

Jogo virtual da Carlsberg desafia consumidores a recolher a maior quantidade possível de plástico do oceano

10 de Agosto, 2021

No âmbito do movimento #probablybetternow criado recentemente pela Carlsberg, em parceria com a ANP|WWF, a marca lança agora um jogo virtual que desafia os consumidores a recolher a maior quantidade possível de plástico do oceano, com a oferta de prémios para os melhores classificados. “O objetivo é sensibilizar para a importância da preservação do Ambiente, através de ações concretas que podem ser feitas no dia-a-dia, nomeadamente que mitiguem o impacto humano no meio marinho”, refere a marca num comunicado.

De acordo com a Carlsberg, os consumidores podem participar no jogo #probablybettergame de 10 de agosto a 6 de setembro, habilitando-se a ganhar um conjunto de prémios exclusivos que incluem desde passeios de vela (para grupos de até seis amigos), batismos de mergulho (individual ou duplo), aulas de vela (para dois amigos) até à oferta de garrafas especiais de 3L de Carlsberg, packs de cerveja e copos da marca. Os prémios serão entregues aos três melhores classificados de cada semana.

Trata-se de um jogo de realidade aumentada através do produto, ou seja, após entrar no [site](#) e autorizar o acesso à câmara e sensores de movimento do *smartphone*, basta ler o rótulo de uma garrafa ou lata Carlsberg e começar a jogar para apanhar, virtualmente, a maior quantidade de plástico que se conseguir. Ao longo do jogo são ainda colocadas várias questões relacionadas com os plásticos nos oceanos e mudanças que a marca tem vindo a desenvolver em prol da sustentabilidade, finalizando com o registo da pontuação, explica a marca.

Esta iniciativa da Carlsberg insere-se no movimento #probablybetternow, que visa através de um conjunto de ações concretas, com forte ligação à preservação e conservação do meio ambiente, promover a mudança na sociedade. Através da plataforma digital criada para o movimento, é também possível participar em diferentes iniciativas, que já estão planeadas para os próximos meses pela Carlsberg, ANP|WWF e outras entidades parceiras, e ainda aceder a curiosidades acerca do impacto do plástico nos rios e oceanos.