



Capital Inicial agita metrô em São Paulo no esquentar para venda do Rock in Rio Card, dia 12

Ação organizada pelo Rock in Rio movimentou a estação Paraíso e reuniu dezenas de fãs da banda

São Paulo, 6 de novembro de 2018 - A produção do Rock in Rio preparou uma surpresa para o público paulista que estava na estação Paraíso do Metrô, na tarde desta terça-feira, 06 de setembro. A banda Capital Inicial fez uma apresentação e animou dezenas de fãs que se aglomeraram para escutar e cantar junto com o vocalista Dinho Ouro Preto, grandes sucessos como “À sua maneira”, “Natasha” e “Primeiros Erros”. A ativação serviu também para lembrar que a abertura da venda do Rock in Rio Card acontece na próxima segunda-feira, 12 de novembro, às 19h, no site rockinrio.ingresso.com

Fernanda Estrella, diretora de marketing do Rock in Rio, falou sobre a importância de estar mais próximo do público do Rock in Rio com ações como essa: “Trazer o Capital Inicial para os paulistas é uma retribuição e uma prova de que o Rock in Rio é do Brasil. Cerca de 60% do nosso público é de fora do estado do Rio de Janeiro e São Paulo tem destaque neste quesito”, explica Estrella. O maior festival de música e entretenimento do mundo acontece nos dias 27, 28 e 29 de setembro e 03, 04, 05 e 06 de outubro, na Cidade do Rock, no Rio de Janeiro.

Para a edição de 2019, a organização já anunciou o retorno memorável do dia do metal com IRON MAIDEN, Scorpions, Megadeth, Sepultura e Canto Cego no dia 04 de outubro. No dia 05, o dia dedicado ao pop com P!nk, The Black Eyed Peas, Anitta e uma nova atração que ainda será anunciada. Encerrando o festival, no dia 06 de outubro Muse, Imagine Dragons, Nickelback e Os Paralamas do Sucesso.

Sobre o Rock in Rio

O Rock in Rio é o maior evento de música e entretenimento do mundo. Criado em 1985, nasceu para dar voz a uma juventude e unir pessoas, de raças e credos diferentes, em paz e harmonia por meio da música. Após 33 anos, o evento é parte relevante da história da música mundial e uma plataforma de comunicação que amplifica discursos e usa o





poder de sua marca como força motriz para atingir seu compromisso na construção de um mundo melhor.

O poder de alcance do Rock in Rio tem números impactantes. O evento já soma 19 edições, 112 dias e 2.038 atrações musicais. Ao longo destes anos, mais de 9,5 milhões de pessoas passaram pelas Cidades do Rock. Em 2017, 143 milhões de pessoas foram alcançadas por conversas espontâneas sobre o Rock in Rio e, somente durante os dias de evento, foram 41,9 milhões de visualizações de vídeos nas redes. Nascido no Rio de Janeiro, o Rock in Rio conquistou não só o Brasil como, também, Portugal, Espanha e Estados Unidos, sempre com a ambição de levar todos os estilos de música aos mais variados públicos.

Consciente do poder disseminador da marca, o Rock in Rio pauta-se por ser um evento com o propósito de construir um mundo melhor para pessoas mais felizes, confiantes e empáticas em um planeta mais saudável. Em 2001, reafirmou o compromisso de mostrar às pessoas que pequenas atitudes no dia a dia são o caminho para fazer do mundo um lugar melhor para todos. Em 2013, o Rock in Rio foi reconhecido por seu poder realizador ao receber a certificação da norma ISO 20121 – Eventos Sustentáveis. Gerou 212,5 mil empregos diretos e indiretos em todas edições, mais de R\$ 97 milhões investidos – provenientes da organização do evento e de parceiros – em diferentes projetos passando por temas como sustentabilidade, educação, música, florestas e etc.

Em 2016, foi a vez de anunciar o Amazonia Live, projeto do Rock in Rio que já garantiu mais de 73 milhões de árvores para a Amazônia, com doações individuais e de parcerias, por meio de projetos de restauração e plantação. O Amazonia Live traz a importância das florestas para o equilíbrio climático mundial como tema para todas as edições do evento, pelo menos até 2019. O Rock in Rio também desenvolve um plano de sustentabilidade em que são definidas medidas para a redução de emissões e inclui uma correta gestão de resíduos, eficiência energética, compensação de emissões e correto consumo de recursos, entre outros. Este plano é desenhado para a organização, patrocinadores e fornecedores e vem sendo aperfeiçoado a cada edição, além de ser utilizado, até hoje, em todos os países onde o Rock in Rio é realizado.

Informações para imprensa

PR Rock in Rio

Approach Comunicação

+55 21 3461-4616 ramal 151 e 133





Marina Milhazes (Atendimento)
marina.milhazes@rockinrio.com
Fabiana Guimaraes (Gerente)
fabiana.guimaraes@approach.com.br
+55 21 98818-4845

