



Rock in Rio 2022: Festival anuncia sua primeira experiência dentro do Metaverso, o Rock in Verse

Novo projeto do Rock in Rio, em parceria exclusiva com a Coca-Cola, é feito em um mapa dentro do Fortnite e conta com uma trilha sonora exclusiva produzida pela dupla de DJs Cat Dealers, confirmados como atração do New Dance Order no primeiro domingo. Público poderá acompanhar o streamer Casimiro reagindo ao espaço na live que acontece hoje à noite, às 23h

[Download de material](#)

Rio de Janeiro, 25 de agosto de 2022: Em 2022, o Rock in Rio vai invadir o Metaverso. Nesta edição, o maior festival de música e entretenimento do mundo inova mais uma vez e lança, em parceria com a Coca-Cola, sua primeira experiência Rock in Rio dentro do Metaverso: o Rock in Verse. Anunciado em uma coletiva de imprensa virtual, o projeto, criado pela agência A-LAB, acontecerá dentro de uma ilha do Fortnite, o quarto game mais jogado do planeta no primeiro semestre de 2022, e que reúne uma comunidade de milhões mundo a fora. Neste ambiente totalmente virtual, os fãs poderão acompanhar hoje à noite, a partir das 23h, o streamer Casimiro jogando Fortnite e reagindo em seu [canal na Twitch](#) aos 12 espaços inéditos e totalmente inspirados na Cidade do Rock, além de participar de diversos desafios que as atrações propõem. Um dos destaques será a chamada “Running Tracks”, experiência em que o jogador interage com uma música original e exclusiva composta pela dupla de DJs Cat Dealers, que além de serem fãs assíduos de Fortnite, são uma atração confirmada do Rock in Rio e se apresentam no palco New Dance Order no dia 4 de setembro. Outra experiência do mapa que promete sucesso é a “RiRstory Trivia” que vai testar o conhecimento dos jogadores sobre a história do festival. Para entrar no mapa, o código Rock in Verse é 1795-5503-2935.

“O Rock in Rio possui 37 anos de história e, a cada ano, surpreende o público com ações que envolvem o uso de tecnologia, como por exemplo a chegada da GamePlay Arena, espetáculos como a NAVE e Uirapuru, as estruturas e cenografias dos palcos, a skill do Rock in Rio na Alexa e, agora, a entrada do festival no Metaverso, algo que era um grande desejo nosso. Sabemos que a vivência física é insubstituível, mas acreditamos que o presencial e o virtual podem andar lado a lado. Como temos mais pessoas que

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS





querem vir para o evento do que a Cidade do Rock realmente comporta, estamos sempre pensamos em ativações que expandem a experiência para este público, que, dessa forma, pode também se relacionar e se divertir de alguma maneira com o festival. É nisso que colocamos todas as nossas energias, pois, assim, as pessoas poderão viver um grande aquecimento da experiência Rock in Rio direto de suas próprias casas. O Rock in Verse será uma forma totalmente inovadora de se relacionar e se divertir com o Rock in Rio”, conta Luis Justo, CEO do Rock in Rio.

O criador da comunidade Fortnite, Derfonite, diz que este foi o projeto mais incrível que ele já realizou. “Desenhar o mapa da primeira experiência Rock in Rio no Metaverso é uma grande honra – esta oportunidade foi uma experiência única para mim. D Estou muito animado para apresentar o Rock in Verse aos jogadores de todo o mundo e ver a reação deles”.

Parceira exclusiva da iniciativa, a Coca-Cola topou o desafio de levar para o Metaverso a experiência pioneira do Rock in Rio. “Em um festival tão inovador e grandioso como o Rock In Rio, os encontros memoráveis e mágicos não poderiam ficar restritos ao mundo físico. Hoje, as experiências de marca têm que extrapolar as plataformas e gerar momentos inesquecíveis para todos os públicos. O Rock in Verse é a prova disso e a oportunidade de conectar pessoas em diferentes lugares e dimensões. Nós da Coca-Cola, que temos a inovação em nosso DNA, já estamos nos comunicando com nossos consumidores intensamente no mundo digital com nossa campanha global The Real Magic, e não havia como não entrarmos nesse projeto. O Rock in Verse ficará na história do festival por esta experiência totalmente imersiva e surpreendente para o público do Rock In Rio viver a magia do festival de onde quer que esteja”, reforça a Adriana Knackfuss, líder da marca Coca-Cola na América Latina.

Ao entrar no mapa do Rock in Verse, que terá o formato inusitado de uma guitarra, o público encontrará um grande pórtico escrito “Rock in Verse”, onde poderão tirar fotos incríveis de seus avatares. Logo depois de passarem o portal do “Let’s Rock”, o primeiro espaço será a chamada “Orbital Spinning”, um lugar para encontrar os amigos e jogar junto com eles desafios de flutuação que acontecem em cima de um grande globo que põe em xeque as leis da física. A segunda parada é no “Running Tracks”, um game no qual os jogadores vão correr por uma extensa mesa de beat, fazendo com que o personagem vá tocando uma música inédita da dupla de DJs Cat Dealers, composta especialmente para a experiência do Metaverso.

Mais a frente no mapa do jogo, terá o “Top Of Pop”, um local mágico dedicado a um dos maiores estilos musicais da atualidade, o pop. Por lá, o desafio será escalar uma enorme

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS





pirâmide em um circuito de *parkour*, em que o avatar vai pulando e se equilibrando nos obstáculos, passando por diversos desafios. Ao subir, o fã vai conhecer diversas curiosidades de momentos emblemáticos do pop no Rock in Rio, até chegar ao topo onde encontrará uma grande pista de dança com vista privilegiada para todo o mapa. Em seguida, o jogador passa pela “Rota para 85”, inspirada no espaço da Rota 85 de dentro da Cidade do Rock, porém avançando para o futuro e sendo convidado a refletir sobre o mundo que se deseja em 2085, quando o Rock in Rio completar 100 anos. Este charmoso espaço mostrará, ainda, por meio de frases os desejos do próprio festival para o futuro. O local dialoga com o propósito do Rock in Rio de “Por um Mundo Melhor”, onde sonha com um futuro mais sustentável para todos. Outra ativação do Metaverso será o “RiRstory Trivia” que vai testar o conhecimento dos jogadores sobre a história do festival, além de fatos e curiosidades sobre a parceria com a Coca-Cola ao longo dos anos.

Passando pelo “Hip Hop’s Gueto”, os gamers encontrarão um grande parque de *hoverboard*, mostrando o poder da cultura do Hip Hop por meio de manobras radicais e produção de grafites. Na “Surf Coaster” será encontrada uma divertida e animada montanha russa que simula as ondas das praias do Rio de Janeiro, fazendo com que o personagem alcance velocidades inimagináveis. Ao invés do tradicional carrinho da montanha russa, o avatar estará em pé em cima de uma prancha, surfando na montanha russa de uma maneira totalmente inédita e radical. Uma outra atração que promete movimentar o mapa do Rock in Verse é a “Spider Scape”, uma gigantesca aranha labirinto inspirada no visual Heavy Metal e que vai empolgar até os fãs de outros estilos musicais.

Outro espaço que conecta o online com o físico e vai fazer o público se animar ainda mais é o “Virtual + Real Meet Up Room”, um local exclusivo para encontrar artistas e influenciadores. Na extensa lista de atrações do Rock in Verse, também está o “Music & Drive”. O game é para os avatares que buscam por um momento tranquilo e relaxante. Neste ambiente, o público vai passear de carro por um lindo pôr-do-sol, enquanto ouve hits musicais.

Para encerrar, duas atrações imperdíveis no Rock in Verse: Os players passarão por dois espaços com ativações da Coca-Cola. Do alto do “Magic Sky Fall”, uma experiência que vai tirar o fôlego, com uma oportunidade de pular da gigante torre da Coca-Cola instalada no Rock in Verse e voar, simulando uma asa-delta, com uma vista panorâmica e privilegiada, passando por todo o mapa do Metaverso do Rock in Rio. Uma enorme pista de dança também será montada no game. Será no “Coke Studio” que os jogadores poderão se encontrar com diversos players e mostrar seus melhores passos de dança.

Patrocinador de Conteúdo

Patrocinadores



Patrocinador Master



Patrocinador Institucional



Mídia Parceiros



Apoiadores



Apoiadores





Por lá, um portal mágico conectará o ambiente virtual com o presencial, com exposições no stand da Coca-Cola na Cidade do Rock. Todos estão convidados! A cenografia tanto do Metaverso, quanto do espaço da marca no festival, será muito similar.

O Rock in Verse é uma experiência criada independentemente no Fortnite e não é patrocinada, endossada ou administrada pela Epic Games, Inc. O jogo Fortnite está disponível para download no PC e Mac, PlayStation®4, PlayStation®4 Pro e PlayStation 4 Slim, PlayStation 5, Xbox One, Xbox One S, Xbox One S All-Digital Edition, Xbox One X, e Xbox One Series X|S, Nintendo Switch e Switch Lite, Android e IOS.

Sobre o Rock in Rio

O Rock in Rio foi criado para dar voz a uma geração e promover experiências únicas e inovadoras. Em 1985, o evento foi responsável por colocar o Brasil na rota de shows internacionais. Batendo recordes de público a cada edição e gerando impactos positivos nos países onde é realizado, se consagrou como o maior festival de música e entretenimento do mundo. Consciente do poder disseminador da marca, hoje o Rock in Rio pauta-se por ser um evento com o propósito de construir um mundo melhor para pessoas mais felizes, confiantes e empáticas num planeta mais saudável.

A internacionalização da marca começou por Portugal, Lisboa, em 2004, onde o evento acontece até hoje, seguido por Espanha (Madri) e pelos Estados Unidos (Las Vegas). No Rock in Rio, os números não param de crescer. Pelas Cidades do Rock já passaram mais de 10 milhões de visitantes nestas 21 edições. Em 37 anos, o festival ganhou o mundo e tornou-se um verdadeiro parque de experiências, mas muito além disso, cresceu e ampliou a sua atuação, sempre com o olhar no futuro.

Adotando e incentivando práticas que apoiam o coletivo, o Rock in Rio preza pela construção de um mundo melhor e se une a empresas que possuem este mesmo olhar e diretriz. Em 2013, foi reconhecido por seu poder realizador ao receber a certificação da norma ISO 20121 - Eventos Sustentáveis. Desde a primeira edição, já gerou 237 mil empregos diretos e indiretos e investiu, junto com seus parceiros, mais de R\$ 110 milhões em diferentes projetos, passando por temas como sustentabilidade, educação, música, florestas, entre outros.

Sobre a The Coca-Cola Company

The Coca-Cola® Company (NYSE: KO) é uma empresa completa de bebidas com produtos vendidos em mais de 200 países e territórios. O propósito da companhia é de refrescar o mundo e fazer a diferença. Vendemos várias marcas de bilhões de dólares em várias

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS





categorias de bebidas em todo o mundo, nosso portfólio de marcas de refrigerantes com gás inclui Coca-Cola®, Sprite e Fanta. Algumas de nossas marcas de hidratação, esportes, café e chá incluem Dasani, Smartwater, vitaminwater, Topo Chico, BODYARMOR, Powerade, Costa, Georgia, Gold Peak, Honest e Ayataka. Nossas marcas de nutrição, sucos, laticínios e bebidas à base de plantas incluem Minute Maid, Simply, innocent, Del Valle, fairlife e AdeS. Estamos constantemente transformando nosso portfólio, desde a redução do açúcar em nossas bebidas até o lançamento de novos produtos inovadores no mercado. Também buscamos impactar positivamente a vida das pessoas, comunidades e o planeta por meio da reposição de água, reciclagem de embalagens, práticas de fornecimento sustentável e reduções de emissões de carbono em toda a nossa cadeia de valor. Juntamente com nossos parceiros de envasamento, empregamos mais de 700 mil pessoas, ajudando a trazer oportunidades econômicas para comunidades locais em todo o mundo. Saiba mais em www.coca-colacompany.com e siga-nos no [Twitter](#), [Instagram](#), [Facebook](#) e [LinkedIn](#).

Informações para imprensa

PR Rock in Rio

Approach Comunicação

rockinrio@approach.com.br

Isabella Werneck (Assistente) - 21 97626-1837

isabella.werneck@approach.com.br

Jullia Bustamante (Atendimento) - 21 99599-0015

jullia.bustamante@approach.com.br

Camila Acatauassú Xavier (Coordenadora) -- 21 98257-3800

camila.xavier@approach.com.br

Marina Milhazes (Gerente) - 21 98810-6760

marina.milhazes@approach.com.br

Fabiana Guimarães (Diretora) - 21 98818-4845

fabiana.guimaraes@approach.com.br

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS

