



Rock in Rio lança hub oficial de benefícios e os fãs que adquiriram o Rock in Rio Card já podem começar a explorar o Rio com vantagens

Festival vai além da Cidade do Rock e apresenta o projeto 'Viva o Rio com o Rock in Rio' que transforma o ingresso em um verdadeiro passaporte para experiências turísticas por todo o Rio de Janeiro, reforçando seu papel como impulsionador da economia do estado

[Download de imagens](#)

Rio de Janeiro, 12 de dezembro de 2025 – A partir de hoje, aqueles que compraram o Rock in Rio Card já podem aproveitar o melhor do estado do Rio de Janeiro! Nesta sexta-feira, entra oficialmente ao ar o 'Viva o Rio com o Rock in Rio', hub oficial de benefícios que transforma o ingresso do festival em um passaporte para vivenciar o melhor do Estado. Até outubro de 2026, os titulares dos ingressos poderão acessar o [site do Rock in Rio](#) para encontrar todos os benefícios disponíveis e, ao escolher aquele que deseja, será redirecionado para o canal oficial do parceiro responsável para efetuar o resgate. Por meio do hub, o público poderá aproveitar o Rio em diferentes épocas do ano e em um período especialmente favorável para viajar, já que nove dos dez feriados nacionais de 2026 cairão em dias úteis, incluindo Réveillon de 2025, Carnaval, Semana Santa e o feriadão de 7 de setembro, quando o festival estará acontecendo. A plataforma conta com a parceria do Visit Rio, HotéisRIO, ABIH-RJ, Setur-RJ e TurisRio, disponibilizando diversos benefícios para os fãs, como descontos em atrativos turísticos do Rio e vantagens exclusivas em hotéis no estado do Rio, oferecendo promoções tanto em diárias, quanto nos restaurantes. Dessa forma, mais uma vez, o Rock in Rio reforça o seu compromisso em exaltar, movimentar e valorizar o Rio de Janeiro ao longo de todo o ano, gerando impacto positivo para o turismo, fortalecendo parceiros estratégicos e ampliando a experiência do fã para além da Cidade do Rock.

“Ao transformar o Rock in Rio Card em um passaporte de benefícios distribuídos ao longo do ano, convidamos os fãs a começarem sua jornada muito antes da abertura dos portões da Cidade do Rock, explorando o estado e a cidade, circulando pelos atrativos e fortalecendo esse vínculo afetivo que sempre existiu entre o festival e o Rio. Já observamos, inclusive, o reflexo desse movimento na própria venda do Card: tivemos um aumento de 20% no número de compradores de fora do estado em relação à edição anterior, alcançando 55% do público total. Esse dado reforça o quanto o festival segue expandindo fronteiras, atraindo visitantes e impulsionando a economia criativa e o turismo local. Para nós, é muito potente ver como essa conexão se renova e ganha novas camadas a cada edição.”, afirma Ana Deccache, diretora de Marketing do Rock in Rio.



Em 2026, o 'Viva o Rio com o Rock in Rio' ampliou a variedade de benefícios para o festival após resultados potentes com a parceria realizada com a Visit Rio em 2024. A campanha desenvolvida em conjunto na época alcançou 20 milhões de pessoas, impulsionou a produção de mais de mil conteúdos por creators e levou mais de 8 mil visitantes a utilizarem benefícios em atrativos icônicos como o Parque Bondinho Pão de Açúcar®, o Corcovado e o Museu do Amanhã apenas no mês de setembro, demonstrando o potencial de impacto e alcance da iniciativa.

Agora, a plataforma oficial de benefícios do festival chega ainda mais potente, reunindo informações, ofertas e vantagens disponibilizadas por parceiros turísticos e hoteleiros do estado. O hub integra pilares essenciais do ecossistema turístico e amplia o alcance do Rock in Rio para além da Cidade do Rock, estimulando hospedagens, visitas e circulação pelo estado ao longo de todo o ano. Esse movimento se fortalece em um cenário de crescente interesse do público de fora do Rio, evidenciado já na venda do Rock in Rio Card realizada na última terça-feira, quando os ingressos se esgotaram em 56 minutos. Benefícios em atrações turísticas, hotéis e experiências, somados aos shows exclusivos e ao feriadão em meio ao festival, foram alguns dos fatores determinantes para o aumento de 20% no número de compradores de outros estados em relação a 2024, totalizando 55% do público total que adquiriu o ingresso para 2026.

Para obter os benefícios dos atrativos turísticos, o processo é feito diretamente na loja online do Visit Rio: basta que o comprador utilize o Número do Pedido do ingresso do Rock in Rio 2026 – que pode ser encontrado no e-mail de confirmação de compra de ingresso enviado pela Ticketmaster ou na área “Meus Pedidos” do site –, para que os descontos sejam aplicados no momento da compra. Nesta etapa inicial, já é possível aproveitar 10% de desconto em experiências nos atrativos Parque Bondinho Pão de Açúcar®, Trem do Corcovado, Carnaval Experience, Roxy Dinner Show e Rio Boat Tour, e passeios completos guiados pela C2Rio com novos atrativos sendo adicionados progressivamente ao longo das próximas semanas.

Já para os hotéis parceiros, o comprador do ingresso recebe um cupom exclusivo, enviado diretamente ao e-mail usado na compra do ingresso. O cupom, pessoal e intransferível, garante condições especiais nos hotéis parceiros do HotéisRIO e ABIH-RJ e poderá ser utilizado diretamente no site de cada hotel. Já estão disponíveis para compra hospedagens em hotéis da cidade do Rio de Janeiro como o Hotel Nacional, em São Conrado, que disponibiliza 20% de desconto para reservas feitas para dezembro de 2025 e 10% nas reservas realizadas de janeiro a 19 de setembro de 2026; o Arena Ipanema Hotel, o Arena Copacabana Hotel e o Arena Leme Hotel, no Leme, que disponibilizam 15% de desconto sobre as tarifas públicas do site oficial durante o Rock in Rio e também em outras datas ao longo de 2026; o Radisson Rio de Janeiro Barra que oferece 15% de desconto em reservas realizadas entre março e agosto de 2026 diretamente pelo site; entre diversas outras ofertas espalhadas pela capital. Já em hospedagens em outras cidades algumas das opções são o Hotel Pousada Brava Club e o Costa do Sol Boutique Hotel, ambos em Búzios, que oferecem 10% de desconto na tarifa e drink de boas-vindas aos hóspedes.



"O Rock in Rio é uma marca que carrega o Rio no nome e unir atrativos turísticos à experiência do festival só reforça sua alma carioca. Para o turismo, principalmente para as atrações fora do eixo principal, é um grande reforço na promoção.", comenta Ronaldo Porto, Gerente de Marketing do Visit Rio Convention Bureau.

Alfredo Lopes, presidente do Hotéis Rio, destaca: "Eventos e turismo andam de mãos dadas. Os eventos são um convite para que o visitante conheça a infraestrutura turística da cidade e desfrute de seus atrativos. A iniciativa da organização do Rock in Rio amplia essa oportunidade ao oferecer vantagens e condições especiais para quem já possui o seu ingresso para o festival. A cidade, o Brasil e o mundo reconhecem o Rock in Rio como um dos maiores eventos musicais do planeta e ações como essa só consolidam essa parceria estratégica com o Rio de Janeiro."

"O 'Viva o Rio com o Rock in Rio' resgata e atualiza o conceito da campanha TurisRock, lançada em 2019, transformando o festival em uma porta de entrada para todo o estado e fortalecendo o posicionamento do Rio de Janeiro como um destino único e diverso. Ao levar o espírito e a energia do Rock in Rio para além da capital, o projeto se alinha à vocação turística do interior do estado, que oferece experiências autênticas em gastronomia, cultura, natureza e hospitalidade. Dessa forma, o visitante é convidado a ampliar sua conexão com o Rio de Janeiro, conhecendo destinos que refletem a mesma diversidade e criatividade que fazem parte da identidade do festival.", pontua Sergio Ricardo de Almeida, Presidente da TurisRio.

Vale lembrar que é importante o público consultar as condições para resgate de benefícios em cada parceiro.

Rock in Rio chega repleto de novidades em 2026

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, para o próximo ano, a organização já divulgou nomes do line-up, como Elton John, Stray Kids, Maroon 5, Demi Lovato, Gilberto Gil, Jamiroquai, Mumford & Sons e João Gomes e Orquestra Brasileira. Além dos artistas, o Rock in Rio 2026 chega com novidades marcantes: o Palco Mundo ganha uma cenografia totalmente inédita e, pela primeira vez, toda sua estrutura frontal será revestida por 2.400 m² de painéis de LED de altíssima definição, transformando o espaço em um único e imenso painel visual. Outro destaque é o retorno do espetáculo aéreo The Flight, um dos momentos mais pedidos pelo público e que volta após apresentações históricas no festival – prometendo ainda mais emoção com manobras acrobáticas sincronizadas, trilha sonora especial e 756 disparos de fogos diurnos. Em breve, a organização vai anunciar as datas do período de escolha do dia que o fã deseja ir ao festival, sem correr o risco de esgotar. Os fãs que não conseguiram comprar ingressos terão uma nova oportunidade na venda oficial agendada para 2026. A data também será anunciada em breve.

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

Cleo Bonnetterre (Assistente de atendimento) | 21 99621-4455

cleo.bonnetterre@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