



Em contagem regressiva para a venda geral de ingressos, Rock in Rio transforma o céu carioca em palco com espetáculo aéreo e mostra por que o Rio de Janeiro recebe o título de Cidade Maravilhosa

Após uma pré-venda de ingressos histórica, esgotada em tempo recorde, o festival invade a Cidade em um fim de semana de feriado prolongado e promove ações inéditas nos dias 6 e 7 de junho. Movimento inclui voo com mais de 20 paramotores sobre o litoral carioca, em uma celebração da beleza única do Rio de Janeiro, do turismo e da conexão histórica do evento que transborda a Cidade para o país e para o mundo

Rio de Janeiro, 03 de junho de 2026: “O Rio de Janeiro continua lindo”. Parafraseando Gilberto Gil, que este ano se apresenta no Rock in Rio, o empresário e presidente da Rock World, Roberto Medina segue investindo para levar a imagem do Rio para fora da Cidade e do país. Mais do que realizar um festival, o Rock in Rio se consolidou ao longo de quatro décadas como uma plataforma que ativa a cidade, impulsiona o turismo, movimenta a economia criativa e transforma o Rio de Janeiro em vitrine para o Brasil e o mundo. Após finalizar a maior pré-venda da história, realizada em tempo recorde – em menos de duas horas –, o festival segue agora em contagem regressiva para a venda geral de ingressos, marcada para 8 de junho, às 19h. Para celebrar este momento, desta vez, ocupará o Rio na terra e nos ares. Em uma ação coordenada e jamais vista, o céu do Rio de Janeiro vai estar vestido de Rock in Rio reforçando porque o festival tem esta conexão com a capital fluminense e é o queridinho do público desde 1985. Nos dias 6 e 7 de junho, em meio ao feriadão, mais de 20 paramotores irão sobrevoar alguns dos pontos mais emblemáticos da cidade – como as praias cariocas – criando imagens cinematográficas e transformando o Rio de Janeiro em um verdadeiro palco. Essa presença no céu se soma a outra ação aérea e simbólica que reforça o impacto visual da campanha: aviões sobrevoando a orla com a mensagem “EU VOU” ampliando a projeção do Rock in Rio para diferentes territórios do Rio. A inspiração da ação nasce justamente da oportunidade de exaltar as belezas naturais da cidade a partir de imagens aéreas capazes de projetar a cidade para todo o país como um dos principais destinos turísticos do Brasil. Mas a celebração não para por aí: ao longo dos dois dias, o Rock in Rio também leva ações criativas que ocupam além dos céus, a orla e as ruas do Rio de Janeiro, entre elas bandeiras do “EU VOU” e guitarras gigantes instaladas em pontos icônicos da cidade, como Lagoa e Arpoador.

O movimento acompanha a dimensão do impacto que o festival gera para a cidade. Segundo estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) para a edição de 2026, o Rock in Rio é o evento privado que mais impacta economicamente o Rio de Janeiro – disputando com Carnaval e



Réveillon, dois eventos públicos, a posição de evento de maior impacto para a Cidade. A estimativa do Rock in Rio para este ano é de R\$ 3,36 bilhões movimentados na economia, além da geração de 33,9 mil postos de trabalho – sendo 22,8 mil empregos diretos e 11,1 mil indiretos. A cada R\$ 1 investido na realização do festival, outros R\$ 6,59 são movimentados na economia do país, reforçando como o Rock in Rio ultrapassa os limites da Cidade do Rock e ativa uma ampla cadeia ligada ao turismo, hotelaria, alimentação, entretenimento, transporte e serviços.

Essa relevância econômica não é pontual, mas resultado de uma trajetória de crescimento contínuo. Enquanto na edição de 2024 havia uma projeção de impacto econômico de R\$ 2,9 bilhões, o número ao final da edição chegou a R\$ 3,2 bilhões, evidenciando a capacidade do festival de superar expectativas e ampliar seu alcance a cada realização. Em uma perspectiva mais ampla, o impacto econômico estimado evoluiu de R\$ 2,65 bilhões em 2017 para R\$ 3,36 bilhões em 2026, refletindo um crescimento sustentado ao longo dos anos. Esse avanço está diretamente ligado à capacidade do Rock in Rio de se reinventar a cada edição, atraindo artistas de grande relevância global e ampliando continuamente a experiência oferecida ao público. Soma-se a isso o aumento dos investimentos em estrutura, inovação e entrega de conteúdo, além da crescente participação de marcas do setor de música e entretenimento, que fortalecem a cadeia econômica movimentada pelo festival. E se na edição de 2024 os primeiros voos do The Flight fizeram parte não só da magia, mas também desta métrica que acelera a indústria criativa, para 2026, somam-se os paramotores com toda a sua plasticidade e curiosidade despertada para atrair os olhares não só dos fãs do festival mas também de novos públicos.

“Não à toa Gil posiciona o Rio no patamar que ele merece. O Rio de Janeiro tem vida, tem uma beleza plural, das praias, das montanhas, das pessoas, que extrapolam o significado de vida. Aqui transformamos oportunidades e traduzimos vontades em realizações. O Rio movimentou R\$ 41 bilhões com indústria criativa no ano passado. A cidade recebe por ano 12 milhões de turistas, número muito semelhante ao que já recebemos nas edições do Rock in Rio até hoje. Trazemos turistas e impactamos a Cidade economicamente de uma forma impressionante. Para esta edição de 2026 a estimativa é de mais de R\$ 3 bilhões injetados na economia. Em 2025, o turismo carioca bateu recorde histórico, movimentando R\$ 27,2 bilhões mesmo sem a realização do Rock in Rio. Uma única edição do festival representa cerca de 12% desse total recorde. Em 2024, ano em que o festival aconteceu, o Rock in Rio respondeu por aproximadamente 38% de toda a movimentação turística da cidade no período. Isso é impactante e gigantesco frente a qualquer outro evento que a Cidade recebe. Porque é o privado provocando o Brasil, o mundo, a estar aqui. Eu realmente não me canso, não paro de criar oportunidades. Em 2026 foi o The Flight, que segue conosco. E para este ano, estamos estudando levar esses paramotores para a Cidade do Rock. Sabe por quê? Porque trazem colorido para a vida das pessoas que aqui estão e levam a alegria dos cariocas para outros cantos. Contagiamos positivamente com o que temos de melhor, a nossa beleza. Vai ser um espetáculo lindo. O Rio vai ficar pequeno para receber tantas pessoas. O Rio de Janeiro e o público são os grandes headliners do Rock in Rio.”, celebra Roberto Medina.



O festival também se consolida como uma plataforma de comunicação, experiência e conexão emocional entre marcas e público, ampliando sua atuação muito além dos dias de evento. Esse posicionamento fortalece sua capacidade de atrair patrocinadores de diferentes segmentos, como automobilístico, beleza, moda, transporte aéreo, telefonia, alimentos e bebidas e seguros, além de gerar resultados de longo prazo para as marcas parceiras ao longo de toda a jornada de comunicação. Somente nesta edição cerca de 70 marcas já estão associadas ao evento. “Falar de experiência é falar de Rock in Rio, falar de conectividade, de aceleração da indústria e de potência, todos ingredientes que juntos fomentam o imaginário e aguçam o interesse do público de viver ao vivo esta magia”, diz.

Com público estimado em 700 mil pessoas em 2026, o festival deve movimentar diretamente setores como turismo, hotelaria, transporte, alimentação, comércio e entretenimento. O levantamento também considera toda a cadeia de gastos dos visitantes, incluindo hospedagem, alimentação, transporte, experiências turísticas e serviços. Vale lembrar que a venda do Rock in Rio Card para esta edição já registrou um aumento de 20% no número de compradores de fora do Rio de Janeiro em relação à edição de 2024. Pessoas de outros estados representam 55% do público que adquiriu ingressos nesta modalidade, reforçando a força do festival como impulsionador do turismo de experiência e da permanência dos visitantes na cidade para além dos dias de shows. Esse impacto se reflete também na experiência do público, que transforma a ida ao festival em uma verdadeira jornada pela cidade, circulando por diferentes regiões do Rio, frequentando restaurantes, visitando atrações turísticas e ampliando sua permanência no destino para além dos dias de shows. “Estes números são incríveis para o festival, mas ainda mais sensacionais para o Rio de Janeiro. Movimentamos um montante que contribui positivamente para diversos setores. Um mês que poderia estar adormecido, como acontecia, de 2011 para cá, a cada dois anos vem numa crescente a avassaladora. Precisamos deste Rio pulsante e o Rock in Rio faz isso”, finaliza.

Por isso, para ampliar ainda mais essa conexão entre público e cidade, o Rock in Rio desenvolve iniciativas voltadas ao fortalecimento do turismo local. Um dos exemplos é a plataforma **Viva o Rio com o Rock in Rio**, criada em 2024 e que este ano ganha um novo capítulo para estimular os visitantes a explorarem diferentes regiões da capital fluminense. O projeto reúne parceiros estratégicos como Visit Rio, HotéisRIO, ABIH-RJ, TurisRio, Itaú Unibanco e Editora Globo oferecendo benefícios exclusivos para quem possui ingresso do festival, incluindo descontos em hospedagem, atrações turísticas, restaurantes e experiências pela cidade.

Feriadão com céu fora da caixinha para cariocas e turistas

Já pensou acordar, abrir a janela e ter um show de paramotores na sua paisagem? Ou estar sentado na areia ou tomando banho de mar e se encantar com a beleza de nos ares ter um balé à motor te trazendo novas memórias? O feriadão do carioca e dos turistas, precisamente sábado e domingo, que visitarem o Rio de Janeiro nos dias 6 e 7 de junho será dessa forma. Do jeitinho que o time do Rock in Rio gosta, impactante. Faltando apenas dois dias para a tão aguardada



entrada (SAC meia-entrada). Os grupos que têm direito ao benefício são: 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.

Para evitar filas, a organização indica que o documento esteja em mãos ao se dirigir até a catraca. Saiba qual documento é indispensável para cada categoria:

- Maiores de 60 anos com Documento de identidade oficial com foto;
- Estudantes de ensino fundamental, médio ou superior da rede pública ou particular: Carteira de Identificação Estudantil (CIE), emitida pela ANPG, UNE, Ubes, entidades estaduais e municipais, Diretórios Centrais dos Estudantes, Centros e Diretórios Acadêmicos, conforme modelo único nacionalmente padronizado. Os elementos indispensáveis da CIE são: nome completo e data de nascimento do estudante; foto recente do estudante; nome da instituição de ensino na qual o estudante esteja matriculado; grau de escolaridade; e data de validade até o dia 31 de março do ano subsequente ao de sua expedição. Não serão aceitos em nenhuma hipótese boleto bancário ou comprovante de mensalidade;
- Jovens pertencentes a famílias de Baixa Renda (com idades de 15 a 29 anos): Carteira de Identidade Jovem, emitida pela Secretaria Nacional de Juventude a partir de 31 de março de 2016, acompanhada de documento de identidade oficial com foto;
- Pessoas com Deficiência (e um acompanhante): Documento de identidade oficial com foto e Cartão de Benefício de Prestação Continuada da Assistência Social da Pessoa com Deficiência ou documento emitido pelo Instituto Nacional do Seguro Social - INSS que ateste a aposentadoria de acordo com os critérios estabelecidos na Lei Complementar no 142, de 8 de maio de 2013 ou laudo médico atestando a deficiência com o número da CID;
- Professores das Redes Públicas Estadual e Municipais de Ensino de São Paulo: Professores, Diretores, Coordenadores pedagógicos, Supervisores e Titulares de cargos do quadro de apoio das escolas das redes públicas estadual e municipais de ensino de São Paulo – Apresentação da carteira funcional emitida pela Secretaria da Educação ou pela apresentação do holerite do servidor (comprovante de pagamento do salário);
- Aposentados: Comprovação da condição de aposentado mediante a apresentação de documento hábil (exemplo: apresentação de documento de identidade oficial com foto e/ou cartão de benefício do INSS que comprove a condição).

Prazo para escolha do Rock in Rio Card vai até 8 de junho, ao meio-dia



Outra novidade é a **Gourmet Square**, que contará com uma curadoria assinada pelo chef Pedro Siqueira, reconhecido entre os 100 melhores pizzaiolos do mundo pelo The Best Pizza Awards 2025, que também levará a gastronomia do Sisi em um dos restaurantes do espaço. 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.

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

