

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

---

### Série de ficção produzida pelo i3S/Ipatimup distinguida nacional e internacionalmente

A primeira série de ficção portuguesa sobre educação para a Saúde, produzida pelo Instituto de Investigação e Inovação em Saúde da Universidade do Porto (i3S) e pelo Ipatimup, em parceria com a Fundação Belmiro de Azevedo – 2' Minutos para mudar de vida – venceu recentemente o [«Prémio Ciência Viva Media»](#). “Pela primeira vez um programa sobre saúde foi exibido em horário nobre no canal 1 da RTP, promovendo a partilha de informação e desafiando o espectador a refletir sobre os seus comportamentos e a ousar a mudança”, justifica o júri. Para Nuno Teixeira Marcos, coordenador da Unidade de Prevenção de Cancro do Ipatimup/i3S, “este prémio Ciência Viva orgulha-nos particularmente por ter sido um prémio inesperado, não solicitado, por nomeação direta daquela que é a mais importante instituição de divulgação científica em Portugal”.

Este é o mais recente reconhecimento de uma série multipremiada. Ao longo do ano de 2020, a série foi ainda distinguida com dois Telly Awards, o prémio do público dos MEDEA Awards 2020, o Prémio Especial do Júri da Casa das Ciências, foi selecionada para a 16e édition do Festival Pariscience, para a 1.ª edição do Health for All Film Festival, criado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e foi finalista do Prémio Nacional de Animação 2020.

Dos Estados Unidos, chegaram dois prémios na 41.ª edição dos Telly Awards: Gold Winner na categoria Television: [Fitness, Health & Wellness](#) e Bronze Winner na categoria Television: [Public Interest/Awareness](#). Esta edição recebeu mais de 12 mil candidaturas provenientes de todo o mundo e inclui como vencedores a BBC, HBO Latin America, CNN, Al Jazeera, CBS, Smithsonian Channel, PBS, NASA/Hubble, Sony Music Entertainment e o Malala Fund.

Já na 1.ª edição do [Health for All Film Festival](#), uma iniciativa da OMS para promover os melhores trabalhos de documentário ou animação sobre saúde onde foram submetidos 1300 trabalhos de 119 países, um dos episódios da série foi selecionado como um dos sete finalistas da categoria de [«Non-Communicable Diseases»](#). “Ganhou a BBC, mas isso não faz com que nos sintamos menos honrados”, nota Nuno Teixeira Marcos, coordenador da Unidade de Prevenção de Cancro do Ipatimup.

Um episódio da série marcou ainda presença no [Festival Pariscience](#), onde esteve em exibição durante o mês de outubro de 2020 juntamente com mais 14 curtas que fizeram parte de uma

seleção especial. O episódio causou impacto, tendo sido destacada como um dos melhores de todo o Festival pela prestigiada revista [Science et Vie](#).

A «2' Minutos para mudar de vida» ganhou ainda o prémio do público dos [MEDEA Awards](#). Este galardão premeia "projetos inovadores que usam conteúdos audiovisuais ao serviço da educação" e vai já na sua 12ª edição, sendo os mais reconhecidos da Europa na área. Nas 12 edições dos MEDEA Awards, este é o 1º projeto português a ser nomeado e, por conseguinte, o 1º a vencer.

No caso do [Prémio Especial do Júri da Casa das Ciências](#), um prémio que visa "distinguir os melhores recursos educativos" apresentados durante 2019, o galardão foi atribuído aos materiais pedagógicos do projeto desenvolvidos especificamente para sala de aula.

A nomeação para o [Prémio Nacional da Animação 2020](#) na categoria de filmes profissionais foi para o episódio de animação que faz parte da série e ilustra a qualidade excepcional da mesma. Este episódio fez parte de um lote de 5 finalistas e, graças a esta nomeação, marcará presença no [ITFS - Festival Internacional de Cinema de Animação de Estugarda em 2021](#).

## **“Um estímulo para fazermos mais”**

A série, constituída por 20 episódios, foi transmitida na RTP em horário nobre, e inseriu-se numa campanha multiplataforma – televisão, web, mobile e sessões presenciais – de educação para a saúde que promove as mudanças de comportamento ao alcance de cada um para prevenir as doenças não-transmissíveis. A nível de audiências, os números também são promissores: mais de três milhões de telespectadores viram os episódios.

Para os autores do formato, Nuno Teixeira Marcos, Luís Carvalho, Nuno Ribeiro e Paulo Gomes, da Unidade de Prevenção de Cancro do Ipatimup, estes prémios e distinções, assim como os resultados das audiências da série, “são um estímulo para fazermos mais”.

“Foi um desafio tão colossal e tão extenuante, em que sabíamos que estávamos a fazer algo novo e com verdadeiro espírito de missão, que estes prémios são reconfortantes», confessa Nuno Teixeira Marcos. «Corroboram todo o nosso esforço e empenho», enfatiza Paulo Gomes, responsável pela fase de pós-produção e efeitos visuais. «Só podemos estar satisfeitos», remata Luís Carvalho.

## **Aprender e alterar comportamentos**

Em 2019, o Ipatimup/i3S iniciava uma missão que se adivinhava difícil: levar os portugueses a interessarem-se mais por educação para a saúde. “A prevenção ainda é vista como algo secundário, há um vazio muito grande no serviço público e poucas oportunidades de financiamento”, explica Nuno Teixeira Marcos.

Assumindo a aposta arriscada, os autores decidiram avançar com um conceito novo, “combinando o poder das narrativas com mensagens práticas de promoção de saúde ao alcance de todos, capazes de contribuir para a redução do risco de doença”.

A resposta do público não podia ter sido melhor. Como adianta Nuno Ribeiro, “cada episódio teve em média 374 mil espectadores, foram mais de 3 milhões de portugueses a ver algum conteúdo da série”. Nuno Teixeira Marcos explica que «estes números são fantásticos, mas só

foram possíveis porque conseguimos que a série fosse exibida no horário nobre da RTP1, o que é algo inédito para um programa de educação em saúde. Tivemos o mérito de não perder os telespectadores, ainda para mais com um tema tradicionalmente pouco aliciante”.

Além da análise das audiências, está a ser concluído um estudo de impacto cujos resultados preliminares são muito promissores. Com efeito, quase 100% dos inquiridos “gostaria de ver mais episódios” e “recomendaria os episódios a familiares e amigos”. Contudo o mais notável, sublinha Nuno Ribeiro, é que “50% dos participantes do estudo reportaram alterações de comportamento após verem os episódios. Além disso, quando testados com perguntas de conhecimento, verifica-se que quem viu a série, tem um aumento significativo no número de respostas certas em comparação com o grupo de controlo”.

Os episódios também foram avaliados em focus groups com médicos que «permitiram uma validação do formato, já que os profissionais de saúde foram consensuais a aprovar a clareza das mensagens e o potencial de promoção de saúde dos episódios”.

Tendo como principal parceiro a Fundação Belmiro de Azevedo e a RTP como parceiro media, a campanha 2’ Minutos para mudar de vida contou também com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian e da Fundação «la Caixa».