

Luísa Melo  
Unidade de Comunicação i3S  
Instituto de Investigação e Inovação em Saúde  
Rua Alfredo Allen, 208 | 4200-135 Porto  
Tlm: 917 585 435  
e-mail: [lmelo@i3s.up.pt](mailto:lmelo@i3s.up.pt)

## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

**2' Minutos para mudar de vida – Porque há perguntas que não devem ficar sem resposta**

### **Primeira série de ficção sobre educação para a saúde estreia na RTP**

O i3S e o Ipatimup, em parceria com a Fundação Belmiro de Azevedo, lançam a primeira série de ficção sobre educação para a saúde produzida em Portugal, que começará a ser exibida no dia 8 de abril, na RTP. Estes primeiros 20 episódios, que os promotores assumem como sendo «uma série de ficção na interface entre o entretenimento e a informação», inserem-se numa «campanha multiplataforma de educação para a saúde que promove as mudanças de comportamento ao alcance de cada um para prevenir as doenças não-transmissíveis». O lançamento público da campanha está marcado para 3 de abril, às 18 horas, no Auditório do Colégio Efanor, Polo II.

Denominada «2' Minutos para mudar de vida», a campanha faz uso de diferentes plataformas - TV, web e sessões presenciais - para alcançar um público alargado e diversificado e terá início com a exibição da série. Os 20 episódios passam na RTP, de segunda a sexta-feira, em horário nobre.

Os autores do formato, Nuno Teixeira Marcos, Luís Carvalho e Paulo Gomes, da Unidade de Prevenção de Cancro do Ipatimup, reconhecem que o «recurso à ficção e ao poder das histórias, e o uso de um tom mais leve e até divertido foram as duas opções mais arriscadas». Aliás, dizem, «antes de mais tem de ser um produto audiovisual apelativo, as pessoas primeiro têm de querer ver os episódios para depois estarem disponíveis para aprender».

O registo dos episódios, adianta Nuno T. Marcos, «recorre a explicações científicas rigorosas, mas será leve e informal, com espaço para o humor. Esta frescura no tom é pouco habitual em programas de saúde e será um fator de novidade. Em cada episódio vamos fazer perguntas e desafiar o espectador».

A componente online, por seu lado, servirá como portal interativo da campanha, onde será possível visualizar os episódios e aprofundar os conteúdos pedagógico-científicos. A campanha «2' Minutos para mudar de vida» terá um [site](#), uma aplicação para telemóvel, assim como uma forte presença nas redes sociais ([facebook](#), [instagram](#) e [youtube](#)), disponibilizando, de forma sincronizada com a exibição na RTP, conteúdos e desafios adicionais que aprofundam os temas da série.

Após a exibição dos episódios na televisão serão organizadas sessões regulares de educação para a saúde, durante um ano, em várias cidades do país. Em cada sessão, os episódios referentes a um determinado tema da prevenção servirão de mote para um debate com especialistas e para uma sessão de perguntas aberta a todos os presentes.

Tendo como principal parceiro a Fundação Belmiro de Azevedo e a RTP como parceiro media, a campanha contou também com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian e da Fundação «la Caixa».

### **Um desafio para fazer mais pela educação para a Saúde**

Por trás destes 20 episódios que começam a ser exibidos a 8 de abril está um trabalho exaustivo de muitos meses. Primeiro, com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian e do seu programa «Inovar em Saúde», foi desenhado, desenvolvido e avaliado um modelo de série. Os autores criaram depois dois episódios-piloto e começaram a apresentá-los aos parceiros. A RTP gostou e «deu-lhes» o prime-time, o que, recorda Nuno Teixeira Marcos, «representou para nós o reconhecimento da qualidade do projeto, até porque nunca houve uma série sobre educação para a saúde no horário nobre».

Seguiu-se o levantamento de material científico e pedagógico durante o ano de 2017 e foram planeados 80 episódios – quatro temporadas – e escolhidos os 20 que vão ser exibidos em 2019. «Tínhamos uma *writers' room*, onde eram lançadas ideias sem restrições criativas. Depois fazíamos reuniões semanais com todos os elementos da equipa para validar as melhores ideias. Numa fase final, os guiões passavam pelo crivo de script doctors, o que “para nós foi um passo fundamental porque era alguém de fora, que ainda não tinha uma ligação emocional com as histórias», explica Luís Carvalho, coordenador da equipa de argumentistas.

Escritos os guiões, passou-se para a fase de pré-produção e produção propriamente dita, feita intercaladamente durante cinco meses, que contou com 28 dias de rodagem em 53 locais diferentes, com oito realizadores e 29 atores que criaram 94 personagens, secundados por 87 figurantes. A pós-produção durou quatro meses. «Foi tudo produzido por nós e pela Cimbalino Filmes, num trabalho de colaboração intensa e próxima», sublinha Paulo Gomes, que ficou também responsável pela fase de pós-produção e efeitos visuais.