



Rock in Rio anuncia ganhadores do Prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável 2024

Prêmio que visa dar visibilidade pública às entidades mais sustentáveis do festival é entregue a patrocinadores e fornecedores no Palco Mundo

Fotos: [Aqui](#)

Cidade do Rock, 22 de setembro de 2024 – No último dia da edição que celebrou os 40 anos do Rock in Rio, a organização anunciou os ganhadores do Prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável, que desde 2008 já premiou mais de 40 parceiros (patrocinadores, apoiadores, media partners e fornecedores) pelas suas práticas sustentáveis. Nesta edição, na categoria “Patrocinador”, o vencedor foi Doritos da PepsiCo Brasil, já na categoria “Parceiro, Operador e Fornecedor”, o vencedor foi a Best Ocupacional. A Globo foi a ganhadora na categoria “Apoiador e Media Partner”. O prêmio, distribuído nas categorias “Parceiro, Operador e Fornecedor”, “Patrocinador” e “Apoiador e Media Partner”, visa reconhecer e dar visibilidade pública aos parceiros que implementam (dentro e fora da Cidade do Rock) medidas inovadoras e relevantes para a redução do impacto ambiental, contribuem para a justiça social e para o desenvolvimento econômico local e nacional.

A definição dos vencedores foi realizada pela Deloitte, parceira de ESG do festival, que se baseou nas atitudes sustentáveis das empresas que se candidataram, dentro e fora da Cidade do Rock, levando em consideração tópicos como mobilidade, energia, gestão de água, cadeia de valor, gestão de resíduos, reutilização e reciclagem, condições de trabalho, comunicação com o público, espaço e legado.

Ciente de que o futuro deve ser construído agora, o Rock in Rio, há 40 anos, se propõe a dar palco a conversas relevantes que contribuem para a construção de um mundo melhor. O festival abraça a sustentabilidade e, desde 2001, passou a promover campanhas com um olhar voltado para a causa, sempre com ações facilitadoras que chamavam a atenção do público, da comunidade e dos parceiros, convocando-os para que se engajassem e somassem força junto ao festival. Além de dar continuidade à sua certificação na norma ISO 20121 – eventos sustentáveis, o festival estabeleceu metas ambiciosas





para 2030, que se concentram essencialmente nas temáticas que o Rock in Rio acredita serem as mais relevantes para a realização do festival e necessárias para alimentar conversas que serão cada vez mais presentes: educação, sistemas alimentares, alterações climáticas, economia circular, inclusão e pluralidade.

“O Rock in Rio é um dos poucos grandes eventos de música no mundo com a ISO 20121 de sustentabilidade. Desde o início, o festival busca ser mais que entretenimento, atuando como motor de mudança para um mundo melhor e sabemos do nosso impacto e como essa influência pode inspirar transformações, tanto na forma como as pessoas pensam quanto nas práticas do dia a dia. Após 40 anos de avanços, o festival segue acreditando em um futuro sustentável e trabalhando para alcançá-lo, ainda temos muito chão pela frente. Valorizar parceiros e fornecedores e engajá-los para tornar o evento ainda mais sustentável é um dos nossos compromissos”, conta Roberta Medina, vice-presidente executiva da Rock World, empresa que criou, organiza e produz o Rock in Rio e o The Town

Pela terceira edição consecutiva, DORITOS® leva o “Prêmio Atitude Sustentável”, do Rock in Rio. Em uma cerimônia realizada no Palco Mundo, na tarde do último dia do festival (22 de setembro), Livia Favaro, Isabela Castilho e Carla Lutfi, executivas das áreas de Impacto Social e de Marketing da PepsiCo Brasil, uma das maiores empresas de alimentos e bebidas do mundo, receberam das mãos de Thiago Amaral, Coordenador de Acessibilidade e Pluralidade do festival, o “Prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável” na categoria Patrocinador “Por meio de ações grandiosas como essa do patrocínio ao Rock in Rio Brasil, conseguimos reforçar a diversidade e a liberdade que DORITOS® defende em seu posicionamento global de as pessoas serem quem são e terem autonomia, acesso, estrutura e voz para isso, inserindo também TOSTITOS™ neste contexto, nova marca da PepsiCo no Brasil que também está presente no festival esse ano”, comenta Lívia Favaro, gerente de Impacto Social na PepsiCo Brasil.

Ganhadora da categoria ‘Parceiro, Operador e Fornecedor’, a Best Ocupacional é fornecedora de segurança do trabalho do Rock in Rio e promove ações de conscientização aos colaboradores e terceiros no que diz respeito à ética e conduta. Além disso, promove processos inclusivos, de forma a fomentar a diversidade na equipe e implementou um canal de denúncias, ferramenta usada para captação, acolhimento e tratamento de relatos de colaboradores. Daiane Lima, CEO, Ana Letícia, CFO, Maikon Costa, Diretor Geral Facility, Bruna Breves, CCO e Joaz Paim, Coordenador de Segurança do Trabalho de Campo, receberam o prêmio no Palco Mundo, na tarde deste domingo, por Dora Palma, Head de sustentabilidade da Rock World. “A BEST - Bem Estar, Saúde e Segurança do Trabalho já





nasceu com um objetivo claro de atender e criar as condições para que o nosso trabalho e o de todos no evento sejam plenamente sustentáveis. Temos em mente que é um trabalho de constante evolução o que prezamos em nossa jornada ao longo destes 10 anos fazendo Rock in Rio. É muito valioso que esse reconhecimento venha através do prêmio Rock in Rio de Atitude Sustentável, pois isso reforça os valores e princípios de todas as pessoas envolvidas nessa caminhada de ESG de nossa organização. A atitude necessariamente vem das pessoas e da mudança que promovem no mundo! Nosso foco é cuidar das pessoas para um mundo melhor.”.

A Globo foi premiada na categoria Apoiador e Media Partner. A empresa demonstra compromisso com a implementação de processos inclusivos para incentivar a diversidade interna. Isso traz benefícios para os funcionários, como um ambiente de trabalho mais colaborativo, respeito às diferenças e oportunidade de crescimento para todos, independentemente de suas origens. Além disso, a empresa promove ações de conscientização sobre ética e conduta tanto para seus colaboradores quanto para terceiros, garantindo que os valores de respeito, integridade e transparência sejam disseminados em todas as suas relações profissionais. “Somos uma empresa atitude responsável em nossa atuação diária. Acreditamos na importância de fazer diferença todo dia, para juntos construirmos um futuro melhor para todos. Isso é o que nos move. A conquista desse prêmio, esse reconhecimento da Rock World, em uma estrutura grandiosa como o Rock in Rio, nos mostra que estamos no caminho certo e nos motiva a seguir em frente, sabendo que ainda há muito para ser feito”, celebrou Manuel Belmar, diretor de Jurídico, Finanças e Infraestrutura da Globo, ao receber o prêmio no Palco Mundo ao lado de Thiago Martins, diretor de Operações e Gestão Ambiental da Globo, das mãos da diretora de Parcerias da Rock World, Renata Guaraná.

Sobre “Por Um Mundo Melhor”

Em 2001, imbuído do pilar “Por Um Mundo Melhor”, o Rock in Rio assumiu o compromisso de conscientizar as pessoas para o fato de que pequenas atitudes no dia a dia são o caminho para fazer do mundo um lugar melhor para todos. Muito mais do que um evento de música, o festival pauta-se por ser um evento responsável e sustentável. Em 2006, tornou-se o primeiro grande evento a compensar a sua Pegada Carbônica. Em 2013, recebeu a certificação da norma ISO 20121 – Eventos Sustentáveis, um reconhecimento do poder realizador da marca que desenvolve diversas ações com vista à construção de um mundo melhor. Em 2016, foi anunciado o Amazonia Live, projeto socioambiental do Rock in Rio, presente nas edições do festival em todos os países onde o evento é realizado. Com o projeto, já foram





plantadas mais de 4 milhões de árvores em mais de 2.6 mil hectares de floresta, com sementes coletadas por uma rede de coletores locais. Entre apoio do Rock in Rio e angariação de verbas pelos parceiros e público já foi investido mais de 5 milhões de reais no reflorestamento da região do Rio Xingu e apoiamos a restauração de mais de 4.2 mil hectares no projeto Paisagens Sustentáveis da Amazônia.

Para as edições de 2024, em Lisboa e Rio de Janeiro, o Rock in Rio reforçou o seu compromisso de ir ainda mais longe, atualizando o seu conjunto de metas de sustentabilidade até 2030 que visam aumentar o seu impacto positivo nos pilares social, ambiental e econômico. Dentre elas, capacitar 100 mil pessoas, reciclar, reutilizar e valorizar 100% dos resíduos, 50% de oferta de alimentação saudável e sustentável, envolver 100% dos stakeholders na sua política de sustentabilidade, ser um evento 100% acessível, diverso e inclusivo, e garantir todas as condições de segurança, saúde e bem-estar adequadas a 100% dos envolvidos na construção da Cidade do Rock.

O festival também trabalhou para ser agente ativo na construção de um mundo melhor e levar esse pilar para qualquer lugar. Por meio da Rock World, empresa organizadora do festival, dentre as ações realizadas fora das cidades onde o Rock in Rio aportou, estão a construção de uma escola na Tanzânia, um centro de saúde no Maranhão, o já citado projeto Amazonia Live, instalou 760 painéis solares em escolas públicas, em Portugal, montou 14 salas sensoriais em ONGs portuguesas para atender jovens com deficiências, entre muitos outros.

A plataforma “Por Um Mundo Melhor” nasceu a partir do Rock in Rio e, hoje, é uma área consistente dentro da Rock World. O festival The Town, dos mesmos criadores do Rock in Rio, também nasceu orientado pelos pilares de Sonhar e Fazer Acontecer e abraçou o projeto, ao trabalhar sob uma visão de sustentabilidade que hoje é transversal a toda a organização.

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).

Assessoria de imprensa

PR Rock World

Approach Comunicação

rockinrio@approach.com.br

Jullia Bustamante (Atendimento)

Camila Acatauassú Xavier (Coordenadora)

Marina Milhazes (Gerente)

Fabiana Guimarães (Diretora)

