



Rock in Rio 2022: Anuncia três dias de festival ESGOTADOS

Em pouco menos de 1 hora, os dias 3, 4 e 10 de setembro, que tem Post Malone, Justin Bieber e Coldplay como headliners, respectivamente, têm vendas encerradas

Rio de Janeiro, 05 de abril de 2022 — Rock in Rio tem mais um dia esgotado. A organização do festival anuncia agora que as vendas dos ingressos para o dia 3 de setembro, quando Post Malone encerra a noite no Palco Mundo, também esgotaram (em 59 minutos). O primeiro dia a ter as vendas encerradas, em apenas 12 minutos, foi o dia 4 de setembro, que tem Justin Bieber como headliner do Palco Mundo. Em seguida, em 27 minutos, foi a vez do dia 10 de setembro, que tem Coldplay como headliner.

Agora, os fãs que desejarem viver a experiência do Rio in Rio podem escolher entre quatro dias:

2 de setembro: Palco Mundo - IRON MAIDEN; Palco Sunset - Bullet For My Valentine; NDO - Len Faki; Espaço Favela - Gangrena Gasosa

3 de setembro: ESGOTADO

4 de setembro: ESGOTADO

8 de setembro: Palco Mundo - Guns n' Roses; Palco Sunset - Jessie J; NDO - Adriatique; Espaço Favela - Drenna

9 de setembro: Palco Mundo - Green Day; Palco Sunset - Avril Lavigne; NDO - Neelix; Espaço Favela - MD Chefe & Domlaïke

10 de setembro: ESGOTADO

11 de setembro: Palco Mundo - Dua Lipa; Palco Sunset - Ludmilla; NDO - Anna; Espaço Favela - Lexa

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS



A data do reencontro do público com o evento está marcada para o dia 2 de setembro de 2022, quando acontece o primeiro dia de Rock in Rio, e segue pelos dias 3, 4, 8, 9, 10 e 11.

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 20 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

Jullia Bustamante (Atendimento) - 21 99599-0015

jullia.bustamante@approach.com.br

Camila Acatauassú Xavier (Coordenadora) – 21 98257-3800

PATROCINADOR
DE CONTEÚDO



PATROCINADORES



PATROCINADOR
MASTER



PATROCINADOR
INSTITUCIONAL



MEDIA
PARTNERS



APOIADORES



APOIADORES



PARCEIROS





camila.xavier@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

