

# Campanha portuguesa “The Longest Streaming Ever” com impacto além-fronteiras

25 de Junho, 2019

A campanha nacional “The Longest Streaming Ever”, promovida pela empresa NOSSA™ com o apoio da ANP/WWF Portugal, teve impacto além-fronteiras, merecendo agora a “atenção de pessoas e dos meios de comunicação social de todo o mundo”. Na altura do lançamento da campanha, o objetivo era criar impacto, mostrando “ao mundo o processo de decomposição de uma garrafa, em tempo real, através daquele que seria apelidado como ‘The Longest Streaming Ever’ (A transmissão mais longa de sempre)”, refere em comunicado a ANP/WWF Portugal.

Da reputada revista Fast Company, à CNN turca, passando pelo maior jornal do Peru, oito dos dez maiores jornais turcos, os principais telejornais russos, dois canais tailandeses, a Coca-Cola ou até um jornal na Etiópia, muitos têm sido os meios a partilhar a campanha que pretende alertar consciências e mudar comportamentos relativamente à poluição de plástico que ameaça o planeta. As referências e partilhas nas redes sociais têm exponenciado este impacto, havendo já um alcance de mais de três milhões de pessoas no Twitter e mais de quatro milhões de visualizações deste *live streaming*.

Lançado no âmbito da Hora do Planeta (assinalada a 30 de março), o *streaming* mais longo de sempre é também aquele que ninguém conseguirá ver até ao fim, dado que tem uma duração de 450 anos – o tempo que uma garrafa de plástico demora a decompor-se.

“O nosso objetivo era o de alertar os principais líderes globais e população mundial para a excessiva utilização de plásticos e o impacto que isso tem nos oceanos. Para isso, lançámos uma [petição online](#) para ser entregue no encontro das Nações Unidas. A campanha criada com a NOSSA™, serviu de teaser para chamar a atenção desta petição e assim conseguir mais assinaturas. Ficamos muito felizes por saber que está a correr o mundo e a cumprir os objetivos”, refere Ângela Morgado, Diretora Executiva da ANP/WWF.

“O sucesso da iniciativa confirma o vídeo em direto como ferramenta de eleição para mostrar, com o realismo que se impõe, o quão lento é o processo de decomposição do plástico e o como isso afeta a Natureza, sensibilizando e unindo cada vez mais pessoas em torno desta causa”, afirma Nuno Presa Cardoso, fundador e diretor criativo da NOSSA™, autora da ideia.

A campanha “The Longest Live Streaming Ever” está disponível [aqui](#).