



partilhados à escala global demonstra essa relevância. Este é um património construído em conjunto com a cidade de Lisboa, com os nossos parceiros, com os artistas e, acima de tudo, com o público que deu um show de alegria e harmonia na Cidade do Rock. É isso que nos inspira a continuar a inovar e a fazer do Rock in Rio Lisboa uma referência mundial," afirma **Roberta Medina, Vice-Presidente do Rock In Rio Lisboa**.

O Rock in Rio Lisboa permanece no Parque Papa Francisco (antigo Parque Tejo) em **2028**, com a edição marcada para os dias **17, 18, 24 e 25 de junho**.

Lisboa no centro do mundo

Ao longo desta edição, Lisboa voltou a ser o ponto de encontro da música, do entretenimento e da cultura. A Cidade do Rock recebeu visitantes de **127 países**, confirmando o crescente posicionamento internacional do festival e a sua contribuição para afirmar Lisboa como um dos grandes destinos mundiais de eventos.

A presença de público internacional, artistas de referência, imprensa estrangeira e parceiros globais reforçou mais uma vez o papel do Rock in Rio Lisboa enquanto embaixador de Portugal, projetando a cidade para milhões de pessoas em todo o mundo.

Os momentos que correram o mundo

A 11ª edição do Rock in Rio Lisboa ficará marcada por momentos que rapidamente ultrapassaram as fronteiras da Cidade do Rock, conquistando milhões de pessoas através da televisão, das plataformas digitais e das redes sociais.

O aguardado retorno do **Linkin Park** proporcionou um dos shows mais emocionantes da história recente do festival. Com a Cidade do Rock completamente lotada, a banda protagonizou uma atuação memorável, transmitida para mais de uma centena de países, levando o nome de Lisboa a uma audiência global e reforçando o posicionamento internacional do Rock in Rio Lisboa.

Entre os grandes destaques da edição, **Katy Perry** voltou a transformar Lisboa num dos centros mundiais da música pop, num espetáculo de enorme impacto visual e emocional, amplamente partilhado pelos meios de comunicação social e pelas redes sociais em todo o mundo.

No primeiro dia do festival, **Pedro Sampaio** protagonizou outro dos momentos mais marcantes da edição ao reunir milhares de pessoas no maior "cavalinho" do mundo, gerando um dos conteúdos mais virais do festival e demonstrando, mais uma vez, a capacidade do Rock in Rio Lisboa para criar momentos com projeção global.



O último fim de semana ficou igualmente marcado por dois shows históricos. **Sir Rod Stewart**, uma das maiores lendas da música mundial, retornou a Portugal para uma atuação carregada de emoção, celebrando décadas de carreira ao lado de dezenas de milhares de fãs. Na mesma noite, **Cyndi Lauper** protagonizou uma apresentação memorável, revisitando alguns dos maiores clássicos da música pop e proporcionando um dos momentos mais emocionantes desta edição.

Outro dos grandes destaques foi a **curadoria artística dos Xutos & Pontapés**, “Classe de 79”, que reuniu em palco alguns dos nomes mais emblemáticos da música portuguesa numa celebração inédita da história do rock português. Um espetáculo pensado especialmente para o Rock in Rio Lisboa, que reforçou o compromisso do festival em valorizar o talento português e criar conteúdos exclusivos capazes de marcar cada edição.

Ao longo dos quatro dias, o espetáculo aéreo **The Flight**, os momentos audiovisuais e pirotécnicos que encerraram cada noite, a transmissão do jogo da Seleção Portuguesa e o **Momento Força Portugal** transformaram igualmente a Cidade do Rock num palco de celebração coletiva, criando imagens que rapidamente correram o mundo.

Outros dos momentos simbólicos da 11ª edição foi o **Stage for a Better World**, que encerrou cada noite no Palco Mundo com um espetáculo audiovisual e pirotécnico de grande impacto. Ao longo dos meses que antecederam o festival, milhares de pessoas, em diferentes cidades, foram convidadas a compartilhar os seus sonhos para um mundo melhor. Essas mensagens ganharam vida na Cidade do Rock, sendo projetadas no Palco Mundo num emocionante espetáculo de luz, imagem, música e fogo de artifício, transformando um desejo coletivo numa poderosa celebração de esperança, união e futuro. Um momento que traduziu, de forma única, o propósito que há mais de 22 anos inspira o Rock in Rio Lisboa: usar o poder da música para construir um mundo melhor.

Para além dos shows, vários artistas desenvolveram conteúdos exclusivos em colaboração com o Rock in Rio Lisboa, ampliando organicamente a presença internacional do festival e projetando Lisboa e Portugal junto de milhões de pessoas em diferentes mercados.

Quando a música deu lugar a Portugal

Um dos momentos mais emocionantes desta edição aconteceu quando a Cidade do Rock se transformou num enorme estádio para acompanhar o jogo da Seleção portuguesa. Milhares de pessoas vestiram as cores de Portugal para viver o **Momento Força Portugal**, num ambiente de união, emoção e celebração coletiva, marcado por uma gigantesca bandeira portuguesa que percorreu o espaço e transformou um jogo de futebol num momento inesquecível de afirmação nacional. Foi mais uma



demonstração de que o Rock in Rio Lisboa é muito mais do que um festival de música: é um espaço onde se celebram as grandes emoções que unem um país.

Muito mais do que shows

A música continua a ser o coração do Rock in Rio Lisboa. Mas a experiência vivida pelo público vai muito além dos palcos.

O espetáculo aéreo **The Flight**, que transformou o céu de Lisboa num palco, os momentos audiovisuais e pirotécnicos que encerraram cada noite, as dezenas de experiências proporcionadas pelas marcas, os novos espaços de lazer, a gastronomia, as instalações interativas e os conteúdos digitais fizeram desta edição uma experiência verdadeiramente imersiva, onde entretenimento, inovação, tecnologia e emoção coexistiram em cada detalhe.

Uma experiência cada vez melhor

A excelência da experiência proporcionada ao público se refletiu mais uma vez na avaliação da 11ª edição do Rock in Rio Lisboa.

Segundo o **Estudo de Recinto da Marketest**, realizado durante o primeiro fim de semana do festival, os visitantes atribuíram ao Rock in Rio Lisboa uma **classificação global de 8 em 10**, confirmando um elevado nível de satisfação com a experiência proporcionada pela Cidade do Rock e reforçando a posição do festival como uma das principais referências europeias de música e entretenimento.

Já a pesquisa realizada pela **Fever** junto do público revelou uma avaliação média de **4,3 em 5**, destacando como principais pontos fortes a qualidade da programação, a nova Cidade do Rock, os pontos de água, a limpeza do recinto e a experiência global vivida pelos visitantes.

Ao nível da reputação, O Rock in Rio Lisboa reafirmou sua posição como uma referência na organização de grandes eventos. Em 2026, o festival foi destacado pelos consumidores com o prêmio **Marca Recomendada**, atribuído pelo **Consumer Trust**, na categoria **Festivais de Música, Eventos e Concertos**, reconhecendo a confiança e satisfação dos portugueses relativamente à marca. Este reconhecimento junta-se à liderança do Rock in Rio Lisboa no **Portal da Queixa**, onde ocupa o primeiro lugar na categoria **"Festivais de Música, Eventos e Concertos"**, com um **Índice de Satisfação de 87,3 pontos**, classificação **"Ótimo"**, e uma **taxa de resposta e resolução de 100%**.

Estes indicadores reforçam a confiança do público na marca e confirmam que o crescimento do Rock in Rio Lisboa não resulta apenas na dimensão do evento e na sua projeção internacional, mas também na qualidade da experiência proporcionada aos



visitantes e na relação de confiança construída com os consumidores ao longo de mais de duas décadas em Portugal.

Estes indicadores confirmam que o crescimento do Rock in Rio Lisboa não se mede apenas pela dimensão da operação ou pela notoriedade internacional alcançada, mas também pela qualidade da experiência proporcionada ao público, consolidando o festival como uma das marcas de entretenimento mais valorizadas em Portugal.

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).

