

Rock in Rio 2024: Rock in History chega a última fase com corrida por ingressos para o festival

Primeiro museu a céu aberto do mundo, uma parceria entre Rock in Rio com TIM, Eletromidia e Context, coloca público em contato com tecnologia de ponta para vivenciar momentos marcantes dos 40 anos do festival. Terceira e última fase gera corrida contra o relógio entre o público que quer bilhetes, inclusive já esgotados, para o evento

[Download de material](#)

Rio de Janeiro, 26 de julho de 2024: Em contagem regressiva para celebrar os 40 anos do Rock in Rio e com a Cidade do Rock em pleno vapor, preparando-se para a maior edição de todos os tempos. Para marcar a ocasião, o Rock in Rio, em colaboração com a TIM, a Eletromidia e a Context, lança a terceira e última onda do Rock in History, entregando ainda mais ativações espalhadas pela cidade e permitindo ao público aproveitar as novas experiências e coletar os badges – os 180 primeiros usuários que coletarem os 40 badges, ganham pares de ingressos de gramado para o festival.

Desde a sua criação, o Rock in Rio tem se destacado pela integração da tecnologia, aliada ao entretenimento, para proporcionar experiências únicas aos seus fãs. O 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. Ana Deccache, diretora de Marketing da Rock World, explica que o Rock in History é um momento único para a marca, pois eleva a experiência do fã a um nível até então não alcançado, unindo música, tecnologia e imersão. “Estamos sempre atentos a novas tecnologias para aprimorar, ainda mais, a experiência do nosso fã. A cada edição conseguimos entregar um Rock in Rio ainda melhor e mais inesquecível. Com o Rock in History, o público tem uma oportunidade única de viajar pelo tempo e conhecer a



PATROCINADORES



PATROCINADORAS INSTITUCIONAIS



história do festival contada por quem realmente conhece e esteve lá, desde o começo. Estamos muito felizes pela excelente receptividade que estamos tendo e vendo as pessoas interagirem ao vivo”.

Com novos pontos de ativação, a iniciativa gratuita leva o público a uma jornada interativa pela história do festival, oferecendo ainda a chance de ganhar ingressos, inclusive para datas já esgotadas. O projeto conta com a expertise da Context em tecnologia criativa, a robusta infraestrutura 5G da TIM, e a Eletromidia para criar uma experiência imersiva única.

Os fãs podem explorar diversas histórias em pontos digitais espalhados pelo Rio de Janeiro, utilizando cinco formatos de conteúdos imersivos, elevando a experiência a um novo patamar. Ao apontar a câmera do celular para os QR Codes nas instalações da Eletromidia, os usuários são transportados para momentos históricos do festival, desbloqueando conteúdos exclusivos e acumulando badges virtuais em formato de palhetas de guitarra.

Com a integração de tecnologia de ponta, a terceira onda do Rock in History culmina a jornada dos fãs, que ao completarem todas as etapas, podem ganhar pares de ingressos para o festival. Além disso, os primeiros 180 participantes que concluírem as três fases poderão retirar uma paleta física nas lojas TIM participantes.

Novos locais de ativação, proporcionando aos fãs completarem a imersão pela trajetória do Rock in Rio:

- **Rock Street 2011:** Av. Almirante Barroso, 63 B
- **Projeção no Cristo Redentor 2024:** Praia de Botafogo, 444
- **Portal para o Rock in Rio do Futuro 2044:** Av. Franklin Roosevelt, 39
- **Tênis 1985:** Av. Epitácio Pessoa, 4310 - Lagoa
- **Show de Fogos 1985:** Rua Rodolfo Dantas, 40 - Copacabana
- **Rock in Rio Madrid 2008:** Bossa Nova Mall
- **Por um Mundo Melhor:** Av. Presidente Wilson, 113, Esq. Av. Rio Branco
- **Arena Game Play 2017:** Praça General Osório, Esq. c/ Rua Visconde de Pirajá
- **Aviões da Força Aérea 2001:** Rua Bolívar, 178



PATROCINADORES



PATROCINADORES



- **História da Música Tema com Karaokê 1985:** Rua Cesário Alvim, 03
- **Verdades e Mentiras sobre o Rock in Rio com Áudio de Roberto Medina 1985:** Rua Constante Ramos, 73
- **"Eu Fui": Depoimento de uma Pessoa que Esteve na Edição 1985:** Rua Figueiredo Magalhães, 870
- **Menu Rock in Rio 1985:** Rua Henrique Dumont, 692
- **2017: O Maior Sistema Sonoro do Mundo com 1.000 Watts de Potência:** MUB+ em Shopping a Ser Definido
- **Tirolesa:** Av. Ataulfo de Paiva, 645
- **Global Village:** Rua Ministro Viveiros de Castro, 33

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.

“O Rock in History, além de ser super inovador e interativo, ainda representa uma oportunidade única para conseguir os tão disputados ingressos para o festival. Os nossos clientes ainda contam com vantagens, com os ‘badges coringas’. Queremos que todas as pessoas aproveitem essa experiência e, quem sabe, se juntem a nós na Cidade do Rock daqui a 50 dias”, comenta Camila Ribeiro, diretora de Comunicação e Marca da TIM.

Como funciona

Totalmente gratuito, o Rock in History foi dividido em três etapas, que deverão ser concluídas até o festival. A primeira, chamada azul, iniciou em maio. A segunda, chamada preta, começou em junho. Já a fase dourada começa hoje e vai liberar mais 16 pontos interativos da ação, marcando a etapa final 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



PATROCINADORES



PATROCINADOR

INSTITUCIONAL

GOVERNOS

ESTADUAIS

GOVERNOS

MUNICIPAIS

GOVERNOS

FEDERAIS

GOVERNOS

INTERNACIONAIS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

GOVERNOS

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 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 23 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. O público ainda tem a oportunidade única de adquirir ingressos para 15 de setembro, quando se apresenta Avenged Sevenfold, Evanescence e Deep Purple, 19 de setembro, com apresentações de Ed Sheeran, Charlie Puth e Gloria Groove, e ainda 21 de setembro, quando as celebrações do Dia Brasil acontecerão ao longo de 12 horas de festival com grandes nomes do país em encontros inéditos e exclusivos em todos os palcos. A venda acontece exclusivamente na plataforma da Ticketmaster (www.ticketmaster.com.br).

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. 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

Júlia Bustamante (Atendimento) | 21 99599-0015

julia.bustamante@approach.com.br

Camila Acatuassú 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

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



PATROCINADORES



PATROCINADORAS





mundo, e foi a primeira operadora a certificação ISO 37001, de combate ao suborno. Faz parte ainda do Índice de Equidade de 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

