



Chegou a hora de dizer Eu Fui! As pulseiras do Rock in Rio estão de volta em formato NFT – colecionáveis e eternas

Rock in Rio alia memorabilia à tecnologia, e fãs que foram na edição de 2022 ganharão pulseiras digitais com identidades únicas para guardarem e compartilharem para sempre as memórias incríveis que viveram na Cidade do Rock

Rio de Janeiro, 11 de outubro de 2022: Repleta de momentos históricos, a edição do reencontro do Rock in Rio vai ficar marcada para sempre na memória do público que passou pela Cidade do Rock. Na data em que marca um mês dos shows e apresentações icônicas que aconteceram nos sete dias de festival, o Rock in Rio anuncia mais uma novidade exclusiva para as pessoas que vivenciaram este momento tão emblemático, em uma nova forma de dizer “EU FUI!”. Ciente de que as antigas pulseirinhas eram muito queridas pelos fãs, o maior festival de música e entretenimento do mundo embarca no universo das NFTs (non-fungible tokens) e lança hoje, em parceria com a Block4, sua primeira arte digital, inspirada nos antigos ingressos. Trazendo uma evolução deste item de recordação, em uma linguagem totalmente inovadora e mais divertida, foram desenvolvidos sete modelos personalizados de NFTs das pulseirinhas, com identidades únicas que representam cada um dos dias de Rock in Rio, que poderão ser guardadas para sempre, além de serem facilmente compartilhadas.

“A cada edição o Rock in Rio vem se inovando cada vez mais. Temos nos aliado às novas tecnologias que estão surgindo pois sabemos do enorme potencial e alcance que possuem. Em agosto, um pouco antes do festival, anunciamos a chegada do Rock in Rio ao Metaverso com um mapa exclusivo no Fortnite. Hoje, estamos entrando no universo das NFTs, um desejo antigo que tínhamos e estamos muito felizes de realizar”, comemora Luis Justo, CEO do Rock in Rio. E, complementa, “Sabemos que as pulseiras eram especiais para os nossos fãs e que eles as guardavam como uma espécie de recordação do festival. Inclusive, há sempre um sentimento de nostalgia muito forte ligado ao festival, tanto que também já tivemos a lama de 1985 como souvenir da Cidade do Rock. Foi pensando justamente nessa emoção que desenvolvemos nossa primeira arte digital inspirada nos antigos ingressos, para manter vivo o forte sentimento de memória e nostalgia que as pulseiras carregam.” conclui Justo.

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO

TikTok

PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS





A Block4 é uma fantech que cria e gerencia plataformas de colecionáveis digitais com foco no relacionamento com fãs. Essa parceria promoveu a atuação operacional que possibilitou a criação e veiculação dos NFTs. As NFTs serão exclusivas para quem compareceu ao festival na edição do reencontro, não terão custo para serem adquiridas e estarão disponíveis na plataforma rockinrio. tibs .app. Para o usuário resgatar a pulseira correspondente ao dia ou aos dias que foi ao Rock in Rio, ele receberá, por meio do e-mail cadastrado na ingresso.com, códigos únicos, pessoais e intransferíveis, que não poderão ser comercializados. O usuário deverá acessar o link de resgate enviado no e-mail, fazer o cadastro na plataforma com seus dados pessoais, incluir o código único de resgate e, assim, terá sua pulseira disponibilizada. O resgate das NFTs ficará disponível na plataforma até o dia 11 de novembro, às 23h59. Logo em breve, os proprietários dos colecionáveis também poderão realizar transações por meio da plataforma TiBS, negociando com colecionadores interessados e atuando no mercado de NFTs.

As pulseiras digitais chegam como o mais novo item colecionável do Rock in Rio. Com a entrada do festival no universo das NFTs, os fãs terão mais uma oportunidade de perpetuar e compartilhar suas lembranças em torno do Rock in Rio, podendo ultrapassar gerações. Cada uma das sete pulseiras desenvolvidas tem uma temática diferente. Aqueles que foram no dia 2 de setembro, que tinha IRON MAIDEN como headliner, receberão uma NFT inspirada na frequência das guitarras das maiores bandas de rock da geração. Os que foram no dia 3, com Post Malone como principal atração, ganham uma pulseira com estilo irreverente, para os que gostam de experimentar toda a liberdade sonora e corporal que a música tem a oferecer. Já os fãs que foram no dia 4, em que Justin Bieber foi o grande destaque, terão um item que exprime a originalidade, estilo, atitude e a essência cativante dos artistas que subiram aos palcos do festival para fazer história e não deixar ninguém parado.

Já a arte desenvolvida para o dia 8, em que Guns n' Roses foi o headliner, quebra padrões e tem uma alma hardcore, com um design marcante e subversivo, tudo a ver com a contracultura. A NFT que representa o dia 9, com Green Day como atração principal, é inspirada em visual todo preto, com cabelo com franja, ao som das bandas que marcaram a história. A pulseira digital do dia 10, com Coldplay como o grande destaque da noite, traz toda a vibração e a animação das atrações que ocuparam os





palcos do festival na data. Por último, a arte do dia 11, que teve Dua Lipa como headliner, foi feita em homenagem às atrações incríveis que contagiaram o público, mostrando toda a potência feminina.

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 22 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.

Informações para imprensa

PR Rock in Rio

Approach Comunicação

rockinrio@approach.com.br

Julia Bustamante (Atendimento) - 21 99599-0015

julia.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 99476-4050

fabiana.guimaraes@approach.com.br

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS

