

Rock in History: Rock in Rio e TIM, em parceria com a Eletromidia, apresentam uma experiência ao ar livre gratuita e imersiva que celebra os 40 anos do festival com uma exposição em realidade aumentada

Em ação inédita, público será guiado para uma viagem no tempo interativa que transformará as ruas do Rio de Janeiro em um verdadeiro museu, inaugurando a primeira galeria interativa a céu aberto do mundo

Rio de Janeiro, 16 de maio de 2024: No ano em que celebra seus 40 anos, o Rock in Rio proporcionará aos fãs uma imersão em sua história por meio de uma experiência inédita, inovadora e divertida. O festival apresenta o Rock in History, o primeiro museu interativo a céu aberto do mundo, em projeto desenvolvido com a TIM e contando com parceria da Eletromidia e implementação da Context, empresa de tecnologia criativa do Grupo Dreamers.

A iniciativa não apenas celebra o legado do Rock in Rio, mas também a cidade que o acolhe, o Rio de Janeiro, transportando os usuários para um universo mágico de uma "cidade aumentada". Comemorando os 40 anos, 40 histórias estarão em pontos digitais e interativos espalhados pelo Rio de Janeiro, oferecendo cinco formatos de conteúdos imersivos, elevando a experiência dos fãs a um patamar único. Eles poderão encontrar objetos em 3D de proporções gigantescas, informações e curiosidades emocionantes, portais virtuais que os transportarão para novos universos digitais, filtros encantadores, áudios exclusivos e cenários virtuais ideais para capturar fotos incríveis. Ao englobar toda a Cidade Maravilhosa na ação, esta será a primeira vez no mundo que um festival cria uma experiência de realidade aumentada de tamanha dimensão.

Ana Deccache, Diretora de Marketing da Rock World, enfatiza o olhar atento da marca para as novas tecnologias, na busca de aprimorar ainda mais a experiência do público. "O lançamento do Rock in History é um momento empolgante para nós da Rock World, pois estamos elevando a experiência do fã do Rock in Rio para um novo patamar, unindo música, tecnologia e imersão de maneira revolucionária. O público vai ter uma oportunidade única de viajar pelo tempo e o espaço para viver a fundo a história do maior festival de música e entretenimento do mundo. Será uma jornada interativa a céu aberto que comemora, mais do que nunca, o Rock e o Rio", comenta. Ana também reforça o quanto a plataforma está alinhada com o festival: "Além de destacar a nossa relação estreita, antiga e de muito amor com a cidade, ela corrobora, inclusive, com algo que costumamos dizer com frequência: que a vida é ao vivo.", finaliza. O lançamento do Rock in History é um retrato da constante evolução da Rock World e do pioneirismo do Rock in Rio quando o assunto é inovação e tecnologia. Ao longo dos anos, a marca tem abraçado estas áreas para criar experiências únicas para os fãs do festival. Desde a Cidade do Rock no metaverso do Fortnite até as pulseiras NFT no Rock in Rio, a empresa está continuamente explorando novas formas de inovar e surpreender.

No Rock in History, as experiências que foram lançadas hoje contarão com as imagens virtuais das hashtags instagramáveis #Acreditar, #Sonhar, #Juntos, #Paz, da edição de



PATROCINADORES



PATROCINADORES INSTITUCIONAIS



2022, serão encontradas no Porto Maravilha; Na Barra e em Copacabana, o público vai visualizar uma foto interativa do pórtico que estava na entrada da Cidade do Rock de 1985; já no Aterro do Flamengo, estará a representação do cinema cenográfico da Rota 85, com um conteúdo em vídeo sobre a história do festival; fogos de artifício tocando a música-tema do festival estarão na Praia de Copacabana; e, na Lagoa Rodrigo de Freitas, terá uma interação com holofotes digitais que representam o título do Rock in Rio de ser o primeiro festival a iluminar a plateia.

Por se tratar de um projeto robusto de tecnologia, o Rock in History conta com a força fundamental do 5G para que a experiência seja um sucesso. A TIM, operadora líder no 5G e com a maior rede móvel do Brasil, é a aliada dessa ação e trará experiências diferenciadas para os participantes, principalmente para aqueles que forem clientes.

“Estamos orgulhosos de – nesse nosso segundo ano de patrocínio ao Rock in Rio – permitir a celebração da história do festival por meio de todas as experiências surpreendentes que a tecnologia pode entregar. Só a operadora líder em 5G desenvolveria um projeto tão inovador como o Rock in History, que emociona ao reviver os 40 anos desse grande evento com ativações imersivas em vídeo, som e imagem”, comenta Camila Ribeiro, Diretora de Comunicação e Marca da TIM. A executiva destaca o envolvimento dos clientes e demais consumidores brasileiros: “vamos convidar as pessoas para conhecer ou relembrar a história do maior festival de entretenimento do mundo de uma forma nunca antes vista, juntando música, tecnologia e emoção”

"Criatividade e tecnologia para comemorar este momento singular e verdadeiro com uma exposição em realidade aumentada está em linha com nossos valores, uma maneira linda de homenagear a história e o impacto cultural do Rock in Rio. Estamos orgulhosos de trazer junto com nossos parceiros esta experiência única para a cidade maravilhosa", afirma Marcelo Pacheco, CSO da Eletromidia.

Como funciona

Totalmente gratuito, o Rock in History será dividido em três etapas, que deverão ser concluídas até o festival. A primeira, chamada azul, tem início nesta quinta-feira. Esta fase vai liberar os cinco primeiros pontos interativos da ação, marcando o início da jornada do público pela galeria interativa a céu aberto. Os 180 primeiros usuários que concluírem todas as 40 experiências que, juntas, formam as três etapas, vão ganhar pares de ingresso para o festival.

Para participar, as pessoas terão que apontar a câmera do celular para os QR Codes das instalações da Eletromidia que estarão nos 40 pontos da ação. Logo em seguida, abrirá uma página que mostrará para qual ano o usuário será transportado e, a partir daí, contará a relação e a história por trás do Rock in Rio com aquele lugar. Ao fim da exibição do conteúdo, surge na tela um badge, em formato de uma palheta de guitarra virtual, referente ao local que o fã está e que aparecerá diretamente na carteira virtual do usuário no aplicativo oficial do Rock in Rio. Ao juntar os distintivos, que recebem numerações diferentes, o público vai desbloqueando as fases e recebendo as recompensas. Ainda no aplicativo oficial do Rock in Rio, a aba "Expo 40" traz um mapa virtual do Rio de Janeiro que destaca os 40 pontos que estarão os QR Codes.

Ao completar cada uma das três fases da ferramenta, sendo a primeira chamada de azul, a segunda de preta e a terceira de dourada, o fã que conseguir armazenar em sua carteira virtual os badges de todas as experiências poderá retirar uma paleta física



PATROCINADORES



PATROCINADORES INSTITUCIONAIS



MEDIA PARTNERS



correspondente àquela etapa nas lojas TIM participantes da ação. Os clientes da operadora têm vantagens: terão um badge “coringa” em cada fase, permitindo que completem o ciclo de forma mais rápida. Vale destacar que unidades da TIM por todo o Brasil também recebem uma ativação especial em realidade aumentada, que trará informações e curiosidades do Rock in Rio.

O Rock in Rio vai acontecer nos dias 13, 14, 15, 19, 20, 21 e 22 de setembro de 2024, com 700 mil pessoas na Cidade do Rock. Será a celebração de 40 anos do festival que colocou o Brasil na rota da cena musical do mundo, e que, em 2022, recebeu o título de Patrimônio Cultural Imaterial pela Cidade e Estado do Rio de Janeiro. Já são 22 edições realizadas, mais de 3.800 artistas escalados, mais de 11.2 milhões na plateia e mais de 130 dias de magia desde 1985. E, para 2024, os fãs podem aguardar uma festa especial, com novas experiências e vivências dentro da Cidade do Rock. Aqueles que não adquiriram o Rock in Rio Card, poderão garantir um lugar nesta edição que será histórica na venda geral de ingressos, que acontecerá no dia **23 de maio, às 19h**, exclusivamente no site da Ticketmaster. Quem quiser estar na Cidade do Rock em 2024 precisa se planejar, já que neste ano o Rock in Rio Card esgotou em 2h04.

O público que adquiriu o Rock in Rio Card também já pode selecionar a data que deseja ir ao Rock in Rio. A escolha do dia é feita exclusivamente online por meio do site, na seção Meus Pedidos, até o dia **21 de maio de 2024**. Durante o período de troca, o titular do Rock in Rio Card poderá escolher entre qualquer um dos dias do festival.

Na programação do primeiro fim de semana, Travis Scott é o headliner do Palco Mundo no dia 13 de setembro, mesmo dia em que recebe o show de 21 Savage, Ludmilla e Matuê com participação de TETO e WIU, além de contar Deadmau5 como headliner do New Dance Order. Neste mesmo dia, o Palco Sunset tem shows de MC Cabelinho e Coral das Favelas, Orochi com Chefin e convidado, além de Veigh & Kayblack, e Funk Orquestra convida MC Daniel, Rebecca e MC Soffia.

Já no dia 14 de setembro é a vez do Imagine Dragons comandar o festival, com o Palco Mundo recebendo também OneRepublic, Zara Larsson e Lulu Santos, enquanto no Sunset NX Zero será o headliner, no New Dance Order DJ Snake encerra a noite e no Espaço Favela Dennis DJ faz a última performance do dia.

No dia 15 de setembro, se apresentam Avenged Sevenfold, Evanescence, Journey e Os Paralamas do Sucesso no Palco Mundo. No Sunset, Deep Purple, Incubus, Planet Hemp convida Pitty e Barão Vermelho.

No fim de semana seguinte, Ed Sheeran é o headliner do dia 19 e no Palco Mundo também se apresentam Charlie Puth, Joss Stone e Jão. Nesse mesmo dia, Gloria Groove sobe ao palco Sunset e Xande de Pilares é o embaixador e principal atração do Espaço Favela.

No dia 20, o “Dia Delas”, é a vez de Katy Perry brilhar como headliner, com Karol G, Cyndi Lauper e Ivete Sangalo se apresentando também no Palco Mundo, enquanto IZA, Gloria Gaynor, Tyla e Luedji Luna convida Xênia França e Tássia Reis no Palco Sunset, e Pocah faz show no Espaço Favela. No NDO, Alison Wonderland é a primeira headliner confirmada para este dia, enquanto no palco do Global Village, Angelique Kidjo faz show no dia 20, em que o line-up de todos os palcos será 100% feminino.



PATROCINADORES



PATROCINADORES INSTITUCIONAIS



No chamado Dia Brasil, 21 de setembro, no Palco Mundo, acontecem os shows de Capital Inicial, Detonautas, NX Zero, Pitty, Rogério Flausino, Toni Garrido, Ana Castela, Chitãozinho & Xororó, Junior Lima, Luan Santana, Simone Mendes, Orquestra Heliópolis, BaianaSystem, Carlinhos Brown, Daniela Mercury, Majur, Ney Matogrosso, Margareth Menezes, MC Cabelinho, Kayblack, Matuê, Orochi, Filipe Ret, MC Ryan SP e Veigh. O Palco Sunset contará com apresentações de Duda Beat, Gloria Groove, Jão, Ludmilla, Lulu Santos, Luísa Sonza, Alcione, Diogo Nogueira, Jorge Aragão, Maria Rita, Xande de Pilares, Zeca Pagodinho, Criolo, Djonga, Karol Conká, Marcelo D2 e Rael. Enquanto isso, o Global Village recebe Bossacucanova com participação de Cris Delanno, Leila Pinheiro, Roberto Menescal, Wanda Sá, Banda Black Rio, Claudio Zoli, Hyldon, Leo Gandelman, Jonathan Ferr, Antônio Adolfo e Joabe Reis. No Espaço Favela acontecem shows de MC Don Juan, MC Hariel, MC IG, MC Livinho, MC Dricka, MC Ph, Nathan Amaral, Orquestra Jovem Da Sinfônica Brasileira, Buchecha, Funk Orquestra, Mc Carol, Tati Quebra Barraco, Cidinho E Doca e Kevin O Chris. Por fim, o New Dance Order recebe os DJs Mochakk, Beltran X Classmatic, Eli Iwasa X Ratier e Maz X Antdot.

Fechando o Rock in Rio, no dia 22 de setembro, Shawn Mendes é o headliner e Akon e NE-YO também subirão ao Palco Mundo, enquanto o Sunset receberá a apresentação inesquecível de Mariah Carey e o Espaço Favela encerra a noite com o cantor Belo.

Saiba mais sobre os ingressos para o Rock in Rio 2024

Para a edição do Rock in Rio Brasil 2024, o valor do ingresso será R\$ 795 (inteira) e R\$ 397,50 (meia-entrada) e não há cobrança de taxa de serviço. O pagamento pode ser feito por PIX ou cartão de crédito e o valor parcelado em até seis vezes. Clientes que efetuarem o pagamento com os cartões de crédito Itaú, Credicard e Iti têm 15% de desconto na compra de ingressos, por R\$ 675,75 (não cumulativos com a meia-entrada) e poderão parcelar sua compra em até oito vezes sem juros.

O limite de compra do público em geral é de até 4 (quatro) ingressos por CPF, sendo uma meia-entrada, com exceção para meia-entrada para pessoas portadoras de necessidade especial, que têm direito a comprar outra meia-entrada também para seu acompanhante. Os clientes que adquirirem ingressos nesta modalidade terão que informar no próprio site todas as informações referentes ao documento que comprove tal condição, para posterior validação, assim como será necessário apresentá-lo no acesso à Cidade do Rock, no dia do evento.

O ingresso de meia-entrada é garantido por lei para estudantes, menores de 21 anos, maiores de 60 anos, deficientes e seu acompanhante, profissionais e professores da rede de ensino do Rio de Janeiro e jovens de baixa renda.

Sobre o Rock in Rio

1984 marca o início das preparações para a primeira edição do evento idealizado por Roberto Medina e que hoje, 40 anos depois, é considerado o maior festival de música e entretenimento do mundo – o Rock in Rio. A história do evento se entrelaça com a do entretenimento no Brasil, sendo responsável por colocar o país na rota dos eventos internacionais, já que pela primeira vez, um país da América do Sul sediou um evento musical dessa magnitude. Em uma área de 250 mil m², em Jacarepaguá, durante dez dias, 1 milhão e 380 mil pessoas foram iluminadas pela primeira vez e começaram a fazer parte do grande espetáculo. No palco — o maior do mundo na época, com 80m de boca de cena — 15 atrações nacionais e 16 internacionais.



PATROCINADORES



PATROCINADORES INSTITUCIONAIS



MEDIA PARTNERS





Originalmente organizado no Rio de Janeiro, o festival ganhou o mundo chegando a Lisboa (Portugal), onde é realizado até hoje, passando por Madrid (Espanha) e Las Vegas (USA).

Desde a primeira edição, já gerou 265 mil empregos diretos e indiretos e, apenas na última, em 2022, um impacto econômico de mais de 2 bilhões na cidade do Rio de Janeiro. Também no ano passado, o Rock in Rio foi considerado patrimônio cultural imaterial do estado do Rio de Janeiro. Pelas Cidades do Rock, desde 1985, já passaram mais de 11.2 milhões de visitantes, que assistiram a 3.816 artistas em 130 dias de magia. Dentre os números gigantes do festival, mais de 64 milhões de pessoas alcançadas nas redes sociais apenas em 2022 e mais de 12 milhões de fãs online.

Gerando impactos positivos nos países onde é realizado e consciente do poder disseminador da marca, 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. Adotando e incentivando práticas que apoiam o coletivo, se une a empresas que possuem este mesmo olhar e diretriz. O festival investiu, junto com seus parceiros, mais de R\$ 110 milhões em diferentes projetos, passando por temas como sustentabilidade, educação, música, florestas, entre outros. Apenas na Amazônia, 73 milhões de árvores foram plantadas. A marca foi pioneira em ter a certificação ISO 20121 — Eventos Sustentáveis e, em 2022, começou a trabalhar ambiciosas metas para 2030, alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

O ano de 2024 será de muitas comemorações para o Rock in Rio. O ano em que tudo começou, 40 anos depois, dá início às celebrações. E a festa brasileira já está marcada: 13, 14, 15, 19, 20, 21 e 22 de setembro de 2024, no Parque Olímpico, Rio de Janeiro; e a lisboeta também: 15, 16, 22 e 23 de junho de 2024, no Parque Tejo. Das 22 edições anteriores, nove ocorreram no Brasil (1985, 1991, 2001, 2011, 2013, 2015, 2017, 2019 e 2022), nove em Portugal (2004, 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016, 2018 e 2022), três na Espanha (2008, 2010 e 2012) e uma nos Estados Unidos (2015).

Assessoria de imprensa

PR Rock World

Approach Comunicação

rockinrio@approach.com.br

Guilherme Fontenelle (Estagiário) | 21 99156-0216

guilherme.fontenelle@approach.com.br

Júlia Bustamante (Atendimento) | 21 99599-0015

julia.bustamante@approach.com.br

Camila Acatauassú Xavier (Coordenadora) | 21 99199-0791

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

Sobre a TIM

“Evoluir juntos com coragem e respeito, transformando tecnologia em liberdade” é o propósito da TIM. A operadora tem a maior cobertura móvel e presença 4G do Brasil e lidera a implementação do 5G no país, em linha com sua atitude protagonista e a sua assinatura: “Imagine as possibilidades”. Comprometida com as melhores práticas ambientais, sociais e de governança, integra importantes carteiras da bolsa brasileira, como a do Novo Mercado, do Índice de Sustentabilidade Empresarial e a do IDIVERSA. Está listada no Sustainability Yearbook, que reúne as empresas mais sustentáveis do mundo, e foi a primeira operadora a certificação ISO 37001, de combate ao suborno. Faz parte ainda do Índice de Equidade de



PATROCINADORES



PATROCINADORES INSTITUCIONAIS



METRA PARTNERS





Gênero da Bloomberg e lidera, entre as empresas do Brasil e do setor de telecom mundial, o Refinitiv Diversity & Inclusion Index. Para mais informações, acesse www.tim.com.br.

Assessoria de imprensa TIM

FSB

imprensa.tim@fsb.com.br



PATROCINADORES



PATROCINADORES INSTITUCIONAIS



METRA PARTNERS

