



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**AS TRANSFORMAÇÕES DO *ROCK IN RIO* AO LONGO DAS EDIÇÕES:
UM ESTUDO SOBRE O IMPACTO DA TECNOLOGIA NA EXPERIÊNCIA DO
PÚBLICO**

Gabriella Loureiro Portugal Pimenta

Rio de Janeiro/RJ

2023

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**AS TRANSFORMAÇÕES DO *ROCK IN RIO* AO LONGO DAS EDIÇÕES:
UM ESTUDO SOBRE O IMPACTO DA TECNOLOGIA NA EXPERIÊNCIA DO
PÚBLICO**

Gabriella Loureiro Portugal Pimenta

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social. Habilitação em Radialismo.

Orientador: Prof^o Alberto de Andrade Moura

Co-orientadora: Prof^a Kátia Augusta Maciel

Rio de Janeiro/RJ

2023

**AS TRANSFORMAÇÕES DO *ROCK IN RIO* AO LONGO DAS EDIÇÕES:
UM ESTUDO SOBRE O IMPACTO DA TECNOLOGIA NA EXPERIÊNCIA DO
PÚBLICO**

Gabriella Loureiro Portugal Pimenta

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Radialismo.

Aprovado por

Prof. MsC. Alberto de Andrade Moura - Orientador

Prof. Dr^a Kátia Augusta Maciel - Co-orientadora

Prof. Dr. Adil Giovanni Lepri

Prof.^a Ms. Clarisse Siqueira Conceição

Aprovada em: 12 de julho de 2023

Grau: 9,5

Rio de Janeiro/RJ

2023

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

P644t Pimenta, Gabriella Loureiro Portugal
As transformações do Rock in Rio ao longo das edições: Um estudo sobre o impacto da tecnologia na experiência do público. / Gabriella Loureiro Portugal Pimenta. -- Rio de Janeiro, 2023.
47 f.

Orientador: Alberto de Andrade Moura.
Coorientadora: Kátia Augusta Maciel.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da Comunicação, Bacharel em Comunicação Social: Radialismo, 2023.

1. Rock in Rio. 2. WEB3. 3. Blockchain. 4. Música. 5. Memória Digital. I. Moura, Alberto de Andrade, orient. II. Maciel, Kátia Augusta, coorient. III. Título.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho com imenso carinho e gratidão, primeiramente, às três mulheres extraordinárias da minha vida: minha avó, minha mãe e minha irmã. Por muitos anos compartilhamos o mesmo teto, enfrentando inúmeras dificuldades, mas também celebrando as alegrias da vida juntas. Foi essa união e apoio mútuo que me permitiram chegar até aqui. Vocês são a minha família e o meu maior orgulho é ser a primeira entre nós quatro a alcançar este feito. O mérito dessa monografia é de todas nós.

Além disso, dedico este trabalho ao grupo musical RBD, a primeira banda da qual me tornei fã. Através da música e do audiovisual, eles me proporcionaram uma experiência única e despertaram em mim o desejo de seguir a graduação que escolhi. Sua arte e talento influenciaram a minha jornada, e sou grata por terem sido parte importante do meu crescimento pessoal e profissional.

Lo que hagas, siempre hazlo por amor

Pon las alas contra el viento

No hay nada que perder

(No pares - RBD)

AGRADECIMENTOS

Gostaria de começar expressando gratidão a Deus, sua proteção constante e bênçãos infindáveis me fortalecem e me dão coragem para enfrentar qualquer desafio.

À minha avó, Lúcia Loureiro, por todo amor, carinho, companheirismo e cuidado. Você sempre esteve ao meu lado, me encorajando a alcançar os meus sonhos e me apoiando em todos os momentos da minha vida. Costumo dizer que você é o amor da minha vida e reforço essa mensagem através desse agradecimento.

À minha mãe, Cristiane Loureiro, por todos os sacrifícios a fim de me gerar oportunidades, por todo amor, carinho e inspiração. Você é minha maior referência, e alcançar este momento é o resultado do meu acreditar na educação como uma das possibilidades de transformar as nossas vidas.

À minha irmã, confidente e futura veterinária, Giulia Loureiro, que mesmo sem saber, foi a minha motivação para dar o meu melhor e me esforçar ao máximo, com o objetivo de me tornar uma fonte de inspiração para ela (e deu certo!). Você é o maior agradecimento da minha vida.

Aos meus filhos felinos, Miah e Fubá, que me fazem a mulher mais feliz do mundo. Miah, minha primogênita, a nossa conexão e o nosso amor me renovam diariamente.

Ao meu pai, Heitor Pimenta, por me enxergar como uma mulher absurdamente incrível e fazer questão de me lembrar disso diariamente.

Ao meu avô Gerson Loureiro (in memoriam) e a minha prima Zelita Barcelos (in memoriam) que tanto me amaram e cuidaram, em vida. O meu “avô vascão” que era curioso com novas tecnologias e a Ze, que sempre me alimentava o meu amor por música. Amor eterno por vocês.

Aos meus amigos, Beatriz Cuin e Matheus Batista, e a minha namorada Gabrielle Pereira, não só por toda força e suporte emocional proporcionado nos últimos tempos, mas também pelas discussões, sugestões e insights que foram de grande valia para o enriquecimento deste estudo. Foi especial compartilhar esse momento com vocês.

E por último, gostaria de expressar minha profunda gratidão ao Alberto Moura e a Kátia Maciel, meu orientador e a minha co-orientadora, pela orientação, apoio e incentivo ao longo deste processo de pesquisa, a expertise, dedicação e paciência de vocês foi fundamental para o desenvolvimento deste trabalho. E a banca examinadora, Adil Lepri e Clarisse Siqueira, este trabalho não teria sido possível sem a colaboração de vocês.

PIMENTA, Gabriella Loureiro Portugal. **AS TRANSFORMAÇÕES DO ROCK IN RIO AO LONGO DAS EDIÇÕES: Um estudo sobre o impacto da tecnologia na experiência do público**: Alberto de Andrade Moura e Kátia Augusta Maciel.. Monografia (Graduação em Comunicação Social - Radialismo) Rio de Janeiro: Escola de Comunicação, UFRJ 2023.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar as transformações do festival *Rock in Rio* ao longo das suas edições, com foco no impacto da tecnologia na experiência do público. O *Rock in Rio* é um dos maiores festivais de música do mundo e tem desempenhado um papel importante na história do rock e do entretenimento ao vivo. Desde a sua primeira edição, o festival passou por diversas mudanças, tanto em termos de infraestrutura e organização quanto na forma como o público vivencia o evento. Nesse contexto, a tecnologia desempenha um papel fundamental, proporcionando novas formas de interação, comunicação e entretenimento para os espectadores. Através deste estudo, pretende-se analisar como as inovações influenciaram a experiência do público no *Rock in Rio*, desde a adoção de ferramentas tecnológicas até a incorporação de aplicativos móveis e realidade aumentada. Compreender essas transformações é essencial para compreendermos o impacto da tecnologia na indústria do entretenimento ao vivo e as possíveis perspectivas para o futuro dos festivais de música.

Palavras-chave: *rock in rio*; blockchain; tokenização; web3; música; eventos; festival; experiência; memória digital.

PIMENTA, Gabriella Loureiro Portugal. **THE TRANSFORMATIONS OF ROCK IN RIO THROUGHOUT THE EDITIONS: A study on the impact of technology on the audience experience.** Alberto de Andrade Moura and Kátia Augusta Maciel. Monograph (Bachelor's Degree in Social Communication - Radio Broadcasting) Rio de Janeiro: School of Communication, UFRJ 2023.

ABSTRACT

This study aims to analyze the transformations of the Rock in Rio festival throughout its editions, focusing on the impact of technology on the audience experience. Rock in Rio is one of the world's largest music festivals and has played a significant role in the history of rock and live entertainment. Since its first edition, the festival has undergone various changes, both in terms of infrastructure and organization, as well as in how the audience engages with the event. In this context, technology plays a crucial role, providing new forms of interaction, communication, and entertainment for spectators. Through this study, we intend to analyze how innovations have influenced the audience experience at Rock in Rio, from the adoption of technological tools to the incorporation of mobile applications and augmented reality. Understanding these transformations is essential to grasp the impact of technology on the live entertainment industry and the potential prospects for the future of music festivals.

Keywords: rock in rio; blockchain; tokenization; web3; music; events; festival; experience; digital memory.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
1.1 Fundamentação Teórica.....	11
1.2 Metodologia.....	12
2. A HISTÓRIA E O IMPACTO DOS FESTIVAIS DE MÚSICA.....	13
2.1 A história dos festivais de música no mundo até a primeira edição do RIR.....	13
2.2 O Rock in Rio e sua influência na formação musical e cultural de diferentes gerações...	15
2.3 Os impactos econômicos e socioambientais no Brasil.....	18
3. ROCK IN RIO E SUAS TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS.....	22
3.1 Um novo jeito de fazer música: O mercado musical e suas transformações tecnológicas.....	22
3.2 A utilização da tecnologia blockchain, a tokenização dos ingressos e as NFTs.....	27
3.3 O refinamento das tecnologias e sua atuação na fomentação da experiência ao público.	30
3.4 Patrocínio e Apoio: A tecnologia utilizada no fortalecimento de uma rede de negócios.	34
4. OS IMPACTOS DA TECNOLOGIA NA EXPERIÊNCIA DO PÚBLICO.....	37
Considerações Finais.....	37

1. INTRODUÇÃO

1.1 Fundamentação Teórica

Por trás da ideiação do *Rock in Rio*, um dos maiores e mais renomados festivais de música do mundo, temos Roberto Medina, empresário brasileiro que com grande frequência visitava Las Vegas, nos Estados Unidos e retornava ao Brasil demasiadamente inspirado com a grandiosidade dos espetáculos que assistia. Em 1980, Medina liderava a Agência de Publicidade Artplan, que viria a ter grande papel no desenvolvimento e na estratégia de marketing do evento. O festival inicialmente foi idealizado para se tornar uma grande plataforma de comunicação, promoção e experiência de marcas, começando com o lançamento de um novo produto da cervejaria Brahma, uma das clientes da Artplan.

Na época, o cenário político mundial era marcado pela Guerra Fria, a polarização liderada pelos Estados Unidos e pela União Soviética que dividia o mundo em ideologias discrepantes e vivia-se em meio a tensões militares. Neste mesmo período, a cultura se fortalece como principal forma de resistência, fomentando a música e desafiando o cenário da época. De acordo com o livro "*Tropical Truth: A Story of Music and Revolution in Brazil*" do renomado músico brasileiro Caetano Veloso, artistas como ele próprio e Gilberto Gil¹ utilizaram sua música como forma de desafiar o regime autoritário. No Brasil, o cenário político estava em transição com a quebra do regime militar e a população vivia um forte momento de reconexão com a democracia.

A organização do *Rock in Rio* enfrentou desafios significativos para atrair artistas internacionais na sua primeira edição, pois além do Brasil estar em um momento de transição política, o cenário político mundial também estava instável. Como consequência disso, a tarefa de convencer artistas estrangeiros a se apresentarem no *Rock in Rio* foi desafiadora. No entanto, Medina entendeu que a presença de artistas internacionais renomados era essencial para o sucesso do festival e foi perspicaz em sua abordagem, buscando o apoio de Frank Sinatra, um dos cantores e produtores mais influentes da época, que contou com o apoio da mídia internacional na divulgação do Brasil como um destino viável em perspectivas políticas e de segurança. Com isso, o *Rock in Rio* conseguiu atrair nomes artísticos gigantes já em sua primeira edição, como por exemplo, a renomada banda *Queen*.

¹ Gilberto Passos Gil Moreira é um cantor, compositor, multi-instrumentista, produtor musical, político e escritor brasileiro. Conhecido por sua relevante contribuição na música brasileira e por ser vencedor de prêmios *Grammy Awards*, *Grammy Latino* e galardoado pelo governo francês com a Ordem Nacional do Mérito.

Com sucesso, no dia 15 de janeiro de 1985, no dia da primeira eleição presidencial e marco do retorno da democracia, ocorreu a primeira edição do festival *Rock in Rio*, um dos maiores festivais de música do mundo, atraindo milhões de pessoas e proporcionando grandes e inesquecíveis experiências ao público. O evento nasceu da ideia de reunir grandes artistas da música em um só local, gerando uma experiência única ao público, o que ao longo de décadas, transformou-se em uma importante e verdadeira celebração global da música.

O festival que iniciou sendo apenas um festival de rock tem evoluído e se adaptado ao longo dos anos, se reinventando de acordo com as novas tecnologias e transformando a experiência do público de maneiras surpreendentes. Essas transformações vêm acompanhando o acelerado ritmo dos avanços tecnológicos em diferentes áreas e resultando um impacto significativo na forma como os fãs de música vivenciam, interagem e constroem memórias com o festival.²

1.2 Metodologia

Nesta monografia, proponho um estudo sobre as transformações do *Rock in Rio* ao longo das edições, com foco no impacto das tecnologias na experiência do público. Exploraremos como as inovações tecnológicas estão sendo inseridas no festival, desde mudanças em sua estrutura física, até o uso de dispositivos móveis, realidade virtual, tokenização dos ingressos, transmissões ao vivo e outras ferramentas digitais.

O resultado das análises apresentadas servirão para compreensão sobre como o refinamento das tecnologias têm influenciado a forma como os espectadores vivenciam o *Rock in Rio*, desde a compra dos ingressos, a interação durante os shows, até a construção de uma memória digital e como essas mudanças têm afetado a percepção do público em relação à experiência.

Além disso, abordaremos também as consequências dessas transformações no festival, nas dinâmicas da indústria da música, na fomentação do engajamento ao público e até mesmo na readaptação do mercado de patrocinadores a esse novo cenário. Como as tecnologias têm impactado a organização e a logística do evento, como elas têm afetado a relação entre artistas

² Segundo informações compartilhadas no documentário "Rock in Rio – a História", Andruca Waddington, Renata Brandão e Mariana Vianna. GLOBOPLAY, 2022 - 150min. (Disponível em <https://globoplay.globo.com/rock-in-rio-a-historia/trbnKN8cnXr/>), Acesso em 03 de Junho de 2023. ROCK IN RIO – A HISTÓRIA. Direção de Patricia Guimarães.

e fãs, quais são os desafios e as oportunidades geradas por essa evolução tecnológica e até mesmo um novo jeito de colecionar memórias.

Para responder a essas perguntas e alcançar os objetivos propostos, utilizaremos uma abordagem multidisciplinar, combinando análise de dados, acervo digital e consulta a informações compartilhadas por pessoas envolvidas na construção do festival. Esperamos que este estudo contribua para um amplo entendimento sobre a transformação da experiência do público ao longo das edições do *Rock in Rio*, festival que se reinventou em conjunto com as novas tecnologias.

2. A HISTÓRIA E O IMPACTO DOS FESTIVAIS DE MÚSICA

No presente capítulo, conheceremos resumidamente sobre a história dos festivais de música no mundo, analisando o impacto duradouro de alguns dos eventos mais notáveis na cultura musical, considerando a cena dos festivais de música até a primeira edição do *Rock in Rio*. Analisaremos como estes festivais moldaram a cultura musical a ponto de impactar na grandiosidade do *Rock in Rio* desde a sua primeira edição até o seu subsequente crescimento global, influenciando na formação musical, cultural e social de diferentes gerações que foram impulsionadas pela popularização de diversos gêneros musicais e marcadas pelo início da nova era da indústria do entretenimento feita ao vivo e por último abordaremos os impactos econômicos gerados para o Brasil, principalmente na sua cidade sede que apesar de ter um aumento grandioso nos períodos em que o festival ocorre, é na maior parte do tempo impactada pelo fortalecimento da imagem do país como destino cultural.

2.1 A história dos festivais de música no mundo até a primeira edição do *RIR*

Neste capítulo, iremos explorar a história dos festivais de música que ocorreram ao redor do mundo até que a primeira edição do *Rock in Rio* ocorresse no Brasil. Conheceremos alguns dos festivais mais emblemáticos que influenciaram o cenário musical e cultural, proporcionando experiências memoráveis para o público, para os artistas e as marcas atuantes. Além disso, apresentaremos um resumo sobre dados estimativos de participação de público desses festivais, incluindo o próprio *Rock in Rio*, confirmando a importância e o

favorecimento do acontecimento de cada um deles para a crescente dos seus respectivos públicos e para o desenvolvimento e construção do *Rock in Rio*.

Os festivais de música possuem raízes em diferentes culturas, países e a partir de diferentes contextos, por isso os seus cenários foram sendo construídos reproduzindo gêneros, formatos e comunicações diferentes. Não existe um fator padrão em comum entre eles, senão a música, essa que assume a sua forma física através dos populares festivais, quando reúne grandes públicos e colocam em prática uma grande experiência. Ela que carrega em seu significado a combinação de ritmo, harmonia e melodia, é capaz de transcender os seus próprios limites e tornar-se um verdadeiro marco cultural e social.

Com isso, todos os eventos já reconhecidos mundialmente foram relevantes para o desenvolvimento de futuros similares, que passaram a ter insumos qualitativos e quantitativos que ajudaram a moldar a experiência esperada pelo público ao longo dos anos.

Em 1969, Nova York tornou-se o quintal do *Woodstock Festival*, que reuniu cerca de 400.000 pessoas, até então uma das maiores reuniões de pessoas já notadas em um único festival. *Woodstock* foi símbolo da contracultura e do movimento hippie que buscava por amor, paz e liberdade em época de resistência e turbulência política mundial. Em seguida, o Festival de *Isle of Wight* realizado no Reino Unido em 1970, que atraiu uma multidão estimada em 600.000 pessoas, superando o *Woodstock* e deixando um legado histórico da música ao vivo. Ainda em 1970, os Estados Unidos testemunharam o *Atlanta Pop Festival* que reuniu aproximadamente 500.000 pessoas e destacou-se pela diversidade de gêneros musicais apresentados e por sua atmosfera inclusiva.³ Três anos depois, em 1973 sob estimativa de cerca de 600.000 pessoas, Nova York recebeu o Festival de *Watkins Glen*, que foi um grande sucesso devido às atrações que inseriram, solidificando a importância de festivais como plataformas de celebração da música.

⁴Cada um desses eventos teve um impacto significativo na cultura musical das suas respectivas épocas e influenciou tanto os artistas quanto o público, contribuindo então com o desenvolvimento da cena musical global. Todos os festivais citados haviam sido os maiores da história no quesito público, até a primeira edição do *Rock in Rio* em 1985. Para que o evento ocorresse, foi criado um centro comercial nomeado de “Cidade do Rock”, um espaço com 250mil m² no Rio de Janeiro, cidade sede do evento. A primeira edição foi realizada

³ Estes dados estão disponíveis no site www.gq.globo.com/Cultura/noticia/2015/08/show-historico-de-jimi-hendrix-vira-documentario-e-disco-a-o-vivo.html. Acesso em 04 de Junho de 2023.

⁴ Estes dados estão disponíveis no site www.uolmusica.blogosfera.uol.com.br/2015/06/12/conheca-alguns-dos-maiores-records-de-publico-e-m-shows/. Acesso em 04 de Junho de 2023.

durante dez dias, atraindo 15 atrações nacionais, 16 atrações internacionais e cerca de 1,4 milhão de pessoas, número cerca de três vezes maior do que os festivais ocorridos até então.

Hoje após 22 edições realizadas, uma delas no Maracanã, um dos maiores estádios do mundo, 130 dias de realização, quatro países (Brasil, Portugal, Espanha e Estados Unidos), 2.301 artistas escalados, o evento atinge o marco de 10 milhões de pessoas já presentes nas plateias, segundo informações divulgadas no site do festival.

2.2 O *Rock in Rio* e sua influência na formação musical e cultural de diferentes gerações

Neste capítulo, vamos explorar como o *Rock in Rio*, um dos atuais maiores festivais do mundo, influencia diretamente na formação cultural de diversas gerações e como o seu impacto é construído.

Como consequência do festival ser um dos maiores do mundo, ele acaba desempenhando um papel significativo na formação cultural e principalmente musical de diferentes gerações. O evento que já ocorre há 38 anos e desde então traz ampla diversidade de estilos musicais ao longo das suas edições, o que é possível de ser confirmado mediante uma rápida pesquisa considerando os principais artistas que já passaram pelos inúmeros palcos do evento e os seus respectivos gêneros musicais.

Em 1985, o festival contou com 34,4% de MPB e gêneros relacionados à música nacional, 37,9% de Rock, Metal e gêneros paralelos, 10,3% de Jazz e 17,2% de música Pop. Já em 2001, pouco mais de uma década após a primeira edição, o festival trouxe em sua composição, 37,7% de Rock, Metal e gêneros paralelos, 20,7% de MPB e gêneros relacionados à música nacional, 16,9% de Pop e 20,8% entre gêneros como: Reggae, Axé, Rap, Funk, Blues e Eletrônica. Atualmente, já na última edição do festival (2022), pudemos notar alguns pontos interessantes, como o aumento de novos gêneros e a redução no percentual de gêneros que vinham marcando forte presença no evento, como por exemplo os gêneros de Rock, Metal e paralelos que atingiu 18,2%, seguido do Pop, com 14,7%, já o espaço da música nacional considerando MPB, Funk, Rap e Forró (que aparece pela primeira vez com um show individual no cenário) atingiu 21,7% sendo 10,4% referente à crescente do Funk. Dos números apresentados, ainda na última edição do festival, o aumento mais significativo foi da música eletrônica, garantindo o pódio entre os gêneros inseridos no festival, com 37,3%, número superior ao Rock.

Abaixo, uma amostragem referente a alguns dos gêneros levados pro *Rock in Rio* de acordo com as suas respectivas edições, sendo possível visualizar a oscilação do Rock, o até então principal gênero do festival e a crescente curiosidade da música eletrônica citada anteriormente:

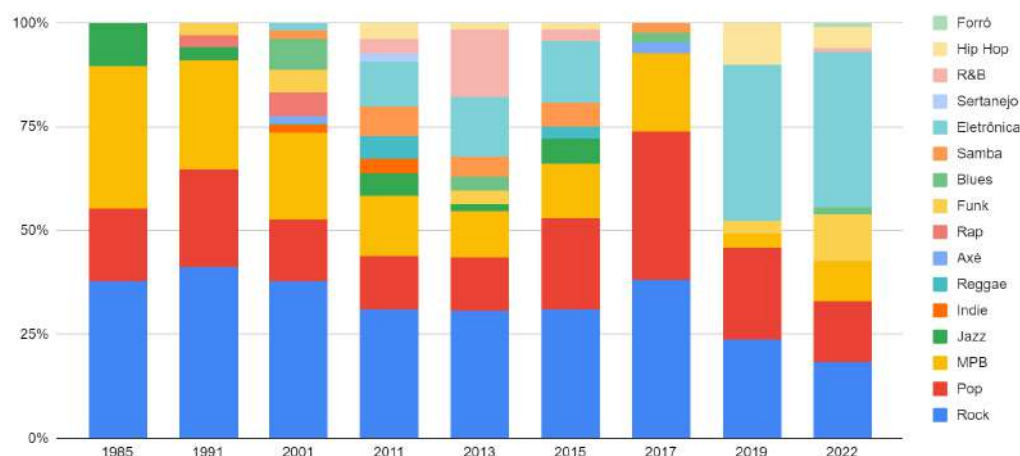


Imagem 01 - Gráfico com resumo das edições e dos gêneros musicais apresentados.

Nas primeiras edições do evento houve resistência de grande parte do público fiel ao evento conforme novos gêneros musicais iam sendo inseridos no *line up*, o público acreditava que o festival deveria respeitar a palavra “*Rock*” e só acrescentar artistas e apresentações relacionadas ao assunto. Com a ideia já construída, esse mesmo público passou a se manifestar durante os eventos e alguns artistas sofreram alguns tipos de agressões durante as suas apresentações no festival. O brasileiro Carlinhos *Brown* é um exemplo, o cantor recebeu vaias e garrafadas ao subir no palco do evento em 2001. A problemática citada exigiu grande esforço da parte da produção do *Rock in Rio*, que reforçou a comunicação em suas peças publicitárias sobre o quanto a palavra “*Rock*” possuía diferentes definições, mas que a sua essência era única, abrangia a variedade de estilos e tendências musicais e deveria ser respeitada.

Com o seu legado, o evento desempenhou papel fundamental no desenvolvimento e na promoção de diversos gêneros musicais ao longo dos anos, a partir da variedade de artistas e estilos presentes no festival, o que contribuiu para a disseminação de diferentes vertentes da música. O cenário foi possível a partir da criação de novos palcos, alguns até direcionados para estilos musicais específicos que foram sendo construídos ao longo das edições, permitindo que uma única pessoa fosse capaz de ter contato com inúmeros gêneros musicais em um único dia, o que acabou contribuindo diretamente no aumento das vendas de músicas, álbuns e até na criação de novas comunidades de fãs e clubes para artistas que se apresentavam

no festival. Ainda no primeiro ano do festival, o cantor norte-americano James Taylor, que já considerava a aposentadoria como única opção, teve uma reviravolta em sua carreira ao se apresentar no evento. Sua performance encantou o público e trouxe de volta sua esperança, levando-o a compor uma música em homenagem ao renascimento que o Rock in Rio proporcionou em sua carreira. A canção nomeada de “*Only a Dream In Rio*” possui trechos como

“Eu lhe digo que existe mais do que um sonho no Rio
Eu estava lá naquele dia
E meu coração voltou a viver
Havia mais
Mais do que as vozes cantando
Mais do que os rostos me olhando
E mais do que os olhos brilhando”

A homenagem realizada através da música de um dos artistas impactados reafirma a influência do evento na indústria fonográfica e a forma como o público do evento, apesar de inicialmente resistente, esteve constantemente aberto ao novo.

Em 2019, a produção do evento lançou o palco Supernova, idealizado por Roberto Verta, curador do palco, que pensou em um espaço dedicado para a nova geração de artistas conquistar o seu público e conseqüentemente ter visibilidade no evento. O palco é conhecido como local de grande mistura e os artistas selecionados são grandes apostas da produção do evento. Entre eles, estão nomes como Mariah Nala, que ganhou destaque após um vídeo viralizar nas redes sociais, a banda *Francisco El Hombre*, formada por irmãos mexicanos naturalizados brasileiros, e a cantora Priscilla Alcântara, conhecida no meio gospel, mas que estava em processo de construção de carreira no universo da música *pop*, com um álbum recém lançado. São artistas independentes, porém talentosos o suficiente para competir com os nomes consagrados que também se apresentam no evento.

O *Rock in Rio*, seguindo a linha do Supernova, apresentou o projeto "Por um Mundo Melhor", uma iniciativa idealizada por Roberta Medina, vice presidente do evento. Em 2011, o projeto teve como foco a formação de jovens músicos, defendendo a premissa de que a música desempenha um papel fundamental na educação. Com o objetivo de resgatar a importância da música como ferramenta educacional, o *Rock in Rio* ofereceu apoio na formação desses jovens por meio de um projeto piloto. Acredita-se que a música possui o poder de aprimorar a memória dos alunos, auxiliar nas relações interpessoais e na integração com a sociedade, além de contribuir para a educação como um todo. Além disso, a iniciativa também visava incentivar uma possível ocupação profissional na área musical. O projeto também possibilitou a criação de 10 salas de música que permitiram estudantes terem acesso a

essa forma de expressão artística e desenvolverem habilidades musicais. Essas iniciativas e outras informações apresentadas neste capítulo foram divulgadas através das redes sociais do próprio festival e evidenciam o impacto e a influência do *Rock in Rio* na formação musical.

A classificação etária do evento é de 16 anos e a idade do público varia de acordo não só com a edição do festival, mas também com as atrações presentes nos respectivos dias do evento, no entanto, o festival conta diariamente com diferentes faixas etárias e gerações impactadas. Por exemplo, se um jovem adolescente tem interesse em participar do evento, é comum que esteja acompanhado de seus pais, que pertencem a outra geração.

A última edição do festival ocorreu durante 7 dias, contendo mais de 500 horas de experiência ao público e 300 shows com mais de 1.200 apresentações artísticas, segundo divulgação do site oficial do festival. A edição foi o retorno do evento três anos após a sua última edição e foi marcada pelo encontro entre gerações, entretanto esse aspecto não era novidade para o evento, que sempre buscou mesclar apresentações de artistas jovens que estão em evidência com artistas mais experientes, que muitas vezes possuem uma longa história de participações no festival.

Apenas essa combinação entre artistas consagrados e novos é capaz de permitir que diferentes gerações se conectem e apreciem a diversidade musical presente no *Rock in Rio*. O festival tornou-se espaço de encontro e intercâmbio cultural, proporcionando aos espectadores uma experiência única e enriquecedora. Através de mais de 1.200 apresentações artísticas somente em sua última edição, é possível afirmar que o *Rock in Rio* reafirma seu compromisso em promover a união entre diferentes gerações por meio da música.

2.3 Os impactos econômicos e socioambientais no Brasil

Neste capítulo falaremos sobre como um único festival é capaz de impactar um país multicultural como o Brasil. Além da recepção de artistas nacionais, internacionais e da grandiosidade de marcas atuantes em seu patrocínio, o evento gera enorme movimentação nos negócios, impactando do pequeno ao grande empreendedor brasileiro. Também falaremos sobre os impactos socioambientais apresentando o projeto *Amazônia Live*, projeto do *Rock in Rio* que tem como objetivo ser uma plataforma de comunicação sobre a natureza e a restauração de florestas e trazendo dados sobre a política de sustentabilidade do festival, engajados e compartilhados por eles mesmos.

A popularidade, comprovada com os números do festival, pode ser considerada motivo de proveito para pequenas e grandes marcas brasileiras, que buscam se fazer presente e aproveitar a atenção centrada do público interessado no evento.

Segundo divulgação da organização do evento, também durante a última edição do festival, tivemos 420 mil pessoas de fora do Rio de Janeiro, representando 60% do público do festival, sendo 10 mil pessoas de mais de 30 diferentes países. O então retorno do evento gerou mais de 25 mil empregos diretos, mais de 1,7 bilhão de reais para a economia da Cidade do Rio de Janeiro, atingiu 94,51% de ocupação hoteleira, o maior recorde já registrado e no ramo da alimentação, os restaurantes e bares se beneficiaram com o aumento de 21,5% no faturamento estimado por eles, também resultado da atração dos turistas na cidade.

Potencialmente o maior evento relevante ao turismo do Rio de Janeiro, não só por seu volume de demanda, mas também pelo tempo de permanência que o seu público permanece na cidade, sendo quase 10 dias seguidos de alta demanda em um período historicamente de baixa temporada. Existem valores imensuráveis que o *Rock in Rio* atrai, como por exemplo a promoção da imagem da cidade e do país. Os dados apresentados representam parte deste impacto positivo, confirmando a informação de que mais da metade da capacidade do evento é ocupada por pessoas de fora da cidade, público que além de frequentar o festival, aproveita a viagem para conhecer a cidade e como consequência alimentam a economia local, comprovando maior impacto econômico na cidade sede do festival.

Durante os dias de evento existe a atuação de vendedores ambulantes pelas redondezas do local do evento, vendendo alimentos, bebidas e até souvenirs confeccionados com estampas dos principais artistas do *line up*. Eles atuam desde cedo durante a formação de fila do público para o evento, permanecendo durante todo o dia e até mesmo após o término do festival, possibilitando parte do público que não havia garantido um souvenir de recordação antes ou através da compra de produtos oficiais do *Rock in Rio* durante o evento, de efetuar a compra e garantir em última oportunidade, uma lembrança física. As estampas confeccionadas costumam carregar frases como: “*Rock in Rio - Eu fui*” e fazem parte do grupo de produtos mais vendidos por eles, que é liderado pela água e a cerveja, itens aparentemente essenciais para aguardar o início do evento. Segundo dados da Associação de Vendedores Ambulantes do Rio de Janeiro, estima-se que nas últimas edições, os vendedores tenham lucrado cerca de 15 milhões, reforçando a importância desses empreendedores para a economia local.

Além dos impactos econômicos, o *Rock in Rio* também destaca-se mundialmente pelos impactos socioambientais não só incentivados, mas também comprovadamente realizados. O

case de sucesso do festival é o projeto *Amazônia Live* que possui como missão estabelecer a comunicação sobre o cuidado que é necessário que cada indivíduo tenha com o planeta, mostrando que pessoas, governos e até empresas são responsáveis pela diferença em prol de um futuro mais saudável, foi lançado em 2016 com a promessa de restauração de 1 milhão de árvores nas cabeceiras do rio Xingu, um dos mais extensos e importantes afluentes do rio Amazonas e segundo fontes divulgadas pelo próprio projeto, 800 mil árvores na mesma região pela CI-Brasil, conservação internacional conhecida por suas parcerias locais com ONGs e povos indígenas e também parceira do projeto. Atualmente, o projeto alcança mais de 4,4 milhões de árvores já plantadas e 40 mil hectares de floresta recuperada. Além disso, o projeto já recebeu mais de 2 milhões de doações de árvores vindas do mundo inteiro, além da contribuição de mais de 100 mil árvores doadas pelo público do festival, somente entre 2017 e 2019 durante as compras dos ingressos. Liderado pelo festival, o projeto possui apoio aos recursos financeiros liderado pela Funbio, associação civil com foco na conservação da biodiversidade no Brasil sem fins lucrativos e vem sendo executado em campo através de ações do Instituto Socioambiental (ISA). O *Amazônia Live* colabora com o equilíbrio ambiental e consequentemente impulsiona a economia da região de Xingu, engajando membros da Associação Rede de Sementes do Xingu com empregos relacionados ao processo de plantio das sementes do projeto.

Conduzidos pelo propósito que busca um mundo melhor, o festival busca construir e reforçar socialmente um legado positivo dentro da comunidade do *Rock in Rio*, promovendo práticas sustentáveis que gerem valor não só econômico, mas principalmente social e ambiental. Em 2013, o evento recebeu a sua primeira certificação voluntária para gestão sustentável de eventos na América Latina, a ISO 20121, criada pela *International Organization for Standardization* visando auxiliar organizações a melhorar a sustentabilidade ao longo dos ciclos de gestão de eventos. Atualmente o evento conta com a avaliação de pilares definidos como garantidores básicos de sustentabilidade do evento, são eles: a acessibilidade (questões de acessibilidade associadas ao contexto do local), o combate ao suborno e a corrupção, a comunicação (atividades relacionadas ao envolvimento das partes interessadas e a circulação das informações de forma clara e transparente), a comunidade local (impactos diretos e indiretos nas atividades do evento na comunidade, questões de entrada, operação e saída), práticas do consumidor (atividades em risco de não satisfazer as necessidades do público), a discriminação e os grupos vulneráveis (atividades em risco significativo de discriminação ou violação dos direitos de grupos vulneráveis e de povos indígenas), desempenho econômico (impactos econômicos diretos e indiretos na

comunidade), aquisições e escolha de materiais e serviços (utilizando critérios de sustentabilidade), utilização e recursos (atividades em risco de utilização irresponsável e ineficiente de recursos, incluindo energia, água e materiais), alimentos e bebidas (serviços de fornecimento de alimentos e bebidas sendo acessíveis, seguros e higiênicos), desenvolvimento humano e formação (força de trabalho por tipo de emprego, contrato e região), biodiversidade e preservação (valorizar e proteger a diversidade da vida em todas as suas formas), segurança e bem-estar (políticas e procedimentos de segurança via sistemas de emergência, evacuação e direitos humanos), resíduos (prevenção, redução, deposição e gestão de resíduos) e por último, transporte e logística (impactos do transporte de pessoas), todos mencionados segundo relatório de sustentabilidade do festival, divulgado em janeiro de 2022.⁵

Outro fator que garante a sustentabilidade do evento é a abordagem cuidadosa dos resíduos gerados ao longo dos dias do festival. Além dos esforços da equipe contratada para limpeza antes, durante e após o evento, são realizadas ações voltadas para a gestão desses resíduos. A organização do festival conta com o apoio de patrocinadores, que desempenham um papel fundamental na implementação de ações de engajamento com o público, que também é parte importante na contribuição e no respeito à gestão dos resíduos. Essa abordagem envolve o planejamento e a execução de medidas, todas reforçadas em comunicações do evento, para minimizar, reciclar e descartar adequadamente os resíduos, contribuindo assim para a preservação ambiental e a promoção da sustentabilidade do evento.

Ainda segundo o relatório de sustentabilidade publicado pela organização do festival no último ano, o Rio de Janeiro a partir de 1.933 toneladas de resíduos, sendo 418 indiferenciados e 1.515 reciclados, obteve uma média de 80% na reciclagem eficaz. Já em números totais, o evento já reciclou 42 toneladas de vidro, 449 toneladas de plástico, 531 toneladas de papel, 408 toneladas de madeira, 568 toneladas de orgânico e 9 toneladas de óleo de cozinha, o que como consequência poupou números equivalentes a alimentação de energia em 16.000 residências domiciliares e a 400 voltas de um veículo de gasolina à superfície da terra, evitando a emissão de 2.192 toneladas de CO₂ na atmosfera, além de ter evitado também, a extração de 54,6 toneladas de areia, o consumo de 68 toneladas de petróleo e a contaminação de 282 milhões de litros de água com a separação do óleo, que acabaram poupando 52 milhões de litros na produção de novos materiais.

Com as informações e dados apresentados, entendemos que o *Rock in Rio* é responsável pelo crescimento econômico quando adquire insumos e mão de obra que são

⁵ Dados disponíveis no site www.rockinrio.com/rio/pt-br/por-um-mundo-melhor/. Acesso em 03 de Junho de 2023.

indispensáveis para o seu acontecimento, mas que também engajam outras inúmeras esferas que se auto promovem e conseqüentemente são impactadas economicamente. Também é possível comprovar o quanto a organização do evento não só participa e promove ativamente ações de responsabilidade própria e de engajamento ao público com o objetivo de redução de danos socioambientais, mas o quanto essas ações são de fato eficazes, gerando até certificações ao evento.

No entanto, seria interessante explorar as oportunidades de engajamento sustentável fora do período do evento, aproveitando as iniciativas contínuas que mantêm a energia do *Rock in Rio* ao longo do ano. Além disso, seria benéfico repensar a estrutura de preços dos ingressos para incluir doações diretas a projetos específicos, garantindo uma contribuição constante para causas relevantes. Embora a opção de doações individuais continue disponível, ter um sistema oficial de doações incorporado ao processo de compra de ingressos seria uma maneira eficaz de garantir uma receita consistente para esses projetos a cada edição.

3. ROCK IN RIO E SUAS TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS

Neste capítulo, discutiremos as transformações tecnológicas ocorridas ao longo das edições do Rock in Rio e seu impacto direto na experiência do público. Apresentaremos evidências que demonstram como a evolução tecnológica incorporou ferramentas extraordinárias, aprimorando o envolvimento dos espectadores e proporcionando uma experiência única ao público do festival. Abordaremos as mudanças estruturais nos palcos, o modelo de transmissão aprimorado e até mesmo as inovações em iluminação, som, efeitos especiais e visuais que antes não eram tão comuns em eventos realizados no Brasil. Além de falarmos sobre a indústria do entretenimento e a sua busca constante por inovações tecnológicas que possam aprimorar não só a experiência do público, mas também a segurança estrutural da realização do evento, citando a tecnologia *blockchain*, a nova forma inovadora de vender ingressos e valorizar ativos digitais como obras de artes e itens colecionáveis.

3.1 Um novo jeito de fazer música: O mercado musical e suas transformações tecnológicas

Neste tópico, abordaremos a evolução das estruturas do Rock in Rio ao longo das edições, destacando as tecnologias e soluções implementadas ao longo do tempo.

Apresentaremos informações fornecidas pela produção do evento sobre a arquitetura dos palcos, explorando as tecnologias mais recentes utilizadas e discutindo seu impacto nos artistas, na produção e no público do festival. Além disso, discutiremos a expansão dos modelos de transmissão simultânea do evento e a crescente importância de um palco exclusivo para um determinado estilo musical, que se tornou referência na utilização das ferramentas tecnológicas mais modernas e na introdução dessas inovações ao Brasil.

Na histórica primeira edição do festival em 1985, Roberto Medina, idealizador do evento, recebeu suporte da banda *Queen*, que além de realizar uma marcante apresentação, também desempenhou um papel crucial nos bastidores do evento. A banda britânica, segundo informações compartilhadas na série sobre a história do festival, emprestou a base de seu equipamento de iluminação para compor a estrutura do palco principal. O gesto permitiu que o *Rock in Rio* contasse com um sistema de iluminação de qualidade, garantindo a atmosfera envolvente e visualmente impactante do evento. O evento contou com o material de *grid* de luz, responsável por controlar e direcionar a incidência da luz, também emprestado pela banda, que foi utilizado em todas as apresentações da primeira edição do festival. Essa colaboração demonstrou o espírito de união e solidariedade que marcou o início do *Rock in Rio*, deixando um legado significativo para as futuras edições.

Na edição mais recente do festival, em 2022, o *Rock in Rio* surpreendeu com a grandiosidade de sua estrutura. De acordo com a organização do evento, o principal palco foi construído com 30 metros de altura e utilizou cerca de 200 toneladas de aço reciclável. Um dado impressionante é que todo esse aço reciclado, ao final do festival, foi reutilizado na construção de casas, edifícios e até mesmo centros hospitalares, proporcionando benefícios socioambientais significativos. Além disso, o palco apresentou largura de 104 metros, equivalente a duas piscinas olímpicas, proporcionando uma área ampla e imponente para as performances dos artistas. O projeto de instalação de som, projeção e iluminação demandou um prazo de 30 dias para ser concluído, demonstrando o cuidado e a atenção dedicados à criação de uma experiência audiovisual de alta qualidade para o público.

Atualmente, o *Rock in Rio* conta com o suporte da empresa *LPL Professional Lighting* para atender as demandas tecnológicas que fazem o evento acontecer, desde o som até a estrutura e efeitos especiais dos palcos. Segundo informações divulgadas da produção de *backstage*, a empresa utiliza as soluções tecnológicas mais atuais, o que apesar de ser incrível para a experiência do público e dos artistas, torna o trabalho cada vez mais complexo. Na edição de 2022, a empresa arquitetou um dos palcos do evento inteiramente com

equipamentos de IP65, tecnologia nova e considerada até novidade no Brasil, são equipamentos completamente à prova de poeira e protegidos contra jatos de água.

Trabalhar com as tecnologias mais avançadas do mercado pode oferecer uma experiência incrível ao público. No entanto, essa adoção requer cuidados, pois como a *LPL* citou complexidade, eventuais problemas também podem exigir uma resolução mais complexa, o que pode afetar negativamente a experiência. É essencial reconhecer que a adoção de novas tecnologias é uma via de mão dupla que deve ser feita com cautela, contando com uma equipe de profissionais experientes e atentos para garantir o sucesso e a satisfação do público.

Outro tópico importante é a arquitetura tecnológica de um palco. O Rock in Rio apesar de ter iniciado no ramo dos festivais com um único palco, atualmente conta com mais de 8 palcos, além de espaços alternativos para apresentações. Os palcos podem ser divididos de acordo com gênero musical, estilo, geolocalização, patrocínio ou até mesmo por temas pautados nas respectivas edições. A *LPL* também cuida da arquitetura tecnológica dos palcos, adaptando projetos originais aos pedidos dos artistas, que ao receberem um arquivo com as plantas dos palcos, negociam mudanças e adequações com a empresa, que se adequa ou não, mediante responsabilidade visando preservar a integridade física dos equipamentos.

No palco principal do Rock in Rio, a infraestrutura tecnológica utiliza de uma rede de fibra óptica para interligar as torres de *delay*⁶, garantindo a transmissão precisa do áudio e da luz. Além disso, o evento conta com uma área dedicada à *housemix*⁷, a responsável por abrigar os sistemas de controle da sonorização e iluminação. Essa área é conectada a diferentes elementos do festival, desde a atração de tirolesa, a torre de patrocinadores, a área *VIP* e as torres com luzes da plateia. Todo esse complexo sistema é supervisionado por uma equipe de colaboradores especializados, que controlam cada detalhe, desde a chegada e saída da tirolesa até as luzes de platéia nas torres de *delay*. A sincronização perfeita é alcançada através de uma trilha de *timecode*, um código digital gravado na fita de vídeo. Esse *timecode* permite uma localização precisa e sem variações dos pontos de áudio e vídeo, sendo acionado quando necessário para coordenar as diferentes etapas do espetáculo. Entre os profissionais técnicos envolvidos na execução desta tarefa, temos engenheiros de áudio (responsáveis por configurar e operar o sistema de áudio do festival, garantindo a qualidade sonora e a

⁶ Delay é um efeito acústico e uma unidade de efeitos que grava um sinal de entrada em um meio de armazenamento e, em seguida, o reproduz após um período de tempo.

⁷ A House-Mix é uma estrutura feita para abrigar o sistema de controle da sonorização e da iluminação, podendo ser construída em dois ou mais níveis e em dimensões variadas.

sincronização do som com o *timecode*), técnicos de vídeo (atuando na configuração e operação dos equipamentos de vídeo, como telões, painéis de *LED* e projeções, assegurando que as imagens sejam exibidas corretamente e estejam sincronizadas com o *timecode*), programadores e especialistas em automação (responsáveis por desenvolver e programar *softwares* de sincronização, garantindo que todos os elementos técnicos, como iluminação, efeitos especiais e pirotecnia, estejam perfeitamente alinhados com o áudio e o vídeo) e a equipe de produção (responsável por coordenar o processo de sincronia trabalhando em conjunto aos profissionais citados a fim de garantir que o resultado final atenda às expectativas). Essa tecnologia avançada possibilita uma experiência audiovisual imersiva e de alta qualidade para o público presente no *Rock in Rio*.

O *Rock in Rio* também oferece uma experiência inclusiva para o público que não pode comparecer pessoalmente ao evento. Anteriormente, a transmissão do festival se limitava aos canais de televisão da Rede Globo, uma das patrocinadoras e parceiras do evento. No entanto, com os avanços tecnológicos, as transmissões se expandiram para diversos formatos. Agora, os fãs podem acompanhar o festival não apenas pela televisão, incluindo canais abertos e fechados, mas também por meio de plataformas de *streaming* e até mesmo pela internet, usando seus computadores ou dispositivos móveis. Segundo matéria da própria emissora, a Globo realizou uma cobertura multiplataforma do *Rock in Rio*, exibindo os shows na TV aberta, após sua programação noturna, e ao vivo nos canais pagos Multishow e Bis. A transmissão em tempo real também aconteceu pelo Globoplay, que forneceu aos assinantes do plano Canais Globo, a opção de acompanhar os shows ao vivo e em 4K⁸.

Um exemplo notável ocorreu na última edição, quando o *Rock in Rio* estabeleceu parceria com o *TikTok*, um dos seus também patrocinadores, permitindo que o festival fosse transmitido por meio do perfil oficial do evento na plataforma de redes sociais. Desempenhando um papel significativo na cultura digital, a rede social se consolidou antes mesmo da parceria, como uma das mais influentes, residindo sua capacidade em proporcionar entretenimento rápido e envolvente. Na plataforma de mídia social, os usuários criam e compartilham vídeos curtos com facilidade, além de receberem sugestões baseadas em algoritmos⁹ que personalizam o conteúdo recebido de acordo com as preferências individuais dos usuários, automaticamente gerando a descoberta de novos talentos, tendências virais e

⁸ Resolução de qualidade de imagem.

⁹ Um algoritmo é uma sequência de instruções ou comandos realizados de maneira sistemática com o objetivo de resolver um problema ou executar uma tarefa. A palavra "algoritmo" faz referência ao matemático árabe Al Khwarizmi, que viveu no século IX, e descreveu regras para equações matemáticas.

influência cultural. Essa ampla disponibilidade de opções de transmissão possibilitou que pessoas de todo o mundo pudessem acompanhar o *Rock in Rio*, promovendo uma maior democratização, mais uma vez, no acesso ao evento.

Dentre os ganhos das inovações tecnológicas atuando em um novo jeito de fazer música, podemos considerar a música eletrônica como um deles, já que segundo artigo publicado na plataforma *MusicDot*, podemos classificar como música eletrônica toda música que é criada ou modificada por meios digitais e/ou tecnológicos, realizados através de *softwares*, aplicativos, sintetizadores, gravadores digitais, controladores entre outros.¹⁰ A partir de dados já apresentados nesta monografia, pudemos identificar o crescimento do público amante de música eletrônica ao longo do tempo e das edições do evento, que com o passar do tempo precisou aumentar o número de convites para artistas desse gênero e posteriormente dedicar um palco exclusivo para atender a essa demanda. Sendo o terceiro gênero musical mais popular do mundo, segundo a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, em inglês), com mais de 1 bilhão de ouvintes globais em uma pesquisa realizada no ano de 2020, ficando atrás apenas do *pop* e do *rock*.

Um ano antes desta pesquisa, em 2019, o *Rock in Rio* inaugurou o palco *New Dance Order*, que em 2022 foi ampliado em uma estrutura de 65 metros de extensão e 24 metros de altura, 560 metros quadrados de *LED screen* e reuniu mais de 60 artistas do gênero, com apresentações projetadas em cenários de efeitos visuais surpreendentes, shows pirotécnicos, de laser e outras performances tecnológicas, segundo informações encontradas no site oficial do evento. O palco aproveitou a reforma para criar uma *websérie*¹¹ que mistura ficção com realidade com quatro episódios e transmitir entre as apresentações. A história tem como protagonista um vírus vindo do futuro que invade os celulares das pessoas do nosso tempo, executando uma música de autoria desconhecida, que traz padrões ocultos em sua frequência, revelando uma mensagem de convocação. Para evitar que a inteligência artificial tome conta do planeta e que o convívio entre seres humanos se dê somente em ambientes simulados, as pessoas precisam se unir em torno da música, dançar e praticar a resistência.

A existência do palco reforça o espaço da música eletrônica, mas ao apresentar a *websérie* citada, utiliza dela para transmitir uma breve crítica que reforça a responsabilidade com a tecnologia. Imersos em um evento envolto em tecnologia de ponta, refletimos sobre até

¹⁰ Informação disponível no site www.musicdot.com.br/artigos/musica-eletronica. Acesso em 03 de Junho de 2023.

¹¹ Websérie disponível no site www.youtube.com/watch?v=aK-nTfMslyw. Acesso em 03 de Junho de 2023.

quando estaremos verdadeiramente presentes, considerando o constante progresso tecnológico ao nosso redor.

3.2 A utilização da tecnologia blockchain, a tokenização dos ingressos e as NFTs

Neste capítulo, exploraremos a tecnologia blockchain, sua definição, princípios e funcionamento, bem como o impacto da tokenização dos ingressos no Rock in Rio. Abordaremos os benefícios e malefícios dessa abordagem tanto para o público quanto para a organização do festival, destacando a transparência e rastreabilidade aprimoradas das transações no evento. Além disso, discutiremos o novo projeto de NFTs do Rock in Rio, que consiste na concessão de pulseiras colecionáveis aos participantes do evento.

A tecnologia *blockchain* foi criada por Stuart Haber e Scott Stornetta em 1991, enquanto trabalhavam em uma empresa de fotocopiadoras. Embora trabalhassem em uma empresa de fotocopiadora, exploraram uma nova tecnologia totalmente contrária e que se tornou conhecida justamente pela sua capacidade de impedir a replicação de informações. Eles tiveram a ideia de criar um sistema de registros digitais imutáveis após uma experiência polêmica em que algumas pessoas conseguiram fraudar um artigo de biologia utilizando uma tinta especial, o que fez os dois notarem a facilidade com que um registro em papel poderia ser falsificado. Isso os levou a refletir sobre a necessidade de um sistema digital que garantisse a segurança e a integridade das informações de forma mais eficiente, pois já que era tão fácil falsificar registros em papel, entenderam que registros virtuais seriam falsificados ainda com maior facilidade.

Em 1992 eles incluíram criptografia nesse registro de tecnologia e até 2008 não se tinha um nome real, eram conhecidos apenas como blocos de informação e dados em cadeia, sendo natural unirem as duas palavras e chamarem de *blockchain*. A tecnologia é muito comparada a um tecido digital, onde você não consegue puxar um bloco do meio da cadeia sem afetar os blocos seguintes, ou seja, ao ser alterado é possível notar essa alteração através da história das cadeias dos blocos, assim como não é possível puxar um fio de um tecido e desfazer essa ação sem que ela afete o restante do tecido.

A tecnologia criada, nada mais é do que um banco de dados que armazena dados em blocos que se interligam em uma cadeia. Os dados são cronologicamente consistentes porque não é possível excluir nem modificar a cadeia sem o consenso da rede. Como resultado, a tecnologia *blockchain* possibilita a criação de um registro imutável e inalterável, conhecido

como *ledger*, que é o permissor do monitoramento de pedidos, pagamentos, contas e outras transações. O sistema incorpora mecanismos integrados que impedem a inserção de transações não autorizadas e estabelecem uma visão compartilhada e consistente dessas transações. Atualmente milhares de projetos realizados em diferentes setores utilizam a tecnologia *blockchain* e os seus recursos revolucionários mais conhecidos, segundo dados da AWS¹², plataforma de serviços de computação em nuvem. Essa estrutura de registros permite a descentralização das informações e irá continuar mudando nossa vida ao longo dos anos. Um exemplo dessa descentralização é o registro de transações financeiras em uma criptomoeda, como o *Bitcoin*¹³. Em sistemas tradicionais, como os bancos ou instituições financeiras utilizam, as transações são centralizadas, ou seja, registradas e verificadas por uma autoridade central. Utilizando a tecnologia *blockchain*, as transações são registradas em uma rede distribuída de computadores chamados "nós" e cada nó na rede possui uma cópia do registro completo de transações e participa da validação e verificação, reforçando a segurança e resistência a ataques e confiabilidade. Essa descentralização é capaz de tornar um sistema independente de uma autoridade central ao distribuir sua rede entre alguns participantes.

O mecanismo é completamente resistente e inteligente e assumindo a sua utilização, automaticamente você deixa de depender de um único servidor, passando a dividir informações entre alguns servidores, ou seja, para destruir um bloco de informações, você teria que destruir todos, reduzindo a chance de perda desses dados. Ele funciona entre 4 etapas, sendo elas o registro da transação, a obtenção do consenso, o vínculo entre os blocos e o compartilhamento do *ledger*, que nada mais é do que uma autenticação de dois fatores.

Ao termos a definição de *blockchain* já definida é possível relembrar a última edição do *Rock in Rio* (2022), onde o festival aderiu à tecnologia em uma das suas iniciativas de sustentabilidade, utilizando-a para contabilizar o destino dos materiais reciclados recolhidos durante as apresentações. A produção, segundo divulgação própria, contou com a parceria da *startup* Reutiliza na criação de um sistema de rastreabilidade de resíduos produzidos durante o evento, sendo possível saber para onde destinar os materiais recicláveis recolhidos.

Outro exemplo que afeta diretamente ao público, é o processo de compra de um ingresso do *Rock in Rio*, uma dinâmica que demanda paciência, atenção, tempo e até mesmo sorte, visto que os ingressos se esgotam em um curto período de tempo, o que aumenta a

¹² Dados disponíveis em www.aws.amazon.com/pt/what-is/blockchain/. Acesso realizado em 05 de junho de 2023.

¹³ *Bitcoin* é uma criptomoeda livre e descentralizada, um dinheiro eletrônico para transações financeiras ponto a ponto, originalmente descrita em um artigo por um programador ou grupo de programadores sob o pseudônimo Satoshi Nakamoto, publicado em 31 de outubro de 2008 na lista de discussão *The Cryptography Mailing*.

possibilidade de uma compra não sucedida. Considerando esse cenário, o público desde as primeiras edições passou a buscar iniciativas paralelas à venda oficial para conseguir adquirir um ingresso para o evento, às vezes comprando de pessoas conhecidas que não terão como comparecer ao evento e às vezes arriscando a compra através de um cambista, uma pessoa que trabalha com a compra de ingressos para revenda por valores superiores ou de um desconhecido.

A tecnologia possibilitou o processo de tokenização dos ingressos, o que tem revolucionado a forma como são emitidos, distribuídos e até mesmo controlados, conforme informações acima. Ao transformar os ingressos em *tokens* digitais, torna-se possível garantir a autenticidade, a rastreabilidade e a segurança deles, garantindo maior segurança para quem está efetuando a “recompra”. Através da criptografia e da descentralização proporcionadas pela tecnologia blockchain, os ingressos passam a ser protegidos contra falsificações e fraudes, ao mesmo tempo que oferecem maior transparência e confiabilidade para o público. Por outro lado, o uso de ingressos físicos proporcionava um contexto mais propício para transações não oficiais, pessoas se encontravam e efetuavam a troca. No entanto, diante da modernização e *tokenização* dos ingressos, surge a questão de como garantir que um cambista ou um estranho mediante a uma venda *online*, realmente entregará o ingresso após receber o pagamento.

Parte da ação torna-se positiva visto que ela atua sob propriedades de segurança e que um dos problemas vem sendo justamente a falta de controle e transparência na venda e no processo de emissão dos ingressos, segundo o portal de vendas do evento, fazendo com que eles porem nas mãos de cambistas e que haja o descontrole por parte dos organizadores sobre quem de fato compareceu ao evento. Vender os ingressos utilizando da tecnologia é aumentar a segurança do evento que terá maior prioridade na auditoria do seu público, alcançando consequências positivas, não só por saber quem está em estado físico ocupando o evento, mas também na hora de conhecer com maior fidelidade o seu público e conseguir entregar um festival de acordo com o que é esperado.

Atualmente ao realizar uma compra, os ingressos ficam disponíveis para *download* no portal do evento em data próxima ao festival, permitindo e exigindo que o usuário não só baixe o ingresso e o guarde em sua carteira digital, como também, caso queira repassar para outra pessoa, tenha a autonomia de enviar a permissão do ingresso via *e-mail* e não ter mais formas de acessá-lo, garantindo a segurança de quem está efetuando a compra ou troca. No dia do evento, a entrada é liberada mediante leitura de um *QR code*, código de barras bidimensional que pode ser escaneado a partir de equipamentos com câmera, através também

da carteira digital. Com isso, espera-se que o público se prepare para armazenar o ingresso em um dispositivo móvel atual que possua uma carteira digital, tornando o aparelho um item indispensável a ser levado no dia do evento. No entanto, é importante ressaltar que essa exigência pode não ser uma experiência positiva para aqueles que não possuem um aparelho nessas condições ou que preferem não levar um celular para um evento de grande porte.

Partindo da *tokenização* dos ingressos, outra ação que o festival criou no último ano, pensando na experiência do público que ao longo das edições tornou as pulseiras de entrada ao evento como item colecionável, foi a criação de *non-fungible tokens*, popularmente conhecidas como pulseiras *NFTs*, um tipo especial de *token* criptográfico que representa algo único e são ativos digitais que ficam armazenados na *blockchain*. Segundo o Luis Justo, *CEO* do *Rock in Rio*, as pulseiras de *NFTs* serão a mais nova forma de dizer “Eu fui” e uma forma inédita de eternizar cada lembrança do festival. A campanha registrou a maior operação em números de transações de *NFTs* na América Latina de todos os tempos e o maior volume de transações no mundo, na sua data de lançamento. Segundo Luis, nada é capaz de substituir a experiência de estar ao vivo no evento, mas a iniciativa não só traz a possibilidade de eternizar na *blockchain* mais uma das memórias de quem viveu o festival, como também ajudará centenas de milhares de pessoas a terem o seu primeiro contato com o mundo dos *non-fungible tokens*, coleções de arte digital e todas as possibilidades que se abrem com essa tecnologia.

Portanto, a utilização da tecnologia *blockchain* e a tokenização dos ingressos permitiram maior transparência e segurança nas transações dos ingressos, além de facilitar o acesso dos fãs ao evento. A introdução das *NFTs* trouxe uma dimensão única e exclusiva ao festival, alcançando recordes e demonstrando inovação da parte do festival, já que até então, não era comum festivais oferecerem aos seus participantes a oportunidade de possuir itens exclusivos e colecionáveis que conversassem com o momento tecnológico atual. Segundo divulgação da mídia, aproximadamente 51 mil pulseiras *NFT* foram resgatadas de um grupo de cerca de 700 mil pessoas.¹⁴

3.3 O refinamento das tecnologias e sua atuação na fomentação da experiência ao público

¹⁴ Dados disponíveis no site www.lulacerda.ig.com.br/rock-in-rio-mais-de-51-mil-pulseiras-em-nft-foram-resgatadas-pelo-publico-que-foi-ao-festival/. Acesso realizado em 05 de julho de 2023.

Neste capítulo abordaremos o refinamento das tecnologias no Rock in Rio ao longo das edições, quando o festival começa a utilizar de inovações tecnológicas como método de aprimoração e passa a utilizar de aplicativos, das redes sociais e plataformas digitais para se aproximar do público, construir uma experiência coletiva e promover uma participação ativa. Falaremos sobre a utilização do festival inserido no Metaverso, na utilização de uma assistente virtual à disposição como fornecedora de informações do festival, sobre a utilização de ferramentas como recursos adicionais à experiência dos shows e da consequência na criação de espetáculos imersivos. O capítulo apresenta casos de aplicação dessas tecnologias e destaca os benefícios para o público e a organização do festival.

Apelidado como a “Disney do Rock”, o *CEO* do *Rock in Rio*, Luis Justo revelou a empresa Disney como principal inspiração no quesito experiência ao público. Segundo ele, a equipe do festival trabalha para criar experiências únicas aos clientes, tanto no palco quanto fora dele. *O Rock in Rio* transformou-se ao longo das edições em um parque temático do entretenimento gerido pela música, fornecendo tecnologia não somente através dos espetáculos apresentados através dos shows, mas também através das experiências propostas com o objetivo de se tornar inesquecível aos fãs do festival. Apesar do desenvolvimento ao longo das edições e das tecnologias, o festival conta com a análise de dados como ferramenta de aprimoramento da experiência que buscam oferecer, sempre tomando decisões baseadas no mais próximo que conseguem chegar do que o público aguarda.

Com os avanços tecnológicos, grandes empresas do mercado, seja ele do ramo de entretenimento ou não, buscaram utilizar da tecnologia para oferecer produtos e serviços mais assertivos com o que os seus clientes esperavam, e com o *Rock in Rio* não foi diferente, visto que o festival está sempre em busca de tecnologias que possam aprimorar as experiências e torná-las ainda mais memoráveis. No que diz respeito à inovação, Justo acredita que ela deva estar presente em todas as áreas da empresa, visando estimular a criatividade para manter uma cultura de inovação constante.

Fazendo referência ao cenário tecnológico totalmente atrelado ao espetáculo musical, na edição de 2017, o festival desempenhou um histórico show de drones que foi considerado um dos grandes marcos tecnológicos e de experiência ao público do festival, durante o espetáculo que durou cerca de 9 minutos, centenas de drones foram sincronizados no ar e controlados por quatro pilotos a 200 metros do chão, criando imagens e padrões em coreografia coloridas e temáticas, como ondas sonoras, a guitarra símbolo do festival e até mesmo arcos equalizadores. O espetáculo era acompanhado por uma trilha sonora de música clássica reproduzida por uma orquestra, provando que a tecnologia pode andar lado a lado do

tradicional e ser um grande marco experiencial. Segundo a revista *Veja Rio*, o espetáculo foi criado apenas em três meses pela empresa austríaca *Ars Electronics Spaxels*.

Um outro exemplo dos espetáculos que incorporam alta tecnologia nos palcos do Rock in Rio, foi a apresentação da cantora *Pink*, realizada na edição de 2019 do festival. Durante a sua performance, a artista utilizou de recursos tecnológicos até então inovadores, como cenários interativos, projeções mapeadas e conseguiu marcar a edição do festival com as suas acrobacias aéreas, que combinados proporcionam uma experiência visualmente impactante e imersiva para o público, que acompanhou a artista em uma espécie de vôo por toda a Cidade do Rock. Através da integração desses elementos tecnológicos, a *Pink* criou um espetáculo dinâmico e emocionante, que foi além de uma mera execução musical, envolvendo o público em uma experiência sensorial bem estruturada e completa, que não seria possível sem a atuação do refinamento das tecnologias. Performances como essa, exemplificam como o Rock in Rio tem explorado as possibilidades da tecnologia não só do lado deles, mas também atuado na criação de uma estrutura tecnológica segura para que artistas transformem a experiência do público e conseqüentemente elevem o festival a um grande nível de excelência e inovação no cenário musical internacional.

Em 2014, a *Amazon* lançou a assistente virtual *Alexa*, que inicialmente foi incorporada aos alto-falantes *Echo Dot*, também conhecidos como *smart speakers*. Desde então, o *Echo Dot* e a *Alexa* se tornaram amplamente conhecidos e populares no mercado. Com base nesses aspectos e visando aumentar o engajamento do público, o *Rock in Rio* estabeleceu uma parceria com a *Amazon* para criar a *Roxy*, uma *skill*¹⁵ exclusiva do festival na assistente virtual *Alexa*. Na última edição do evento, os espectadores podiam acessar a *Roxy* dizendo "*Alexa, abrir Rock in Rio*", obtendo assim informações básicas e até mesmo detalhes mais complexos sobre o festival. Essa integração com a *Alexa* permitiu que o público tivesse acesso a uma fonte confiável de informações relacionadas ao *Rock in Rio* de forma prática e interativa. Segundo informações divulgadas no site oficial do evento, os fãs podiam pedir por curiosidades, participar de um quiz exclusivo para testar conhecimentos sobre o *Rock in Rio*, consultar informações do evento e saber sobre todas as novidades sobre a edição de 2022, ano de lançamento da *skill*. Ou seja, o evento antecipou uma tendência dentro e fora do festival, quando o *Rock in Rio* passou a inserir a tecnologia como facilitadora para os amantes do festival, viabilizando a experiência do evento dentro de casa. Efetuando um rápido teste com a

¹⁵ As skills da *Alexa* são aplicativos ativados por voz que adicionam recursos ao dispositivo compatível com a *Alexa*. As skills adicionam novas funcionalidades à sua experiência com a *Alexa*. Elas estão disponíveis em várias categorias, como: Educação e referência.

Roxy, foi possível identificar conhecimento sobre a história do festival, saber sobre o processo de contratação de artistas para o festival, uma média histórica de valores dos ingressos e até mesmo receber a sugestão do *quiz*, no qual a *skill* nos desafia a saber se somos um “*Rock Expert*”, um fã do festival.

A criação da *skill* foi relevante durante as vésperas e o período do evento, porém, é provável que já não seja tão utilizada atualmente. Isso evidencia que recursos tecnológicos podem ter um prazo de validade e que nem sempre permanecem úteis no dia a dia. Além disso, a necessidade de possuir um dispositivo *Echo Dot* limita o público-alvo, e uma vez que os usuários tenham conhecido a *skill*, é improvável que a consultem novamente. Isso nos faz refletir sobre a tecnologia ser utilizada também como forma de entusiasmo temporário.

Ainda na última edição do festival, o *Rock in Rio*, em parceria com empresas especializadas em tecnologia e com a Coca-Cola, entregou uma versão virtual do evento, que gerou grande expectativa no público fã não só do festival, mas também no público interessado por novas tecnologias. Conhecida como *Rock in Verse*, a experiência virtual do evento contou com 12 espaços interativos no metaverso, espaço digital tridimensional onde usuários interagem e exploram experiências em tempo real. Os fãs do festival puderam, pela primeira vez, vivenciar momentos de emoção ao desfrutar de performances musicais de artistas gigantes, sem sair de casa. A ação foi bem aceita pela maior parte do público, segundo dados divulgados pelo festival, entretanto ao consultar os comentários da notícia, foi possível evidenciar perguntas relacionados à experiência, questionando qual era a diferença da nova experiência para o modelo de transmissão do evento que já ocorre pela televisão, deixando evidente que uma grande parte do público do festival estava vivenciando o primeiro contato com aquela tecnologia. Na realidade virtual, o mapa do evento possui formato de uma guitarra, o público é capaz de encontrar com amigos e realizar em conjunto, vários desafios. Dentre as experiências, a mais marcante se chama “*Magic SkyFall*” e nela o participante tem a oportunidade de pular de uma torre gigante da Coca-Cola, instalada em um dos espaços do *Rock in Verse*, e voar como se estivesse em uma asa-delta desfrutando de uma vista panorâmica e privilegiada de todo o acesso do Metaverso do *Rock in Rio*. A experiência ficou disponível durante os dias do festival.

Em contrapartida, o refinamento das tecnologias no *Rock in Rio* revela a capacidade do festival de se adaptar às transformações digitais e aproveitar as oportunidades que elas proporcionam, resultando na exploração de novos formatos de engajamento do público, indo além da vivência tradicional de um festival em um único dia e formato. Um bom exemplo, é a já citada incursão do festival no Metaverso, onde os participantes podem mergulhar em

realidades paralelas e experimentar uma experiência ainda mais imersiva. Essas iniciativas exemplificam o compromisso contínuo do *Rock in Rio* em criar uma experiência única, inclusiva e cada vez mais conectada para os seus fãs. No entanto, é importante considerar também o lado negativo desse processo. Com o avanço das tecnologias, a preocupação é que as pessoas se tornem mais interessadas em registrar e compartilhar o momento nas redes sociais ou em realidades paralelas do que em vivenciá-lo de fato.

3.4 Patrocínio e Apoio: A tecnologia utilizada no fortalecimento de uma rede de negócios

Neste capítulo, exploraremos as iniciativas realizadas por marcas atuantes como patrocinadoras e apoiadoras do *Rock in Rio*, destacando o compromisso dessas empresas em acompanhar os avanços tecnológicos e utilizá-los de forma estratégica no festival. Veremos o papel das ativações de marcas no *Rock in Rio* e como o investimento em experiências tecnológicas contribuiu na criação de uma conexão entre o público e as marcas presentes no festival. Exploraremos as estratégias envolvendo diferentes tecnologias adotadas pelas marcas para se destacarem no evento e desenvolverem um modelo mais atraente ao público, incluindo a utilização da realidade virtual, inteligência artificial, entre outras. Além disso, apresentaremos dados que evidenciam o impacto dessas experiências ricas em inovação para as marcas envolvidas, demonstrando o valor e os resultados obtidos por meio dessas parcerias e apoios.

Ao longo das edições, o *Rock in Rio* consolidou parcerias estratégicas com empresas de diversos setores, abrangendo desde alimentação e moda até tecnologia, beleza e bebidas alcoólicas. Essas colaborações vão além do patrocínio financeiro, englobando o compartilhamento de recursos, conhecimentos especializados e promoção mútua. Essas parcerias fortalecem não apenas o aspecto financeiro do festival, mas também enriquecem a experiência do público, proporcionando uma ampla gama de serviços, produtos e atividades que vão ao encontro de seus interesses e preferências. No *Rock in Rio* Lisboa, por exemplo, os patrocinadores são responsáveis por financiar metade do orçamento do festival, segundo divulgação da produção do evento.

Após o encerramento da última edição do festival em 2022, a organização, juntamente com as marcas patrocinadoras e apoiadoras, divulgou um balanço revelando os impressionantes resultados do evento. O *Rock in Rio* registrou uma movimentação financeira de 2 bilhões de reais, superando em 50% o recorde da edição anterior em 2019. Já a empresa

de comunicação CDN, ao realizar um estudo de avaliação sobre a exposição de marcas na mídia sem pagamento de veiculação publicitária, revelou o atingimento do valor de 111 milhões de reais a partir do engajamento orgânico, resultado que destaca a relevância e o impacto do *Rock in Rio* também como uma plataforma de visibilidade.

Abaixo, uma amostragem também realizada pela CDN das marcas que mais cativaram a mídia em perspectivas de retorno financeiro:

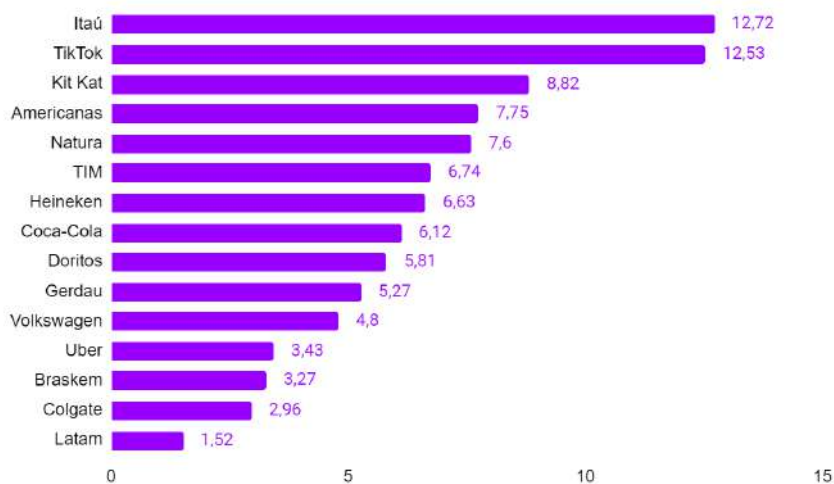


Imagem 02 - Valores referentes ao retorno em mídia espontânea para marcas, mensurado pelo IQEM CDN. Período de apuração: 1 a 12 de setembro de 2022.

Durante a última edição do *Rock in Rio*, as marcas exploraram o potencial da tecnologia em suas ativações, criando estandes interativos e imersivos que proporcionaram experiências únicas aos visitantes. Um exemplo notável foi o estande da marca TIM, que ofereceu aos participantes uma experiência de realidade virtual, permitindo que eles sobrevoassem a Cidade do Rock em 3D. O estande do *TikTok* permitiu aos visitantes gravar vídeos com efeitos temáticos do festival, utilizando configurações avançadas. A Latam, por sua vez, criou uma ativação sensorial que transportava os visitantes para destinos populares da companhia aérea. A Coca-Cola apresentou o "*Coke Studio*", um espaço de dança que se transformava visualmente de acordo com a música reproduzida, graças a um software inovador. Além disso, a marca Doritos se destacou ao oferecer shows de holografia com artistas da cena musical nacional, aproveitando os intervalos para anunciar os lançamentos dos seus produtos. Essas ativações exemplificam o poder da tecnologia em criar experiências criativas e impactantes, fortalecendo a conexão entre os visitantes e as marcas presentes no festival.

Com o intuito de incorporar a tecnologia de forma a preservar a experiência presencial do público, iniciativas como a da Coca-Cola são valiosas. Ao utilizar a tecnologia como parte de uma experiência de dança, a marca permitiu que o público não apenas interagisse entre si, mas também sentisse verdadeiramente a energia do evento e se conectasse ao ambiente.

Já a empresa Natura, sob liderança do Coletivo Criativo NAVE, utilizou o espaço do *Rock in Rio* para apresentar uma Amazônia pouco conhecida pelo público, sendo ela contemporânea, diversa, multicolorida e *tech*. A atração contou com 4 ambientes, instalações audiovisuais de 360°, projeções, texturas, performances, efeitos sonoros e músicas regionais. Além da NAVE, a empresa também criou um portal com projeções de mais de 3 metros de altura, onde as pessoas podiam se tornar extensões da natureza. Segundo a marca, utilizaram a tecnologia dentro da marca *Rock in Rio* como uma oportunidade de reforço de posicionamento através de uma experiência imersiva que ficaria na memória do público. Através do gráfico apresentado anteriormente, fica evidente que a ativação da Natura foi bem sucedida e recebida pelo público, resultando em um destaque significativo como uma das cinco marcas com maior retorno financeiro.

Também fazendo parte do conjunto de ações da marca *Rock in Rio* desde 2017, o festival criou uma arena de competições de jogos digitais, conhecidos como *e-sports*¹⁶. No festival, a arena *gamer* foi batizada como *GamePlay Arena* e em sua primeira edição já atraiu mais de 360 mil pessoas para o local, segundo dados compartilhados por Luis Justo, *CEO* do *Rock in Rio*. Com estrutura tecnológica avançada, o local conta com palco, telões, iluminação especial *neon* e uma plateia engajada, proporcionando uma atmosfera semelhante às grandes competições internacionais de *e-sports*. A arena é uma das iniciativas que auxiliaram na ampliação e no alcance e abrangência do festival em sua missão de atrair novos segmentos de fãs e de proporcionar uma experiência completa ao público através da sua marca. Além disso, o espaço nos possibilitou reafirmar a importância dos *e-sports* como uma forma legítima de entretenimento e competição, o que vem sendo discutido no mercado de esportes.

O *Rock in Rio*, ao abraçar essas tendências e oferecer esses espaços, seja através da sua própria marca ou da disponibilização de recursos para marcas patrocinadoras ou parceiras se posicionarem de modo *tech*, demonstra estar alinhado com as transformações e evoluções do mercado de entretenimento e tecnológico mundial. À medida que as marcas se comprometem

¹⁶ E-Sport é o termo utilizado para classificar competições de jogos virtuais, especialmente aquelas realizadas por profissionais, que podem ser assistidas pelo público pela televisão ou por plataformas de streaming. Informação disponível no site www.gazetaesportiva.com/institucional/tudo-sobre-e-sports-o-que-e-e-porque-esta-cada-vez-mais-popular/. Acesso em 05 de julho de 2023.

e seguem esse caminho, é esperado que as futuras edições do *Rock in Rio* sejam cada vez mais alinhadas com as novas tecnologias, podendo tornar o festival ainda mais atraente para o público. Com o tempo, as pessoas não apenas frequentarão o evento apenas pela experiência musical, mas também para ter acesso às últimas novidades. Essa evolução contínua e a integração de tecnologias inovadoras pode garantir que o *Rock in Rio* se mantenha relevante e atraente para uma audiência cada vez mais conectada e exigente, assumindo o risco de desviar o foco da experiência musical e da conexão genuína entre artistas e público, substituindo-a por um ambiente mais voltado para o consumo de tecnologia. Além disso, o ritmo acelerado de mudanças tecnológicas pode levar a uma dependência excessiva dessas inovações, tornando o festival menos atraente em edições que não contenham novas ferramentas.

4. OS IMPACTOS DA TECNOLOGIA NA EXPERIÊNCIA DO PÚBLICO

Considerações Finais

Com base nas análises e dados apresentados até o momento, fica evidente que o *Rock in Rio*, ao longo de suas edições, soube acompanhar as inovações tecnológicas e utilizar a tecnologia como uma ferramenta capaz de proporcionar experiências imersivas e personalizadas ao seu público. A capacidade do festival em se adaptar e incorporar as últimas tendências tecnológicas é uma demonstração clara do seu compromisso em oferecer uma experiência incrível e atual para o seu público, as suas marcas parceiras e os seus artistas.

De acordo com o CEO do *Rock in Rio*, o festival vai além de simplesmente vender um produto, ele entrega um propósito e faz diferença na vida do público por meio da experiência proporcionada. Essa abordagem se reflete nos resultados de uma pesquisa compartilhada pela *Rock World*, empresa responsável pela produção do *Rock in Rio*. Segundo essa pesquisa, ao final da última edição em 2022, impressionantes 94% dos participantes manifestaram o desejo de estar presente na próxima edição, mesmo antes da divulgação das atrações que estarão nos palcos do evento. A proporção elevada da experiência proporcionada pelo festival se reflete no desejo do público em retornar.

A conexão estabelecida entre o *Rock in Rio* e o seu público é uma prova da importância do festival como uma grande experiência na vida das pessoas, reafirmando a sua posição como um dos eventos mais icônicos e aguardados do mundo da música. Com base em todos os dados e informações apresentados até o momento, fica claro que o *Rock in Rio* é a escolha ideal para uma pesquisa sobre festivais de música no Brasil. Além de ter um impacto

significativo em seu público, o festival se destaca por educar e proporcionar experiências tecnológicas que tornam muito do que é oferecido acessível ao público. A combinação de entretenimento, inovação e inclusão torna o *Rock in Rio* uma referência incontestável no cenário musical brasileiro.

E é assim que a produção do Rock in Rio se destaca ao entregar um serviço de logística e organização impecável, impulsionado pelo uso constante de ferramentas tecnológicas cada vez mais avançadas e inovadoras. O festival passou de um amigável empréstimo de jogos de luzes da banda *Queen* para a contratação de uma empresa especializada nas ferramentas mais atuais do mercado, permitindo uma grande evolução para a arquitetura da Cidade do *Rock*. Agora, por exemplo, os palcos são maiores e seu número foi ampliado, a iluminação pode ser vista a quilômetros de distância do local, tudo graças às possibilidades proporcionadas pelas inovações tecnológicas. O evento se prepara antecipadamente para permitir o seu funcionamento com base em uma infraestrutura tecnológica, garantindo que todas as inovações possíveis sejam implementadas durante os dias de evento na Cidade do *Rock*.

O impacto das tecnologias no festival é evidente mesmo antes de seu início, especialmente quando observamos a influência das redes sociais, como o *TikTok*, que foi lançado em setembro de 2016. Além de ter sido considerada a segunda marca mais influente para a mídia do festival, segundo pesquisa apresentada anteriormente, a rede social foi utilizada de forma estratégica para criar expectativa e gerar *buzz* em torno do evento. Após esgotar todos os ingressos, o festival lançou um desafio no *TikTok*, oferecendo a chance de 50 pessoas ganharem um par de ingressos. O desafio consistia em gravar um vídeo utilizando o *jingle*¹⁷ do Rock in Rio e responder qual era o seu sonho mais "*Rock in Rio*" de todos. A campanha foi um sucesso e gerou um engajamento impressionante nas redes sociais, atingindo 43,1% das citações no *Twitter*, *Instagram* e *Facebook*.

O *Rock in Rio* transcende sua essência ao impactar até mesmo as marcas patrocinadoras e apoiadoras, que compartilham do propósito de proporcionar uma experiência única aos participantes. Ao planejar suas ações publicitárias em conformidade com as mudanças tecnológicas do evento, elas passam a oferecer estandes com estruturas deslumbrantes e grandiosos jogos de iluminação. A partir disso, reduzem a antiga abordagem do oferecimento de brindes simples como retribuição pela visita aos estandes, optando agora por oferecer lembranças imersivas e tecnologicamente avançadas, enriquecendo ainda mais a

¹⁷ Mensagem publicitária musicada que consiste em estribilho simples e de curta duração, próprio para ser lembrado e cantado com facilidade.

experiência do público. Para se alinhar ao propósito do festival, é importante que os patrocinadores e apoiadores encontrem equilíbrio entre a exposição dessas marcas e a preservação da essência e autenticidade do evento, evitando que a publicidade se sobreponha à experiência do público. Em contrapartida, o público que valoriza a presença física no evento acaba por se deparar com brindes que possuem pouca relevância no mundo real. Enquanto saem do festival com uma riqueza de memórias digitais, é importante ressaltar que essas memórias possuem uma validade limitada, pois a tendência de revisitar uma foto tirada, por exemplo, é mínima. Portanto, embora participar de experiências de realidade virtual seja interessante, é necessário considerar que o festival atrai um público fiel, que busca estar presente em suas edições e que, ao longo do tempo, pode sentir falta de lembranças de fato tangíveis.

Atualmente, o *Rock in Rio* utiliza do serviço de fila digital para a venda de ingressos, seguido pela entrega dos ingressos via *tokenização*, mas o processo é novo e faz parte do impacto das inovações tecnológicas atuando no evento. Em algumas das edições passadas, os fãs tinham a opção de adquirir ingressos pessoalmente ou por meio de compra digital, sendo a entrega dos ingressos sempre física, chegando na residência do comprador ou via retirada sob agendamento, o que demandava meses para a entrega ou horas em filas de retirada. Ao longo das edições, o festival a fim de melhorar a experiência do público, adotou o formato de ingressos disponíveis para *download* em formato PDF e, atualmente, a tokenização dos ingressos, evidenciando o seu compromisso em utilizar da tecnologia mais atual para melhorar a experiência do seu público. Como consequência da tokenização, os ingressos já não precisam mais ser enviados para cada indivíduo, agilizando a entrega após a validação do pagamento. Embora o público perca a lembrança física do ingresso, que antes poderia ser guardado junto a outros brindes materiais oferecidos pelo festival, a inovação traz maior segurança e agilidade, dois pilares importantes ao falarmos de tecnologia.

A relação do público com as inovações tecnológicas no *Rock in Rio* tem gerado uma nova dinâmica, onde os indivíduos aproveitam uma variedade de ferramentas e recursos para criar uma memória digital do evento. Seja assistindo à transmissão ao vivo ou estando presente no local, é perceptível que muitos se dedicam a capturar cada momento, filmando e tirando fotos, por vezes deixando a experiência real do festival em segundo plano. Desde a edição de 2019, o festival disponibiliza *Wi-Fi* em rede aberta em todas as áreas, facilitando o compartilhamento instantâneo desses conteúdos nas redes sociais. É interessante para o festival acompanhar o engajamento do público nas plataformas digitais, o que justifica o fornecimento desses recursos, porém, é válido questionar se o tempo dedicado à criação de

conteúdo poderia ser direcionado para uma imersão mais profunda na vivência do festival em si. É crucial encontrar um equilíbrio entre o uso da tecnologia para registrar momentos e a conexão autêntica com a experiência real. No entanto, a crescente presença de tecnologia na arquitetura do evento tem dificultado essa busca pelo equilíbrio, pois, uma vez que o público tem acesso a uma ferramenta, é natural que a utilize. O festival não deve deixar de oferecer recursos tecnológicos, mas é essencial avaliar a relevância deles para que o público não perca de vista o verdadeiro motivo de estar presente no evento.

Com os avanços tecnológicos, passamos a armazenar memórias e construir lembranças de maneira diferente. Antes, dependíamos da memória humana e de registros físicos. No entanto, com o surgimento e a popularização de dispositivos digitais, como smartphones, a maneira como armazenamos e preservamos nossas lembranças mudou. Durante o *Rock in Rio*, o público utiliza dos recursos mais atuais para registrar momentos marcantes, capturar fotos e vídeos dos shows e até para interagir com artistas e a produção do festival. As memórias criadas por eles através dessas fotos e vídeos, que muitas das vezes são compartilhadas em tempo real, evoluíram em conjunto aos avanços tecnológicos possibilitando a adição de filtros, efeitos e trilhas sonoras. No entanto, é importante destacar que, embora a tecnologia amplie as possibilidades de registro e compartilhamento de memórias, ela afeta diretamente na vivência real do momento presente, conforme citado anteriormente. O equilíbrio entre aproveitar a experiência em si e registrar os momentos é um desafio que os indivíduos enfrentam nesta era digital e é essencial encontrar um equilíbrio entre o uso da tecnologia para capturar lembranças e a imersão na experiência do *Rock in Rio*, permitindo que as memórias sejam construídas de forma autêntica e significativa.

Com isso, concluímos que a evolução tecnológica tem tido um impacto significativo na experiência do público do *Rock in Rio*, proporcionando tanto desafios quanto oportunidades. Com base na pesquisa foi possível compreender a tecnologia como potência para o enriquecimento da experiência do público, estando presente em pautas sustentáveis, financeiras, publicitárias e emocionais quando atuantes na memória dos indivíduos. Entretanto, é fundamental questionar se o investimento contínuo em tecnologias de ponta em algum momento pode prejudicar a vivência real do festival, levando as pessoas a se desconectarem da experiência presente em busca de uma realidade paralela digital.

Em resumo, podemos considerar a tecnologia como uma poderosa força capaz de transformar a experiência do público no *Rock in Rio*. Porém, é de suma importância abraçar suas oportunidades com cautela, garantindo que a vivência real do festival seja sempre valorizada e inserida em primeiro plano, permitindo que as inovações tecnológicas sejam

utilizadas somente de forma a aprimorar, e não substituir, a conexão humana e a essência especial do evento. Afinal, se não conduzida dessa forma, poderemos futuramente questionar a necessidade da presença física para o acontecimento do festival, o que seria a maior simbologia de perda para a essência do evento. Aplicada de forma correta, a utilização das novas tecnologias podem continuar tornando o *Rock in Rio*, uma experiência autêntica, rica, envolvente e inesquecível para os fãs de música, ampliando sua influência cultural e impacto global.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ENCARNAÇÃO, Paulo Gustavo da. *Rock in rio – um festival (im)pertinente à música brasileira e à redemocratização nacional*. 2011. Dissertação - Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Campus de Assis, 2011.

SILVA, Heitor da Luz; LIMA, Mariana do Nascimento. De maior festival de rock no Brasil para o maior festival de música do mundo. 2014. Dissertação - VIII Simpósio Nacional da ABCiber, Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2014.

Redação Warren. (2022). Um festival de desajustados: conheça a história e momentos inesquecíveis do Festival de Woodstock. Acesso em: 09/06/2023

Galhart, Cezar. (2020). Highlights de uma era: 50 anos do Isle Of Wight Festival 1970. Revista Backstage. Acesso em: 09/06/2023

Ernani, Felipe. (2020). Há 50 anos, o Isle of Wight unia lendas da música e marcava adeus de Jimi Hendrix à Inglaterra. TMDQA!. Acesso em: 09/06/2023

Hughes, Rob. (2022). Jimi Hendrix and the story of the last great free music festival. Classic Rock. Acesso em: 08/06/2023

Cáceres, André. (2015) Conheça alguns dos maiores recordes de público em shows. UOL Entretenimento. Acesso em: 08/06/2023

Dapieve, A. (2014). *Rock in Rio: A História do Maior Festival de Música do Mundo*. Editora Objetiva.

Veloso, C. (2002). *Tropical Truth: A Story of Music and Revolution in Brazil*. New York: Knopf.

Andrade, L. F. (2019). O Fenômeno do *Rock in Rio*: Estratégias, Comunicação e Experiência do Público. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Maria.

Bontempi Júnior, B. (2018). *Rock in Rio: A Construção da Marca e a Experiência do Público*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina.

LIPPERT, Dener. Rock In Rio: o que o maior festival de rock pode nos ensinar sobre business? InfoMoney, [S.I.], 2022. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/rock-in-rio-o-que-o-maior-festival-de-rock-pode-nos-ensinar-sobre-business/>. Acesso em: 08 jun. 2023.

EXAME. Como Medina criou o Rock in Rio com a força de Frank Sinatra. [S.I.], Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/como-medina-criou-oro-rock-in-riocom-a-forca-de-frank-sinatra/>. Acesso em: 09 jun. 2023.

FORBES. Os maiores públicos da história do Rock in Rio. [S.I.], Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2017/09/os-maiores-publicos-da-historia-do-rock-in-rio-2017/>. Acesso em: 06 jun. 2023.

FOLHA DE SÃO PAULO. Veja quais os principais palcos do Rock in Rio. [S.I.], Disponível em: <https://www.folhape.com.br/diversao/diversao/diversao/2017/09/15/NWS,41758,71,552,DIVERSAO,2330-VEJA-QUAIS-PRINCIPAIS-PALCOSROCKRIO.aspx>. Acesso em: 09 jun. 2023.

BRASILTURIS. Trade do Rio comemora resultados do Rock in Rio. [S.I.], Disponível em: <https://brasilturis.com.br/2022/09/14/trade-do-rio-comemora-resultados-do-rock-in-rio/>. Acesso em: 09 jun. 2023.

ROLLING STONE. Rock in Rio: Com trap e rock, Palco Supernova traz ‘todo tipo de mistura,’ diz curador. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/musica/rock-rio-com-trap-e-rock-palco-supernova-traz-todo-tipo-de-mistura-diz-curador/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

PROPMARK. Rock in Rio ajudará a formar músicos. Disponível em: <https://propmark.com.br/rock-in-rio-ajudara-a-formar-musicos/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

EXTRA. Vendedores ambulantes aproveitam entrada do Rock in Rio e o calor para vender bebidas, biscoitos e até bolsinhas. Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/rock-in-rio/vendedores-ambulantes-aproveitam-entrada-do-rock-in-rio-o-calor-para-vender-bebidas-biscoitos-ate-bolsinhas-17535060.html>. Acesso em: 10 jun. 2023.

Silva, J. M. (2019). Rock in Rio: Tecnologia e Inovação como fatores de sucesso. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais

Souza, A. L. (2017). A Evolução Tecnológica e a Experiência do Público no Rock in Rio. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo.

ROCK IN RIO. (2021). "História." Disponível em <https://rockinrio.com/rio/pt-BR/historia>. Acesso em 22 jun. 2023.

BLOCKTRENDS. "Como Rock in Rio está usando a tecnologia blockchain para reciclar lixo." Disponível em <https://blocktrends.com.br/como-rock-in-rio-esta-usando-a-tecnologia-blockchain-para-reciclar-lixo/>. Acesso em 22 jun. 2023.

MUSICDOT. "Música Eletrônica." Disponível em <https://www.musicdot.com.br/artigos/musica-eletronica>. Acesso em 23 jun. 2023.

CORREIO BRAZILIENSE. "Música eletrônica ganha público e começa a se ramificar em vários estilos." Disponível em https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/02/12/interna_diversao_arte,827355/musica-eletronica-ganha-publico-e-comeca-a-se-ramificar-em-varios-estilos.shtml. Acesso em 23 jun. 2023.

REVISTA BACKSTAGE. "A iluminação e o vídeo do Rock in Rio." Disponível em <https://www.revistabackstage.com.br/sumario/sumario/a-iluminacao-e-o-video-do-rock-in-rio>. Acesso em 23 jun. 2023.

HELOISA TOLIPAN. "Rock in Rio: Tudo sobre o novo palco New Dance Order com os maiores DJs de música eletrônica." Disponível em <https://heloisatolipan.com.br/musica/rock-in-rio-tudo-sobre-o-novo-palco-new-dance-order-com-os-maiores-djs-de-musica-eletronica/>. Acesso em 23 jun. 2023.

AWS. "What is Blockchain?" Disponível em <https://aws.amazon.com/pt/what-is/blockchain/?aws-products-all.sort-by=item.additionalFields.productNameLowercase&aws-products-all.sort-order=asc>. Acesso em 23 jun. 2023.

RADIO ROCK. "Estreia Rock in Rio no universo das NFTs quebra recordes." Disponível em <https://www.radiorock.com.br/2022/10/13/estreia-rock-rio-no-universo-das-nfts-quebra-recordes/>. Acesso em 24 jun. 2023.

MUNDO DO MARKETING. "Rock in Rio 2022 investe em sua primeira experiência dentro do metaverso: o Rock in Verso." Disponível em <https://www.mundodomarketing.com.br/rock-in-rio-2022-investe-em-sua-primeira-experiencia-dentro-do-metaverso-o-rock-in-verso/>. Acesso em 24 jun. 2023.

NAKAMOTO, S. "Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System." 2008.

SWAN, M. "Blockchain: Blueprint for a New Economy." 2015.

REVISTA BACKSTAGE. "A iluminação e o vídeo do Rock in Rio." Disponível em <https://www.revistabackstage.com.br/sumario/sumario/a-iluminacao-e-o-video-do-rock-in-rio>. Acesso em 24 jun. 2023.

CORREIO BRAZILIENSE. "Música eletrônica ganha público e começa a se ramificar em vários estilos." Disponível em https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/02/12/interna_diversao_arte,827355/musica-eletronica-ganha-publico-e-comeca-a-se-ramificar-em-varios-estilos.shtml. Acesso em 24 jun. 2023.

RADIO ROCK. "Estreia Rock in Rio no universo das NFTs quebra recordes." Disponível em <https://www.radiorock.com.br/2022/10/13/estreia-rock-rio-no-universo-das-nfts-quebra-recordes/>. Acesso em 24 jun. 2023.

INFOMONEY. "CEO do Rock in Rio revela inspiração na Disney e conta novidades dos próximos grandes eventos." Disponível em <https://www.infomoney.com.br/negocios/ceo-do-rock-in-rio-revela-inspiracao-na-disney-e-conta-novidades-dos-proximos-grandes-eventos/>. Acesso em 24 jun. 2023.

VEJA RIO. "Rock in Rio 2017: show de drones é atração na Cidade do Rock." Disponível em <https://vejario.abril.com.br/cidade/rock-in-rio-2017-show-de-drones-e-atracao-na-cidade-do-rock>. Acesso em 24 jun. 2023.

NEW VOICE. "Rock in Rio 2022 usa Alexa para ajudar o público." Disponível em <https://newvoice.ai/2022/04/01/rock-in-rio-2022-usa-alexa-para-ajudar-o-publico/>. Acesso em 26 jun. 2023.

POPLINE. "Rock in Rio 2022: gameplay, arena eSports e shows." Disponível em <https://portalpopline.com.br/rock-in-rio-2022-gameplay-arena-esports-shows/>. Acesso em 26 jun. 2023.

TECMUNDO. "Alexa ganha skill exclusiva do Rock in Rio 2022." Disponível em <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/236361-alexa-ganha-skill-exclusiva-rock-in-rio-2022.htm>. Acesso em 26 jun. 2023.

BLOG DO DURANGO. "Rock in Rio 2022 terá primeira experiência no metaverso: o Rock in Verse." Disponível em <https://blogdodurango.com.br/artigos/rock-in-rio-2022-tera-primeira-experiencia-no-metaverso-o-rock-in-verse/>. Acesso em 26 jun. 2023.

VEJA RIO. "Primeira experiência no metaverso: Rock in Rio." Disponível em <https://vejario.abril.com.br/programe-se/primeira-experiencia-metaverso-rock-in-rio>. Acesso em 26 jun. 2023.

MEIOS E PUBLICIDADE. "Patrocínios do Rock in Rio valem metade do orçamento do festival." Disponível em <https://www.meiosepublicidade.pt/2022/06/patrocinius-do-rock-in-rio-valem-metade-do-orcam-ento-do-festival/>. Acesso em 26 jun. 2023.

MEIO E MENSAGEM. "Rock in Rio: as ativações de marca no festival." Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/rock-in-rio-as-ativacoes-de-marca-no-festival>. Acesso em 26 jun. 2023.

ISTOÉ DINHEIRO. "Rock in Rio 2022 movimenta R\$ 2 bilhões e patrocinadores celebram os resultados na Cidade do Rock e nas redes sociais." Disponível em <https://www.istoedinheiro.com.br/rock-in-rio-2022-movimenta-r-2-bilhoes-e-patrocinadores-celebram-os-resultados-na-cidade-do-rock-e-nas-redes-sociais/>. Acesso em 27 jun. 2023.

PROPMARK. "Rock in Rio: tecnologia conecta conteúdo e público nos estandes da Globo." Disponível em

<https://propmark.com.br/rock-in-rio-tecnologia-conecta-conteudo-e-publico-nos-estandes-da-globo/>. Acesso em 27 jun. 2023.

MEIO E MENSAGEM. "Rock in Rio: marcas, exposição e mídia." Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/rock-in-rio-marcas-exposicao-midia>. Acesso em 27 jun. 2023.

CONSUMIDOR MODERNO. "Rock in Rio: experiência e ativações de marcas." Disponível em <https://consumidormoderno.com.br/2022/09/11/rock-in-rio-experiencia-ativacoes-marcas/>. Acesso em 27 jun. 2023.

MEIOS E PUBLICIDADE. "Patrocínios do Rock in Rio valem metade do orçamento do festival." Disponível em <https://www.meiosepublicidade.pt/2022/06/patrocinius-do-rock-in-rio-valem-metade-do-orcam-ento-do-festival/>. Acesso em 27 jun. 2023.

NATURA. "Natura no Rock in Rio: Conheça a Amazônia como você nunca viu na nova edição da Nave." Disponível em <https://www.natura.com.br/blog/mais-natura/nave-rock-in-rio>. Acesso em 27 jun. 2023.

EXTRA GLOBO. "Rock in Rio 2019 vai oferecer Wi-Fi grátis: saiba como usar." Disponível em <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/rock-in-rio/rock-in-rio-2019-vai-oferecer-wi-fi-gratis-saiba-como-usar-23977142.html>. Acesso em 01 jul. 2023.

FEEVALE. "Vocês vendem felicidade e nós também, diz CEO do Rock in Rio sobre a Killing." Disponível em <https://www.feevale.br/acontece/noticias/voces-vendem-felicidade-e-nos-tambem-diz-ceo-do-rock-in-rio-sobre-a-killing>. Acesso em 01 jul. 2023.

ROCK IN RIO. "Você pode ganhar um par de ingressos na promoção #MeuSonhoRockinRio no TikTok." Disponível em <https://rockinrio.com/rio/pt-br/novidade/voce-pode-ganhar-um-par-de-ingressos-na-promocao-meusonhorockinrio-no-tiktok>. Acesso em 01 jul. 2023.