



ROCK IN RIO 2011 SERÁ MEDIDO PELO RISO

Associado à tecnologia Gigapan, que permite fazer grandes fotos panorâmicas com zoom de alto detalhamento, um software permitirá contabilizar as risadas do público.

Festival ainda contará com primeiro “riso vivo” realizado no Brasil.

São Paulo, setembro de 2011 – O primeiro Rock in Rio na era das redes sociais poderá ser medido pelos risos do público presente. A goma de mascar Trident, patrocinadora do evento, utilizará uma ferramenta inovadora, o Face Detector, para identificar e contabilizar os risos da multidão. O resultado diário da contagem será divulgado na Fan Page www.facebook.com/tridentbrasil, no Facebook. Além disso, os fãs terão a chance de fazer história, juntando-se à Trident no desafio de montar o primeiro riso coletivo do Brasil. As ações são da Espalhe Marketing de Guerrilha.

Já conhecida nos estádios de futebol, a tecnologia Gigapan (uma câmera digital acoplada a um tripé robô, que organiza centenas de fotos tiradas em sequência e as transforma numa imagem panorâmica, com zoom de alto detalhamento) será a ferramenta que registrará diariamente os risos da platéia do palco principal. Desenvolvido especialmente para o festival, o Face Detector permitirá contabilizar o número de risos graças a sua capacidade de reconhecer detalhes faciais. Já no dia seguinte, a imagem estará disponível na Fan Page de Trident, onde todos poderão se marcar e saber quantos eram os fãs do riso no momento da foto.

“Apostamos que este será o Rock in Rio do riso. Por isso, nada mais coerente do que ter uma ação que meça e conte ao público quantos risos ocorreram durante o festival”, diz Vinicius Germano, gerente de Marketing de Gomas da Kraft Foods Brasil, que completa: “A ferramenta permitirá que os usuários marquem a si próprios e seus amigos, o que vai gerar boas risadas também nos murais do Facebook.”

GigaRiso – No dia 29, o público terá a chance de fazer história: Trident montará o primeiro riso vivo coletivo do Brasil, reunindo 500 pessoas para formar uma grande cara risonha na Cidade do Rock, com a ajuda de um coreógrafo. A marca convocará os fãs do riso a se encontrarem às 15h, no estande de Trident, para realizar o feito.

As novidades da ação poderão ser acompanhadas pela Fan Page de Trident no Facebook (www.facebook.com/tridentbrasil) e no perfil no Twitter (@trident_brasil).



SOBRE A KRAFT - A Kraft Foods Brasil, subsidiária da Kraft Foods Global Brands LLC, é a primeira indústria de alimentos nos Estados Unidos e a segunda maior no mundo. Dona de seis fábricas espalhadas pelo estados de São Paulo, Paraná e Pernambuco, a companhia emprega cerca de 10 mil funcionários no Brasil. O portfólio da empresa conta com marcas consagradas como os chocolates Lacta, os biscoitos Club Social e Trakinas, as sobremesas e o fermento em pó Royal e o cream cheese Philadelphia; e além dos refrescos em pó TANG, tem Clight e Fresh. Em fevereiro de 2010, a Kraft Foods Global, LLC. adquiriu o controle acionário da Cadbury PLC, empresa líder nos mercados de gomas e balas. No Brasil, a empresa é dona de marcas tradicionais como Trident, Chiclets, Bubbalo e Halls.

— **faça seu dia delicioso** —

Fan Comunicação – 11 5105-2230

Bruno Veloso – bruno@fan.inf.br / Caroline Verre – caroline@fan.inf.br /

Rosele Martins - rosele@fan.inf.br

Kraft Foods Brasil – Adriana Teixeira – adriana.teixeira@kraftfoods.com – 11 2179-1746