso para a cedência de espaço para Cafeteria, estando previsto a sua reabertura durante o último trimestre de 2024 e o funcionamento ao longo de 2025 com um novo projeto e conceito.

## ***Loja da Juventude e outros serviços do Município de Braga***

A Loja da Juventude está situada no piso zero, e visa a receção e aconselhamento dos jovens munícipes nos diferentes serviços que o Município presta neste âmbito. Assim, este espaço para além de prestador de serviços de atendimento / esclarecimento na área da juventude, é também um facilitador e catalisador para novas ideias para as celebrações de datas como o Dia do Estudante, o Dia Nacional da Juventude, o

Dia Internacional da Juventude, o 25 de abril, entre outras de relevância para a Juventude para além de cumprir o propósito da aproximação da autarquia aos jovens.

### **3.2.1.6. Gabinetes de apoio ao munícipe e ao Município**

Também ao abrigo da relação institucional existente, estão também sediados no *gnration*, os gabinetes dos vereadores sem pelouro da Câmara Municipal de Braga, do

# FAZ CULTURA

Provedor do Município e da Assembleia Municipal de Braga. Trata-se de uma tipologia de utilização que fica já fora do âmbito de atuação do edifício, mas por escassez de espaços alternativos ainda não foi possível a transferência destes serviços

para outro local de forma a poder libertar estes espaços para criação de novos escritórios de trabalho para dar resposta ao aumento das diferentes equipas de trabalho da Empresa Municipal que trabalham no gnration.

## 2.2.2. CEDÊNCIAS PONTUAIS OU ALUGUERES

Conforme já referido, o gnration dispõe de diversos espaços que, para além do acolhimento das atividades do seu programa cultural, estão também equipados para a realização de eventos externos, como sejam conferências, seminários, *workshops*, formações, palestras, entre outros.

O Município de Braga continua a ser a principal entidade a usufruir da cedência de espaços para realização de eventos, os quais, normalmente, assumem a forma de conferências, formações e reuniões de trabalho e, pontualmente, a apresentação de eventos promovidos pelos Pelouros da Cultura, Juventude e Educação. Uma vez que o edifício é propriedade municipal, a cedência destes espaços não é onerosa, podendo ser cobrados serviços de apoio técnico, quando a dimensão do evento o

justifique e isso acarrete custos adicionais para a gestão regular do espaço.

Com uma localização privilegiada, o gnration é já um espaço de referência na realização de eventos culturais e empresariais na cidade de Braga, sendo inclusive procurado por entidades de norte a sul do país onde a procura acaba por ser superior à capacidade de acolhimento destas ocupações, fruto da elevada utilização dos espaços existentes pela programação própria e as ocupações do Município. Os alugueres, ainda que com reduzida expressão, decorrente dos constrangimentos mencionados, potenciam a geração de receitas alternativas para a instituição, fundamentais para obter fundos necessários às despesas de investimento e modernização de equipamentos.

## 3. COMUNICAÇÃO E MARCA

***O ano 2025 apresenta-se como o ano de consolidação e robustecimento da atividade da equipa de comunicação transversal da FAZ CULTURA. No segundo semestre de 2023, iniciou-se uma extensa alteração à forma como a Empresa e os seus projetos de organizavam em termos de comunicação. Onde outrora se encontravam pequenas equipas de comunicação afetas a cada projeto da Empresa, hoje a FAZ CULTURA é composta por uma equipa de comunicação transversal, que responde por áreas de comunicação, pormenorizadas abaixo, a todos os projetos da Empresa: Teatro Circo, gnration, Braga Media Arts, Braga 25 e Comunicação Institucional.***

O ano de 2024 foi particularmente intenso e exigente para este departamento, uma vez que iniciava as suas funções, com todos os desafios que uma reestruturação de equipa

implica, ao mesmo tempo em que produzia uma nova estratégia de comunicação para o equipamento Teatro Circo, e uma nova identidade e estratégia para a Empresa Municipal, sem descuidar a qualidade e frequência da comunicação dos restantes projetos.

2025 será assim um ano de consolidação da estratégia de comunicação da FAZ CULTURA no seu todo, procurando que os procedimentos de atuação do departamento se consolidem e se processem com maior fluidez e qualidade.

Em 2025, manteremos a divisão por subdepartamentos de área de comunicação, que respondem transversalmente a todos os projetos da Empresa. O investimento em publicidade, o reforço nas redes sociais dos projetos, a presença de rua das marcas, e a aposta em mais e melhor assessoria e *media*, são alguns dos focos principais transversais a todos os projetos. Também a qualidade dos materiais gráficos, a atenção ao desenho gráfico dos mesmos, e a sua sustentabilidade, são elementos que em 2025 sairão reforçados.

A reestruturação do departamento de comunicação veio trazer também a

# FAZ CULTURA

otimização de recursos, a poupança em algumas áreas de atividade, como a distribuição e o investimento em publicidade, e um acréscimo do acesso a comunicação *above e below the line* em todos os projetos, aumentando a visibilidade e perceção de diferentes públicos em relação

à atividade cultural em Braga. Uma perceção que queremos reforçar em 2025, consubstanciada fundamentalmente pela iniciativa Braga 25 – Capital Portuguesa da Cultura que, naturalmente, terá um extramente positivo “efeito de arrastamento” em relação aos restantes projetos.

## .3.1 Comunicação Institucional e Produção de Comunicação

### 3.1.1 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

#### ***Estratégia***

Motivado pelas remodelações na sua estrutura funcional e pelos obstáculos provocados pela semelhança de nome com o equipamento cultural Theatro Circo, ao longo do último ano, a Empresa Municipal, anteriormente designada Teatro Circo de Braga EM, S.A., foi objeto de um processo de mudança de designação e de criação de toda uma identidade visual própria que a relacionasse, em igual medida, com todos os projetos e equipamentos por ela geridos – Theatro Circo, gnration, Braga Media Arts e Braga 25.

***Assim, se 2024 assistiu à evolução da Teatro Circo de Braga EM, S.A. para FAZ CULTURA – Empresa Municipal de Cultura de Braga E.M. e ao lançamento de uma nova imagem, 2025 marcará os primeiros passos de um caminho de consolidação da comunicação institucional da FAZ CULTURA enquanto entidade e marca autónomas, com voz própria e um posicionamento claro na comunicação da Empresa Municipal com os seus públicos, tendo em vista uma maior notoriedade e reconhecimento junto dos mesmos.***

# FAZ CULTURA

## **Imagem e identidade**

***Resultado de um processo criativo que procurou uma solução simples e atual capaz de refletir a amplitude e dinamismo do projeto cultural que representa, o nome FAZ CULTURA transporta em si o ato de fazer e promover cultura e arte, de fazer bem, de fazer parte, de fazer pensar, de fazer comunidade e de fazer cidade.***

Despretensioso, sóbrio e acessível, contudo, profissional e informativo, pretende-se que FAZ CULTURA represente a essência e atividade daquele que é o principal agente e polo dinamizador de uma estratégia que pretende afirmar Braga enquanto cidade de referência nacional e internacional na área da cultura.

## **Comunicação com públicos externos**

***Neste contexto de afirmação da marca FAZ CULTURA, em 2025, a comunicação institucional será maioritariamente orientada por uma estratégia composta por ações de comunicação desenvolvidas para dar a conhecer e consolidar a nova identidade e imagem junto dos seus principais públicos, designadamente público B2B (instituições parceiras locais, nacionais e internacionais, organizações congéneres,***

*em consonância com os conceitos que estiveram na base do processo de escolha do novo nome, também a identidade gráfica da FAZ CULTURA surge sóbria, profissional e intemporal, preservando, ainda, traços do passado centenário que, inegavelmente, faz parte da sua história enquanto Empresa Municipal.*

*Em conjunto, novo nome e identidade gráfica cumprem a missão de marcar o início de um percurso em que, pela primeira vez, a comunicação institucional assume um posicionamento autónomo, substituindo a associação direta a um dos espaços, pela afirmação da marca FAZ CULTURA enquanto elemento agregador e representante corporativo, em total igualdade, dos projetos e espaços geridos pela Empresa Municipal.*

***empresas, mecenas, fornecedores, etc.) e público interno.***

*No que respeita à primeira categoria de públicos, a comunicação institucional caracteriza-se, agora, por uma presença muito mais sólida e assertiva da marca FAZ CULTURA na relação com parceiros, mecenas, fornecedores e envolvente corporativa em geral.*

*Essa presença da marca concretiza-se num maior envolvimento da equipa responsável pela comunicação institucional nos momentos de contacto com parceiros, mecenas e público B2B em geral e no desenvolvimento de formatos e conteúdos (apresentações para mecenas, documentos*

# FAZ CULTURA

institucionais, etc.) que, para além de refletirem uniformemente a identidade gráfica da Empresa Municipal, também passam a apresentar maior coerência em termos de estrutura e de organização, preservando o tom institucional independentemente do projeto que lhes está associado.

Consequência natural do novo posicionamento da Empresa Municipal é a presença da FAZ CULTURA no universo digital através de meios próprios e oficiais que constituem bases sólidas de comunicação da Empresa com os seus públicos externos. Neste universo digital, o site oficial, a presença na rede LinkedIn e o envio periódico de uma *newsletter* são o rosto e principais canais de comunicação da FAZ CULTURA.

Desenvolvido com base na nova imagem e estrategicamente pensado para acompanhar a nova fase da vida da Empresa Municipal, o *website* apresenta a FAZ CULTURA ao mundo, permitindo ao utilizador uma navegação rápida e intuitiva e garantindo o

acesso às notícias mais atuais, a documentos institucionais e toda a informação de maior relevância sobre a Empresa Municipal de Cultura de Braga. Este site passa a alojar também a área de candidaturas espontâneas que, anteriormente, estava *online* no *website* Theatro Circo, transferindo para o site da FAZ CULTURA o principal canal de recrutamento da Empresa Municipal. Através do LinkedIn, plataforma orientada para o universo corporativo e de negócios, a FAZ CULTURA assegura a presença no universo das redes sociais, adotando uma estratégia que procura aliar o seu posicionamento institucional a uma comunicação de proximidade com empresas e entidades parceiras e organizações congéneres. Para tal, pretende-se que a presença da FAZ CULTURA no LinkedIn se caracterize por conteúdos dinâmicos e regulares, partilhando notícias e ações de relevo institucional em contexto da atividade da Empresa Municipal, mas também momentos chave da atividade dos espaços e projetos que gere.

## **Comunicação interna**

Em 2023 a Empresa Municipal foi alvo de um processo de reestruturação funcional que teve impactos a vários níveis e, em maior ou menor grau, nas funções e rotinas da maior parte dos colaboradores. Se algumas equipas continuaram a desempenhar funções nos projetos e equipamentos a que estavam associadas, outras tornaram-se transversais e partilhadas por toda a Empresa Municipal. Como qualquer processo de mudança, também este trouxe desafios, alguns dos quais ao nível da comunicação interna, que,

até então, se limitava a comunicações pontuais de ações de RH ou de carácter administrativo.

Rapidamente identificados como oportunidades, estes bloqueios evidenciaram a necessidade de um elemento agregador de todo o universo da Empresa Municipal e serviram de motor para a criação da nova imagem e identidade da FAZ CULTURA que assume agora a responsabilidade de pensar, enquadrar e uniformizar a comunicação com o público interno.

# FAZ CULTURA

Para além do desenvolvimento de toda uma nova linha de estacionário, de uma linha de merchandising e da aplicação da nova identidade gráfica da FAZ CULTURA a assinaturas de e-mail, documentos oficiais e *templates* para comunicações emitidas pelo departamento de Recursos Humanos, a *newsletter* interna, de periodicidade mensal, ressurge com imagem renovada e como principal meio de comunicação institucional com o público interno.

Usada para apresentar aos colaboradores a nova imagem da FAZ CULTURA, a linha de merchandising desenvolvida, composta por *totebag*, cantil, caderno, caneta e *lanyard*, vai compor também o *kit* de boas-vindas que será entregue sempre que aconteça a admissão de futuros colaboradores, promovendo, desde o primeiro momento, a integração no universo da Empresa Municipal.

A par destas ações que tornam regularmente presente a marca FAZ CULTURA na vida

profissional dos colaboradores da Empresa Municipal, pontualmente serão também desenvolvidos outros momentos de ativação de marca que têm por objetivo promover um maior envolvimento e uma relação de proximidade, não só entre o colaborador e a FAZ CULTURA, mas também entre colaboradores dos vários projetos e espaços. Exemplo destas ações de ativação é a publicação criada para o encontro de colaboradores de 2024, que, embora ainda não estivesse concluído o processo de mudança de nome e de identidade gráfica, se pensou como forma de dar a conhecer internamente, num registo descontraído e bem-humorado, todo o universo de colaboradores bem como algumas características ou factos das suas vidas pessoais. Em 2025, o encontro de colaboradores será certamente momento para implementação de outra ação de ativação, em proximidade com os colaboradores, da marca FAZ CULTURA.

## 3.1.2 PRODUÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Como referido anteriormente, a Empresa Municipal sofreu remodelações na sua estrutura, nomeadamente na direção artística, onde se optou por um modelo de direção transversal, decisão estratégica que se estendeu também à área da comunicação, transformando as equipas de comunicação, afetas a cada um dos projetos, numa equipa única e de maior dimensão, que passa a responder de forma transversal às necessidades de comunicação dos diferentes projetos da Empresa Municipal.

Desta decisão, objetivamente motivada pela otimização de recursos e processos, evitando a repetição de tarefas e reduzindo custos de contratualização de necessidades de comunicação, nasce a área de Produção de Comunicação que tem sob a sua alçada a gestão do Plano de Meios e Publicidade, articulação do processo de produção de formatos impressos com a equipa de Conteúdos e com fornecedores, gestão das redes de distribuição e gestão de contratos com fornecedores.

# FAZ CULTURA

Na prática, a centralização da produção de comunicação dos vários projetos da Empresa Municipal tem-se revelado de grande eficiência pela otimização orçamental e pela rentabilização de recursos partilhados.

No que respeita, por exemplo, ao Plano de Publicidade, é claramente mais vantajosa a negociação de um plano mais alargado, com números de inserções maiores a distribuir pelos vários projetos, o que reduz significativamente o valor por inserção comparativamente a contratos menores negociados individualmente para cada projeto.

A mesma lógica aplica-se à produção de materiais impressos e até às redes de distribuição ou de afixação de materiais, sendo sempre orçamentalmente mais vantajosa a negociação de produções e de soluções para os projetos da Empresa Municipal em conjunto, comparativamente à

negociação “isolada” que acontecia anteriormente.

Para além do aspeto negocial, a centralização da gestão de Planos de Meios e de Publicidade e dos processos de produção e distribuição de materiais também apresenta vantagens do ponto de vista da estratégia de comunicação, uma vez que se adota uma visão integrada que permite uma análise mais atenta e orientada para a máxima otimização do plano e que constituem reportes de grande relevância para eventuais alterações e ajustes na estratégia de uma área que exige atualizações regulares.

Pelos resultados positivos apresentados pela implementação desta metodologia ao longo de 2024, para 2025 planeia-se uma estabilização da mesma, implementando, sempre que possível, melhorias e otimizações aos processos de trabalho.

## .3.2 Comunicação de Conteúdos, Assessoria e Acessibilidade

A reorganização do departamento de comunicação da Empresa Municipal FAZ CULTURA gerou uma nova dinâmica de fluidez de trabalho, organização e resposta em torno dos desafios que os quatro projetos (Theatro Circo, gnration, Braga Media Arts, e Braga 25) apresentam. A equipa de conteúdos, assessoria de imprensa e acessibilidade reparte-se pelos projetos indicados anteriormente, sendo neste momento composta por quatro colaboradores, sendo que um deles assume a

coordenação da equipa. Esta mudança trouxe uma maior horizontalidade e uniformidade na forma como cada projeto comunica, bem como na comunicação entre eles, acompanhando assim a linha estratégica de programação pensada para o novo projeto cultural da Empresa Municipal. Esta reorganização promoveu um maior contacto entre todos os programas artísticos, estando todos os membros deste departamento aptos a responder às exigências, dinâmicas e

# FAZ CULTURA

trabalhos de qualquer um dos quatro projetos.

O novo formato permitiu partilhar o conhecimento estratégico em torno de certas áreas, com especial atenção ao trabalho contínuo com a imprensa, ao ser criado um plano de meios mais ambicioso e adaptado a cada um dos projetos, resultando assim numa maior presença e visibilidade de cada um deles junto do seu público, tanto a nível regional como a nível nacional, reforçando assim o posicionamento de cada uma das marcas. Outro dos objetivos passou pelo alcance de novos públicos através da diversificação da aposta da presença das marcas em diferentes e também mais meios. Isto só foi possível graças a uma maior força negocial com os meios, já que os orçamentos se uniram podendo assim negociar espaços e publicidade com maior margem. A estratégia de imprensa criada permitiu aos projetos

comunicarem diretamente com dezenas de jornalistas e meios, ocupando um lugar na imprensa pouco trabalhado no passado. Este novo olhar foi acompanhado também pela nova forma de distribuição de trabalho e constante acompanhamento da equipa. Para além das reuniões semanais, esta equipa organiza-se através de uma ferramenta digital de planeamento, garantindo uma visão macro de toda a ordem de trabalhos de cada um dos projetos.

***Para 2025, o objetivo passa por estabilizar este novo modelo organizacional, utilizando-o de forma eficaz para responder a todos os desafios dos projetos, tendo consciência que nesse ano a Braga 25 – Capital Portuguesa da Cultura exigirá uma estrutura mais madura, capaz e experiente.***

## 3.2.1 THEATRO CIRCO

O ano 2024 foi de transição para o Theatro Circo não só ao nível da estrutura de equipa, mas também de reformulação da sua imagem. A isto, acrescentamos um novo modelo de programação que, associado à nova imagem, obrigou o departamento de conteúdos, assessoria e acessibilidade a repensar-se, criar novas metodologias e expandir os objetivos de forma que os públicos já fidelizados não perdessem a ligação ao equipamento e, ao mesmo tempo, procurar novas linguagens para captar novos públicos para esta oferta de programação artística atual.

***Após este ano, consideramos que será crucial o Theatro Circo ter uma maior presença nas ruas da cidade, e para isso contaremos com uma rede de mupis de pequeno formato pelo centro para promover os espetáculos de forma semanal, e outdoors de grande formato que comunicarão momentos mais desafiantes da programação, aproveitando localizações (entrada e saída da***

# FAZ CULTURA

## ***cidade) com um grande número de população em trânsito.***

Relativamente ao material gráfico, investiremos ainda mais nos conteúdos exclusivos (textos autorais, entrevistas, entre outros) para incluir nas folhas de sala, utilizadas sobretudo nos espetáculos de artes performativas e música erudita, capacitando o público com outras fontes de informação, especializadas e únicas. Estes materiais são normalmente capitalizados para alimentarem também os canais digitais do equipamento.

Contando com uma nova estratégia de programação, que aposta em mais atividades de mediação, espetáculos com a comunidade, um novo ciclo de música contemporânea, entre outros, houve a necessidade de atualizar a base de dados de jornalistas, apostando no contacto mais regular com a imprensa mais especializada. Com a Capital Portuguesa da Cultura, a qual terá muitos dos seus eventos inseridos na programação

### 3.2.2. gnration

Ao contrário do Theatro Circo, o gnration não refletiu grandes alterações na sua linha programática, facto que não obrigou a uma reestruturação ao nível da estratégia de novos públicos, mas, fundamentalmente, encontrar um equilíbrio e capacidade de resposta da nova equipa deste departamento alocado ao gnration.

Relativamente à comunicação do espaço, prevêem-se alterações face a 2024. No campo dos materiais gráficos, os outdoors espalhados pela cidade serão atualizados. De

do Theatro Circo, será importante estabelecer ainda mais parcerias com as rádios e televisões estatais nacionais (Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RTP, RTP 2 e RTP África), não só ao nível da oferta de spots de rádio e televisão, mas também ao nível editorial. Estas parcerias terão impacto a nível regional e nacional. É vital que o apoio editorial esteja presente na negociação destes pacotes de parceria *media*.

Quanto à presença na imprensa e ao plano de meios, o Theatro Circo deverá aumentar a sua posição quer em artigos e entrevistas pelas estreias de espetáculos que farão parte da sua oferta artística, bem como na sua presença paga através de espaço publicitário nos meios nacionais (Expresso, Público, JN, Comunidade Cultura e Arte, Rimas e Batidas, etc.) e nos meios regionais (Correio do Minho, Diário do Minho e RUM – Rádio Universitária do Minho).

momento, estas estruturas têm uma face reservada a um evento mais próximo e outra que tem a programação do quadrimestre. A ideia é a programação do quadrimestre ser substituída por um outdoor parecido às publicidades para ser mudado de mês em mês, tornando a comunicação mensal mais dinâmica.

As janelas do edifício programadas para comunicar as exposições tinham um formato diferente da deste ano. Com a possibilidade de recebermos duas exposições coletivas

# FAZ CULTURA

tivemos de optar por retirar a fotografia e colocar a cor do quadrimestre, facto que levou a uma melhor leitura dos eventos que passam pelo gnracion. Deveremos manter esta nova lógica de comunicação do edifício criando um maior impacto no público que passa próximo.

***Em 2025, é nosso objetivo melhorar a sinalética do edifício, tornando-a mais consentânea com as atividades do equipamento e mais acessível, atendendo a melhores localizações e alturas da mesma.***

Relativamente ao espaço na imprensa nacional e regional, o trabalho iniciado em 2024 deverá ser mantido no ano de 2025. Após a reorganização do departamento de comunicação, entendeu-se que a presença das atividades de programação do gnracion necessitava de um reforço de visibilidade. Foi criado um plano de imprensa para todos os espetáculos do equipamento, resultando numa presença exponencial em artigos de

espetáculo e entrevistas aos artistas que aqui se apresentam. Após um ano de teste, a imprensa nacional e regional está mais receptiva a aprofundar matérias que no passado não tinham lugar.

A ajudar à presença orgânica nos meios de comunicação nacionais, foi elaborado um plano de meios de publicidade nos *media* nacionais, permitindo reforçar o posicionamento a nível nacional do gnracion, promovendo parcerias na divulgação com as principais rádios públicas nacionais (Antena 2 e Antena 3) e marcando presença nos principais jornais e plataformas de *media* nacionais (Expresso, Público, JN, Comunidade Cultura e Arte, Rimas e Batidas, etc.) e nos meios regionais (Correio do Minho, Diário do Minho e RUM – Rádio Universitária do Minho).

É nosso objetivo promover acordos de parceria de divulgação com as televisões do universo da RTP para apoiar eventos específicos, tais como o Open Day, que em 2025 será em articulação com o aniversário do Theatro Circo.

### 3.2.3 BRAGA MEDIA ARTS

Depois de um ano de atividade intensa com a segunda edição da INDEX - Bienal de Arte e Tecnologia, que estimulou uma estratégia reforçada de comunicação digital e *offline*, bem como de assessoria de comunicação, para consolidar a sua importância nos planos local, nacional e internacional, da Conferência Anual das Cidades Criativas da UNESCO, reforçando a importância do título de Cidade Criativa da UNESCO nas Media Arts para a cidade, e do quinto aniversário do

Circuito – Serviço Educativo Braga Media Arts, foram implementadas algumas alterações na estratégia de comunicação global da Braga Media Arts.

A acompanhar a linha estratégica do gnracion, o departamento de conteúdos, assessoria e acessibilidade, implementou um plano de meios e de assessoria de imprensa dedicados, reforçando a marca BMA a nível nacional e reforçando o seu posicionamento a nível regional. Através de publicidade nos

# FAZ CULTURA

principais meios nacionais e também regionais, o objetivo foi o de encurtar a distância entre o público (muito especializado) e todos os projetos inerentes à BMA. Com conteúdos e oferta mais dedicada, a comunicação do projeto tornou-se mais próxima da comunidade. Quase diariamente, através da publicidade, mas também de comunicados de imprensa semanais, com recurso a entrevistas, a programação da BMA está presente na esfera municipal, tornando-a mais próxima e construindo a ideia de um programa mais abrangente, quer para o público geral, quer para professores, músicos, criadores, entre outras instituições. Foi criado um plano de imprensa em revistas, suplementos e jornalistas

## 3.2.4 BRAGA 25

***2025 será, naturalmente, o ano de grande destaque da Braga 25 e no que respeita à comunicação de conteúdos, assessoria e acessibilidade o projeto verá a sua visibilidade a ser aumentada exponencialmente relativamente ao ano anterior.***

Está prevista a utilização de redes de outdoors a nível local e regional, através da parceria estreita com a comunicação do Município de Braga, bem como uma extensão ao Aeroporto Francisco Sá Carneiro e à loja de Turismo de Santiago de Compostela, via protocolo com o Turismo do Porto e Norte. A nível local, está prevista a utilização recorrente da rede de *mupis* do Município para comunicação das atividades

especializados no público infantojuvenil a nível nacional, o que permitiu uma maior visibilidade do serviço educativo que a BMA promove: o Circuito.

Relativamente a materiais gráficos *offline*, estamos em processo de criação de novos formatos e melhoramento de outros para uma comunicação mais eficaz das atividades da BMA em 2025, tais como o desenvolvimento de um passaporte para as atividades dos mais novos no Circuito com autocolantes colecionáveis, bem como desdobráveis de apoio a atividades como o Acusticidade e o Circuito Summer School, e manutenção de *mupis* ou outro mobiliário de rua a definir para destaques de programação e/ou atividades específicas.

da iniciativa, e a criação de novos suportes de comunicação de rua para o projeto. Também se prevê o desenvolvimento de uma peça de ativação de rua no centro da cidade, para que comunidade local e visitantes tenham uma melhor perceção de que Braga é Capital Portuguesa da Cultura ao longo de todo este ano.

Relativamente a materiais gráficos, o projeto vai lançar uma brochura trimestral de programação, com ampla distribuição pela cidade, que pretende difundir as atividades da iniciativa a um largo espectro de públicos. Cada atividade terá também como apoio de comunicação sinalética móvel que identifica os espaços onde decorre programação, bem como uma folha de sala que ajude o espectador a iniciar-se no que está a acontecer. Alguns dos projetos da Braga 25

# FAZ CULTURA

terão publicações regulares ou finais que resumem e fixam para a posteridade o conjunto de atividades, muitas delas efémeras, que terão lugar na cidade neste ano de celebração da cultura.

Ao nível da assessoria, será feito um reforço trimestral de impacto nos *media*, bem como veiculações de imprensa para determinadas atividades direcionadas a imprensa especializada. Prevê-se o estabelecimento de parcerias de *media* com diversos órgãos de comunicação social, públicos e privados, de forma a atingir diferentes tipologias de

públicos. A par desta estratégia, a Braga 25 terá também um plano de publicidade a decorrer em diferentes jornais e rádios locais, regionais e nacionais, e também na Galiza, num esforço de visibilidade para a iniciativa no seu todo e para atividades de destaque em particular.

Em resumo, o esforço de comunicação *offline* da Braga 25 pretende que esta iniciativa não passe despercebida e que o grosso do público português possa deslocar-se a Braga para assistir a pelo menos uma atividade desta iniciativa.

## . 3.3 Comunicação Digital

A reorganização do departamento de comunicação da FAZ CULTURA tem permitido uma especialização por áreas de comunicação e a otimização de processos de trabalho e de gestão de fornecedores dentro das equipas. A equipa de comunicação digital divide-se por projetos, Braga 25, Teatro Circo, gnration e Braga Media Arts, permitindo um pensamento estratégico transversal, através do qual as soluções que se revelaram já eficazes na comunicação digital de um projeto são adotadas também nos outros projetos da Empresa Municipal e há uma aposta transversal na evolução dos conteúdos desenvolvidos, que são agora pautados por um padrão de qualidade comum, e resultam de um processo criativo conjunto entre colaboradores da mesma área de especialidade.

Para além da evolução da qualidade dos conteúdos digitais desenvolvidos e da otimização dos fluxos de trabalho, através de

ferramentas digitais de planeamento de tarefas, tem existido uma aposta transversal na otimização dos resultados das campanhas de anúncios nas redes sociais, através da especialização da equipa nesta área, e na monitorização e análise de dados. Este ano, foi configurada e adotada a ferramenta Looker Studio da Google que será utilizada ao longo de 2025 para análise contínua e relatórios bimensais de redes sociais, juntamente com o Google Analytics para análise da atividade dos *websites*, e E-goi para análise de resultados de e-mail marketing. A gestão de fornecedores através da ferramenta Notion, permite uma centralização e visão macro sobre os pedidos, o que torna mais ágil a tomada de decisões estratégicas e a partilha de recursos entre projetos.

Uma das componentes da estratégia da equipa digital é a colaboração mais próxima entre a comunicação digital dos diferentes

# FAZ CULTURA

projetos, para acompanhar a aposta da equipa de direção artística em programas conjuntos entre os equipamentos gnracion e Theatro Circo, por exemplo, e para preparar o ano da Capital Portuguesa da Cultura que vai criar mais pontes entre os diferentes projetos da Empresa Municipal. Esta aproximação tem sido feita através de publicações colaborativas, o que também permite a otimização de recursos e cruzamento estratégico de públicos.

***Acompanhando as tendências das redes sociais, a estratégia da equipa digital este ano passou por uma forte aposta em conteúdos em vídeo, com um maior foco em storytelling, para aproximação dos públicos à missão e programação de cada projeto e captação de novos seguidores. Este foco em conteúdos criativos em vídeo será também um dos principais investimentos da equipa digital durante o ano de 2025.***

## 3.3.1 THEATRO CIRCO

***A nova identidade gráfica do Theatro Circo, bem como a aposta estratégica em tornar a comunicação mais clara, acessível e envolvente para os nossos públicos, estão refletidas no novo website do equipamento, que ficará disponível em 2025. Esta reestruturação do website torna também mais clara para os públicos a diferença entre a comunicação da programação do equipamento Theatro Circo e a comunicação institucional da FAZ CULTURA, que foi transferida para um outro website.***

Relativamente às redes sociais, o Facebook e o Instagram continuarão a ser as redes privilegiadas de interação com os públicos. A estratégia por detrás do desenho do novo website também se tem traduzido no plano editorial destas redes sociais, com o desenvolvimento de rubricas de publicações, com informação gráfica, que organizam a informação relativa às diferentes tipologias de programação do equipamento e à sua calendarização de forma clara e envolvente, melhorando a experiência do utilizador. Uma das principais preocupações de 2024 foi tornar mais evidente nos canais digitais os eventos da programação que contam com Audiodescrição e/ou Língua Gestual Portuguesa. Esta preocupação com questões de acessibilidade continuará a ser um foco durante em 2025.

# FAZ CULTURA

A equipa de comunicação tem procurado tirar o máximo partido dos recursos de cada rede social, mantendo-se atualizada em relação às novas potencialidades que vão surgindo. A equipa tem, por exemplo, utilizado os destaques de Instagram para otimizar a consulta dos eventos por tipologia de programação, e tirado partido das atualizações relativamente ao formato carrossel, de forma a criar publicações mais ricas em informação visual, conjugando vídeo e fotografia. Em 2025, pretendemos reforçar a aposta nas potencialidades de interação com públicos nestas redes (por exemplo, funcionalidade de perguntas e sondagens nas *Stories* de Instagram), tornando a comunicação com a audiência cada vez mais bilateral. O YouTube continuará a funcionar como arquivo digital dos destaques de programação, com vídeos de espetáculos, que incluem entrevistas aos artistas. Durante o próximo ano, iremos testar diferentes formatos de entrevistas, para criação de conteúdos mais curtos para Instagram *reels* e mais longos para YouTube, adaptando-nos de forma mais eficaz às características de cada rede social. Em relação a vídeo, continuaremos a trabalhar diferentes tipologias: vídeos mais curtos, de rápido consumo, com informação mais direta relativa a eventos, alternados com vídeos mais focados em *storytelling*, com guiões originais desenvolvidos pela equipa, que fortaleçam os laços emocionais entre o público e o Theatro Circo. Assim sendo, manteremos as tipologias de vídeo: *spot* mensal de antecipação da programação, vídeos curtos de antecipação de espetáculos individuais (sem entrevistas), vídeos de

antecipação de espetáculos mais longos (com entrevistas), vídeos pós-espetáculo com gravações dos mesmos (com e sem entrevistas) e vídeos promocionais estratégicos ao longo do ano com foco em *storytelling*. Iremos abdicar dos vídeos com programação de cada quadrimestre, que pela sua duração são de difícil consumo e não acompanham as tendências atuais das redes sociais, focadas agora em conteúdos mais curtos e dinâmicos.

A estratégia digital do Theatro Circo será ainda coadjuvada por uma estratégia de patrocínios nas redes sociais, personalizada de acordo com o tipo de programação e os diferentes públicos-alvo, de forma a captar o interesse de públicos já iniciados e ainda não fidelizados (através de micro targeting e geolocalização). Continuaremos a testar diferentes formatos de anúncios e usaremos a ferramenta Looker Studio da Google para monitorização e análise dos dados.

***As newsletters do Theatro Circo têm-se revelado como um dos canais digitais mais eficazes para comunicação de espetáculos a público interessado. Por isso, um dos focos de 2025 será o aumento de subscritores da newsletter.***

***Através de um campo de subscrição de newsletter mais intuitivo no novo website e de campanhas nas redes sociais dedicadas a incentivar a subscrição.***

# FAZ CULTURA

Ao longo de 2024, tornámos as *newsletters* do Theatro Circo mais envolventes e mais ricas em informação, tendo-se tornado o canal privilegiado para a partilha de entrevistas exclusivas com artistas, criadores e programadores, com ligação direta para compra de bilhetes. Esta será também a estratégia para 2025, mantendo as tipologias que já temos: *Newsletters* com programação

de cada quadrimestre, *Newsletters* dedicadas a eventos individuais, *Newsletters* dedicadas a ciclos específicos, com identidade desses ciclos, *Newsletters* com programação de cinema (que implementámos pela primeira vez no início deste ano) e no próximo ano teremos também uma nova tipologia de *Newsletters* dedicadas a programação infantojuvenil.

## 3.3.2 gnration

Ao contrário do Theatro Circo, cujo plano editorial foi repensado para acompanhar a nova programação e a identidade gráfica do equipamento, no gnration há uma matriz que se mantém. O gnration recorre à solidez da identidade gráfica vigente como linha conectora entre práticas de comunicação nos diferentes formatos (vídeo, imagem, texto, etc.). Em 2025 manteremos esta identidade gráfica sólida, que caracteriza o gnration, e as rubricas de vídeo já sedimentadas junto dos públicos, como: “Próximo Espetáculo” e “Residências Artísticas”. Ao longo de 2024, a equipa foi implementado algumas mudanças no conteúdo de vídeo destas rubricas, no sentido de os aproximar das tendências atuais das redes sociais. Momentos estratégicos do ano, como o “Open Day” foram identificados como oportunidades para desenvolvimento de conteúdo de vídeo mais focado em *storytelling*, com guiões originais desenvolvidos pela equipa, e que podem convidar à participação de públicos da cidade que normalmente não frequentam o equipamento. Um dos principais desafios para a comunicação digital do gnration prende-se com esta renovação de públicos.

Temos procurado através do conteúdo de vídeo desenvolvido e de campanhas nas redes sociais focadas em tornar a programação e o espaço mais apelativos para o público universitário, por exemplo. O gnration tem a particularidade de, em paralelo com o programa de carácter presencial, ter um programa *online*, que mais do que ser comunicado nos canais digitais do equipamento, os habita. Ao longo do próximo ano, temos como objetivo aumentar o público para estas propostas *online*, através de conteúdos apelativos em vídeo e texto, e do reforço das campanhas direcionadas para este tipo de programação.

Ao longo de 2024, houve também um foco da equipa digital na comunicação do programa expositivo do gnration, com entrevistas exclusivas a artistas. Um dos objetivos para 2025 é reforçar a envolvência deste conteúdo, tornando-o ainda mais imersivo e com maior foco em *storytelling*, de forma a captarmos novos públicos para estas propostas. Temos como objetivo reforçar também o conteúdo desenvolvido em torno das residências artísticas, de forma que essa

# FAZ CULTURA

missão do equipamento esteja ainda mais presente na comunicação.

O cruzamento de públicos entre Theatro Circo e gnration tem sido potenciado ao longo deste ano, com publicações colaborativas nas redes sociais, e *newsletters* partilhadas para ciclos de programação que se desdobram entre os dois equipamentos. Acreditamos que esta conexão ao nível programático e da comunicação traz mais valias importantes no que diz respeito ao cruzamento de públicos, e que tem contribuído para aumentar o público dos eventos, bem como os seguidores e

subscritores nos canais digitais de ambos os equipamentos.

Em 2024, diversificámos e aumentámos o número e a eficácia das campanhas de anúncios nas redes sociais do gnration, e este será também o caminho estratégico para o próximo ano. No caso do *gnration*, o email marketing tem uma forte componente criativa, com textos originais apelativos, desenvolvidos pela equipa, e partilha de *playlists* e vídeos. Como acontece com os cartazes do gnration, há uma preocupação que as *newsletters* sejam também vistas como tendo uma componente artística, neste caso ao nível da qualidade da escrita.

### 3.3.3 BRAGA MEDIA ARTS

À semelhança dos outros projetos da Empresa Municipal, os meios de comunicação digital são um dos pilares da comunicação da Braga Media Arts, sendo que neste projeto, devido à sua dimensão internacional, assumem uma especial importância por serem o canal principal para chegar até esses públicos.

***Na Braga Media Arts, os canais digitais cumprem propósitos de divulgação do título de Cidade Criativa da UNESCO em Media Arts, de criação de pontes internacionais e de divulgação de grandes iniciativas como foi este ano a Conferência Anual das Cidades Criativas da UNESCO em Braga, a bienal de Arte e Tecnologia INDEX ou o projeto***

#### ***europeu Youth4Bauhaus Multiplier Event.***

Digitalmente, a Braga Media Arts centra informação no seu *website* oficial com conteúdos bilingues. Aqui reúne informação de carácter institucional, mas também notícias, eventos, projetos e parceiros. Um dos objetivos da equipa de comunicação este ano, foi potenciar o campo de notícias do site, intensificando a redação de notícias relevantes para os públicos locais, nacionais e internacionais. Temos diversificado a tipologia destes artigos, que vão desde comunicação de convocatórias, até entrevistas com agentes relacionados com o projeto, passando por cobertura de momentos-chave. Este campo de notícias possibilita aos públicos um contacto mais aprofundado com o título de Cidade Criativa

# FAZ CULTURA

da UNESCO. Esta aposta irá continuar durante o próximo ano.

Outro ponto-chave em relação ao próximo ano, prende-se com a maior aproximação nos canais digitais entre a Braga Media Arts e a Braga 25, os dois projetos da Empresa Municipal que são títulos da cidade. O campo de notícias do *website* da Braga Media Arts tem sido um exemplo dessa aproximação, ao ser mais um canal digital onde são divulgadas convocatórias da Braga 25 que sejam pertinentes para o público-alvo da BMA.

No site da Braga Media Arts consta também o programa do Circuito – Serviço Educativo Braga Media Arts, a atividade relacionada com a bienal INDEX ou a promoção ao Mestrado em Media Arts. As redes sociais são também um ponto onde a Braga Media Arts tem presença e atualização regular de informação. Presente no Facebook e no Instagram, bem como no YouTube, a Braga Media Arts utiliza estes canais para divulgação regular da sua atividade. Para além da Braga Media Arts, também as submarcas Circuito e INDEX possuem as suas próprias páginas nas redes sociais. Este ano decorreu a bienal INDEX, tendo sido desenvolvidos para as redes sociais vários conteúdos audiovisuais no período de antecipação e divulgação da bienal, bem como no período pós, por uma questão de legado do evento. Esses conteúdos criativos prenderam-se com a divulgação das propostas de programação, mas também com a divulgação do tema/conceito da edição deste ano da bienal: “Coexistência”. Este conceito explorado na linha de programação, foi também explorado criativamente no

desenvolvimento de suportes de comunicação digital dinâmicos e envolventes, que trabalhassem as questões associadas ao tema. Houve também uma grande aposta em entrevistas com artistas, e cobertura integral de conversas, do eixo Pensamento da programação, para disponibilização *online* ao público no canal de YouTube próprio do INDEX.

2024 foi o ano do quinto aniversário do Circuito - Serviço Educativo Braga Media Arts, para o qual desenvolvemos uma campanha de comunicação digital com o mote “O Circuito cresce contigo”, que consistiu em várias entrevistas a participantes de atividades das diferentes tipologias do Circuito, para que partilhassem de que forma cresceram com o circuito enquanto pessoas e em alguns casos enquanto artistas, e num vídeo mais longo, com foco no *storytelling*, e guião original desenvolvido pela equipa de comunicação digital. Estes conteúdos geraram grande *engagement* e apontam a direção que vamos seguir no próximo ano: maior foco em *storytelling*, de forma a entusiasmar e envolver mais a cidade para este título e mais palco aos diferentes atores ligados a este projeto.

***Em 2025, a aposta vai continuar em campanhas de anúncios nas redes sociais, de forma a sermos mais eficazes na divulgação da programação e dos momentos-chave deste projeto.***

As campanhas para aumentar os subscritores da *newsletter* tiveram grande impacto e esta será também uma preocupação do próximo

# FAZ CULTURA

ano: continuar a aumentar a lista de subscritores da *newsletter*, juntamente com o número de seguidores que impactamos. As *newsletters* continuarão a ser focadas nos grandes momentos da Braga Media Arts,

divulgação de convocatórias e de momentos-chave da atividade deste título, e, naturalmente da programação regular do Circuito.

## 3.3.4 BRAGA25

O ano de 2024 tem sido um ano de acompanhamento dos projetos da Braga 25 que já estão a ser desenvolvidos, com um especial enfoque na divulgação das convocatórias que decorrem no âmbito dos mesmos. A aposta na especialização da equipa na área de *performance* de campanhas nas redes sociais foi um dos fatores que contribuiu para o sucesso de todas as convocatórias que decorreram ao longo de 2024.

Sendo um projeto que diz respeito a todos os bracarenses, a ligação entre a equipa de medição de públicos e a equipa de comunicação tem sido muito próxima, resultando em rubricas audiovisuais como “Trocado por Miúdos”, onde entrevistamos crianças sobre temas como arte e cultura, com um forte impacto nas redes sociais da Braga 25, nomeadamente no TikTok. Esta rubrica retorna na segunda metade de 2024, com uma edição Especial Escolas, cujas publicações no Facebook, Instagram, YouTube e TikTok se estenderão durante a primeira metade do próximo ano. Outra das novidades da comunicação digital da Braga 25 prende-se com a estreia de um novo *videocast*, chamado “O Lugar”, desenvolvido com ligação a um dos projetos que integram o programa da Braga 25.

Na Braga 25, a estratégia digital foca-se nas características de cada canal, e na adaptação do conteúdo da forma mais eficaz possível a cada um deles, podendo um vídeo, por exemplo, ser desdobrado em diferentes formatos para ser eficiente nas várias plataformas.

O Instagram, o Facebook, o TikTok são as redes privilegiadas para aproximação do projeto aos seus diferentes públicos, sendo que o LinkedIn se tem revelado eficaz na divulgação de convocatórias e de etapas do projeto para um público mais especialista e que o YouTube, pelas suas características, é o canal privilegiado para publicação de conteúdo audiovisual mais denso, onde publicamos entrevistas integrais, por exemplo. Em 2025, vamos abandonar a rede X (ex-twitter) por não estar a revelar-se um canal eficaz, tendo sido utilizado durante o ano de 2024 apenas para partilha de notícias relacionadas com o título.

***Durante o próximo ano, a intensidade nos vários canais digitais da Braga 25 será maior do que em 2024, para acompanhar a programação e celebrar o título com todos os bracarenses e portugueses. Haverá uma maior aposta em***

# FAZ CULTURA

***conteúdo audiovisual, de forma a aproximar ainda mais o público dos projetos que vão integrar o programa e para divulgação dos diferentes eventos.***

Tendo projetos e eventos com públicos tão diferentes, as campanhas de anúncios nas redes sociais vão ter um papel muito importante para *targeting* de públicos específicos, de forma a garantirmos que a informação está a alcançar as pessoas certas para cada evento.

As *newsletters*, que em 2024 foram de periodicidade mensal (com exceção das *newsletters* especiais de divulgação de convocatórias), serão também um dos canais privilegiados para chegarmos a diferentes públicos. Por isso, no próximo ano, aumentaremos a sua periodicidade e teremos *newsletters* com diferentes tipologias: divulgação de campanhas macro, convocatórias, eventos individuais, programação trimestral e *newsletters* mensais. Faremos também uma grande aposta em campanhas de anúncios nas redes sociais para aumentarmos a *mailing list*. Nas redes sociais, haverá uma maior aposta na criação de diálogos com o público-alvo através das funcionalidades das redes sociais e do incentivo ao *user-generated content* com diferentes desafios que envolvam os públicos-alvo e responsáveis de projetos na criação de conteúdo para os nossos canais. Queremos ouvir as pessoas e conseguir que elas se sintam parte desta celebração. O cabeçudo “Augusto”, mascote criada para o TikTok da Braga 25, dinamizará com maior intensidade a conta de TikTok da Braga 25.

O novo *website* da Braga 25 será adaptado à nova fase em que o projeto entra, passando a ter uma área de eventos, com a informação de cada evento disponível de forma clara, acessível e envolvente para os utilizadores. A consulta dos eventos poderá ser feita através de filtros como: data, categoria artística e público-alvo. Haverá também um novo campo do site dedicado à imprensa, para *download* do *Press Kit* e de comunicados de imprensa ao longo do ano. Os campos existentes atualmente, sobre a iniciativa, equipa, projetos e magazine/notícias manter-se-ão. A área de projetos será o lugar do site onde os utilizadores podem aceder a informação mais completa sobre os projetos e ter mais informação sobre os seus curadores e abordagem conceptual, e essa área terá associação à área de eventos, para que o utilizador possa perceber de qual projeto deriva cada evento e ter uma maior compreensão sobre o seu enquadramento. O campo de magazine continuará a ser trabalhado com notícias importantes sobre a Braga 25, momentos-chave, convocatórias e entrevistas.

***Ao longo de 2025 haverá uma grande ligação entre os canais digitais da Braga 25 e dos outros projetos da Empresa Municipal, que vão integrar também programação no âmbito deste título. Haverá, portanto, uma otimização dos recursos e, simultaneamente, um maior alcance do conteúdo da Braga 25 através de publicações colaborativas, partilha de***

# FAZ CULTURA

***publicações e newsletters com informação partilhada. A programação dos equipamentos Teatro Circo e gnration estará também presente no website da Braga 25, aumentando o alcance dessas propostas de programação, que estarão sob o chapéu do título.***

Em 2025, os canais digitais terão conteúdo exclusivo para as campanhas trimestrais que pontuarão o ano, com destaques da programação de cada trimestre.

Nos canais digitais da Braga 25, a missão de informar estará sempre ligada à missão de cativar, envolver e dialogar com a cidade, o país, e a Europa. Será também através desses canais (cujos conteúdos têm sempre tradução em inglês) que poderemos alcançar públicos internacionais, com principal enfoque na Galiza, e públicos de outras cidades do país, para que venham participar das atividades deste ano. As campanhas de anúncios e parcerias digitais da Braga 25 vão ser estratégicas para aumentar o alcance para além da cidade e região.

## 4. INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURAS E EQUIPAMENTOS

### 4.1 Theatro Circo

A Empresa Municipal tem a seu cargo a gestão das instalações do Theatro Circo, compreendendo para além do edifício, que é sua propriedade desde a constituição da Empresa, todo o equipamento que lhe está associado, cuja manutenção, conservação e

atualização tem sido alvo de particular cuidado e investimento. Nos pontos seguintes elencamos os investimentos mais significativos previstos até 2026, por área.

#### 4.1.1 EDIFÍCIO E INFRAESTRUTURAS

Adiada, por questões técnicas, a intervenção na cobertura da zona da Sala Principal, avançará em 2025. Conforme referido no Relatório de Atividades de 2023, no seguimento das intervenções pontuais efetuadas na cobertura da Sala Principal, previa-se então, uma intervenção mais robusta. Durante o último ano o local foi objeto de várias visitas de técnicos, quer projetistas quer instaladores, convergindo todos na ideia de que o problema consistiu numa deficiente execução

dos trabalhos aquando da reabilitação do edifício.

Os trabalhos a executar passarão pela remoção de toda a cobertura de zinco na zona da Sala Principal, assim como parte do seu isolamento interior, seguidos da aplicação do mesmo tipo de materiais, conferindo um aumento de pendentes, mas mantendo a estética atual, e garantindo, naturalmente, uma aplicação do zinco com metodologias corretas, de forma a garantir um eficaz isolamento.

# FAZ CULTURA

Antecipa-se que a intervenção descrita se revista de algum grau de complexidade, por se tratar da cobertura do edifício e ficando o mesmo vulnerável às condições meteorológicas, o que, desde logo, deverá ser acautelado com execuções parciais – remoção/execução, tornando morosa e onerosa toda a intervenção., que se prevê de 4 meses, havendo necessidade de ocupação de espaço público (Rua Gonçalo Sampaio), para instalação de estaleiro e meios de remoção e elevação de materiais. No interior do edifício, irão continuar os sucessivos trabalhos de preservação e pequenos restauros, com destaque para os gessos e os douramentos, assim como a substituição parcial do revestimento, em papel de parede, da Sala Principal. As climatizações dos vários espaços, nomeadamente em zonas mais deficitárias, vão também merecer atenção, sendo

instaladas unidades de climatização nesses locais.

O melhoramento das acessibilidades continua como uma prioridade, estando prevista a transformação da porta de público da bilheteira com sistema de abertura automático

Por último, mas essencial investimento, será toda a remodelação do *Public Adress*, com a aquisição de novos Amplificadores, *Call Stations* e respetiva Matriz, assim como uma revisão integral de todas as colunas de som e respetivas ligações e cablagem. Este sistema é essencial para o funcionamento do edifício, sendo um importante meio de comunicação para todos espaços, quer em contexto de atividade artística, quer em contexto de emergência, ficando o sistema dotado com interligação à CDI, permitindo, de uma forma mais eficaz, as comunicações com o público, trabalhadores e artistas.

## 4.1.2 EQUIPAMENTOS

No seguimento dos últimos investimentos na Mecânica de Cena, serão substituídas as motorizações dos sistemas de suspensão em armazém dos equipamentos de iluminação, com a aquisição de 8 motores.

Outos equipamentos/materiais cénicos serão adquiridos, com destaque para a aquisição de um novo piso de dança e uma máquina de efeitos de fumo.

Na parte da iluminação cénica, não sendo este ano dedicado a reforçar e melhorar os nossos equipamentos, algo que se prevê para os anos seguintes, pequenos equipamentos dedicados a transmissão de sinal DMX

*wireless* entre outros deverão ser adquiridos.

A área de vídeo/imagem será contemplada com o reforço de projetor de curta distância, assim como monitores vídeo, este equipamento mais dedicado a conferências, exposições e atividades relacionadas com a formação de público.

A área do som será contemplada com a aquisição de sistemas de microfones *wireless* e colunas de som amplificadas, estas tendo em conta as atividades referidas no ponto anterior.

# FAZ CULTURA

Por fim, e também referente à área técnica do som, mas tendo como objetivo a melhoria e o acesso a público com deficiência visual e em sintonia com a crescente programação com

estas especificidades, será adquirido um sistema de audiodescrição, evitando, assim, o constante aluguer destes equipamentos.

## 4.2 gnration

A gestão do gnration foi atribuída à Empresa Municipal pelo Município no ano de 2020, num pressuposto de que o edifício se mantém sob sua propriedade e, como tal, assumindo este último as obras de maior envergadura, fruto da degradação de

materiais, danos provocados por fenómenos naturais, cabendo à Empresa Municipal, a manutenção geral do edifício que decorra das atividades realizadas no espaço e do desgaste associado ao normal funcionamento do edifício.

### 4.2.1 EDIFÍCIO E INFRAESTRUTURAS

Ao fim de onze anos de existência, o gnration apresenta alguns danos estruturais que requerem uma intervenção mais robusta. Em articulação com o Município, foi identificada a necessidade de atuar em cinco domínios: (i) a substituição dos caleiros existentes no edifício, os quais não estão devidamente dimensionados para o escoamento adequado em dias de chuvas intensas provocando diversas infiltrações; (ii) a substituição da estrutura de iluminação do Pátio Interior, Pátio Exterior e Praça a qual apresenta um problema de raiz, que não permite o seu correto funcionamento; (iv) a substituição das caixilharias em madeira de portas e janelas, que se encontram, na sua grande maioria, em avançado estado de deterioração; (iv) a intervenção no sistema de Ar Condicionado do edifício que apresenta problemas desde a sua inauguração dado que o mesmo não foi corretamente dimensionado para o edifício; (v) a reparação do piso da Praça que apresenta um desgaste elevado com várias partes do piso reduzidas a areia, buracos entre outros danos.

Estas intervenções foram identificadas como prioritárias e estão neste momento em procedimento no município tendo como objetivo a execução das mesmas de forma faseada e de acordo com a agenda programática de forma a minimizar o impacto no normal funcionamento do edifício.

Está, ainda, planeado a substituição de todo o mobiliário das salas afetas ao acolhimento dos eventos (cadeiras, mesas e outros materiais), as quais apresentam já um desgaste elevado. Devido ao elevado custo desta operação, existe um planeamento faseado para no próximo quadriénio renovar este tipo de equipamento das salas de Formações, Conferências, Reuniões, Multiusos, Auditório e Quarto do Artista. Pretendemos também substituir o balcão da receção de forma a oferecer melhores condições de atendimentos aos nossos clientes. Estão ainda previstas várias intervenções menores e de rotina como manutenção dos pisos dos Pátios, pequenas infiltrações, reparações de paredes e pintura de espaços.

# FAZ CULTURA

## 4.2.1 EQUIPAMENTOS

Ao nível de equipamentos técnicos, foi também traçado um plano de investimentos para os próximos quatro anos, tendo por base a prioridade dos mesmos face às necessidades. Assim, para 2025, foi estabelecido como prioridade a substituição da mesa de luz que se encontra obsoleta e não corresponde às necessidades; a aquisição e instalação de 14 unidades de Global Truss para reforçar a estrutura de iluminação do auditório BlackBox e para criar uma estrutura nova de suporte de iluminação para a sala Multiusos que permita dotar a sala de melhores condições para o acolhimento de projetos com requisitos técnicos mais exigentes; aquisição de um sistema de som para conferências, sistema *wireless* para *headsets*; reforço da iluminação para instalações artísticas com a aquisição de novos focos; um sistema de intercomunicadores; e, ainda, aquisição de diversas tipologias de ferramentas, para fazer

face às necessidades decorrentes do dia a dia no que diz respeito a montagem e desmontagem de equipamentos e produção de outros.

Serão também adquiridos equipamentos de apoio à manutenção como um andaime, um compressor, uma máquina de polir e outra de lavar chão, que permitirão efetuar uma manutenção dos espaços mais eficaz e de maior qualidade.

Em termos técnicos o gnration é hoje um espaço com capacidade para acolher eventos de grande exigência técnica, contudo, ainda é necessário um reforço na aquisição de microfones, a substituição do palco existente para um palco de maior qualidade que nos permita acolher por exemplo eventos de dança, uma plataforma elevatória para permitir o acesso ao palco a pessoas com mobilidade reduzida entre outros. Prevemos conseguir realizar esses investimentos ao longo dos próximos quatro anos.

## 5. PESSOAS E ORGANIZAÇÃO

Ao longo dos últimos anos a Empresa tem-se empenhado em promover as melhores práticas de gestão de recursos humanos, seja através da criação de metodologias para a progressão nas carreiras, da profissionalização dos processos de recrutamento e acolhimento, da aposta em formação de qualidade, da promoção da saúde e bem estar dos colaboradores, do alargamento do pacote de benefícios e, de uma forma mais genérica, na promoção de medidas que visam uma melhor conciliação do trabalho com a vida pessoal e familiar.

***O rápido crescimento da equipa e a admissão de jovens profissionais trouxeram à Empresa uma energia e vitalidade renovadas, fundamentais para uma estrutura em transformação que gere e desenvolve projetos artísticos. Atualmente, mais de 60% dos colaboradores tem antiguidade inferior a cinco anos e 27% do quadro de pessoal foi admitido apenas nos últimos dois, com as faixas etárias mais jovens a assumir maior relevo.***

Mas para uma empresa centenária, que até 2015 visava em exclusivo a gestão do Theatro Circo, este tornou-se um dos principais desafios da gestão atual, que ao mesmo tempo que pretende promover uma dinâmica de renovação e expansão, entende a importância de manter uma cultura organizacional forte e coesa, sedimentada nos valores da Empresa: cooperação, responsabilidade, transparência, inovação e sustentabilidade.



# FAZ CULTURA

Este contexto contribuiu para a decisão de criar uma direção autónoma de gestão de pessoas, que além de promover o alinhamento interno com os valores da instituição, trabalhasse uma vertente mais humana da relação da Empresa com os colaboradores.

A nova Direção de Pessoas e Organização redefiniu assim a missão desta área funcional em torno de quatro eixos de desenvolvimento (ver figura), planeando para cada um deles um conjunto de atividades anualmente.

## 5.1. Talento, carreiras e desempenho

Com a criação deste eixo pretende-se trabalhar e desenvolver a atração e conservação de talento, a criação e manutenção de carreiras atrativas e o reconhecimento e valorização do mérito e do bom desempenho.

Apesar de fatores extra salariais começarem a ter um peso cada vez mais significativo na atração e conservação do talento, onde se incluem o bom ambiente laboral e a facilidade em conciliar o trabalho com a vida pessoal, a remuneração e as possibilidades de progressão na carreira e desenvolvimento profissional continuam a ser as dimensões preponderantes.

Ao nível das carreiras foi já desenvolvido um trabalho de relevo, sobretudo tendo em conta que há três anos apenas não existia qualquer documento que regulasse estas matérias.

Assim, em 2021 foram criados três instrumentos regulatórios que ainda se mantêm em vigor: um Regulamento Interno, um Manual de Funções e um Modelo de Carreiras. No entanto, com as diversas alterações orgânicas entretanto ocorridas e o aumento substancial da equipa, esta documentação já não reflete a organização funcional existente. Deste modo, e tendo por

objetivo a celebração de um Acordo de Empresa, os próximos passos serão revê-la em simultâneo e de forma exaustiva, estabelecendo as bases para a criação desse documento. A este nível, as atividades a desenvolver em 2025 estarão fortemente dependentes daquilo que ainda for possível implementar até ao final deste ano.

Por outro lado, foi realizada no início de 2024 ano, pela primeira vez na Empresa, a avaliação de desempenho relativa ao ano anterior, tendo sido aplicada uma versão simplificada do modelo inicialmente previsto. Mesmo assim, o processo revelou-se exigente, tanto para as chefias como para a equipa de RH, e processualmente pesado, sobretudo sem o apoio de algum tipo de *software* que permitisse gerir o processo e condensar a informação num único local, facilitando a apreensão e transparência dos objetivos para todos os intervenientes: avaliadores, avaliados e RH.

Com base nessa experiência, que funcionou como piloto, o sistema foi aprimorado e acrescentado um novo nível de objetivos (de Equipa), previamente definidos na reunião geral. Foi também entretanto contratado um *software* de RH, que para além de apoiar a

# FAZ CULTURA

gestão de desempenho vai permitir aceder, de uma forma simples, à informação individual, agilizar diversos procedimentos e melhorar a comunicação interna.

A avaliação de desempenho relativa a 2024 terá lugar nos primeiros meses de 2025.

## 5.2. Aprendizagem

Independentemente das obrigações legais que tem de cumprir, a FAZ CULTURA está determinada em proporcionar aos seus colaboradores uma aprendizagem contínua durante a sua permanência na Empresa. Esta pode passar pela formação numa perspetiva mais formal, tanto ao nível das competências técnicas como das transversais, mas também pela aprendizagem informal, através da participação em congressos, seminários ou conferências das várias especialidades, na presença em festivais, intercâmbios entre pares e mentorias.

### **Formação**

O Plano Anual de Formação da Empresa contempla as ações de caráter obrigatório (ex.: higiene e segurança, primeiros socorros); as necessidades formativas identificadas através de diagnóstico, incluindo reciclagem de conhecimentos; a formação inicial dos novos colaboradores e dos assistentes de sala; e formação em áreas estratégicas, de conhecimento transversal, onde a Empresa pretende apostar, nomeadamente, através de *workshops* e ações de sensibilização.

Por outro lado, a empresa está igualmente determinada em transmitir ou devolver parte do seu conhecimento à comunidade em que está inserida, através da disponibilização de estágios profissionais e formações em contexto de trabalho, que permitem em muitos casos cruzar gerações e diferentes graus do saber. A sua missão de interesse público, associada à especificidade do setor, com poucas alternativas na cidade, gera um interesse acrescido por parte de quem pretende desenvolver um trabalho futuro nesta área.

Para 2025 a Empresa definiu como estratégicas as seguintes temáticas:

- Microsoft Excel;
  - Aplicativos Microsoft 365: Onedrive, Outlook, Sharepoint e Forms;
  - Ferramentas internas de uso intensivo: *software* de assiduidade, portal do colaborador, gestão documental;
  - Liderança e desenvolvimento pessoal.
- Para além destas estão já previstas formações mais específicas no domínio da gestão; de higiene e segurança, em parceria com a Empresa responsável por esta área; a formação anual dos assistentes de sala na área do acolhimento ao público; a formação “acolhimento 3D” para as novas admissões; e

# FAZ CULTURA

ações de sensibilização previstas no plano para a igualdade. Paralelamente serão realizados cursos autopropostos pelos colaboradores, desde que tenham enquadramento funcional e respeitem o orçamento aprovado. Em 2025 não será realizado o Diagnóstico de Necessidades,

## ***Outras aprendizagens***

Em 2025 a Empresa pretende continuar a dinamizar a aprendizagem informal, através da participação em congressos e seminários de relevância e por via da presença em festivais internacionais de renome, no caso das direções artísticas, ou intercâmbios com outras estruturas, no sentido de absorver as melhores práticas do setor.

agora de periodicidade bienal, uma vez que o próximo terá lugar ainda no final de 2024. O ciclo formativo fica completo com a avaliação de impacto, a realizar em janeiro de 2025 relativamente à formação ministrada ao ano anterior.

Na sua qualidade de agente transmissor de aprendizagem, em 2025 tencionamos dar continuidade ao acolhimento de estágios curriculares e de formações em contexto de trabalho, num trabalho conjunto com diversas instituições parceiras, como o IPCA, o Instituto de Educação da UM, o Vision Minho Legal Lab, a ESMAE, o Politécnico de Leiria, a Escola Profissional Art’J, entre outras.

## 5.3. Comunicação e envolvimento

Quando se pretende solidificar um sentimento de compromisso e pertença, que contribua para a construção de uma cultura organizacional forte e coesa, a comunicação interna e o envolvimento dos colaboradores são dimensões que se interligam e autopromovem. Partindo do princípio de que a promoção de uma comunicação fluída e eficaz dentro de cada departamento é da responsabilidade máxima da chefia que o dirige, toda a restante comunicação interna, não sendo da responsabilidade direta de ninguém em particular, deve ser promovida, fomentada e mediada, tendo os RH assumido esse papel, com o apoio da Direção de Comunicação.

A avaliação de clima organizacional, que a Empresa realiza anualmente desde 2014, é o meio preferencial de comunicação dos colaboradores com a organização, em que estes manifestam o seu grau de satisfação com nove parâmetros distintos, e expressam livremente, sob anonimato, as suas motivações, preocupações e descontentamentos, apontando sugestões de melhoria. Este diagnóstico é um mecanismo precioso de auscultação, que fornece informações relevantes também para a avaliação de desempenho e em 2025 está previsto realizar-se no final do ano.

# FAZ CULTURA

***Em 2025, e como já mencionado, vamos poder contar com o apoio de um novo software de gestão de RH, que seguramente terá um impacto positivo na comunicação interna da Empresa. Esta ferramenta irá permitir aceder, de uma forma simples e acessível, a documentação da Empresa, objetivos anuais, notícias relevantes e eventos internos, bem como partilhar, com cada colaborador, informação associada à sua relação laboral, como documentação pessoal, contrato e aditamentos, recibos de vencimento, certificados de participação em formações, fichas de avaliação de desempenho, entre outras, que até agora eram enviadas por outros meios ou se encontravam adstritas a pastas dos RH.***

Ainda neste eixo, em 2025 a Empresa irá dar continuidade à realização dos eventos corporativos em duas modalidades distintas: a reunião geral e os convívios internos.

A reunião geral, a realizar em novembro, é um momento privilegiado de comunicação e partilha do plano de atividades anual, em que todos os colaboradores estão presentes e todas as áreas da Empresa têm possibilidade de intervir. Trata-se de um dia completo de trabalho imersivo, sendo a manhã ocupada com a apresentação do plano de atividades e a tarde com a definição dos objetivos para a avaliação de desempenho do ano seguinte, tendo por base o plano apresentado.

Numa perspetiva mais informal, pretendemos realizar, no final de maio, o já habitual evento anual de confraternização. Trata-se de um dia inteiro fora de portas organizado com o objetivo de fomentar o sentimento de pertença e a interação dos colaboradores fora do ambiente de trabalho. No sentido de promover não apenas o envolvimento mas também a criação de uma memória coletiva positiva e duradoura, a Empresa irá manter a realização do tradicional jantar de Natal, celebrado anualmente em dezembro com todos os colaboradores.

## 5.4 Saúde, equilíbrio e bem estar

As pessoas são o pilar estruturante da atividade de qualquer empresa, fundamentais para a concretização dos seus objetivos e sucesso da sua missão. Empenhada no bem-estar dos colaboradores, no seu desenvolvimento pessoal e na

recompensa do mérito, a Empresa foi desenvolvendo práticas que contribuem para melhoria dos níveis de felicidade organizacional, que se pautam não só pela satisfação dos colaboradores mas que acabam por ter impactos paralelos

# FAZ CULTURA

fortemente positivos, desde a satisfação dos públicos ao desempenho financeiro da Empresa.

Por outro lado, atenta à necessidade de captar e conservar talento, mas consciente das limitações remuneratórias de determinadas funções em relação ao setor privado, a Empresa tenciona continuar a reforçar o *employer branding*, ou marca do empregador, para gerar uma perceção positiva sobre a Empresa como local de trabalho, não apenas externa, mas também interna, uma vez que os seus maiores embaixadores são os próprios colaboradores.

Nesta matéria a aposta da Empresa para 2025 passa por:

- Fortalecer o alinhamento estratégico da Empresa e dos seus equipamentos culturais, reforçando a solidez dos seus valores e princípios éticos;
- Manter o pacote de benefícios vigente, também chamado de salário emocional, como os 3 dias suplementares de férias, o dia de aniversário, as tolerâncias de ponto em alguns dias festivos, o seguro de saúde gratuito, convites para espetáculos, um curso anual de línguas no BabeliUM e outros protocolos negociados com vantagens para colaboradores;
- Assegurar um plano de consultas gratuitas realizadas nas instalações do Theatro Circo ou do gnration, nas áreas de clínica geral, nutrição e fisioterapia;
- Implementar as medidas previstas no Plano para a Igualdade e Conciliação da Vida Profissional com a Pessoal;
- Organizar a Semana do Bem Estar;
- Reforçar a qualidade do acolhimento dos novos colaboradores, acompanhando de perto os seus primeiros 90 dias de trabalho e medindo, através de questionário, a qualidade da sua integração;
- Analisar semestralmente a evolução das métricas de RH, nomeadamente estratificação, rotatividade, absentismo e horas de formação realizadas;
- Reforçar a marca da FAZ CULTURA e dos espaços culturais que gere, capitalizando esse benefício para a atração de talento.

## 6. RECURSOS FINANCEIROS E ORÇAMENTO

### 6.1 Orçamento

O objetivo do orçamento anual é proporcionar, não só uma previsão detalhada de todas as despesas e receitas, mas, também, um conhecimento e visão dos valores que norteiam a Empresa, devendo, por isso, refletir os seus objetivos estratégicos. Um orçamento bem elaborado permitirá mitigar riscos, implementar estratégias no seu planeamento e criar previsões realistas, assim como estabelecer objetivos, operando como um instrumento de decisão e ação seguro e eficaz. O rigor e o domínio técnico na preparação do orçamento permitem fornecer metas para avaliação do desempenho e proporcionar uma melhor coordenação das atividades da Empresa para atingir os objetivos da organização; necessitando ao longo do ano de um acompanhamento e de revisão para garantir que a Empresa está a cumprir à risca o plano, seguindo o caminho certo para conseguir alcançar os objetivos financeiros e estratégicos a que se propôs.

Por outro lado, o orçamento é o espelho, em termos contabilísticos, da execução do Plano de Atividades da Empresa e, neste sentido, traduz também ele a futura concretização dos objetivos estratégicos e operacionais que o norteiam, em particular os de natureza económico-financeira. . A elaboração do orçamento da Empresa é, assim, morosa porque implica um nível de detalhe segmentado pelos seus quatro projetos: Teatro Circo, gnration, BMA e Braga 25. Este exercício, apesar de mais complexo e trabalhoso, tem-nos permitido orçamentar de uma forma prudente e com extremo rigor em termos globais.

Este resultado respeita os critérios definidos no âmbito da Lei nº 50/2012 aplicáveis à Empresa, garantia da sua manutenção e sustentabilidade.

O princípio da prudência é o princípio orientador na elaboração deste orçamento, ou seja, o menor valor na mensuração de ativos e o maior valor na mensuração de passivos. Trata-se, por isso, de uma

# FAZ CULTURA

metodologia conservadora na receita e assertiva no cálculo da despesa.

***Com o orçamento em SNC-AP já consolidado e com a implementação da gestão documental, o próximo ano será focado sobretudo em criar mecanismos de controlo interno que possibilitem fazer um acompanhamento e um escrutínio rigoroso da execução orçamental da Empresa.***

Assim, foram assumidos os seguintes pressupostos para a elaboração deste orçamento:

- Orçamento de gastos e rendimentos equilibrado, cumprindo os critérios inscritos no art.º 62º da Lei 50/2012 aplicáveis à Empresa;
- Orçamento de exploração foi elaborado com base nos custos históricos relativamente aos custos de estrutura, os custos variáveis, nomeadamente os custos de programação, em que os gastos variáveis são estimados com base nos encargos efetivos das atividades a realizar e não calculados através de uma variação aritmética relativamente ao ano anterior;
- Centros de custo equilibrados, assegurando uma imputação ajustada dos gastos fixos;
- Metodologia de cálculo para o valor do contrato-programa relativo às atividades de programação própria da Empresa que justifique o diferencial de custos suportado pelo Município de Braga;
- Plano de investimento adaptado às reais necessidades da Empresa e dos espaços culturais que gere, aferido ao melhor preço de mercado, não comprometendo nem o equilíbrio financeiro da Empresa, nem a sua solvabilidade, numa procura contínua em conseguir financiar a sua aquisição através de fundos comunitários;
- Orçamento e plano orçamental plurianual equilibrados, garantindo que a Empresa tem verbas para assegurar a sua atividade em 2025 e garantir a sua sustentabilidade nos próximos quatro anos.

# FAZ CULTURA

Face ao orçamento anterior, há a registar um aumento dos **custos**, resultante de:

- Aumento dos custos com pessoal - com a integração de novos colaboradores de modo a dar resposta às da crescente complexidade dos projetos; e aumento dos salários como consequência da inflação;
- Aumento dos custos de funcionamento originado pelo aumento generalizado dos preços;
- Execução da programação fruto da implementação da conceção das propostas programáticas do Theatro Circo, gnration e Braga Media Arts, a da Capital Portuguesa da Cultura – Braga 25.

Relativamente aos **rendimentos**, regista-se também um aumento de receitas, sobretudo por via de:

- Contrato-programa com o Município, que apoia a implementação da programação nos dois espaços culturais e a concretização da programação da Braga 25;
- Captação de verbas de investimento comunitário e de financiamento nacional associados aos programas de apoio à RTCP da DGArtes;
- Financiamento proveniente do Norte 2030 - Programa Operacional Regional do Norte, no montante de 500 mil euros, no âmbito da Capital Portuguesa da Cultura 2025, conforme suportado pelo Aviso NORTE2030-2024-57 e identificado nas respetivas condições de elegibilidade do mesmo;
- Financiamento proveniente do Turismo de Portugal no montante de 500 mil euros, no âmbito da Capital Portuguesa da Cultura, mediante a apresentação e aprovação de uma candidatura à mencionada entidade gestora, nos termos do protocolo assinado entre o Município de Braga e a referida entidade, atestado por declaração do Município onde este reconhece a delegação de poderes e competências à Faz Cultura, E.M., como beneficiária desta candidatura e respetivo financiamento;
- Receitas provenientes da venda de bilhetes, alugueres de sala, alugueres de camarotes, alugueres de espaços, dos financiamentos públicos e privados, financiamentos bancários, subsídios entre outros.

# FAZ CULTURA

Os mapas que se seguem traduzem o orçamento de exploração da Empresa para 2025 nas contas da contabilidade analítica distribuído por centros de custo, o que nos permite produzir posteriormente a Demonstração de Resultados.

***Neste pressuposto, foi previsto para 2025 um total de 6 526 642€ de gastos e 6 599 615€ de rendimentos. Estimamos um resultado antes de imposto de 72 973€ e um resultado líquido de 69 251€.***

# FAZ CULTURA

## Orçamento de exploração 2025

CONTA	DESCRIÇÃO	Centros de Custo				TOTAL
		TC	GNR	BMA	CPC	
<b>961</b>	<b>Pessoal</b>	<b>1 359 000</b>	<b>407 994</b>	<b>265 729</b>	<b>302 932</b>	<b>2 335 655</b>
<b>9611</b>	<b>Remunerações</b>	<b>1 055 685</b>	<b>312 100</b>	<b>207 980</b>	<b>236 332</b>	<b>1 812 096</b>
<b>9612</b>	<b>Encargos Sociais Obrigatórios</b>	<b>232 111</b>	<b>68 990</b>	<b>46 167</b>	<b>52 522</b>	<b>399 790</b>
96121	Segurança Social	227 918	68 990	46 167	52 522	395 597
96122	Caixa Geral de Aposentações	3 691	0	0	0	3 691
96123	ADSE	502	0	0	0	502
<b>9613</b>	<b>Seguros</b>	<b>33 366</b>	<b>10 614</b>	<b>6 140</b>	<b>7 266</b>	<b>57 385</b>
96131	Seguro de acidentes trabalho	10 549	3 131	2 085	2 373	18 138
96132	Seguro de saúde	22 818	7 483	4 055	4 892	39 248
<b>9614</b>	<b>Outros Gastos com Pessoal</b>	<b>37 838</b>	<b>16 290</b>	<b>5 442</b>	<b>6 812</b>	<b>66 383</b>
96141	Formação	12 923	6 154	2 154	2 769	24 000
96142	Higiene e segurança	4 008	1 908	668	859	7 443
96143	Deslocações e Networking	5 544	1 584	396	396	7 920
96149	Ação Social e Outros	15 363	6 644	2 225	2 788	27 020
<b>962</b>	<b>Funcionamento</b>	<b>388 456</b>	<b>65 199</b>	<b>35 452</b>	<b>17 594</b>	<b>506 701</b>
<b>9621</b>	<b>Instalações e Equipamentos</b>	<b>247 878</b>	<b>28 140</b>	<b>25 707</b>	<b>7 142</b>	<b>308 868</b>
96211	Energia	70 200	0	0	0	70 200
96212	Água, limpeza e conforto	11 823	5 058	3 686	978	21 544
96213	Assistência técnica e manutenção	57 492	5 500	5 728	1 828	70 549
96214	Seguros	20 537	719	718	718	22 692
96215	Segurança e vigilância	47 626	16 863	14 397	2 440	81 326
96216	Rendas e alugueres	40 200	0	1 178	1 178	42 557
<b>9622</b>	<b>Expediente</b>	<b>84 345</b>	<b>22 021</b>	<b>5 985</b>	<b>6 692</b>	<b>119 043</b>
96221	Material de escritório	9 373	2 678	670	670	13 390
96222	Comunicações	8 952	3 680	1 170	678	14 480
96223	Software e licenças	44 239	14 371	4 098	5 296	68 004
96224	Mercadorias vendidas	1 944	500	0	0	2 444
96225	Taxas e obrigações legais	16 937	192	48	48	17 225
96226	Serviços bancários	2 900	600	0	0	3 500
<b>9623</b>	<b>Consultoria e apoio operacional</b>	<b>56 233</b>	<b>15 038</b>	<b>3 760</b>	<b>3 760</b>	<b>78 790</b>
96231	Contabilidade e auditoria	27 888	7 968	1 992	1 992	39 840
96232	Juristas	11 340	3 240	810	810	16 200
96233	Sistemas de informação	11 200	3 200	800	800	16 000
96234	Gestão/RH/Outros	2 205	630	158	158	3 150
96235	Assessorias técnicas	0	0	0	0	0
96239	Apoio operacional	3 600	0	0	0	3 600
<b>963</b>	<b>Programação e Atividades</b>	<b>843 810</b>	<b>232 120</b>	<b>130 440</b>	<b>1 665 000</b>	<b>2 871 370</b>
<b>9631</b>	<b>Cachês</b>	<b>591 500</b>	<b>117 000</b>	<b>78 285</b>	<b>843 837</b>	<b>1 630 621</b>
96311	Fixos	555 500	117 000	78 285	843 837	1 594 621
96312	À bilheteira	0	0	0	0	0
96313	Institucionais	36 000	0	0	0	36 000
<b>9632</b>	<b>Outros conteúdos</b>	<b>10 934</b>	<b>600</b>	<b>978</b>	<b>71 500</b>	<b>84 012</b>
<b>9633</b>	<b>Hospitalidade</b>	<b>86 000</b>	<b>22 650</b>	<b>14 721</b>	<b>161 075</b>	<b>284 446</b>
96331	Alojamento	46 000	7 700	0	0	53 700
96332	Alimentação	21 000	13 000	0	0	34 000

# FAZ CULTURA

96333	Deslocação	19 000	1 950	0	0	20 950
<b>9634</b>	<b>Produção Local</b>	<b>75 340</b>	<b>75 220</b>	<b>12 878</b>	<b>365 500</b>	<b>528 938</b>
96341	<i>Backline</i>	22 980	19 750	200	20 000	62 930
96342	Técnicos	18 630	25 750	10 136	69 150	123 666
96343	Materiais	500	2 000	500	26 000	29 000
96344	Vigilante de eventos	9 750	6 220	0	7 000	22 970
96345	Transporte de Material	13 000	0	0	0	13 000
93646	Acessibilidades	10 000	0	0	0	10 000
96349	Outros gastos	480	21 500	2 042	243 350	267 372
<b>9635</b>	<b>Licenças</b>	<b>31 826</b>	<b>7 500</b>	<b>1 900</b>	<b>27 000</b>	<b>68 226</b>
96351	Direitos de autor	31 250	7 500	1 900	27 000	67 650
96352	Vistos	576	0	0	0	576
<b>9636</b>	<b>Assistentes de sala</b>	<b>41 710</b>	<b>6 150</b>	<b>1 978</b>	<b>3 950</b>	<b>53 788</b>
<b>9637</b>	<b>Assessorias técnicas e Artísticas</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>14 700</b>	<b>185 070</b>	<b>199 770</b>
<b>9638</b>	<b>Deslocações e Networking</b>	<b>3 500</b>	<b>3 000</b>	<b>5 000</b>	<b>7 068</b>	<b>18 568</b>
<b>9639</b>	<b>Outras despesas</b>	<b>3 000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3 000</b>
<b>964</b>	<b>Comunicação e Marketing</b>	<b>136 933</b>	<b>73 178</b>	<b>54 445</b>	<b>250 658</b>	<b>515 214</b>
<b>9641</b>	<b>Materiais</b>	<b>46 272</b>	<b>25 895</b>	<b>10 900</b>	<b>50 000</b>	<b>133 067</b>
96411	Produção de materiais	40 572	23 845	9 300	50 000	123 717
96412	Distribuição de materiais	5 700	2 050	1 600	0	9 350
<b>9642</b>	<b>Meios de comunicação</b>	<b>39 592</b>	<b>10 200</b>	<b>13 000</b>	<b>35 000</b>	<b>97 792</b>
96421	Imprensa escrita	28 090	4 000	0	22 100	54 190
96422	Radio e TV	6 702	3 000	3 000	7 900	20 602
96423	Site e meios <i>online</i>	4 800	3 200	10 000	5 000	23 000
<b>9643</b>	<b>Serviços de marketing</b>	<b>46 600</b>	<b>32 500</b>	<b>24 000</b>	<b>125 000</b>	<b>228 100</b>
96431	Design gráfico	30 000	22 500	17 000	40 000	109 500
96432	Fotografia e audiovisual	16 600	10 000	7 000	50 000	83 600
96433	Consultorias especializadas	0	0	0	35 000	35 000
<b>9644</b>	<b>Institucional</b>	<b>4 469</b>	<b>1 728</b>	<b>545</b>	<b>658</b>	<b>7 400</b>
96441	Estacionamento	1 615	769	269	346	3 000
96442	Merchandising	269	128	45	58	500
96443	Ações de Marketing	2 100	600	150	150	3 000
96449	Outros	485	231	81	104	900
<b>9649</b>	<b>Outras Despesas</b>	<b>0</b>	<b>2 855</b>	<b>6 000</b>	<b>40 000</b>	<b>48 855</b>
96491	Acolhimento	0	400	0	0	400
96492	Outras Despesas	0	2 455	6 000	40 000	48 455
		132 464				
<b>965</b>	<b>Financiamento</b>	<b>62 842</b>	<b>2 747</b>	<b>687</b>	<b>687</b>	<b>66 963</b>
9651	Leasings	9 159	0	0	0	9 159
9652	Financiamento de m/longo prazo	44 067	0	0	0	44 067
9653	Contas correntes	9 616	2 747	687	687	13 737
<b>966</b>	<b>API</b>	<b>215 608</b>	<b>15 131</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>230 739</b>
966151	Amortizações	215 608	15 131	0	0	230 739
966152	Provisões	0	0	0	0	0
966153	Imparidades e correções	0	0	0	0	0
	<b>GASTOS TOTAIS</b>	<b>3 006 649 €</b>	<b>796 371 €</b>	<b>486 752 €</b>	<b>2 236 870 €</b>	<b>6 526 642 €</b>

# FAZ CULTURA

## Rendimentos

<b>971</b>	<b>Bilheteira</b>	<b>183 770</b>	<b>21 368</b>	<b>2 530</b>	<b>37 605</b>	<b>245 273</b>
9711	Espetáculos	132 489	21 368	2 530	37 605	193 992
9712	Cinema	13 699	0	0	0	13 699
9713	Formação e Capacitação	861	0	0	0	861
9714	Visitas guiadas	721	0	0	0	721
9715	Mediação e Participação	0	0	0	0	0
9716	Institucionais	36 000	0	0	0	36 000
9717	À Bilheteira	0	0	0	0	0
<b>972</b>	<b>Programas de Fidelização</b>	<b>61 380</b>	<b>2 100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>63 480</b>
9721	Camarotes	42 480	0	0	0	42 480
9722	Cartão Quadrilátero	18 900	2 100	0	0	21 000
<b>973</b>	<b>Cedências de Espaço</b>	<b>504 445</b>	<b>34 044</b>	<b>3 070</b>	<b>3 070</b>	<b>544 628</b>
9731	Município	210 300	0	0	0	210 300
9732	CTB	241 645	0	0	0	241 645
9733	Alugueres privados	52 500	34 044	3 070	3 070	92 683
<b>974</b>	<b>Patrocínios e Mecenato</b>	<b>73 000</b>	<b>10 000</b>	<b>0</b>	<b>30 000</b>	<b>113 000</b>
9741	Patrocínio	0	10 000	0	30 000	40 000
9742	Mecenato	73 000	0	0	0	73 000
<b>975</b>	<b>Consultoria Técnica</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
9751		0	0	0		
<b>976</b>	<b>Rendimentos Suplementares</b>	<b>34 138</b>	<b>400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>34 538</b>
9761	Venda de Produtos	3 240	400	0	0	3 640
9762	Serviços de apoio aos espetáculos	10 910	0	0	0	10 910
9763	Rendas	19 988	0	0	0	19 988
9769	Outros rendimentos	0	0	0	0	0
<b>979</b>	<b>Subsídios</b>	<b>2 213 923</b>	<b>729 584</b>	<b>485 035</b>	<b>2 170 155</b>	<b>5 598 696</b>
9791	Município de Braga	1 966 865	614 264	412 418	1 154 022	4 147 569
9792	Quadros Comunitários	46 385	0	37 504	1 015 989	1 099 878
9793	Incentivos ao Emprego	673	320	112	144	1 249
9794	DG Artes	200 000	115 000	35 000	0	350 000
<b>RENDIMENTOS TOTAIS</b>		<b>3 070 655</b>	<b>797 495</b>	<b>490 635</b>	<b>2 240 830</b>	<b>6 599 615</b>
<b>Resultado Antes de Impostos</b>		<b>64 006</b>	<b>1 125</b>	<b>3 883</b>	<b>3 960</b>	<b>72 973</b>
Imposto sobre o Rendimento						3 722
<b>RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO</b>						<b>69 251</b>

## 6.2 Investimento

***Este plano de investimentos para o quadriénio de 2025-2028 tem como objetivo a melhoria contínua dos serviços prestados, a promoção de serviços de qualidade e a eficiência de toda a organização.***

O plano mantém as linhas orientadoras do orçamento de 2024 no que diz respeito à melhoria das condições de trabalho, modernização de equipamentos e desmaterialização dos processos internos. Cabe à Empresa a gestão e manutenção do edifício, do qual é legítima proprietária, bem como da gestão corrente do espaço gnration, o que exige um investimento contínuo dos respetivos equipamentos instalados, referimo-nos não apenas à manutenção dos espaços, a qual, por si só é já significativa, (fachada, revestimentos, interiores, etc.). Não conseguindo realizar alguns dos investimentos previstos no ano transato, a prioridade para o próximo ano será a aquisição do espaço contíguo do Theatro Circo, e também, uma das grandes preocupações, a este nível, para o próximo ano é a cobertura do edifício do Theatro Circo. Apesar da intervenção infraestrutural concluída em 2006, o mesmo não se encontra nas melhores condições visto que o problema consistiu numa deficiente execução dos trabalhos relativos à cobertura aquando da reabilitação do edifício.

Assim, será necessária uma intervenção robusta, que passa pela remoção de toda a cobertura de zinco na zona da Sala Principal,

assim como parte do seu isolamento interior, seguidos da aplicação do mesmo tipo de materiais, conferindo um aumento de pendentes, mas mantendo a estética atual, e garantindo, naturalmente, uma aplicação do zinco com metodologias corretas, de forma a garantir um eficaz isolamento. Teremos de desenvolver um caderno de encargos rigoroso e que salvaguarde, na medida do possível, a menor interferência no regular funcionamento da instituição.

Para além desta intervenção de maior envergadura no exterior do edifício, também o seu interior continua a exigir um cuidado permanente. De facto, a conservação e manutenção, do edifício tem merecido, ao longo dos anos, uma natural prioridade, com trabalhos de conservação realizados e melhorias e a manutenção corretivas.

Com a incorporação da fração contígua (instalações do banco Santander), algumas intervenções previstas para 2025 terão como foco este espaço, começando pela realização de um levantamento geométrico, essencial para se proceder à elaboração do Projeto de Segurança Contra Incêndios e das Medidas de Autoproteção.

A verificação e manutenção da instalação, no que respeita a eletricidade, AVAC, elevador, hidráulica e sistemas de deteção e combate a incêndios, têm, igualmente, carácter prioritário, assim como integração das comunicações telefónicas e de internet com o edifício matriz.

# FAZ CULTURA

***Assim, o plano plurianual de investimento prevê um investimento de 1 401 931 €, mais IVA (se aplicável), tendo aqui um maior peso a aquisição do antigo espaço do Banco Santander, fração contígua ao Theatro Circo, que representa 67% do investimento, e as obras de requalificação do edifício do Theatro Circo, que representam 17%.***

Para conseguir realizar estes dois investimentos mais avultados - aquisição da fração e arranjo da cobertura do Theatro Circo - a Empresa terá de recorrer ao financiamento bancário.

É pertinente sublinhar que a Empresa tem uma grande preocupação com a necessidade de substituição dos seus equipamentos técnicos e cénicos, bem como com a sustentabilidade, mais concretamente no que diz respeito à reabilitação dos edifícios e à sua eficiência energética para atender à crescente necessidade de reduzir custos, minimizar o impacto ambiental e contribuir para a diminuição da pegada ecológica.

Existe uma procura constante para adotar práticas mais eficientes que permitam produzir o máximo de resultados com o mínimo de consumos.

A responsabilidade social e ambiental aplica-se a todas as áreas da Empresa. Com o passar

do tempo, a própria manutenção dos equipamentos começa a ser mais frequente e onerosa, facto que se terá de refletir quer no orçamento deste ano, quer no plano de investimento delineado para os anos vindouros.

Os investimentos para 2025 e anos subsequentes encontram-se detalhados nos quadros das páginas seguintes, com informação relativa aos edifícios e manutenção geral, aos equipamentos técnicos e cénicos e equipamentos administrativos e informáticos.

Complementarmente, a Empresa estará sempre atenta aos programas de financiamento, procurando explorar todas as possibilidades que vierem a estar disponíveis neste contexto, razão pela qual alguns dos investimentos mais significativos estão considerados no plano de 2025-2028, de modo a planear a sua concretização sem perder a possibilidade de os enquadrar em futuras linhas de apoio.

Por fim, importa referir que este plano foi concretizado com a expectativa que a atividade venha a decorrer dentro da normalidade no próximo quadriénio, salvaguardando-se que, caso haja algum retrocesso no contexto da pandemia ou desenvolvimentos nefastos no quadro geopolítico internacional, com um impacto na tesouraria da Empresa, o mesmo poderá sofrer ajustamentos em conformidade.

## 6. 3 Demonstrações financeiras e orçamentais previsionais

De acordo com o SNC-AP, as entidades públicas devem ainda preparar demonstrações financeiras previsionais, designadamente balanço, demonstração dos resultados por natureza e demonstração dos fluxos de caixa, sem prejuízo de registos prévios ao pagamento (compromissos e obrigações) e ao recebimento (liquidação). Assim, as previsões e dotações orçamentais e a execução (dotações, cabimentos, compromissos, obrigações, pagamentos, liquidações e recebimentos) são registadas na base de caixa.

A Norma de Contabilidade Pública 26, referente a Contabilidade e Relato Orçamental do SNC-AP, estabelece como mapas previsionais o orçamento, enquadrado num plano orçamental plurianual e plano plurianual de investimentos.

As demonstrações financeiras representam estimativas das futuras atividades financeiras e desempenho da organização com base no histórico da Empresa, perspectivas e projeções estratégias delineadas para o ano. A tesouraria é a área responsável por administrar o dinheiro disponível da Empresa, garantindo que existe liquidez para cobrir as despesas diárias e compromissos

financeiros assumidos com terceiros, os pagamentos de vencimentos e empréstimos. Em 2025, tal como acontece nos últimos anos, o contrato-programa a celebrar com o Município de Braga não será sujeito a visto do Tribunal de Contas, permitindo a sua plena execução desde o início do ano e o cumprimento do plano de pagamento previsto.

A Empresa mantém uma política de rigoroso acompanhamento da execução do seu orçamento e da sua tesouraria, pretendendo em 2025 manter os prazos médios de pagamento inferior a 30 dias.

***Assim, a previsão para o ano de 2025 excetuando o valor a transitar de períodos anteriores, de acordo com os respetivos mapas orçamentais, evidencia equilíbrio nas previsões orçamentais, composto por receitas orçamentais num total de 8 741 883€ e despesas orçamentais no montante de 8 741 883 €.***

Ambos os mapas podem ser encontrados nos anexos.

# ANEXOS

# FAZ CULTURA

## Orçamento de Exploração 2024 segundo o SNC-AP

Conta	Descrição	Orçamento 2025	comparativos	
			Orçamento 2024	Estimado 31/12/2024
<b>61</b>	<b>CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS</b>	<b>2 444</b>	<b>7 860</b>	<b>2 062</b>
<b>62</b>	<b>FORNECIMENTOS E SERVIÇOS EXTERNOS</b>	<b>3 873 800</b>	<b>3 605 816</b>	<b>3 322 098</b>
<b>621</b>	<b>Subcontratos e concessões de serviços</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>622</b>	<b>Serviços Especializados</b>	<b>3 206 438</b>	<b>2 838 807</b>	<b>2 945 886</b>
6221	Trabalhos especializados	1 682 395	1 218 852	1 719 813
6222	Publicidade e propaganda	221 509	303 260	279 860
6223	Vigilância e segurança	104 296	100 886	59 871
6224	Honorários	1 121 384	1 165 152	835 687
6225	Comissões	10 305	12 132	12 132
6226	Conservação e reparação	66 549	38 524	38 524
<b>623</b>	<b>Materiais</b>	<b>51 390</b>	<b>183 270</b>	<b>60 119</b>
6231	Peças, ferramentas e utensílios de desgaste rápido	33 000	161 700	26 950
6232	Livros e documentação técnica	1 740	1 020	2 594
6233	Material de escritório	11 650	12 150	12 150
6234	Artigos para oferta e de publicidade e divulgação	0	3 500	3 500
6235	Material de educação, cultura e recreio	0	0	9 459
6236	Artigos de higiene e limpeza, vestuário e art. pessoais	5 000	4 900	5 343
6237	Medicamentos e artigos para a saúde	0	0	123
<b>624</b>	<b>Energia e Fluidos</b>	<b>79 400</b>	<b>68 500</b>	<b>65 779</b>
6241	Eletricidade	70 200	60 600	57 012
62412	Eletricidade - viatura elétrica	0	1 200	0
6242	Combustíveis e lubrificantes	600	600	1 028
6243	Água	8 600	6 100	7 739
<b>625</b>	<b>Deslocações, Estadas e Transportes</b>	<b>319 959</b>	<b>296 880</b>	<b>64 805</b>
6251	Deslocações e estadas	251 284	283 185	56 637
6253	Transportes de mercadorias e outros bens vendidos	68 675	4 345	3 493
6258	Outros	0	9 350	4 675
<b>626</b>	<b>Serviços Diversos</b>	<b>216 613</b>	<b>218 359</b>	<b>185 509</b>
6261	Rendas e alugueres	102 715	135 471	103 087
6262	Comunicação	17 180	18 540	18 540
6263	Seguros	23 172	25 662	25 662
6264	Royalties	67 650	35 160	35 160
6265	Contencioso e notariado	159	159	1 321
6266	Despesas de representação dos serviços	0	0	800
6267	Limpeza, higiene e conforto	5 736	3 366	939
<b>63</b>	<b>GASTOS COM PESSOAL</b>	<b>2 335 055</b>	<b>2 087 132</b>	<b>2 106 868</b>
631	Remuneração dos órgãos sociais e de gestão	55 047	54 768	54 780
632	Remunerações do pessoal	1 781 050	1 603 809	1 603 809
635	Encargos sobre remunerações	399 790	381 050	381 050
636	Acidentes no trabalho e doenças profissionais	18 138	10 858	18 818
637	Gastos de ação social	21 020	0	10 914

# FAZ CULTURA

638	Outros gastos com pessoal	20 763	0	850
639	Outros encargos sociais	39 248	36 647	36 647
<b>64</b>	<b>GASTOS DE DEPRECIÇÃO E DE AMORTIZAÇÃO</b>	<b>230 739</b>	<b>245 780</b>	<b>208 888</b>
<b>65</b>	<b>PERDAS POR IMPARIDADE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>66</b>	<b>PERDAS POR REDUÇÃO DE JUSTO VALOR</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>67</b>	<b>PROVISÕES DO PERÍODO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>68</b>	<b>OUTROS GASTOS E PERDAS</b>	<b>18 813</b>	<b>18 725</b>	<b>18 725</b>
681	Impostos e taxas	1 076	1 076	1 076
688	Outros	17 737	17 649	17 649
<b>69</b>	<b>GASTOS E PERDAS POR JUROS E OUTROS ENCARGOS</b>	<b>65 791</b>	<b>52 011</b>	<b>52 011</b>
<b>TOTAL DAS PERDAS E GASTOS</b>		<b>6 526 642</b>	<b>6 017 324</b>	<b>5 710 651</b>

# FAZ CULTURA

71	<b>VENDAS</b>	<b>3 640</b>	<b>13 100</b>	<b>6 343</b>
72	<b>PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS E CONCESSÕES</b>	<b>924 279</b>	<b>1 106 421</b>	<b>847 724</b>
7207	Estudos, pareceres, projetos e consultadoria	0	0	500
7208	<b>Serviços sociais, recreativos, culturais e desportivos</b>	<b>308 753</b>	<b>521 966</b>	<b>331 437</b>
720891	Receita de Bilheteira	245 273	465 485	270 862
720892	Quartão Quadrilátero	42 480	27 000	24 575
720893	Venda de camarotes	21 000	29 481	36 000
7211	<b>Aluguer de equipamento</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>2 938</b>
7212	<b>Arrendamento</b>	<b>19 988</b>	<b>18 000</b>	<b>19 209</b>
7299	<b>Outros serviços</b>	<b>594 098</b>	<b>565 015</b>	<b>493 640</b>
72991	<b>Aluguer de espaço</b>	<b>544 628</b>	<b>512 345</b>	<b>488 313</b>
729911	Município	210 300	190 300	190 300
729912	CTB	241 645	241 645	241 645
729913	Outros alugueres	92 683	80 400	56 368
72999	<b>Outros</b>	<b>49 470</b>	<b>52 670</b>	<b>5 327</b>
729991	Patrocínios	40 000	35 000	0
729992	Serviços de apoio a espetáculos	9 470	17 670	5 327
75	<b>TRANSFERÊNCIAS E SUBSÍDIOS CORRENTES OBTIDOS</b>	<b>5 549 350</b>	<b>4 806 562</b>	<b>4 804 537</b>
751	<b>Transferências-tesouro</b>	<b>5 549 350</b>	<b>4 806 562</b>	<b>4 804 537</b>
7511	Administrações Públicas	4 498 818	4 509 064	4 673 182
75111	Estado			0
751129	Fundos autónomos	351 249	363 116	527 234
751132	Municípios	4 147 569	4 145 948	4 145 948
7514	<b>Resto do mundo [financiamento comunitário]</b>	<b>1 050 532</b>	<b>297 498</b>	<b>131 355</b>
75141	Feder			
75149	Outros			131 355
7519	<b>Outras Entidades</b>	<b>0</b>	<b>297 498</b>	<b>18 811</b>
7519		0	0	18 811
76	<b>Reversões</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
762	De perdas por imparidade		0	0
78	<b>OUTROS RENDIMENTOS E GANHOS</b>	<b>122 345</b>	<b>123 646</b>	<b>85 247</b>
781	<b>Rendimentos suplementares</b>			<b>4</b>
7819	Outros rendimentos suplementares			4
788	<b>Outros</b>	<b>122 345</b>	<b>123 646</b>	<b>85 247</b>
7881	Correções relativas a períodos anteriores	0	0	1 062
7882	Excesso da estimativa para impostos	0	0	0
7883	Imputação de subsídios ao investimento	49 345	65 646	44 185
7889	Não especificados [correntes - Mecenato]	73 000	58 000	40 000
79	<b>JUROS, DIVIDENDOS E ORS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5 000</b>
<b>TOTAL DOS RENDIMENTOS</b>		<b>6 599 615</b>	<b>6 049 729</b>	<b>5 748 851</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS</b>		<b>72 973</b>	<b>32 405</b>	<b>38 200</b>
Imposto sobre o rendimento		3 722	1 653	1 948
<b>RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO</b>		<b>69 251</b>	<b>30 752</b>	<b>36 252</b>

# FAZ CULTURA

## Demonstração de Resultados provisional 2025

RENDIMENTOS E GASTOS		(valores em euros)	
		Períodos	
		31/12/2025	31-12-2024 (projeção)
Vendas e Prestações de serviços	+	927 919	854 067
Transferências correntes e subsídios à exploração obtidos	+	5 549 350	4 804 537
Ganhos/Perdas imputadas de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos	+/-	0	0
Variação nos inventários de produção	+/-	0	0
Trabalhos para a própria entidade	+	0	0
Custo das mercadorias vendidas e matérias consumidas	-	-2 444	-2 062
Fornecimentos e serviços externos	-	-3 873 800	-3 322 098
Gastos com o pessoal	-	-2 335 055	-2 106 868
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	-/+	0	0
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	-/+	0	0
Provisões (aumentos/reduções)	-/+	0	0
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	-/+	0	0
Aumentos/Reduções de justo valor	+/-	0	0
Outros rendimentos e ganhos	+	122 345	85 247
Outros gastos e perdas	-	-18 813	-18 725
<b>Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos (EBITDA)</b>	=	<b>369 503</b>	<b>294 099</b>
Gastos/Reversões de depreciação e de amortização	-/+	-230 739	-208 888
Imparidade de investimentos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	-/+	0	0
<b>Resultado Operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)</b>	=	<b>138 764</b>	<b>85 211</b>
Juros e rendimentos similares obtidos	+	0	5 000
Juros e gastos similares suportados	-	-65 791	-52 011
<b>Resultado Antes de Imposto</b>	=	<b>72 973</b>	<b>38 200</b>
Imposto sobre o rendimento do período	-/+	-3 722	-1 948
<b>Resultado Líquido do Período</b>	=	<b>69 251</b>	<b>36 252</b>

# FAZ CULTURA

## Balço previsual 2025

ATIVO	Datas	
	31/12/2025	31/12/2024 (projeção)
<b>Ativo não corrente</b>		
Ativos fixos tangíveis	3 230 341	2 054 969
Ativos intangíveis	1 456	5 636
Outros investimentos financeiros	10 000	13 969
Ativos por impostos diferidos	4 497	4 497
	<b>3 246 295</b>	<b>2 079 072</b>
<b>Ativo corrente</b>		
Inventários	12 178	11 071
Devedores por transferências e Subsídios não reembolsáveis	345 495	345 495
Clientes	183 320	133 320
Estado e outros entes públicos	147 548	137 472
Outros créditos a receber	58 142	205 293
Diferimentos	23 212	18 570
Caixa e depósitos	158 712	46 126
	<b>928 607</b>	<b>897 347</b>
<b>Total do ATIVO</b>	<b>4 174 901</b>	<b>2 976 419</b>

# FAZ CULTURA

PATRIMÓNIO LÍQUIDO E PASSIVO			Datas	
			31/12/2025	31/12/2024 (projeção)
<b>Património Líquido</b>				
Património/Capital			500 000	500 000
Reservas legais			23 748	21 936
Resultados transitados			1 392 261	1 357 822
Outras variações no capital próprio			253 213	226 806
Resultados líquido do período			69 251	36 252
<b>Total de Património Líquido</b>			<b>2 238 473</b>	<b>2 142 815</b>
<b>Passivo não corrente</b>				
Financiamentos obtidos			1 151 835	197 830
<b>Total dos Passivos Não Correntes</b>			<b>1 151 835</b>	<b>197 830</b>
<b>Passivo corrente</b>				
Fornecedores			106 132	91 016
Estado e outros entes públicos			62 757	61 951
Financiamentos obtidos			208 155	111 869
Outras contas a pagar			342 346	275 897
Diferimentos			65 204	95 040
<b>Total dos Passivos Correntes</b>			<b>784 594</b>	<b>635 774</b>
<b>Total do PASSIVO</b>			<b>1 936 428</b>	<b>833 604</b>
<b>Total do Património Líquido e do Passivo</b>			<b>4 174 901</b>	<b>2 976 419</b>

# FAZ CULTURA

## Demonstração Individual dos Fluxos de Caixa previsual 2025

	NOTAS	PERÍODOS	
		2025	2024
<b>Fluxos de Caixa das Atividades Operacionais</b>			
Recebimentos de Clientes		2 446 726	1 440 307
Recebimentos de contribuintes			
Recebimentos de utentes			
Pagamentos a Fornecedores		-4 753 210	-4 084 857
Pagamentos ao Pessoal		-2 335 055	-2 106 868
<i>Caixa gerada pelas operações</i>		-4 641 539	-4 751 418
Outros recebimentos/pagamentos		5 234 098	4 809 751
<i>Fluxos de caixa das atividades operacionais (1)</i>		592 559	58 333
<b>Fluxos de Caixa das Atividades de Investimento</b>			
Pagamentos respeitantes a:			
Ativos fixos tangíveis		-1 468 442	-118 412
Ativos intangíveis			
Investimentos financeiros			
Outros ativos			
Recebimentos provenientes de:			
Ativos fixos tangíveis			
Ativos intangíveis			
Propriedades de Investimento			
Investimentos financeiros		3 969	2 111
Outros ativos			
Subsídios ao investimento			
Transferências de capital			
Juros e rendimentos similares			
Dividendos			
<i>Fluxos de caixa das atividades de investimento (2)</i>		-1 464 472	-116 300
<b>Fluxos de Caixa das Atividades de Financiamento</b>			
Recebimentos provenientes de:			
Financiamentos obtidos		1 232 710	41 368
Realizações de capital e de outros instrumentos de Capital			
Cobertura de prejuízos			
Doações			
Outras operações de financiamento			
Pagamentos respeitantes a :			
Financiamentos obtidos		-182 421	-100 000
Juros e gastos similares		-65 791	-52 011
Dividendos			
Redução de capital e de outros instrumentos de Capital			
Outras operações de financiamento			
<i>Fluxos de caixa das atividades de financiamento (3)</i>		984 499	-110 643
<b>Variação de Caixa e seus equivalentes (1) +(2)+(3)</b>		112 585	-168 610
<b>Efeito das diferenças de câmbio</b>			
<b>Caixa e seus equivalentes no início do período</b>		46 126	214 737
<b>Caixa e seus equivalentes no fim do período</b>		<b>158 712</b>	<b>46 126</b>

# FAZ CULTURA

## Orçamento e Plano Orçamental Plurianual

Rúbrica e Designação	Períodos anteriores	Orçamento 2025		Plano orçamental plurianual				
		Período	Soma	2026	2027	2028	2029	
<b>Receita corrente</b>								
R1	Receita fiscal	0	0	0	0	0	0	
R1.1	Impostos diretos	0	0	0	0	0	0	
R1.2	Impostos indiretos	0	0	0	0	0	0	
R2	Contribuições para sistemas de proteção social e subsistemas de saúde	0	0	0	0	0	0	
R3	Taxas, multas e outras penalidades	0	0	0	0	0	0	
R4	Rendimentos de propriedade	0	0	0	0	0	0	
R5	Transferências Correntes	5 647 624	5 647 624	3 092 076	3 164 180	3 242 389	3 327 008	
R51	Administrações Públicas	4 497 569	4 497 569	2 764 114	2 832 320	3 006 436	3 086 758	
R5111	Administração Central - Estado	350 000	350 000	400 000	350 000	400 000	350 000	
R5112	Administração Central - Outras entidades	0	0	0	0	0	0	
R5113	Segurança Social	0	0	0	0	0	0	
R5114	Administração Regional	0	0	0	0	0	0	
R5115	Administração Local	4 147 569	4 147 569	2 364 114	2 482 320	2 606 436	2 736 758	
R512	Exterior - UE	1 075 807	1 075 807	250 000	250 000	150 000	150 000	
R513	Outras	0	0	0	0	0	0	
R52	Subsídios Correntes	74 249	74 249	77 962	81 860	85 953	90 250	
R6	Venda de bens e serviços	133 320	1 087 232	1 250 316	1 437 864	1 653 543	1 901 575	
R7	Outras receitas correntes	698 564	698 564	450 000	472 500	496 125	520 931	
<b>Receita de capital</b>								
R8	Venda de bens de investimento	0	0	0	0	0	0	
R9	Transferências e subsídios de Capital							
R91	Transferências de Capital	0	0	0	0	0	0	
R911	Administrações Públicas	0	0	0	0	0	0	
R9111	Administração Central - Estado	0	0	0	0	0	0	
R9112	Administração Central - Outras entidades	0	0	0	0	0	0	
R9113	Segurança Social	0	0	0	0	0	0	
R9114	Administração Regional	0	0	0	0	0	0	
R9115	Administração Local	0	0	0	0	0	0	
R912	Exterior - UE	0	0	0	0	0	0	
R913	Outras	0	0	0	0	0	0	
R9.2	Subsídios de capital	0						
R10	Outras receitas de capital	75 752	75 752	0	0	0	0	
R11	Reposição não abatidas aos pagamentos	0	0	0	0	0	0	
	<b>Receita efetiva [1]</b>	<b>133 320</b>	<b>7 509 172</b>	<b>7 642 492</b>	<b>4 792 392</b>	<b>5 074 543</b>	<b>5 392 057</b>	<b>5 749 514</b>
	<b>Receita não efetiva [2]</b>							
R12	Receita com ativos financeiros	0	0	0	0	0	0	
R13	Receita com passivos financeiros	1 232 710	1 232 710	597 406	443 011	16 963	111 323	
	<b>Receita total [3] = [1] + [2]</b>	<b>133 320</b>	<b>8 741 883</b>	<b>8 875 203</b>	<b>5 389 798</b>	<b>5 517 554</b>	<b>5 409 020</b>	<b>5 860 837</b>

# FAZ CULTURA

Rúbrica e Designação		Períodos anteriores	Orçamento 2025	Soma	Plano orçamental plurianual			
			Período		2026	2027	2028	2029
<b>Despesa corrente</b>								
D1	Despesas com o pessoal		2 269 272	2 269 272	2 178 501	2 287 426	2 401 797	2 521 887
D1.1	Remunerações certas e permanentes		1 805 947	1 805 947	1 733 709	1 820 394	1 911 414	2 006 985
D1.2	Abonos variáveis ou eventuais		6 150	6 150	5 904	6 199	6 509	6 834
D1.3	Segurança social		457 175	457 175	438 888	460 833	483 874	508 068
D2	Aquisição de bens e serviços	91 016	4 729 853	4 820 869	2 364 926	2 483 173	2 532 836	2 583 493
D3	Juros e outros encargos		74 254	74 254	75 739	77 254	78 799	80 375
D4	Transferências e subsídios correntes		0	0	0	0	0	0
D41	Transferências correntes		0	0	0	0	0	0
D411	Administrações Públicas		0	0	0	0	0	0
D4111	Administração Central - Estado		0	0	0	0	0	0
D4112	Administração Central - Outras entidades		0	0	0	0	0	0
D4113	Segurança Social		0	0	0	0	0	0
D4114	Administração Regional		0	0	0	0	0	0
D4115	Administração Local		0	0	0	0	0	0
D412	Instituições sem fins lucrativos		0	0	0	0	0	0
D42	Subsídios		0	0	0	0	0	0
D5	Outras despesas correntes		17 641	17 641	17 994	18 354	18 721	19 095
<b>Despesa de capital</b>								
D6	Investimento		1 468 442	1 468 442	544 482	379 362	104 673	377 123
D8	Transferências e subsídios de capital		0	0	0	0	0	0
D81	Transferências de capital		0	0	0	0	0	0
D811	Administrações Públicas		0	0	0	0	0	0
D8111	Administração Central - Estado		0	0	0	0	0	0
D8112	Administração Central - Outras entidades		0	0	0	0	0	0
D8113	Segurança Social		0	0	0	0	0	0
D8114	Administração Regional		0	0	0	0	0	0
D8115	Administração Local		0	0	0	0	0	0
D812	Instituições sem fins lucrativos		0	0	0	0	0	0
D82	Outras despesas de capital		0	0	0	0	0	0
<b>Despesa efetiva [4]</b>		<b>91 016</b>	<b>8 559 462</b>	<b>8 650 478</b>	<b>5 181 643</b>	<b>5 245 569</b>	<b>5 136 827</b>	<b>5 581 974</b>
<b>Despesa não efetiva [5]</b>								
D09	Despesa com ativos financeiros		0	0	0	0	0	0
D10	Despesa com passivos financeiros		182 421	182 421	208 155	271 985	272 193	278 863
<b>Despesa total [6] = [4]+[5]</b>		<b>91 016</b>	<b>8 741 883</b>	<b>8 832 899</b>	<b>5 389 798</b>	<b>5 517 554</b>	<b>5 409 020</b>	<b>5 860 837</b>
<b>Saldo total = [3]-[6]</b>			<b>0</b>	<b>42 304</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Saldo global = [1]-[4]</b>			<b>-1 050 290</b>	<b>-1 007 986</b>	<b>-389 251</b>	<b>-171 026</b>	<b>255 230</b>	<b>167 540</b>
Despesa primária			8 667 628	8 758 645	5 314 058	5 440 300	5 330 221	5 780 462
Saldo corrente			342 400	384 704	155 231	208 337	359 903	544 663
Saldo de capital			-1 392 690	-1 392 690	-544 482	-379 362	-104 673	-377 123
Saldo primário			74 254	116 558	75 740	77 254	78 799	80 376

# FAZ CULTURA

## Plano Plurianual de Investimentos

Objetivo	Número do projeto	Designação do projeto	Rubrica orçamental	Forma de realização	Fonte de Financiamento				Datas		Fase de execução	Pagamentos								Total previsto
					RG	RP	UE	EMPR	Início	Fim		Realizado em períodos anteriores	Estimativa de realização em 2024	Períodos seguintes						
														2025	2025	2027	2028	#	Outros	
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]	[11]	[12]	[13]	[14]	[15]	[16]	[17]	[18]	[19]	[20]	[21]=[13]+...+[20]
Aquisição da fração do Santander	2025.001	Instalações Teatro Circo	D6	O				939 935	31/01/2025	31/01/2025	0			939 935	0	0	0		0	939 935
Manutenção geral	2025.002	Manutenção geral - edifício e infraestruturas	D6	O		398 630			01/01/2025	31/12/2028	0	0	0	56 178	168 701	167 601	6 150		0	398 630
Manutenção geral	2025.003	Reparação do Telhado	D6	O				235 029	01/01/2025	31/12/2025	0	0	0	235 029						235 029
Atualização e compra de novos equipamentos	2025.004	Equipamento técnico e cénico	D6	O		658 881			01/01/2025	31/12/2028	0	0	0	203 010	295 155	98 601	62 115			658 881
Atualização e compra de novos equipamentos	2025.005	Informática e sistemas	D6	O		82 131			01/01/2025	31/12/2028	0	0	0	21 861	33 210	14 760	12 300		0	82 131
Atualização e compra de novos equipamentos	2025.006	Equipamento administrativo e mobiliário	D6	O		120 854			01/01/2025	31/12/2028	0	0	0	12 429	47 417	36 900	24 108		0	120 854
Compra de novo equipamento	2025.007	Equipamento de transporte	D6	O		61 500			01/05/2027	31/05/2027	0	0	0	0	0	61 500	0		0	61 500
				<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>1 321 995</b>	<b>0</b>	<b>1 174 963</b>			<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 468 442</b>	<b>544 482</b>	<b>379 362</b>	<b>104 673</b>		<b>0</b>	<b>2 496 959</b>