

Natalia Moriyama é Bacharel em Comunicação Social, graduada pela ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing e atua com projetos culturais desde Maio de 2009, atuando com gestão cultural, gestão de patrocínios e formatação de projetos e captação de recursos, interagindo com as áreas de Marketing e Responsabilidade Social de seus clientes. Realizou também produções fotográficas para projetos culturais.

Participou, entre outros, dos seguintes trabalhos:

- Elaboração do projeto para exposição “Mogi em Miniaturas”, inscrito na Lei Rouanet para a ocasião da reabertura do Museu da Cidade, de Mogi das Cruzes, para o cliente Oficina 3 (2010);
- Captação de recursos para projetos como “Minuto” (patrocínio Instituto Votorantim, 2010), “Baile do Simonal” (patrocínio Laboratórios Cristália, 2010), “Orquestra Bachiana Filarmônica” do Maestro João Carlos Martins (patrocínio Accesstage, 2010) e um projeto da Fundação Bachiana (do maestro João Carlos Martins) em Nova York, EUA (patrocínio Stefanini IT Solutions, 2009);
- Aulas de fotografia em um Ponto de Cultura, no projeto “Daqui de Dentro – um novo olhar sobre o patrimônio” (2010), realizando também a organização e curadoria da exposição fotográfica do projeto;
- Participação fotográfica nos projetos “Guia Catraca Livre” (2010), “Guia Cultural e Turístico da Zona Leste de SP” (2010) e uma publicação sobre o patrimônio histórico da Penha (2009).

Entre 2012 e 2013 trabalhou na Secretaria da Cultura do Estado de SP, na Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM), realizando o acompanhamento de Contratos de Gestão com Organizações Sociais de Cultura para gestão dos museus.

Desde outubro de 2013 (há quase 5 anos) atua com a cultura afro-brasileira, como Coordenadora de Desenvolvimento Institucional no Museu Afro Brasil, tendo elaborado e implementado esta área e é atualmente responsável pelas áreas de Comunicação Institucional, Relações Institucionais e Captação de Recursos, além de apoiar as diretorias, bem como o acompanhamento da produção executiva de eventos da programação cultural do equipamento.

Em Comunicação responde pela Assessoria de Imprensa, Pesquisa de Perfil e Satisfação de Público e campanhas de comunicação (mídias online e offline), realizando gestão de pautas, atualizações de ferramentas de comunicação institucional e museológica e campanhas de engajamento e de serviços ao público.

Nas atividades de Relações Institucionais busca promover o bom relacionamento com diversos públicos do segmento de atuação da instituição: sociedade, poder públicos, entorno - Parque Ibirapuera, outras instituições culturais, instituições correlatas de atuação no segmento de cultura afro-brasileira, instituições de ensino, fornecedores, patrocinadores, parceiros, apoiadores, imprensa nacional e internacional, instituições no segmento de turismo, produtores culturais, artistas afro-brasileiros, além de comunidades quilombolas, com as quais o museu mantém ações em parceria, articuladas através do SISEM-SP.

No âmbito do Plano de Captação de Recursos, atua com o objetivo de diversificação e fomento de novas fontes de recursos, com captação financeira e/ou não financeira através de Pessoas Físicas e Jurídicas, abarcando também a captação operacional e a através de projetos. Implantou e coordena os Programas de Sócios (Programa Raízes) e de Voluntariado desde 2015.

Vem realizando palestras no âmbito cultural, em instituições e eventos, como o 1º Encontro de Museus de Penápolis (2014), Roda de Conversa com parceiros da Feambra - Federação de Amigos de Museus do Brasil (2015), 8º Encontro Paulista de Museus (2016) e 9º Festival ABCR - Associação Brasileira de Captadores de Recursos (2017).

Desde 2015 realiza serviços pontuais de assessoria independente às atividades de apoio à gestão executiva da SAMAS - Associação Museu de Arte Sacra de São Paulo - Organização Social de Cultura.

Desde 2017 é voluntária na 'comunidade de apoio à manutenção da cultura quilombola' e na 'comunidade de apoio à agricultura urbana', através da CSA São Paulo, produzindo apresentações, gerenciando redes sociais e outras atividades de comunicação, além de participar das rotinas operacionais em dias de colheita e distribuição de alimentos.