

GLOBO TIME TO ACT

MARCA REGISTRADA / direitos autorais



9.11.023 IMAGENS CONTIDAS NESSA APRESENTAÇÃO SÃO REFERÊNCIAS

Objetivo

Conectar pessoas com temas relacionados ao meio ambiente e o papel da sociedade

Por quê?

A forma como as pessoas se conectam com o mundo mudou

Um projeto com CONTEÚDO AUTORAL, desenvolvido com profissionais especializados em:

- . Biomas
- . Relações saudáveis entre cidades
- . Urbanismo
- . Antropologia
- . Educação
- . Tecnologia
- . Meio Ambiente
- . Conurbação
- . Economia Circular
- . Políticas de desenvolvimento urbano



Que SOMOS : TIME TO ACT

m

Um hub de inteligência criativa voltado para questões socioambientais

Produzimos conteúdo de impacto para conscientizar e engajar as pessoas

Abordamos temas urgentes da sociedade



Usamos **tecnologias, ciência, entretenimento e arte** para ações transformadoras



Criamos um **diálogo contemporâneo, gerando dados inteligentes** para empresas e organizações

O que propomos

. Educação sobre o Meio Ambiente e a Emergência Climática

. **Um projeto inovador**, um laboratório multimídia interativo e imersivo, que conecta públicos de diferentes culturas, por meio de atividades sensoriais, desenvolvidas exclusivamente pela Time To Act a partir de levantamento de dados da Instituição e seus objetivos, assim como dados do bioma local e fragilidades específicas com as mudanças climáticas.



o de Globo Terrestre,

as tecnológicas na parte interna externa,
a interação do público, promove engajamento,
rando dados que resultam em conteúdos que



Objetivo do projeto

- . **Criar um diálogo com a população,**
- . **Inspirar** engajamento para uma vida ecologicamente sustentável,
- . **Promover** melhorias de qualidade de vida,
- . **Conectar e envolver diferentes públicos com projetos interativos online e presenciais,**
- . **Levantar Dados para projetos futuros do SESC.**

CONTEÚDO

GRANDE GLOBO

EQUIPADO COM CONTEÚDO DIGITAL,
PROMOVENDO
UMA AGENDA DE ATIVIDADES



Projeções de vídeomappig 360°



DENTRO DO GLOBO

. **Tablets interativos**
para pesquisas, filmes, aulas e
gravações de mensagens
sobre o impacto da crise climática

. **UM ESPAÇO ATRAENTE
E ENVOLVENTE, TAMBÉM PARA**

- . Palestras
- . Mesas redondas
- . Atividades educativas



NA ÁREA EXTERNA DO GLOBO:

Uma instalação artística desperta a curiosidade e incita o visitante a espiar através de janelas posicionadas em seu perímetro externo onde será possível ver o conteúdo apresentado no interior da obra. Dentro dela um globo vídeo-mapeado exibirá a exuberância natural que nosso planeta possui e os cuidados que ela clama para as futuras gerações.



DESPERTAR CONEXÕES SUSTENTÁVEIS



DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

- para a qualidade de vida e saúde mental dos seus habitantes
- no reestabelecimento do convívio
- adaptação às mudanças do clima



-
- pessoas cuidando de pessoas
 - pessoas defendendo o seu habitat de danos que podem ser causados pelas mudanças do clima
 - contribuir para o desenvolvimento de cidades inteligentes

O PROJETO GLOBO COMO INSPIRAÇÃO PARA ESPACOS URBANOS DE TODO O MUNDO

VISÃO

CONQUISTAS

O COMPROMISSO DA TIME TO ACT

- . Desenvolver um conteúdo sob medida, exclusivo, na elaboração e coordenação
- . Curadoria
- . Formação e coordenação das equipes compostas por consultores, cientistas, pesquisadores, artistas, desenvolvedores de tecnologias e especialistas
- . Relatório final com todos os Dados de resultados
- . Direção Geral



A Time to Act é para TODOS

Conteúdo de Impacto para todos os lugares

Unimos...



Físico + Digital
Tecnológico + Humano

Colaborativo + Autoral
Sério + Lúdico

Empresa + Pessoa
Público + Privado

Arte + Informação
Entretenimento + Educação

Rua + Museu
Ciência + Cultura

CONTEXTO

A Time To Act é uma empresa que **conecta organizações, empresas e a sociedade** com temas socioambientais.

Sua especialidade é **criar, planejar e implementar** relevantes projetos que resultam em **engajamento**, e produzir dados para guiarem a população para uma atuação responsável.

Para isso, **compreende as necessidades** das empresas, indústrias, governos, escolas e organizações a partir de **conteúdo desenvolvido por especialistas em ciência, educação, inovação, meio ambiente, criatividade, entretenimento, tecnologia e artes**, para criar projetos que transitam por diferentes públicos e territórios.



CRONOGRAMA

	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5		
PRÉ-PRODUÇÃO	X	X					
PRODUÇÃO			X				
PROJETO ATIVO E MANUTENÇÃO				X	(definir período da exposição)		
DESMONTAGEM E FECHAMENTO do Report						(1 mês pós final da exposição)	



Itens inclusos no valor do investimento

- . Pesquisas, Curadoria
- . Artistas, Cientistas, Especialistas
- . Conteúdo e Programação
- . Equipamentos e Tecnologias
- . Produção Geral
- . Cenotécnica, iluminação, acessibilidade
- . Assessoria de Imprensa, Mídias Sociais,
- . Comunicação Visual
- . Jurídico, Contabilidade, Seguro, Administração
- . Direção geral



Veja São Paulo



FILTROS DO BEM

Previsto para o fim de novembro, um aplicativo criado pelas sócias **Luciana Brafman** e **Isabella Prata** espera atrair jovens para as causas ambientais. O projeto Climate Dream reúne cenários virtuais que podem ser compartilhados nas principais redes sociais: quatro filtros – todos com um tom dramático – que simulam catástrofes como queimadas e enchentes. “A pessoa terá quinze segundos para falar sobre essas situações extremas e provocar uma reflexão”, diz Luciana, que se envolveu na causa após passar um ano na Amazônia. “É a ideia é ouvir quem tem uma mentalidade mais fresca para entender onde erramos”, completa Isabella. Além de criar um botão para doações à ONG SOS Amazônia, a dupla também planeja uma instalação imersiva na Galeria Pivô com a exibição de depoimentos, documentário sobre a história do ativismo e um videoclipe com nomes como Chico Brown e Zélia Duncan.

Luciana e Isabella: dupla ativista

RODRIGO ZORZI/ENVOLGAÇÃO

C2 | CULTURA & COMPORTAMENTO

DOMINGO, 17 DE SETEMBRO DE 2023
O ESTADO DE S. PAULO

Produtora transmídia especializada em criar ações, ativações, conteúdos e experiências focadas em questões climáticas, a Time To Act lança agora uma área para acelerar o desenvolvimento de projetos para marcas. O objetivo é conectar empresas e a sociedade por temas socioambientais relevantes e urgentes, com a ajuda de todo background que a produtora possui em experiências sensoriais e tecnológicas.

O ESTADO DE SÃO PAULO

NEGÓCIOS

Ativismo positivo

Time to Act cria hub focado em gerar impacto e sensibilizar a sociedade sobre questões socioambientais

GIOVANA ORÉFICE gorefice@grupomm.com.br

Órgãos públicos, empresas e sociedade civil estão entre os principais atores encarregados de encarar de frente as consequências e assumir responsabilidades sobre os efeitos socioambientais que o mundo enfrenta hoje. A ciência da urgência da tomada de ação é ampla, mas o conhecimento e a prática ainda são prematuros. É a partir dessa premissa que a Time to Act anuncia a criação de um hub voltado para o desenvolvimento de projetos para as marcas no campo de mudanças climáticas e outras problemáticas, gerando impacto e educação por meio da arte, entretenimento e criatividade. A Time to Act consolida-se como uma produtora transmídia, e chegou ao mercado no ano passado criando diversas experiências interativas sobre o meio ambiente para espaços públicos em todo o mundo. Agora, expande suas operações para marcas.

Luciana Brafman é o nome à frente do hub. "Nosso objetivo principal é, de fato, criar uma mudança de comporta-

mento, tocar as pessoas e ajudar a inspirar as empresas e o governo a agirem juntos", explica Luciana. A também fundadora e CEO da Time to Act é advogada, ativista e produtora no cenário internacional com mais de 30 anos de carreira e, no novo projeto, une sua experiência à de Isabella Prata, fundadora da Escola São Paulo. Entre os diferenciais que deverão endossar a forma como a comunicação é feita, a área conta com um time de especialistas em educação, inovação, meio ambiente, direitos humanos, ciência e artes, por exemplo, para dar vazão aos projetos e colocar na rua ativações que tragam interatividade, engajamento e experiências sensoriais.

Além das articulação de diversas especialidades, a grande viabilizadora das ações será a tecnologia. As possibilidades de execução são inúmeras, indo desde filtros de expressão, games e salas imersivas, até documentários, minisséries, filmes e animações. Segundo Isabella, formatos do tipo são mais



rápidos de fazer, ao mesmo tempo em que alcançam mais pessoas em menores espaços de tempo e barateiam a produção. "As empresas têm algo a comunicar e não sabem, porque estão todas estranguladas, super preocupadas e ocupadas em tentar encontrar os caminhos futuros", declara a fundadora da Escola São Paulo. "Fazemos um diagnóstico junto com as empresas e pinçamos fatos que eles talvez já realizaram e que não contam por achar que são pequenos - mas às vezes fazem a diferença", acrescenta.

A dupla acredita que há uma demanda por comunicação somada a uma dificuldade de reconhecimento de ações que possam ser divulgadas ao público,

por exemplo, de maneira a sensibilizar por meio da educação. Luciana aponta ainda que, embora empresas estejam preparadas para comunicar práticas em prol de questões socioambientais, deve haver um preparo interno a fim de ir além do discurso da agenda de ESG através de conteúdos mais orgânicos.

Ainda que tenha nascido no Brasil, o hub pretende ter atuação além das fronteiras nacionais. A Time to Act já apresentou projetos na 27ª Conferência do Clima da Organização das Nações Unidas (COP27), na cidade de Sharm El Sheikh, no Egito, além de Miami e Los Angeles, nos Estados Unidos.

Produtora transmídia especializada em criar ações, ativações, conteúdos e experiências focadas em questões climáticas, a Time To Act

Transformação

Time To Act lança hub para conectar marcas à questões socioambientais

Adnews | 06/10/2023

Para compreender as necessidades das empresas, governos, escolas e organizações, a Time To Act conta com um hub de especialistas em educação, inovação, meio ambiente, criatividade, entretenimento, ciência e artes. Com isso, consegue criar projetos que transitam por diferentes públicos e territórios. “É hora de agir e a iniciativa privada é essencial na luta pela preservação do planeta. Quem souber se engajar com coerência e criatividade nessa missão vai fazer história e liderar parte da transformação essencial que o mundo precisa”, explica Isabella.



Os projetos da Time to Act já passaram por cidades como Sharm El Sheikh, no Egito (COP27); Miami (Aspen Ideas: Climate) e Los Angeles (Heal The Bay), nos Estados Unidos; e São Paulo, no Espaço Pivô, em 2022.

Mercado

EMPRESA VISA UNIR MARCAS E QUESTÕES CLIMÁTICAS

Publicado em 02/10/2023 2:02 pm

“A empresa tem desenvolvido diferentes experiências interativas sobre o meio ambiente para espaços públicos em todo o mundo. A nova área pretende usar agora toda essa expertise e tecnologia social para associar marcas com ativações sensoriais e a divulgação de ideias e causas vinculadas com a emergência climática e os direitos humanos”.

“A reputação de uma marca é avaliada pelo impacto que ela causa na sociedade.

Desenvolver projetos e encontrar parceiros que possam orientar essa atuação de ativismo nas causas climáticas não é mais uma questão de escolha, e sim uma responsabilidade para as empresas”, afirma Luciana.

Comunicação

Time to Act cria hub de impacto e sensibilização sobre questões socioambientais

Nova área tem como proposta criar ações de comunicação não-convencionais para conectar e conscientizar órgãos públicos, empresas e sociedade civil

NOSSAS EXPERIÊNCIAS PELO MUNDO

EXPERIÊNCIAS



Exposição Imagens e Sons do Antropoceno

MIS–Museu da Imagem e do Som, *São Paulo, Brasil*
Setembro, 2023

Período: 3 semanas

Visitantes: 2.178 pessoas, além de aproximadamente 250 estudantes de escolas públicas

Engajamento do público: a interação do público com a exposição foi muito grande. Superando todas as expectativas, os visitantes gravaram **3.000 vídeos** – captados através das **Action Boxes**, que estavam disponíveis. No período percebemos pessoas emocionadas com o que viam e ouviam na exposição, dando depoimentos emocionantes.

A 1ª versão da exposição Imagens e Sons do Antropoceno, abordou como tema, a emergência climática no Estado de São Paulo, por meio de Sala Imersiva com projeções 360o, Tablets Interativos, Vídeos e Documentários.

WORLD

EXPERIÊNCIAS

NOSSAS EXPERIÊNCIAS PELO MUNDO



Participação em evento pela preservação ambiental | Bring Back the Beach

Johnatan Club, Los Angeles, EUA

Maio, 2023

Período: 1 dia

Visitantes: 750 pessoas



Engajamento do público: o público interagiu com a tecnologia disponibilizada pela Time To Act no evento, gravando aproximadamente **100 vídeos** – captados através das **Action Boxes**, que estavam disponíveis.

*A Time To Act levou a **Climate Dream Box** para o evento beneficente da instituição **Heal the Bay**, uma iniciativa sem fins lucrativos que reverte suas doações para cuidar e preservar a costa da cidade de **Los Angeles**, nos **EUA**.*

WORLD

NOSSAS EXPERIÊNCIAS PELO MUNDO

EXPERIÊNCIAS



Climate Dream Box | Bring Back the Beach

Los Angeles, EUA

Maio 2023

Período: 1 dia

Visitantes: 750

A Time To Act levou a **Climate Dream Box** para o evento beneficente **Bring Back the Beach**, da instituição **Heal the Bay**, uma iniciativa sem fins lucrativos que reverte suas doações para cuidar e preservar a costa da cidade de **Los Angeles**, nos **EUA**.

WORLD



NOSSAS EXPERIÊNCIAS PELO MUNDO



Pré-lançamento da Time To Act com o aplicativo Climate Dream Box | COP27

Sharm El-Sheikh, Egito

Novembro, 2022

Período: 1 dia

Visitantes: 70 pessoas em coquetel

Engajamento do público:

O coquetel contou com a presença de líderes de diversos setores: educação, ciência e representantes indígenas, e o projeto promoveu o projeto SOS Amazonia Fund, coletando doações.



Lançamento da Time To Act no Brasil

Espaço Cultural Pivô, São Paulo, Brasil

Dezembro 2022

Período: 2 dias de exposição

Visitantes: 600 pessoas

Engajamento do público:

O lançamento contou com Talks de Gregório Duvivier, Luiz Villares e Marcelo Rocha, com participação significativa de público, resultando em uma grande roda de conversas.

WORLD

A TIME TO ACT É:

TIME
TO
ACT!



LUCIANA BRAFMAN
FUNDADORA e CEO

“

Eu comecei a Time to Act com um único objetivo. Engajar as pessoas em assuntos críticos para a nossa sociedade, mantê-las engajadas e estarem entusiasmadas para agir. ”



—
Produtora indicada
duas vezes ao
Emmy®



—
Mais de 20
anos de
experiência



—
Produtora em Survivor, The Apprentice,
The Big Give for ABC (de Oprah Winfrey)

A TIME TO ACT É:



CIENTISTAS, PESQUISADORES E ESPECIALISTAS



GUSTAVO VON HA
ARTISTA MULTIMÍDIA



CARLOS EDUARDO YOUNG
AMBIENTALISTA

ARTISTAS E CRIATIVOS (cinema, dança, teatro, música, performance,



ISABELLA PRATA
ADVISOR



Educação



Meio Ambiente



Artes



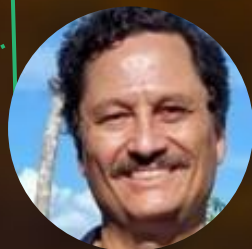
Entretenimento



Tecnologia



MARIANA EMERICH
COORDENAÇÃO DE LOGÍSTICA



LUIZ VILARES
CONSULTOR PARA MEIO AMBIENTE



FERNANDO CHAMIS
ESPECIALISTAS EM TECNOLOGIAS



JULIA VALIENGO
ARQUITETA, DESIGNER, COMPOSITORA E CANTORA



STEVE STRONG
CIO

— A HORA É AGORA —

A Time To Act
viabiliza
a sua participação de
forma criativa e
efetiva no movimento
socioambiental

A sua **MARCA**
conectada
com as causas
mais
importantes
do mundo

A sua
ORGANIZAÇÃO
inspirando as
pessoas a agirem
para
transformarem o
mundo

time TO ACT!

Tecnologia + Arte
Entretenimento + Educação

Luciana Brafman

luciana@timetoact-ent.com

[@timetoactentertainment](https://www.instagram.com/timetoactentertainment)