



Rock in Rio 2024: A dois dias da aguardada edição de 40 anos, evento teste emociona em uma prévia da festa mágica que acontecerá na Cidade do Rock

Público presente se encantou e conferiu com exclusividade a primeira apresentação do musical “Sonhos, Lama e Rock and Roll” na Cidade do Rock, além dos shows de Xande de Pilares, Barão Vermelho, Cat Dealers, Black Pantera e Canto Cego

[Download de material](#)

Cidade do Rock, 11 de setembro de 2024: Faltam apenas dois dias para a tão aguardada abertura oficial dos portões do Rock in Rio. Enquanto este momento especial não chega, na tarde de hoje o festival realizou um evento-teste para convidados que trouxe um gostinho do que está por vir nos próximos dias. Produção, familiares, membros do Rock in Rio Club e imprensa puderam aproveitar em primeira mão tudo o que a Cidade do Rock oferece, como os brinquedos, o musical ‘Sonhos, Lama e Rock and Roll’, a Gourmet Square, a Babilônia Feira Hype, o Global Village, entre diversas outras atrações.

A imprensa convidada se reuniu no Rock World Lounge, localizado atrás do Palco Mundo para a coletiva, que antecedeu a abertura de portas para o evento teste. A cerimônia contou com a vice-presidente executiva da Rock World, Roberta Medina, e o head de Experiências de Marca e Patrocínios do Itaú Unibanco, Rodrigo Montesano, que apresentaram todas as novidades Cidade do Rock – entre elas a confirmação das apresentações diárias do espetáculo da Esquadrilha Céu e de um inédito videomapping no Palco Mundo, feito em parceria com a OCUBO. Também foi reforçada a permissão da entrada com garrafa de água de plástico, de até 500 ml, cheia e com tampa.

“Estamos a dois dias de um dos meus momentos que eu mais adoro no Rock in Rio, a abertura de portões. Cada pessoa que pisar aqui dentro vai viver uma edição histórica no festival. Serão sete dias de muita música e entretenimento para os fãs aproveitarem cada segundo das 500 horas experiências na Cidade do Rock. Hoje pudemos sentir um gostinho do que estar por vir e a ansiedade só aumenta, será mágico” comenta Roberta Medina.

Rodrigo Montesano, head de Experiências de Marca e Patrocínios do Itaú Unibanco,, patrocinador master do Rock in Rio há sete edições, destacou: “No ano em que comemoramos o nosso centenário, convidamos o público para uma celebração da riqueza cultural brasileira. Nesta edição, apresentamos o Pavilhão Itaú: espaço com mais de 1.000m², o maior ambiente já criado pela marca na Cidade do Rock. Neste local, receberemos artistas para os tradicionais shows do Itaú, que serão iniciados após a apresentação do headliner do Palco Mundo e irão transformar o gramado do festival em uma grande pista de dança e em uma festa diária”.





Desde o início do evento teste, o público pôde aproveitar todos os brinquedos: Roda-Gigante, Montanhas Russas, Tirolesa, Discovery e Megadownload. Uma nova atração radical também foi destaque, o Journey: desenvolvido para celebrar os 40 anos do icônico festival de música no Brasil. A estrutura de 100m² é a primeira desse porte a ser criada para um festival de música e entretenimento no país. Utilizando elementos lúdicos e sensoriais, a ativação transporta o público para uma viagem em momentos marcantes das edições anteriores do Rock in Rio no Brasil. O desenvolvimento da parte sensorial da experiência foi comandado por nomes renomados do mercado, sendo a parte de efeitos visuais pelo diretor de cinema Geninho Galvão, e a trilha sonora do Journey pelo maestro Eduardo Souto Neto, também responsável por criar o tema original do festival e da vitória de Ayrton Senna na Fórmula 1.

O musical “Sonhos, Lema e Rock and Roll” com criação de Roberto Medina, produção musical de Zé Ricardo e concepção de Claudio Botelho e Charles Möeller – que também é o diretor geral, arrancou suspiros de quem acompanhou a primeira sessão aberta ao público do espetáculo. Baseada na trajetória de 40 anos do festival, a obra carrega uma mensagem inspiradora sobre a importância de sonhar e fazer acontecer. O elenco protagonista é composto por grandes talentos, como Rodrigo Pandolfo, Malu Rodrigues, Rodrigo Pandolfo, Bel Kutner, André Dias, Gottsha e Guilherme Logullo.

O entardecer na Cidade do Rock deu início com as atividades na Highway Stage. O público pôde conferir de perto o show da banda Canto Cego. Logo depois, o público se encantou com o espetáculo aéreo da Esquadrilha Céu, que acontece em todos os dias no festival. No Global Village, novo espaço da Cidade do Rock, o público presente pode ver atrações de rua e show da Juliana Linhares. Também, no Palco Supernova, em uma parceria com o Filtr Music Brasil, teve uma prévia do show da banda Black Panther. Além disso, os convidados conferiram uma parte do show que o embaixador do palco, Xande de Pilares fará no Espaço Favela, em curta apresentação performada no local.

Outra grande atração do dia foi o show do Barão Vermelho no Palco Sunset, cantando os maiores sucessos da banda. Já no New Dance Order, a dupla de irmãos Cat Dealers colocou o pessoal para dançar, aquecendo para o palco com um setlist repleto de sucessos. Fechando a noite do evento-teste em grande estilo, o Rock in Rio preparou um espetáculo pirotécnico no Palco Mundo junto com um espetáculo de luz que iluminou a Cidade do Rock. Um videomapping inédito, desenvolvido em parceria com a OCUBO, ocupou toda a extensão de cenografia do espaço, trazendo projeções de artes inspiradas nos 40 anos de história do festival. Este espetáculo que antes ia acontecer apenas no Dia Brasil, vai ser realizado em todos os dias de festival.

Com a sua icônica música tema tocando na saída, o público já sentiu o gosto de como é ter o mundo outra vez e o início das comemorações de 40 anos do maior festival de música e entretenimento do mundo.

Para aproveitar as 500 horas de experiência, público pode se organizar de forma antecipada

Durante os sete dias de festival, os fãs terão uma vasta variedade de atrações para aproveitar, seja em cima dos palcos ou pelo gramado da Cidade do Rock. Para que todos possam viver a





fundo cada experiência do festival, o Rock in Rio terá diversas ações que trazem agilidade e conforto para as pessoas.

O festival conta com mais de 860 pontos de alimentação e bebida espalhados pelo gramado, além de mais de 175 bebedouros com água portátil – vale lembrar que será permitida a entrada no festival com garrafas plásticas de até 500ml contendo água.

Por meio do aplicativo oficial, quem vai ao festival neste ano poderá se antecipar e escolher o que comer e beber antes mesmo de chegar ao local, melhorando ainda mais a sua experiência gastronômica. Serão 29 opções, entre combos e produtos individuais, da Heineken®, Coca-Cola, Red Bull, Schweppes Mixed e Bob's. Na plataforma também é possível ver o cardápio geral do festival, realizar o agendamento dos brinquedos por meio de geolocalização, montar uma agenda com os horários dos shows, ter detalhes das experiências da Cidade do Rock, além de outras funcionalidades.

A organização relembra que as transações deverão ser feitas via cartão de débito ou crédito, que serão aceitos em qualquer ponto de venda, inclusive ambulantes que circulam pelo gramado. Caso a pessoa opte por levar dinheiro, haverá a opção de carregar um cartão pré-pago em um dos Caixas Cashless da Cidade do Rock. Será cobrado um valor de R\$ 7,00 de caução pelo cartão, que será devolvido quando a pessoa devolver o cartão ao final do dia no evento.

Impacto do festival ultrapassa o cenário da música e entretenimento

Nesta edição, o Rock in Rio fortalece suas parcerias com projetos de impacto social, como o Favela 3D e a Ação da Cidadania. O Favela 3D - Digna, Digital e Desenvolvida, que já foi implementado com sucesso na Favela do Haiti em São Paulo durante o The Town, em 2023, chega ao Rio de Janeiro para atuar por dois anos nas regiões do Buraco, Sessenta e Ladeira do Faria, no Morro da Providência. O projeto, criado pela Gerando Falcões e que para essa implantação tem como apoiadores Gerdau, Fundação Grupo Volkswagen, e o Instituto Entre o Céu e a Favela, busca transformar a realidade de 250 famílias, promovendo o desenvolvimento social e gerando renda.

As obras em duas importantes áreas, na Praça do Buraco e na Praça Sessenta, começaram em julho deste ano. Com a previsão de serem concluídas até o início do Rock in Rio, em setembro, as melhorias vão revitalizar e transformar esses espaços em pontos de entretenimento e lazer para reunião e encontro de moradores, com brinquedos para as crianças, paisagismo, instalações artísticas, bancos, iluminação em led, remanejo e organização do lixo com descarte consciente e coleta seletiva de lixo, pintura de fachadas, melhora dos pisos e calçadas, entre outros elementos.

Além disso, pela primeira vez, acontecerá uma operação de copos reutilizáveis, em parceria com Heineken, Red Bull, Coca-Cola, Schweppes Mixed e Braskem, incentivando o consumo consciente e o descarte correto. Além do meio ambiente, os fãs também serão beneficiados pela parceria, já que receberão um desconto ao realizarem a segunda compra de uma mesma bebida. Com esta medida, o festival prevê evitar a geração de mais de 14 toneladas de resíduos durante





seus sete dias de evento, tornando-se uma das maiores operações de copos reutilizáveis no mundo.

Outro grande destaque é o plano robusto de acessibilidade, que visa garantir que todos os visitantes possam desfrutar ao máximo as 500 horas de experiência na Cidade do Rock. O festival que já é pioneiro em iniciativas como empréstimo de kit motorizado para cadeiras de rodas e audiodescrição, vai além, proporcionando aumento das plataformas elevadas, transporte exclusivo, espaço sensorial com a presença de terapeutas ocupacionais, suporte para cães-guia, além de outras iniciativas como kits sensoriais, banheiros PCD, implementação da comunicação alternativa, presença do cordão de girassol oficial, equipe especializada de acessibilidade (atendimento PCD) e mochilas vibratórias. Todo esse suporte, em parceria com Doritos®, é gratuito ao público e visa oferecer uma experiência inclusiva, segura e confortável para todos. Através da página exclusiva de acessibilidade no site do Rock in Rio, atualizada constantemente, as pessoas que se enquadram nos grupos atendidos podem realizar um pré-cadastro para ter todo o suporte necessário, além de se atualizarem sobre todas as informações detalhadas dos serviços na Cidade do Rock.

A partir dessas ações, o Rock in Rio segue firme em sua jornada rumo a um mundo melhor, com metas claras para serem alcançadas até 2030. O festival busca oferecer 50% de alimentação saudável e sustentável, garantir 100% de satisfação em bem-estar e segurança dos participantes, formar 100.000 pessoas em temas relevantes para o festival e a sociedade, e assegurar que todos os stakeholders estejam alinhados com sua política de sustentabilidade. Além disso, o festival pretende que 100% dos eventos sejam diversos, acessíveis e inclusivos, e que 100% dos resíduos gerados sejam reutilizados, reciclados ou valorizados.

Rock in Rio tem esquema de mobilidade que proporciona mais conforto e agilidade aos fãs

Para facilitar a ida e o retorno do público durante os dias de festival, o MetrôRio funciona com esquema especial. A estação Jardim Oceânico/Barra da Tijuca, terminal de integração com o Serviço Especial BRT Rock in Rio, fica aberta 24 horas para embarque. As demais estações do sistema funcionam em seu horário normal para embarque e, durante a madrugada, seguem abertas, mas somente para desembarque. O MetrôRio recomenda a compra antecipada dos bilhetes da concessionária, que custa R\$ 7,50 por trecho.

Neste ano, o Rock in Rio facilita ainda mais a vida dos fãs com o Serviço BRT “Expresso Rock in Rio”, que amplia as opções de transporte para quem quer aproveitar o festival ao máximo. Utilizando a faixa exclusiva do BRT, o serviço oferece viagens diretas e expressas para o Terminal Centro Olímpico. As partidas são dos terminais Jardim Oceânico e Alvorada, sem paradas ao longo do trajeto, e do terminal Paulo da Portela, com paradas nas estações Praça Seca, Tanque e Taquara, garantindo uma chegada rápida e tranquila ao festival, tanto na ida quanto na volta.

Para utilizar o serviço BRT “Expresso Rock in Rio”, os fãs têm à disposição duas formas de aquisição de bilhetes: por meio do Rio Card, que segue o sistema tradicional de aquisição de





cartões em máquinas de autoatendimento, ou pelo "Jáé", o novo sistema de bilhetagem da Prefeitura que permite a compra de passagens diretamente pelo site e aplicativo, facilitando ainda mais o acesso ao transporte. No site oficial do festival, os fãs também encontram os links para realizar as compras das passagens. A tarifa para o serviço do BRT "Expresso Rock in Rio" custa R\$ 23 (ida e volta) e está em operação das 11h até as 5h do dia seguinte, atendendo à demanda do público em todos os horários do evento.

Já bastante conhecido pelo público do Rock in Rio, o Primeira Classe é a opção mais confortável e prática, além de ser a única que deixa os clientes em uma entrada exclusiva dentro da Cidade do Rock, perto do palco New Dance Order. Com 16 pontos de embarque em toda a cidade do Rio de Janeiro e outros 22 espalhados por 20 municípios entre Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, os passageiros são transportados em ônibus executivos — equipados com cadeiras de transbordo, garantindo acessibilidade — que realizam o percurso sem paradas, garantindo uma viagem tranquila. O Primeira Classe opera a partir de um dos maiores terminais rodoviários já montados para um festival de música e entretenimento, garantindo uma experiência completa para todos os participantes.

Organização relembra público de baixar com antecedência os ingressos digitais para entrar na Cidade do Rock

Para que o público tenha o acesso ao ingresso digital, todos que garantiram presença em um ou mais dias do festival devem ficar de olho no e-mail cadastrado na Ticketmaster. Será via endereço eletrônico que os fãs recebem todas as instruções, como ativação, transferência etc. A partir do recebimento, o cliente deve seguir o passo a passo para ativar o seu ingresso digital — o "Quentro" é compatível com os aparelhos Android e iOS. A plataforma conta com um alto nível de segurança, sendo anticópia, rastreável e compatível com a maioria dos smartphones disponíveis no mercado. Ao baixá-lo, o ingresso já vem salvo com o nome de quem vai acessar o festival.

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 mais de 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 na edição passada, 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 11.5 milhões de





visitantes, que assistiram a mais de 3.816 artistas em 134 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 \$ 118 milhões em diferentes projetos, passando por temas como sustentabilidade, educação, música, florestas, entre outros. Apenas na Amazônia, mais de 4 milhões de árvores foram plantadas. A marca foi pioneira em ter a certificação ISO 20121 — Eventos Sustentáveis, é neutra em carbono desde 2006 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 23 edições anteriores, nove ocorreram no Brasil (1985, 1991, 2001, 2011, 2013, 2015, 2017, 2019 e 2022), dez em Portugal (2004, 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016, 2018, 2022 e 2024), 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

Jullia Bustamante (Atendimento) | 21 99599-0015

jullia.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 98818-4845

fabiana.guimaraes@approach.com.br

