



Rock in Rio invadiu o Rio de Janeiro com escultura de areia gigante em formato de guitarra na Praia de Copacabana e lança promoção que dará 30 pares de ingresso para o festival e acesso a emblemático ponto turístico da cidade

Após anunciar Stray Kids, Elton John e Gilberto Gil no line-up, festival levou sua marca para um dos cenários mais emblemáticos do mundo e anuncia promoção no TikTok que dará ingressos do Rock in Rio Card e para o Parque Bondinho Pão de Açúcar aos vídeos com as melhores danças

[Download de material](#)

Rio de Janeiro, 27 de novembro de 2025: Nesta quinta-feira, Copacabana amanheceu com uma energia diferente. Em mais um movimento que reforça sua conexão com a cidade que o viu nascer, o Rock in Rio preparou uma intervenção artística inédita e de tirar o fôlego: a icônica guitarra do festival ganhou uma versão gigante e foi desenhada diretamente na areia da Praia de Copacabana. Sempre proporcionando momentos que ficam marcados na memória das pessoas dentro e fora da Cidade do Rock, o festival surpreendeu quem passou pela orla de manhã cedo e pôde ver a escultura de 40 metros de diâmetro. Feita especialmente pelo artista de Land Art, Clayton Balduino (Reciclayton), a arte foi produzida bem em frente ao Copacabana Palace – ícone do Rio de Janeiro e cartão-postal internacional. Especializado na criação de obras de grande impacto visual na areia, Reciclayton atua há mais de 12 anos desenvolvendo intervenções em larga escala que se destacam pela precisão geométrica, estética minimalista e forte potencial fotográfico.

O desejo pelo ingresso do Rock in Rio também já toma conta dos fãs que não querem ficar de fora dessa festa. Por isso, hoje, o festival lança uma promoção no TikTok que dá a chance de os fãs mais apaixonados tentarem garantir seu lugar na próxima edição. Entre hoje e 05 de dezembro, os fãs que postarem vídeos respondendo à pergunta “qual seria a sua dança comemorativa ao garantir o seu Rock in Rio Card?” poderão concorrer a 30 pares de Rock in Rio Card e ingressos para o Parque Bondinho. Vale tudo – passinho, improviso, meme, encenação, montagem – desde que celebre a festa que será 2026 ao garantir seu lugar na Cidade do Rock. Para participar, é preciso incluir a hashtag #AnoDeRockinRio na legenda. O resultado será divulgado no dia da venda do Rock in Rio Card, 9 de dezembro, e o regulamento pode ser consultado no site do festival.

Após realizar uma coletiva de imprensa na última segunda-feira no Parque Bondinho Pão de Açúcar, que teve uma vista de arrepiar da Baía de Guanabara como pano de fundo, e ação inédita de hoje na Praia de Copacabana, Ana Deccache, diretora de marketing da Rock World, destaca como as paisagens icônicas do Rio dialogam com a



campanha do festival: “Há 40 anos, o Rio de Janeiro nos acolhe, nos inspira e nos impulsiona. A cidade é a nossa casa e o ponto de partida de tudo o que criamos. Existe uma relação de parceria e troca muito verdadeira: o Rock in Rio leva o nome do Rio para o mundo e, ao mesmo tempo, recebe da cidade a energia que torna cada edição possível. Para 2026, damos um passo além nessa conexão e queremos estar ainda mais presentes, celebrando e amplificando a força do Rio. Como o próprio Roberto Medina disse na coletiva desta semana, ‘o grande headliner, sem dúvida, é o Rio de Janeiro’. E é nesse espírito que estamos construindo as ações da campanha integrada do Rock in Rio Card. Estamos ocupando, invadindo e exaltando a cidade, uma verdadeira onda de comunicação. A marca gigante da guitarra na Praia de Copacabana, a promoção que lançamos no TikTok e o programa ‘Viva o Rio com o Rock in Rio’, desenvolvido em parceria com as principais entidades de turismo e hotelaria da cidade, fazem parte de um mesmo movimento: fortalecer esse elo histórico, gerar impacto positivo e antecipar o clima do que será 2026. Por meio dessas e das outras ações que estão por vir, queremos que as pessoas sintam, desde agora e nos pequenos momentos do dia a dia, a energia de um ano que promete ser inesquecível”, celebra.

O line-up da próxima edição já começa a ganhar forma com os primeiros nomes anunciados pela organização. Elton John é o headliner do dia 7 de setembro, mesma data em que Gilberto Gil fará um show especial no festival, enquanto Stray Kids encerra as apresentações do dia 11 de setembro. Todas as três atrações se apresentam no Palco Mundo, que, na próxima edição, ganha uma nova cenografia que forma um imenso e único telão de 2.400 m² de LED por toda a extensão do espaço.

Ingressos Rock in Rio Card para o público em geral serão vendidos exclusivamente pela Ticketmaster Brasil no dia 9 de setembro, às 19h

Marcado para acontecer na Cidade do Rock, no Parque Olímpico do Rio de Janeiro, nos dias 4, 5, 6, 7 e 11, 12 e 13 de setembro, o festival anunciou a data da venda do Rock in Rio Card – ingresso que garante presença no evento antes mesmo do anúncio completo das atrações e dá a vantagem única de permitir escolher posteriormente o dia de ida, independentemente da velocidade da venda geral de ingressos que acontecerá no próximo ano. A venda do Rock in Rio Card está marcada para o dia 9 de dezembro, às 19h, enquanto membros do Rock in Rio Club acessam a pré-venda do dia 04, a partir das 19h, até 08 de dezembro, às 19h – ambas realizadas exclusivamente pelo site da [Ticketmaster Brasil](https://www.ticketmaster.com.br). Cada Rock in Rio Card é válido para um único dia do festival (que deverá ser escolhido posteriormente) e permite uma única entrada, no setor de Gramado, permitindo livre circulação e acesso a todos os shows e atrações. A organização recomenda que os fãs realizem o cadastro antecipado na plataforma para agilizar o processo de compra no momento da abertura das vendas. O Rock in Rio Card é uma edição limitada e a venda estará sujeita à disponibilidade.

E quem quiser garantir um lugar na Cidade do Rock em 2026 precisa se planejar. Na edição de 2024, quando o festival celebrou seus 40 anos de história, a venda do Card foi encerrada em 2h04, quando os 180 mil ingressos disponíveis se esgotaram. Na época, pessoas de todos os estados do Brasil e de 28 países garantiram presença na Cidade do Rock. Na ocasião, 460 mil pessoas ainda estavam na fila de espera ao encerrar e, caso o Rock in Rio tivesse aberto naquele dia a venda oficial de ingressos,



teria público para encher 1,5 edições inteiras, considerando que a média de vendas por pessoa é de 1.8 ingressos.

Para a edição do Rock in Rio Brasil 2026, o valor do Rock in Rio Card será R\$ 795 (inteira), R\$ 397,50 (meia-entrada) e R\$ 675,75 (Ingresso Itaú para pagamentos efetuados com cartões de créditos emitidos pelo Itaú Unibanco Holding S.A) e não há cobrança de taxa de serviço. O pagamento poderá ser realizado com cartão de crédito ou PIX. Clientes que efetuarem o pagamento com os cartões de créditos emitidos pelo Itaú Unibanco Holding S.A. têm 15% de desconto na compra de ingressos (não cumulativos com a meia-entrada) e poderão parcelar sua compra em até 8x sem juros. Nos demais cartões aceitos, o pagamento poderá ser feito em até 6x sem juros. Exceção para cartões internacionais que não possuem parcelamento.

Para pagamento com PIX, basta utilizar o QR Code apresentado na tela final do processo de compra e realizar o pagamento. O prazo para efetuar a compra são 10 minutos após a geração do código para pagamento. Os ingressos estarão garantidos e disponíveis apenas após a confirmação do pagamento.

As condições são válidas para a aquisição de até 4 (quatro) Rock in Rio Cards por CPF, sendo permitido até 1 (uma) meia-entrada dentro do total de 4 (quatro) Cards. Exclusivamente, Pessoas com Deficiência poderão selecionar, além do seu ingresso, 01 ingresso meia-entrada adicional para o seu acompanhante, respeitando o limite de no máximo 04 Cards em seu CPF. 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, jovens de baixa renda e garis da Companhia Municipal de Limpeza Urbana. A classificação etária do evento é de 16 (dezesseis) anos. A entrada de menores de 16 (dezesseis) anos será permitida desde que estejam acompanhados dos pais ou representantes legais. Para saber mais sobre o benefício da meia entrada, o público pode consultar o [site](#).

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 297,6 mil empregos diretos e indiretos e, apenas na última, em 2024, um impacto econômico de R\$ 2.9 bilhões na cidade do Rio de Janeiro. Em



2022, 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 12.3 milhões de visitantes, que assistiram a mais de 4.667 artistas em 141 dias de magia. Dentre os números gigantes do festival, mais de 146 milhões de pessoas alcançadas pelas comunicações nas redes sociais na edição que celebrou os 40 anos do Rock in Rio.

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 foi de muitas comemorações para o Rock in Rio. Das 24 edições, dez ocorreram no Brasil (1985, 1991, 2001, 2011, 2013, 2015, 2017, 2019, 2022 e 2024), 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 in Rio

Approach Comunicação

rockinrio@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 (Sócia Diretora) | (21) 98818-4845