



Ana Júlia Caires

Elisa Renault

Júlia Antoniazzi

Leonardo Galesi

Mariana Morato

Liga da Higiene: Grupo dos Fantoques

Relatório Final de Campanha Transmídia para o Timor Leste

Belo Horizonte

2017

1. INTRODUÇÃO

A cultura da participação é um fenômeno em que há criação e compartilhamento de conteúdos entre os consumidores de mídia, motivados pela crença de que suas contribuições são importantes. Nesse processo, há um grau de conexão social entre os envolvidos, o que estimula o engajamento. Segundo Henry Jenkins, “a circulação de conteúdos — por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais — depende fortemente da participação ativa dos consumidores.” (JENKINS, 2008, p. 30). Essa participação ativa em que o consumidor de mídia entende o processo e faz parte dele é o pilar da dinâmica transmídia. É uma mudança na percepção dos papéis ocupados por produtores e consumidores que, ao invés de serem entendidos como separados, agora são vistos como participantes interagindo em um processo com um novo conjunto de regras.

Nesse sentido, Jenkins aborda a ideia de Cultura da Convergência, que “representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos.” (JENKINS, 2008, p. 31). A partir disso, há uma união entre multiplicidade de meios, inteligência coletiva e sociedade participativa. Esses três aspectos possibilitam o engajamento que gera ação e transformação; processo entendido como ativismo transmídia. É esse engajamento que a campanha transmidiática para o Timor Leste propõe trazer, para que os próprios timorenses consigam internalizar e mudar seus hábitos de higiene e limpeza.

Dessa maneira, a ideia da campanha é, a partir da interação entre diversas plataformas e do engajamento do público, promover a melhoria da saúde e qualidade de vida dos moradores do Timor Leste. O objetivo principal é mostrar aos moradores que, com pequenas mudanças cotidianas nos hábitos de higiene, é possível ter uma transformação significativa na qualidade de vida, reduzindo doenças, infecções e outros problemas causados pela falta de cuidados com a limpeza. A campanha reúne atividades direcionadas para crianças entre 5 e 10 anos de duas escolas do Timor, uma na montanha e a outra no centro de Díli, a capital do país. No entanto, há a ambição de alcançar também os familiares, vizinhos e demais moradores relacionados a essas crianças, para que os hábitos de higiene sejam difundidos e se tornem parte da rotina dos timorenses. Essas atividades são distribuídas em diversas mídias, principalmente offline, visto que o acesso a tecnologias digitais não é característico do país. Como diz a ideia de Cultura da Convergência, a proposta é que os timorenses busquem as

informações em meios variados, em um processo de participação ativa da população, que passa a ser consumidora e produtora de conteúdo a partir do seu engajamento.

Com ações nas áreas de Teatro, Jogos, Performance (Fantoques), Quadrinhos e Animações, a campanha aborda hábitos de limpeza e higiene comuns, como: escovar os dentes, tomar banho e lavar as mãos; cuidados com o lixo e com os alimentos; entre outras atitudes que os cidadãos do Timor podem adotar para diminuir o índice de doenças e infecções. Todas essas ações seguem uma narrativa de pano de fundo: a história de uma turma de cinco crianças amigas que vão aprendendo sobre esses hábitos. Com isso, desejamos que os moradores do Timor Leste se envolvam com a história e se engajem nessa mudança no dia a dia, tendo como base o acervo das ações que ficarão disponibilizadas online durante e após o término da campanha.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A campanha foi pensada para ser transmidiática, pois essa relação entre as diferentes plataformas e um sentido que perpassa todas elas é muito interessante para captar a atenção dos moradores de forma natural e divertida, possibilitando maior alcance das ações. Assim, a cobertura transmidiática da Campanha do Timor tem como propósito engajar as crianças, principalmente, mas também se difundir entre pessoas de outras faixas etárias e classes sociais. A ideia é mostrar que os hábitos de higiene são essenciais para todas as pessoas e podem realmente melhorar a qualidade de vida de todo mundo.

Para realizar tal desafio, o grupo se fundamentou em duas metodologias distintas e complementares para o estudo:

Primeiramente, a metodologia de análise transmídia proposta por Gambarato e Tárzia (2016) considera que as aplicações de narrativas transmidiáticas são caracterizadas pela utilização de múltiplas plataformas midiáticas, pela expansão do conteúdo dentro e fora dessas plataformas e pelo engajamento gerado. Esses três pontos permitem contar histórias mais profundas — que conseqüentemente gerem maior comoção —, expandir o conteúdo produzido de maneira diversa e, assim, enriquecer a interação e experiência do público, que é o que pretendemos com nossa campanha.

Assim, escolhemos três pontos principais dentro dessa metodologia para ter em mente durante a execução deste trabalho: o primeiro é a **Premissa e Propósito** (p. 8) da campanha, caracterizado pela análise de seu tamanho e magnitude para desenvolver ações em múltiplas

plataformas que estejam relacionadas, tanto entre si quanto com seus objetivos principais — em nosso caso, a ideia é uma campanha ampla e grande, que inclui ações em Teatro, Performance, Quadrinhos, Animações e Jogos. Responsável pela atividade específica de Performance, a principal ação do grupo é desenvolver uma apresentação de fantoches com a história dos cinco amigos associada aos ensinamentos dos hábitos de higiene.

Outro aspecto escolhido foi o das **Extensões** (p. 13), que analisa o potencial do conteúdo da campanha de ser expandido nas plataformas. Isso porque, na construção de narrativas transmidiáticas, muito mais do que apenas replicar o conteúdo produzido de maneira adaptada em uma diferente rede social, por exemplo, o importante é desenvolvê-lo de formas distintas e complementares em cada plataforma. Essa é a melhor solução para explorar as possibilidades do conteúdo e torná-lo de fato relevante para o público.

Nesse ponto, teremos o desafio de manter a atenção e ação do público ao longo de toda a campanha, pensando em ações que não só veiculem a informação mas também despertam o interesse das pessoas, não necessariamente para se aprofundarem no tema, mas para realizarem outras atividades com base no que propomos. Assim, em nossa área específica, desenvolvemos também um tutorial online de como fazer os bonecos dos fantoches — com a sugestão de outros modelos e personagens — para que os timorenses possam fazer e se divertir também, em situações variadas. Além disso, haverá uma gravação da apresentação do teatro de fantoches como referência, para que quem se interessar possa assistir de novo depois ou usar para outros fins. Ambos os vídeos serão disponibilizados no YouTube.

Por fim, outro ponto muito importante apreendido com a metodologia de Gambarato e Tárzia (2016) foi o **Engajamento** (p. 14). A audiência deve ser vista, hoje, como colaboradora das ações, e não como mera espectadora. É importante ressaltar que a relação entre as pessoas e a história contada é essencial para as narrativas transmidiáticas, que têm como premissa a interação e a participação.

Nesse sentido, usamos os “Três ‘E’s do Engajamento Social”, da consultora de Marketing Digital Martha Gabriel, para explicar como desejamos engajar nosso público. Para impactar as pessoas com a nossa campanha, será necessário:

- **Educação:** ensinar a importância dos hábitos de higiene no cotidiano e como essas pequenas mudanças são essenciais para reduzir doenças e melhorar a qualidade de vida. A educação une as pessoas e as desenvolve. Com base

nisso, problemas de qualidade de vida poderão ser reconhecidos sem a presença da campanha posteriormente, graças ao conhecimento compartilhado ao longo desse tempo de ensinamento;

- **Estrutura:** para que o público faça o que propomos, é preciso fornecer uma estrutura. Para que haja continuidade nos efeitos da campanha, por exemplo, forneceremos os tutoriais disponibilizados no YouTube e o material da campanha como um todo disponibilizado em um blog, como fonte de informação e referência para que os timorenses continuem usando depois do fim das ações.
- **Estímulo:** também é preciso desenvolver ações para motivar o público a cumprir com os objetivos da campanha. No caso da campanha para o Timor, investiremos na conscientização a respeito dos hábitos de higiene e limpeza — e de como a falta de cuidados com o lixo e os alimentos pode ser prejudicial à saúde e à vida das pessoas — para que haja repercussão e propagação da ideia no país.

3. PROPOSTA DE EXPERIMENTAÇÃO DE LINGUAGEM

O ponto mais importante da campanha é a conscientização da população de que lavar as mãos, tomar banho diariamente, lavar os alimentos antes de comer, recolher o lixo corretamente todos os dias, escovar os dentes, etc. são pequenas mudanças cotidianas que fazem muita diferença.

Com a incorporação de tais hábitos, é possível reduzir a incidência de infecções, viroses e demais doenças muito comuns pela falta desses cuidados e, conseqüentemente, melhorar a qualidade de vida. A ideia é que os timorenses entendam que, a partir dessas orientações de limpeza e higiene, eles ficarão mais dispostos, com mais energia para realizar suas atividades, menos incômodos e dores, entre outros benefícios.

Além disso, é interessante para nós obter resultados menos mensuráveis e mais importantes para o campo da comunicação, como demonstrar como uma campanha na lógica transmidiática pode ser mais eficiente se houver um planejamento bem feito, fazendo com que não seja só mais uma forma frustrada de “estar presente” reproduzindo os mesmos conteúdos, muitas vezes em plataformas que não fazem sentido para aquele caso e não geram grandes benefícios.

Diante desse desafio, a proposta do grupo é a seguinte*:

- **Criar personagens com os quais as crianças timorenses possam se identificar:** A ideia foi criar uma turma de cinco amigos, cada um com suas particularidades, que farão parte do restante das ações, criando uma forte identidade para a campanha. São eles: **Hélio** (o mais sorridente, extrovertido e alegre), **Claudina** (uma menina que adora futebol), **Fleur** (uma criança inteligente e divertida), **Giovanno** (um colega mais simples da turma, com roupas sóbrias e mais timidez), **Yaris** (uma menina animada e curiosa, conhecida por seus cabelos bonitos e cheios de tranças). Além dos cinco protagonistas, há o **Sr. Sujeira**, que representa os maus hábitos e suas consequências de forma “personificada”, e a **Hígia**, que representa a água, foco da prevenção de diversos males e doenças);
- **História do teatro em fantoches:** Uma das representações das crianças será por meio de uma história de teatro em fantoches, que será destinada ao público infantil timorense como uma ação da campanha. Atividade principal do grupo, a historinha girará em torno de Yaris que, brincando com os seus colegas (descritos acima), começa a sentir alguns desconfortos característicos de uma virose. Por esta razão, a menina vai se consultar com um médico de confiança da família e, ao chegar lá, é vista de longe por Hígia. Hígia, por sua vez, aparece para a turma de amigos e mostra a eles que o motivo de Yaris estar mal é por falta de cuidados com seu corpo e higiene. No final, Yaris é medicada e tratada, voltando a brincar com seus amigos de maneira consciente no que diz respeito à higiene pessoal. Assim, a história pretende deixar uma lição para as crianças de forma lúdica, interativa e informativa sobre cuidar de si e do meio ambiente da forma correta;
- **Trilha sonora:** A trilha sonora foi pesquisada para a apresentação do teatro em fantoches e contém músicas típicas da cultura timorense (mas, entre si, são bem diferentes, uma vez que estão inseridas na trilha por motivações distintas). Para a escolha, optamos por canções instrumentais (para não atrapalhar a performance e fala dos fantoches) e pensamos nos instrumentos típicos do Timor, que podem gerar uma maior identificação das crianças com as apresentações: o *babadok* e o *dadir* (tambores), o *kakolo* (percussão), o *karkeit* e as *flautas* de chifre de búfalo e conchas (sopro) e o *lakadouk* (corda). As músicas sugeridas são: <https://goo.gl/bFRLJa> (primeira música — alegre e calma para introduzir os protagonistas brincando juntos);

<https://goo.gl/hbyxAi> (segunda música — tensa, para o momento em que Yaris começa a se sentir mal); <https://goo.gl/kXvrQH> (música alegre para o momento final). Nesse quesito, é importante ressaltar que, por estarem em contato com a cultura e os costumes do país diariamente, os estudantes do Timor Leste podem fazer uma curadoria mais apurada da trilha sonora, ficando as músicas escolhidas pelo grupo mais como sugestão de melodia e tom;

- **Tutoriais para colaboração coletiva:** Além de divulgar um vídeo com a performance do teatro em si, para posterior divulgação e para o público que não conseguir assistir ao vivo, liberaremos também um vídeo ensinando às crianças como confeccionar os fantoches apresentados no teatro. O intuito não é mostrar como são feitos os fantoches da turminha, especificamente, mas como fazer seus próprios brinquedos para poder brincar em casa — deixaremos até a sugestão para as pessoas criarem novos personagens referentes à campanha, como os pais dos protagonistas, professores e novos amiguinhos. A ideia é fazer um vídeo curto e simples, com narração ao fundo e imagens vistas de cima de alguém mostrando, na prática, o tutorial;
- **Rótulos de embalagem de shampoo e saboneteira:** Para estimular a hora do banho e de lavar as mãos com a turminha conhecida pelas crianças timorenses, pensamos em desenvolver layouts diferentes para shampoo, condicionador e saboneteira. Esses produtos seriam disponibilizados como forma de seguimento à campanha e teriam confecção simples, mas bastante colorida e chamativa.

Ao escolher a proposta de teatro com fantoches para as crianças, tivemos o cuidado de desenvolver uma história que pudesse se integrar com o universo narrativo da campanha e fosse coerente com as demais atividades sem a necessidade da cronologia. Assim, mesmo sem ter conhecimento do restante da campanha, uma criança poderá se interessar e entender a história e os hábitos de higiene citados em cada ação. Por ser uma apresentação lúdica e não precisar de materiais caros para sua concretização, acreditamos que os fantoches poderão agregar muito para o projeto e trazer novas contribuições que a turma, mesmo com toda a pesquisa, não conseguiu absorver da cultura, e ainda apresentar soluções compatíveis com as condições de saneamento do país, possibilitando uma visão mais próxima vinda das professoras e dos alunos do Timor. Outra utilidade seria propor novas atividades que não

havia sido pensadas anteriormente através de novas narrativas criadas para os fantoches, aproveitando os tutoriais que serão desenvolvidos e acompanhando a eficiência da campanha ao longo da execução, o que possibilitará adaptações para uma possível falta de engajamento, em um cenário negativo, por exemplo.

Além disso, a performance tem um grande papel dentro da campanha, pois consegue chamar muito a atenção das crianças e oferece uma maior possibilidade de participação dentro da história, já que as próprias crianças podem utilizar os fantoches em novas brincadeiras e, com isso, terem uma maior interação no projeto.

**Todas as peças feitas pelo grupo foram discutidas e aprimoradas ao longo das aulas da disciplina e estão descritas detalhadamente na seção de “Anexos”, no final deste relatório.*

4. ANÁLISE CRÍTICA DO EXPERIMENTO

Durante a realização deste trabalho, enfrentamos algumas dificuldades e nos deparamos com pontos interessantes, que nos fizeram refletir sobre os projetos que entregamos até então durante o curso de Comunicação.

No início, percebemos que a comunicação com a equipe responsável pelo projeto no Timor Leste seria difícil: muitos não falam português, e o acesso a aparelhos eletrônicos e internet também é limitado. As informações sobre a cultura do país na rede também são precárias, o que dificultou a procura pelas músicas e outros pontos socioculturais específicos que utilizamos no trabalho. Entretanto, ter as professoras Geane e Lorena como nossas porta-vozes, além do auxílio imprescindível de Luciana, facilitou o recolhimento de informações para embasarmos nossas criações.

Dificuldades à parte, conseguimos recolher o necessário para a realização do trabalho. As discussões em sala com todos os grupos e o objetivo de criar uma campanha conjunta que, posteriormente, será veiculada em um país, foi algo que nos impulsionou durante todo o semestre. Foi a primeira vez, desde o início do curso, que estruturamos um projeto de publicidade em sala de aula para realmente ser utilizado! Além disso, o projeto nos tirou de nossa zona de conforto, pois estávamos muito acostumados a usar os meios online como plataforma principal de divulgação nas campanhas planejadas. Dessa vez, fomos colocados a pensar em ações físicas, no mundo offline, como forma de propagação da mensagem central (conscientização acerca da higiene pessoal).

O fato de o público prioritário da campanha serem crianças, por sua vez, nos remeteu a lembranças de nossa própria infância, o que despertou um carinho especial pelo projeto. Criar histórias para o mundo infantil também foi algo inédito para nós, bem como a estruturação de uma proposta transmidiática, nunca trabalhada antes do Laboratório de Mídias e Linguagens.

Dessa forma, o projeto — e a disciplina como um todo — foi uma experiência muito enriquecedora para nós. Enxergamos valor não só acadêmico, mas também pessoal e profissional na proposta da campanha, e o caminho percorrido para chegar ao resultado final foi repleto de descobertas interessantes.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Tradução Susana Alexandria. Editora Aleph, 2008;
- Renira Rampazzo Gambarato & Lorena Peret Teixeira Tárzia (2016): Transmedia Strategies in Journalism, Journalism Studies. Disponível em <<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2015.1127769>>. Acesso em 29 de maio de 2017;
- Vídeo: Os 3 ‘Es’ do Engajamento. Martha Gabriel. Publicado em 20 de junho de 2016. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=8ntamBGOexQ>>. Acesso em 29 de maio de 2017.

6. ANEXOS

I - PROTÓTIPO

Segue abaixo o protótipo do fantoches de cada personagem. Desenho feito por Helena Antunes de Araújo.



II - MATERIAIS

Os materiais foram escolhidos de acordo com tutoriais e exemplos que pesquisamos, pensando na facilidade de execução, nos materiais mais comuns e no preço. Serão eles: tecidos diversos, TNT, feltro para enchimento, fios de lã para os cabelos, isopor para formar a cabeça, olhos de plástico, linha.

Materiais alternativos: tecidos mais baratos, papel, canetas para tecido para substituir os olhos de plástico.

III - ORÇAMENTO

Para confeccionar 20 kits, estimamos um pequeno orçamento dos materiais:

Material	Quantidade	Preço
TNT	30 metros	R\$3 x 30m = R\$90
Feltro	50 metros	R\$5 x 50m = R\$250
Tecidos estampados	30 metros	R\$10 x 30m = R\$300
Novelos de lã	10 unidades	R\$15 x 10 = R\$150
Linha	20 unidades	R\$1 x 20 = R\$20
Olhos de Plástico	2 pacotes com 100	2 x R\$15 = R\$30
Bolas de isopor	15	15 x R\$4 = R\$60
		Total: R\$900

IV - RÓTULOS PARA EMBALAGENS DE SHAMPOO E SABONETEIRAS

Ambos serão retangulares, sendo o primeiro vertical e o segundo horizontal, seguindo as bordas de cada frasco — dessa maneira, os frascos escolhidos durante a execução da campanha determinarão a dimensão dos rótulos. O ideal é que os frascos sejam transparentes, mas não é algo obrigatório. Quanto ao material dos rótulos, sugerimos papel filme adesivo, transparente ou branco, que possui boa aderência e resistência.

Para estimular a hora do banho e de lavar as mãos com a turminha conhecida pelas crianças timorenses, pensamos em desenvolver layouts diferentes para cada um dos produtos:

- O primeiro, para o frasco de shampoo, trará um dos personagens principais na hora do banho, tal como a referência abaixo:



A ideia é desenvolver um layout simples, que seja alegre, mas não tão colorido para não encarecer a produção.

O texto será composto pelo título “Está na hora de espantar a sujeira!”, em referência ao Sr. Sujeira, vilão a ser combatido durante toda a campanha. Além disso, o rótulo terá o desenho de um dos personagens principais (pode haver até seis variações de rótulo; uma de cada criança e uma com a Hígia) tomando banho, seja em uma banheira ou apenas no chuveiro (na segunda opção, o desenho iria até a barriga das crianças, com as meninas usando a parte de cima do traje de banho). Também haverá a informação principal referente ao produto (Shampoo ou Condicionador).

- O segundo rótulo, para a saboneteira, trará os personagens reunidos lavando as mãos junto à pia, como na referência da videoclipe de “Lavar as mãos”, de Arnaldo Antunes, feito para o programa infantil “Castelo Rá-Tim-Bum”:



É importante que as crianças apareçam sorrindo para transmitir a mensagem de que lavar as mãos pode ser divertido, ainda mais se for na companhia dos amigos — ideia reforçada pelo título do rótulo: “Lavar as mãos é ainda mais divertido com a galera!”.

V - DESCRIÇÃO DOS PERSONAGENS

Os fantoches serão utilizados para a contação de histórias dentro das escolas e, por isso, devem ser pensados de acordo com as características físicas mais comuns no país, para que ocorra uma identificação das crianças com os personagens. Além disso, é importante lembrar que uma das grandes vantagens desse método é a interação com o público: as crianças podem participar da história, completar cenas, etc. A proposta é que seja algo bem conversativo, personalizado e interativo (ou seja, o narrador da história pode fazer perguntas para que as crianças respondam, ou passar em meio à platéia).

Serão confeccionados sete bonecos que também estarão relacionados ao trabalho dos outros grupos, de forma a manter a narrativa conectada.

Os personagens serão cinco crianças, a água (heroína) e o vilão da sujeira:

- Hélio: Cabelos curtos, mas não raspados, camiseta amarela, bermuda preta com detalhes em vermelho e branco (cores da bandeira do Timor). Sempre com um sorriso no rosto;
- Claudina: Cabelos presos por um “rabo de cavalo”, roupas coloridas, mas não muito estampadas;
- Fleur: Cabelos curtos, óculos de grau e roupas coloridas e estampadas;

- Giovanni: Cabelos raspados, roupas simples e sem estampas;
- Yaris: Cabelos trançados, roupas coloridas e estampadas, que refletem uma criança animada e curiosa;
- Sr Sujeira: O personagem terá como cores principais o verde e o marrom. O marrom irá representar o corpo que terá uma forma irregular, com alguns pontos verdes. Um importante destaque são os olhos e boca grandes, deixando-o com aspecto um pouco assustador, para que ele possa assumir seu papel de vilão. Também poderão ser utilizados pequenos objetos que representarão o lixo, como embalagens de balas, refrigerante, entre outros, colados no personagem.
- Hígia: figura mística, meio fluida, traços do povo timorense, cabelo branco/prata ondulado. Cor de pele azul clara.

Foi pensado em designar um hábito incorreto de higiene para cada criança, para facilitar a identificação das personagens:

- Yaris, a menina aventureira, não lavará os alimentos (frutas, principalmente) que come. Ela os leva em suas aventuras para se manter alimentada, mas não se preocupa em lavá-los, o que pode causar enjoos e até doenças mais graves;
- Claudina, a jogadora de futebol, irá se deparar com o campo tão sujo com lixo que não será possível jogar enquanto ele não for limpo;
- Hélio, o menino dançarino, não gosta de tomar banho depois dos ensaios e treinos de dança.

VI - HISTÓRIA DO TEATRO EM FANTOCHES

A Yaris, uma menina sempre muito animada, alegre, que adora se divertir, sai para brincar com seus outros amigos, Hélio, Claudina, Fleur e Giovanni. Os cinco meninos da turminha estão brincando de pega-pega em uma pracinha perto da escola. Eles começam a brincar e Yaris começa a se sentir zozna, com uma dor muito forte na barriga. Ela começa a suar e sentir frio ao mesmo tempo. “Como isso era possível?” Ela pensava. Estava enjoada, e não sabia o porquê de todas aquelas reações. Só estava brincando, não tinha feito nada demais.

Assustada com a situação, Yaris passa em um médico de confiança da família. O doutor a conhece há anos, desde bebê, então é a melhor pessoa para dizer o que está acontecendo com ela. Enquanto isso, na pracinha perto da escola, seus amigos ficam

confusos, e tentando entender o que aconteceu com Yaris. Ela é sempre muito animada e alegre, e nunca ficou assim antes!

Em um canto próximo do consultório, enquanto Yaris se consulta, Hígia, a deusa da limpeza e da higiene, que protege as pessoas, começou a se sentir estranha, com um aperto no coração. Esse aperto não significava coisa boa. Toda vez que ela tinha essa sensação, era por algo ruim. Ela saiu de onde estava e foi caminhando em direção ao médico. Lá, avistou a menina que estava mal. Não puderam conversar no meio da consulta: Hígia apenas observava Yaris de longe. Ela já sabia o que estava acontecendo.

Depois, reuniu suas forças e apareceu para as crianças, na pracinha, fazendo um alerta:

- Olha, crianças, a amiguinha de vocês está doente. Por que vocês acham que isso está acontecendo?

Fleur responde:

- Eu sei! Pesquisei sobre saúde no blog X (nome do blog que vamos criar — esse blog será nossa plataforma para divulgação e postagem dos conteúdos produzidos para a campanha, e será uma boa fonte de conteúdo tanto para quem acompanhar a campanha de perto quanto para quem tiver interesse em aprender mais sobre saúde e higiene no Timor) e vi que, às vezes, quando não nos cuidamos, podemos pegar doenças e passar muito mal!

Giovanno diz:

- Mas a gente só brinca aqui no terreno e no campinho! Não entendo como ela ficaria doente assim.

Claudina diz:

- Pois é! E a gente não gosta de vê-la doente! O que podemos fazer?

Hígia, então, dá seus conselhos:

- Então, pessoal. Ela está doente, porque ela não está cuidando do seu corpo direitinho. Não está sendo higiênica, não está ficando limpa. E a terra é muito suja, então não é boa para a saúde, especialmente se vocês não lavarem bem as mãos depois de brincar. Vocês lavam as mãos quando chegam em casa ou antes de comer alguma coisa? Ou antes de colocar a mão na boca?

Todos respondem em coro:

- Não...

Perguntar às crianças (espectadoras) se elas também lavam as mãos, se tem hábitos de higiene, etc.

Hígia diz:

- Então vou explicar uma coisa para vocês! O motivo de Yaris estar doente é o tal do Sr. Sujeira. Ele traz um monte de micróbios para o nosso organismo, muitas vezes, sem a gente perceber. E esses micróbios eles atrapalham nossas defesas interiores, criam probleminhas e nosso corpo não consegue responder direito, ficando doente. O Sr. Sujeira não aparece para a gente, não conseguimos vê-lo. Mas quando a gente fica doente, ele fica ns perseguindo, porque aí sim ele aparece. Assim, a gente precisa combater o Sr. Sujeira
- E como a gente combate ele? — perguntou Hélio.

Hígia responde:

- A água é a solução para todas essas doenças. É muito importante lavar as mãos quando chega em casa, ou antes de comer, ou antes de colocar a mão na boca, para que o Sr. Sujeira seja eliminado e não fique preso em nós. Também é essencial lavar os alimentos antes de comer e tomar banho. Só uma boa água com sabão limpa tudo direitinho, elimina os micróbios, deixa cheiroso e pronto para brincar mais! Que tal vocês cuidarem de vocês e da Yaris assim?

Todos responderam em coro:

- Sim!!! Nós vamos lavar as mãos todos os dias, tomar banho direitinho, lavar os alimentos e tomar conta para que o Sr. Sujeira não apareça mais. Em relação à Yaris, vamos cuidar dela para que ela melhore logo. E vamos ensinar todas essas coisas que você nos ensinou para ela, Hígia! Muito obrigado!

VII - VÍDEOS TUTORIAIS

Primeiro vídeo: uma gravação do teatro de fantoches, disponibilizada no YouTube da forma como é ao vivo.

Segundo vídeo: uma espécie de bônus, em que poderemos incluir a confecção do cenário com caixas de papelão e dos fantoches, por exemplo, como um DIY. O vídeo mostrará apenas as mãos de alguém, sob uma mesa, com uma voz de narração. Inspiração do tutorial:

<http://www.bigtodoartesanato.com.br/como-fazer-fantoches-em-feltro-molde-e-passo-passo/>.

“Se você assistiu ao teatro de fantoches de Yaris e sua turminha, pode ter se perguntado como fizemos aqueles fantoches superlegais, certo? Pois é isso que viemos te ensinar no vídeo de hoje. Continue com a gente e aprende a fazer fantoches do jeitinho que você quiser. Aqui, vamos mostrar não como fazer o Hélio ou o Sr. Sujeira, mas como lidar com o feltro e enfeitar os seus próprios bonecos. Não se esqueça de chamar um adulto, viu? Você pode ajudá-lo nas partes sem tesoura e cola quente!

Você vai precisar de feltro nas cores que preferir, pistola de cola quente, tesoura e canetinhas, fitas, botões e o que mais a sua imaginação mandar (mostrar materiais na mesa)! Além disso, é importante que você também tenha um molde do fantoche (mostra molde com a mão).

(Fazendo as ações narradas) Primeiro, corte duas vezes o molde que você escolheu como base de seu fantoche. Depois, junte as duas partes colando com cola quente, ou costurando as laterais. É importante lembrar de deixar o espaço suficiente para colocar a mão e os dedos. Faça a cabeça recortando o feltro duas vezes e colando na parte do corpo. Lembre-se: toda essa parte é destinada às mães e papais!

Utilize caneta permanente para fazer alguns detalhes, como olhos, nariz e boca. Aqui, você já pode participar! Depois, finalize seu boneco decorando com fitas, botões e outros acessórios que você preferir.

(Com o produto final em mãos) Não ficou lindo este fantoche? Que tal mostrar esse vídeo aos seus colegas para vocês também criarem uma turminha para brincar sempre? Aproveite para comentar aqui como ficou!”

Ambos os vídeos serão com áudio em português e legenda em tetum. Além disso, é interessante que haja uma chamada para colaboração ao final do vídeo — sugerir materiais alternativos (como bonecas de papel com roupas de papel, daquelas que podem ser trocadas e até virem em branco para cada criança colorir da maneira como preferir) para os timorenses confeccionarem os fantoches posteriormente, comentarem como ficaram/como foi a experiência e sugerir que eles vejam mais vídeos (todos pertencentes à nossa campanha).

VIII - SUGESTÃO DE HISTÓRIA DE CONTINUIDADE

As crianças foram para casa, e começaram a levar os hábitos de higiene passados por Hígia para o dia a dia. Sempre lavavam as mãos, falaram com seus pais para lavar os alimentos antes de cozinhar e de comer, passaram a tomar banho direitinho, limpando o corpo

todo. E, o mais importante, cuidaram de Yaris: deram muita água para ela, garantiram que ela estava tomando banho, lavando as mãos, comendo direitinho e com alimentos limpos.

Depois de uma semana, Yaris já estava boa para brincar, e as outras crianças se sentiam bem mais dispostas e felizes para se encontrarem e se divertirem. Depois de uns dias, encontraram Hígia novamente.

Hígia perguntou:

- Está tudo bem, crianças? Estão seguindo minhas dicas?

Claudina respondeu:

- Sim, Hígia! Muito obrigada! Estamos mais dispostos e todos sem doença!! Yaris está de volta!
- Que bom! Fico muito feliz! Continuem levando esses hábitos para todos que vocês conhecem, para que mais crianças fiquem dispostas e adoçam menos! — disse Hígia.
- Pode deixar!!! — respondeu Hélio.

A partir disso, as crianças continuam brincando, sempre atentas à importância da água para eliminar o Sr. Sujeira e, assim, não ficarem doentes. A sujeira está presente nas nossas vidas sem a gente perceber na grande parte das vezes. O que é importante a gente fazer é aproveitar da água e preservar a limpeza e a higiene.