

# ALINHAMENTO COM PRODUTOS E SERVIÇOS DE EMPRESAS PÚBLICAS E PRIVADAS SEM O REPASSE DE RECURSOS FINANCEIROS

A diverse group of stylized cartoon characters is arranged in a circle. The characters vary in age, gender, and appearance, representing a multicultural and inclusive community. In the center of the circle is a large white circle containing text.

**FORMANDO  
PARCERIAS**

---

**AMPLIANDO  
AS AÇÕES**

## FORMANDO PARCERIAS – AMPLIANDO AS AÇÕES

O INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS vem avançando na promoção de sua imagem institucional, bem como na promoção e divulgação da imagem dos museus e processos museológicos. Uma de suas estratégias é o alinhamento com produtos e serviços de empresas públicas e privadas sem o repasse de recursos financeiros. O objetivo dessas parcerias é, além da ampla divulgação dos museus brasileiros, o incentivo à sua visitação, à democratização de seu acesso, à ampliação de sua visibilidade e à maior aproximação com a comunidade.

Ao unirmos forças com empresas, reforçamos e renovamos a capacidade de contribuir para despertar novos olhares sobre os museus e processos museológicos brasileiros. As ações decorrentes dessas parcerias proporcionam a aproximação dos museus com as comunidades e vice versa, além de torná-los conhecidos e de ampliar sua visitação. O alinhamento com empresas, além de somar forças, é mais uma opção de sustentabilidade das ações desenvolvidas pelos museus brasileiros.

**Apresentamos algumas possibilidades de parcerias para ampliação e desenvolvimento da ação:**

## PRODUÇÃO DE MATERIAL GRÁFICO

Estabelecimento de parcerias com empresas do comércio local, como gráficas, para apoio na produção do material de divulgação do evento.

Observação: o cartaz da ação estará disponível para download e poderá ser impresso pelos museus. Acesse em: <http://eventos.museus.gov.br/> ou <http://www.museus.gov.br/>



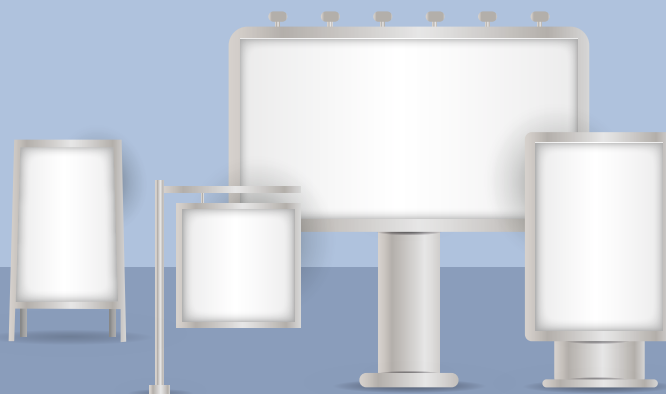
## Apresentamos algumas possibilidades de parcerias para ampliação e desenvolvimento da ação:

### MÍDIA

Estabelecimento de parcerias com emissoras de rádio e jornais locais para divulgar a programação do museu.



Estabelecimento de parcerias com espaços de mídia externa em locais de grande circulação, como estações de metrô, rodoviárias, ponto de ônibus, taxis.

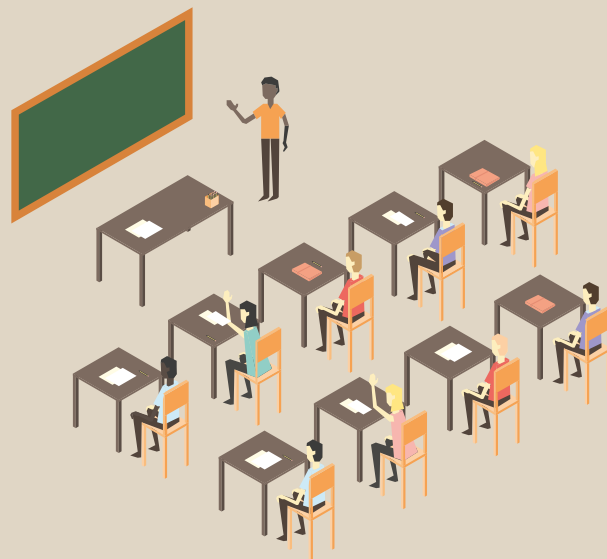


Inclusão da programação do museu em sites institucionais do município (como Prefeitura e Secretaria de Turismo e Cultura) e de multiplicadores culturais (como agências de turismo, blogs de turismo e cultura).

## Apresentamos algumas possibilidades de parcerias para ampliação e desenvolvimento da ação:

### COMUNIDADE

Desenvolvimento de ações que contem com a participação ativa da comunidade. Quando a comunidade se envolve e passa a ser também protagonista da memória local, há uma tendência em aumentar a visitação do público, seja ele constituído pela própria comunidade envolvida como por outros por ela trazidos.



Divulgação do museu e de sua programação junto a grupos e instituições que possam propagá-los a outras pessoas, como associações de moradores, síndicos e donos de comércio próximos ao museu; universidades, escolas e outras instituições educacionais e culturais da cidade.



## CONTRAPARTIDA PARA A PARCERIA



Inclusão do logo dos apoiadores e divulgação dos parceiros nas diferentes mídias e nos materiais gráficos produzidos para a promoção das atividades desenvolvidas pela instituição. Esse é, inclusive, um momento oportuno para a construção, o fortalecimento e a consolidação de parcerias para o desenvolvimento de ações futuras.

Apoio:



## LEGALIDADE DAS PARCERIAS



Em muitos casos, como ocorre com os museus públicos, cabe à assessoria jurídica de cada instituição a orientação para formalização das parcerias e inclusões dos apoiadores nas mídias e nos materiais gráficos produzidos para promoção das atividades desenvolvidas pelo museu.



MINISTÉRIO DA  
**CULTURA**

