



Em ano de Rock in Rio e de futebol, festival celebra as paixões nacionais dos brasileiros



Rio de Janeiro, 18 de maio de 2022: 2026 é um ano de festa! Em meio à atmosfera de alegria e expectativa criada pelo futebol e pela chegada de mais uma edição do Rock in Rio, o festival convida o público a celebrar duas paixões nacionais capazes de mobilizar o país há décadas: a música e o futebol. E fará isso por meio de ações que reforçam junto aos fãs a emoção que só eventos que tocam o coração e a alma das pessoas são capazes de despertar.

Lançada no mesmo dia em que o Brasil vai conhecer seus representantes no futebol, a ação traz um filme de TV, com desdobramentos para redes sociais do festival, que mistura os universos do futebol e do Rock in Rio de forma extremamente lúdica e emocional, elevando a expectativa pelo que vem pela frente e reforçando a conexão entre esses dois universos que fazem parte da identidade cultural do país e transformam momentos coletivos em experiências emocionais compartilhadas.

A iniciativa nasce da crença de que música e futebol são capazes de reunir pessoas, criando rituais e ocupando as ruas, sendo o centro dos encontros e das conversas dos brasileiros neste ano que é marcado por grandes celebrações. Do coro nas arquibancadas aos refrões cantados na Cidade do Rock, o movimento visa ampliar os momentos de vida ao vivo, reforçar a celebração em torno de duas paixões que atravessam gerações e criar novos momentos de conexão e celebração coletivos, que marcam a essência do que é o Rock in Rio. “Acreditamos que o melhor da vida acontece ao vivo! E em 2026, ano da maior festa mundial do futebol e de mais uma tão aguardada edição de Rock in Rio, os brasileiros tem motivos de sobra pra se conectar e viver o



melhor que as experiências ao vivo podem proporcionar. Esse filme é uma forma de celebrar esse ano e convidar o público a se reunir em torno de duas grandes paixões nacionais: o Rock in Rio e o futebol”, comenta Ana Deccache, diretora de marketing da Rock World. Com lançamento previsto para esta segunda-feira, a ação será desdobrada nas redes sociais e em conteúdos especiais ao longo da semana.

link do vídeo: [Link](#)

Sobre o Rock in Rio

1985 marca a primeira edição do evento idealizado por Roberto Medina e que hoje, 41 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).

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