

Rock World celebra encerramento histórico da segunda edição do The Town, se prepara para o Amazônia Live – Hoje e Sempre e abre a contagem para o Rock in Rio 2026

Na reta final de preparação para o Amazônia Live – Hoje e Sempre, Rock World também confirma a terceira edição do The Town em 2027 e anuncia as datas do Rock in Rio Brasil, que acontece no ano que vem nos dias 04, 05, 06, 07, 11, 12 e 13 de setembro

[Link de fotos](#)

São Paulo, 14 de setembro de 2025 – As portas para o último dia da segunda edição do The Town acabaram de abrir e, junto com a expectativa do encerramento, a Rock World anunciou novidades tanto para o festival paulista quanto para o Rock in Rio. Após receber 420 mil pessoas neste ano, a organização confirmou que o The Town terá sua terceira edição em 2027, novamente no Autódromo de Interlagos, em São Paulo, e revelou também as datas do Rock in Rio 2026, que acontecerá nos dias 04, 05, 06, 07, 11, 12 e 13 de setembro. Mostrando que está a todo vapor, com uma agenda de eventos que se estende pelos próximos dias e anos, a empresa dá início já nesta semana ao projeto Amazônia Live – Hoje e Sempre. Em coletiva de imprensa realizada hoje, na Cidade da Música, também foi apresentado o balanço desta segunda edição do The Town, que somou cinco dias de experiências, 14 horas de festa diárias, mais de 100 shows inesquecíveis, mais de 500 artistas e a presença de milhares de pessoas.

“A primeira edição trouxe alguns desafios, de conhecermos essa nova casa, o tamanho de infraestruturas que a gente trazia e o nível de experiência que a gente propõe. Por isso, queríamos que essa edição fosse, indiscutivelmente, muito melhor. E esse reconhecimento está vindo daquelas pessoas que verdadeiramente importam, que é o público que tem vindo até aqui. Recebemos uma avaliação geral de 9,2 na nota dada pelo público de sexta-feira, com elogios aos acessos, ao transporte e diversos outros serviços. Ficamos muito felizes e podemos mostrar que com cuidado, com dedicação, com uma equipe completamente comprometida, é possível criar ambientes saudáveis, seguros e de respeito” comentou Roberta Medina, vice-presidente executiva da Rock World.

A segunda edição do The Town foi marcada por grandes números: 177.017 litros de chopes consumidos, 106.624 hambúrgueres consumidos, 52.500 itens vendidos na loja de produtos oficiais, 80.000 pessoas andaram nos brinquedos, 182.000 pessoas vieram de trem, mais de 1.5 milhão de seguidores nas redes do festival, 165 mil downloads no aplicativo oficial do festival. Também foram gerados 25 mil postos de trabalho, o impacto econômico na cidade foi de R\$ 2.2 bilhões na cidade, houve um aumento de 21% de consumo na capital em relação a 2023 e um aumento de 240% nas reservas do AIRBNB no período de festival.

Ricardo Nunes, Prefeito da Cidade da São Paulo comemora o feito: “O The Town está dando um grande exemplo, eu estou muito feliz. A gente agradece a vocês por dar essa oportunidade de parceria. A movimentação financeira na cidade, os hotéis cheios, o aumento de procura no AIRBNB. Ou seja, muita gente vindo para cá para presenciar esse momento maravilhoso aqui. Fico superfeliz, a palavra é agradecimento. Vamos concluir mais essa etapa do The Town com um sucesso absoluto, com a dedicação e o carinho de vocês.”, finalizou.

The Town passa oficialmente o bastão para o Rock in Rio, que acontecerá nos dias 04, 05, 06, 07, 11, 12 e 13 de setembro de 2026 no Rio de Janeiro

A segunda edição do maior festival música, cultura e arte de São Paulo ainda não terminou, mas a Rock World já começou a se preparar para a próxima edição do Rock in Rio. A organização confirmou as datas da próxima edição no Brasil nos dias 04, 05, 06, 07, 11, 12 e 13 de setembro de 2026, no Rio de Janeiro, e reforçou as datas já anunciadas de Lisboa, que acontece nos dias 20, 21, 27 e 28 de junho de 2026.

Começa nessa quarta-feira o Amazônia Live – Hoje e Sempre

Nesta semana começa o projeto ‘Amazônia Live – Hoje e Sempre’, um grande movimento do Rock in Rio e do The Town, juntos Por Um Mundo Melhor, que coloca todos os holofotes na Amazônia. Por meio de diversas iniciativas, o projeto, com patrocínio principal da Vale, apoio da Gerdau, da Heineken e do Banco da Amazônia, e parceria de conteúdo e mídia com TV Globo, jornal O Globo e Folha de S. Paulo, reforça a necessidade de preservar a floresta em pé e proteger seus povos, contribuindo para o desafio global de reduzir as emissões de carbono – um tema cada vez mais urgente diante da crise climática. Inserido na região que receberá a 30ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP 30), o projeto segue a mesma linha do encontro global: unir as pessoas em torno de uma agenda única, em prol de um mundo melhor e mais sustentável.

“A gente agora passa a bola de São Paulo para Belém, no Pará. Um show absolutamente histórico acontece na quarta-feira. A gente sabe que São Paulo, Rio, o Brasil só fica bem se todo o país estiver bem, saudável e potente. Nesse caso, a nossa maior potência, além do nosso público brasileiro, é a nossa floresta. E por isso o The Town e Rock in Rio resolveram mais uma vez jogar os holofotes para uma temática absolutamente essencial, com um show único no meio da floresta, no rio Guamá” comentou Roberta Medina.

Nesse sentido, Amazônia Live – Hoje e Sempre realizará um especial de TV com espetáculo de Mariah Carey, e uma apresentação histórica de quatro gerações da música paraense com Dona Onete, Joelma, Gaby Amarantos e Zaynara num palco flutuante no Rio Guamá. No dia 17 de setembro, a partir das 18h15, o especial será transmitido para todo o Brasil pelo Multishow e pelo Globoplay, com sinal aberto. Na TV Globo, o público confere os melhores momentos do evento, logo após o Estrela da Casa. O objetivo é chamar atenção para a necessidade de manter a floresta em pé, por meio da proteção de seus povos originários, e contribuir para o desafio global de reduzir as emissões de carbono. Amazônia Live – Hoje e Sempre é um movimento de Rock in Rio e The Town, com patrocínio principal da Vale. O

palco em homenagem a rainha das águas já está montado no rio Guamá. A estrutura pesa 13,2 toneladas, das quais 10 toneladas são o peso da flor. O restante é dividido entre a estrutura central do palco, 1,2 tonelada, e duas toneladas para parte de cenografia e técnica, como luz e áudio. Os materiais usados na montagem do palco são de baixo impacto, com a estrutura das pétalas feitas em metalon e revistas em tecido, podendo ser reaproveitadas após o evento.

Além de mostrar ao mundo imagens potentes da floresta, o Amazônia Live – Hoje e Sempre também tem o objetivo de promover um impacto local. Para mobilizar a população do estado do Pará e fazer ecoar por Belém um grito a favor da floresta, o Mangueirão, recebe uma das maiores artistas do Brasil. No dia 20 de setembro, Ivete Sangalo se apresentará para 46 mil pessoas em um show totalmente gratuito, cujos dois lotes de ingressos se esgotaram em apenas algumas horas. No mesmo dia, sobe ao palco Viviane Batidão, artista considerada a rainha do tecnomelody, e a festa Lambeteira Baile Show convida Lia Sophia, que promete animar o público com muita guitarrada e carimbó.

O Amazônia Live é um movimento de legado que faz parte do pilar Por Um Mundo Melhor, bandeira que o Rock in Rio levanta desde sua primeira edição, em 1985. O projeto na região Amazônica teve início em 2016, com uma apresentação do tenor Plácido Domingo, no internacionalmente conhecido Rio Negro. Essa jornada, em quase 10 anos, já registrou mais de quatro milhões de árvores plantadas no território nacional. Houve também a promoção de renda para o povo indígena do Xingu e a recuperação das margens do rio de mesmo nome, revitalizando terrenos desmatados e mobilizando trabalhadores coletores da Rede de Sementes do Xingu. Agora, o movimento está beneficiando instituições na região metropolitana de Belém. Dentre as mais de 100 iniciativas que se inscreveram, foram selecionadas seis ações que atuam com temáticas como promoção dos direitos das mulheres, geração de renda, conservação da natureza, turismo de base comunitária, agroecologia, reciclagem e valorização da cultura tradicional. As iniciativas são: Instituto Peabiru; Instituto Amigos da Floresta Amazônica (Asflora), Associação de Apoio à Economia Popular da Amazônia - AmazonCred; Associação da Comunidade Quilombola Sítio Cupuaçu/Boa Vista (ASCOMQUISC); Associação dos Recicladores e Recicladoras de Ananindeua (ARECICLANANIN); e Cooperação da Juventude Amazônida para o Desenvolvimento Sustentável.

“No mundo de hoje, a gente precisa trabalhar junto para fazer as coisas funcionarem. A gente não podia fazer isso acontecer sem envolver aquela comunidade. Então é por isso que teremos as divas paraenses com a gente e é por isso que no sábado teremos o show do Mangueirão. Toda a nossa relação com o Pará é muito forte. Para a Vale, por meio da música, fazer o Amazônia Live, é um reforço de um compromisso inequívoco que temos com a preservação e a conservação da Amazônia”, pontuou Leandro Modé, diretor de comunicação e marca da Vale.

Sobre o The Town

Com ingressos totalmente esgotados, a primeira edição do The Town — festival dos mesmos criadores do Rock in Rio — aconteceu em setembro de 2023 e entrou para a história e para a agenda oficial dos eventos paulistanos, com a próxima edição confirmada para setembro deste ano, em 2025. Sendo

considerado o maior festival de música, cultura e arte de São Paulo, o The Town é realizado na Cidade da Música, em uma área de 350 mil m² do Autódromo de Interlagos, totalmente renovada. Para 2025, a segunda edição será nos dias 6, 7, 12, 13 e 14 de setembro e a organização promete um espetáculo ainda maior e melhor, que ficará para a história da capital.

Na primeira edição, foram meio milhão de pessoas em cinco dias, 220 ativações, 125 shows, nove ambientes, seis palcos, um musical, 235 horas de experiência e uma semelhança inacreditável com a primeira edição do Rock in Rio, lá em 1985. Nomes da música nacional e internacional se apresentaram nos palcos do festival, como Post Malone, Bruno Mars, Maroon 5 e Foo Fighters. Neste ano, Travis Scott, Green Day, Backstreet Boys, Mariah Carey e Katy Perry são os headliners do Skyline.

A cenografia da Cidade da Música foi cuidadosamente projetada para refletir a rica cultura e arquitetura de São Paulo. O palco Skyline, inspirado nos icônicos prédios da cidade, recebe artistas do mundo inteiro, compondo as quatro atrações do dia. Já o The One, com um cenário inspirado nos museus de arte da capital, vai promover grandes encontros e reflexões artísticas. A São Paulo Square veio inspirada na região em que a cidade de São Paulo foi fundada, em prédios históricos com arquiteturas icônicas de São Paulo, enquanto o Factory traz um toque industrial, inspirado em antigos galpões, proporcionando um ambiente único para as apresentações. No palco Quebrada, espaço totalmente novo no festival, o público vai celebrar a autenticidade das periferias brasileiras. Outra novidade deste ano é a The Tower Experience, que vai levar a plateia em uma viagem pela história do dragão Drahan, embalada por muita música e efeitos especiais.

O The Town também se destacou em 2023 pelo compromisso com a sustentabilidade, orientado pelos pilares de Sonhar e Fazer Acontecer da plataforma “Por Um Mundo Melhor”, que nasceu a partir do Rock in Rio e, hoje, é uma área consistente dentro da Rock World. The Town foi pioneiro na utilização de 472 mil copos reutilizáveis durante os cinco dias de evento, evitando a geração de 10 toneladas de resíduos. Em parceria com a ONG Gerando Falcões, a Gerdau e a Fundação Grupo Volkswagen, o The Town lançou o projeto Favela 3D, voltado para o desenvolvimento social da Favela do Haiti, em São Paulo. Por meio de uma metodologia escalável e sustentável, 290 famílias estão sendo impactadas por ações que promovem o fortalecimento comunitário, empregabilidade, empreendedorismo, capacitações profissionais e acompanhamento individualizado, ao longo de dois anos. Ao completar um ano, a Favela do Haiti celebrou o pleno emprego.

A primeira edição do The Town teve um impacto econômico significativo, gerando R\$ 1,9 bilhão para a cidade e criando mais de 23,4 mil empregos. Com uma comunicação que atingiu 145 milhões de pessoas e provocou 2,21 milhões de conversas nas redes sociais, The Town se consolidou no calendário cultural e econômico do país.

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 10.5 milhões de visitantes nestas

22 edições. Desde 1985, 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.

Sobre a Rock World

A Rock World é a empresa criadora de experiências que nasceu do maior festival de música e entretenimento do mundo, o Rock in Rio. Com a missão de proporcionar experiências inesquecíveis através da música e do entretenimento, a marca tem como base de sua cultura corporativa a arte de sonhar, de fazer acontecer e inspirar as pessoas através da filosofia de construir um mundo melhor.

Hoje, além do Rock in Rio, a Rock World expandiu sua área de atuação para outros projetos de produção de experiências que abrangem diferentes áreas. No Live Entertainment, a marca possui o The Town, o novo e maior festival de música, cultura e arte de São Paulo, que acontecerá no Autódromo de Interlagos, em setembro de 2023. A partir de 2024 a Rock World assume, em parceria com a C3, a produção e operação do Lollapalooza no Brasil.

Na área de Conteúdo, o Rock in Rio Studios é o produto que reforça o DNA da companhia para a criação de conteúdos audiovisuais originais e o posicionamento no mercado como uma marca ainda mais poderosa e potente de comunicação. A Rock World também atua na produção de espetáculos originais, os Originals. O primeiro deles foi desenvolvido em 2022 para o Rock in Rio, o Uirapuru, e para 2023 lança o The Town O Musical.

E para a área de Educação, o Humanorama, o Rock in Rio Academy e o The Town Learning Journey buscam ativar a potência das pessoas para contribuir na construção de um mundo melhor. Ao ampliar sua atuação para tantos campos e diferentes negócios, a Rock World é hoje uma das maiores empresas de criação e produção de conteúdo proprietário de Live Experience no mundo.

Assessoria de imprensa

PR The Town

Approach Comunicação

thetown@approach.com.br

Guilherme Fontenelle (Assistente de Atendimento) | 21 99156-0216

guilherme.fontenelle@approach.com.br

Maria Mariana Braga (Assistente de Atendimento) | 21 97925-9113

mariamariana.braga@approach.com.br

Jullia Bustamante (Atendimento) | 21 99599-0015

jullia.bustamante@approach.com.br

Marina Milhazes (Gerente) | 21 98810-6760

marina.milhazes@approach.com.br

Fabiana Guimarães (Diretora) | (21) 98818-4845

