



## Rock in Rio engaja fãs na construção de "um mundo melhor"

*Festival anuncia desafio nas redes sociais em parceria com a Natura, além de leilão de instrumentos musicais assinados por artistas e um concurso para estudantes das redes de ensino público do Estado e Município do Rio de Janeiro*

Para as fotos da ação, acessar o link abaixo: <https://rockinrio-my.sharepoint.com/:f:/p/onedrive/Eibr6QBukRHq0fpum2dV0kBJPqbibUQL9wsc-04xRVmtw?e=9RMVaf>

**Rio de Janeiro, 7 de agosto de 2019** – A organização do Rock in Rio fez uma viagem no tempo na tarde desta quarta-feira, 7, quando recebeu parceiros e artistas em seu escritório na Cidade do Rock e relembrou que desde sua primeira edição, em 1985, atua na construção de um mundo melhor. E por acreditar neste movimento, o festival, que já reuniu toda uma juventude para comemorar a volta da democracia e que já parou por três minutos de silêncio pedindo paz, entre muitas outras iniciativas, agora, usa toda a sua força, ao incorporar a palavra “Tod+s” ao mote “Por Um Mundo Melhor” e empoderar seu público para uma construção coletiva.

“A cada edição olhamos para dentro de casa e repensamos em como nos envolver ainda mais dentro deste propósito. Para ratificar esse momento, adotamos o símbolo de adição, “+”, que significa a junção do festival às atitudes que acreditamos. Queremos, com esta mudança, expandir o nosso universo e incentivar o público a participar e mostrar o poder de transformação que cada um tem dentro da sociedade”, convoca Roberta Medina, vice-presidente do Rock in Rio.

O propósito de construção de um mundo melhor também foi o que motivou a parceria com a Natura, que é referência em sustentabilidade e ações de impacto positivo. As marcas se uniram na co-construção de uma nova atração para o festival e no desenvolvimento de ações de engajamento em prol da transformação. Um dos





desdobramentos dessa parceria será um desafio digital que propõe que as pessoas criem novos hábitos e gerem suas próprias mudanças, como um marco zero em suas vidas, como aquelas resoluções de um ano que se inicia. No total, serão 21 desafios.

“Uma provocação que ganhará nossos canais de comunicação para que o público mostre que é capaz de mudar hábitos não apenas de forma individual, mas especialmente coletiva. Vamos usar toda a nossa plataforma de comunicação como uma impulsionadora de atitudes”, diz Roberta.

“A Natura é uma empresa que nasceu com forte preocupação pelas pessoas e pelo mundo. Ao longo dos anos, estabelecemos a ambição de gerar impacto positivo nas esferas social, ambiental, econômica e cultural, gerando e compartilhando riqueza para os nossos públicos e entendemos que o engajamento das pessoas é a chave para a transformação que a Natura busca com o movimento O Mundo Mais Bonito Com Você”, afirma Maria Paula Fonseca, diretora global da marca.

### Vídeos dos desafios postados por fãs e influenciadores podem ganhar telão do Palco Mundo

A ação ganhará vida das redes sociais do Rock in Rio e da Natura – Instagram e Facebook. No total serão 21 desafios divididos em sete dias, ou seja, três conquistas por dia que abraçam três diferentes temas: Desafie o seu eu; Conecte-se com o outro; e Abrace seu planeta.

Para cada um destes assuntos, uma relação de sete possíveis e factíveis vitórias. E, ao final de uma semana, um coletivo muito mais capaz e pronto para lutar “Por Um Mundo Melhor”.

Entre os desafios propostos, estão:

- Elogie-se no espelho
- Faça um elogio a alguém
- Procure um espaço verde perto de você, entre em contato com a natureza. Contemple a beleza do planeta.
- Não deixe o cansaço da semana atropelar o seu dia. A cada duas horas, pare uns minutinhos, estique-se e hidrate-se.
- Hoje é dia de celebrar a semana, encontre amigos e coloque o papo em dia.





- Já pensou que não dá para jogar lixo fora? Nossos resíduos ficam sempre no nosso planeta. Experimente passar o dia inteiro sem usar descartáveis. Dê preferência aos copos reutilizáveis, canecas e canudos sustentáveis.
- Que tal conhecer uma banda que você não conhece e explorar novos estilos?
- Doe seu tempo, ofereça-se para ajudar alguém

As pessoas que mais se engajarem terão seus posts replicados nas redes do Rock in Rio. Além disso, para amplificação da mensagem por um mundo melhor e mais bonito, os usuários e influenciadores que gravarem vídeo contando a experiência de participar da ação poderão aparecer no telão do Palco Mundo durante os sete dias de Rock in Rio.

### Fans 4 Change – Leilão Por Um Mundo Melhor

Para quem acredita que o mundo melhor é possível, ele ficará ainda mais incrível com o leilão de instrumentos musicais que será feito a partir das doações de artistas e com a assinatura dos mesmos. No dia 26 de agosto, os itens já poderão ser adquiridos pela plataforma É Solidar – [www.esolidar.com](http://www.esolidar.com) (responsável por todos os leilões realizados pelo Rock in Rio). Os itens são os mais variados, de prato de bateria e guitarra assinados pela banda Marron 5 a guitarras de Justin Timberlake, Red Hot Chilli Peppers, Paralamas do Sucesso, Ivete Sangalo, entre inúmeros outros. Desde o primeiro leilão, realizado em 2016, a arrecadação já chega a quase R\$ 500 mil. Nesta edição, assim como em 2017, todo o valor angariado terá como destino o plantio de árvores na Amazônia, com gestão do FUNBIO e execução do ISA.

“Para o Rock in Rio, o Rock é uma atitude positiva, questionadora, com potencial transformador. O festival é uma plataforma para conectar pessoas de diferentes gostos, origens e opiniões. O nosso sonho é que, independentemente de como entram ali, todos saiam energizados e sintonizados, prontos para adotar atitudes positivas que construam, hoje, um futuro melhor para todos. O Amazonia Live materializa o que acreditamos”, explica Roberta.

### Na Educação, Rock in Rio mobiliza alunos da rede pública de ensino e incentiva a construção de um mundo melhor a partir da música

O Rock in Rio promove, em parceria com as secretarias Estadual e Municipal de Educação, um concurso de redação nas escolas da rede pública de ensino. No total,





serão premiados 500 alunos que terão direito a um par de ingresso para ir ao Rock in Rio. A ação totalizará uma entrega de mil ingressos.

No Estado, o concurso será realizado em escolas localizadas nas comunidades das quais são oriundos os artistas que se apresentarão no Espaço Favela, uma nova área do evento para a edição de 2019. A seleção dos textos contará com a participação dos professores e todo o regulamento ficará a cargo da SEEDUC (Secretaria Estadual de Educação), que engajará jovens a partir do tema “Todos Juntos Por Um Mundo Melhor”. Eles deverão trazer ideias que estejam ao seu alcance para transformar a cidade em um Rio melhor para todos nós.

Já no município, o tema será “Meu Encontro com a Música” e o projeto estimula a escrita inovadora e as vivências do aluno com a música, além do impacto da atividade na sua visão de mundo, expectativas, ambições e sonhos. Poderão se inscrever alunos do 9º ano do Ensino Fundamental. Cada escola escolherá uma única produção para representar a Unidade Escolar junto à CRE (Coordenadoria de Educação Básica), que avaliará as produções seguindo os critérios de clareza, coesão, coerência e originalidade.

### Parceiros do Rock n Rio prezam por atitudes positivas a qualquer hora e em todos os lugares

Para endossar esse posicionamento da marca “Todos Por Um Mundo Melhor” o festival se une a empresas que possuem este mesmo olhar e diretriz. A partir destas parcerias, uma série de ações se desenvolvem sempre pautadas pelo objetivo de adoção de práticas que pensem no coletivo. Por essa razão, uma das novidades desta edição é a seleção do premiado Capim Santo, como buffet da área Vip. Considerado a embaixada da gastronomia brasileira contemporânea no país, sua escolha não se pauta apenas pela qualidade e originalidade. A chef Morena Leite desenvolve um trabalho social notável junto ao Instituto de Capacitação Profissional do Capim Santo, que, há quase 10 anos, habilita jovens e adultos em risco social para o mercado de gastronomia, hotelaria e turismo, promovendo a cultura gastronômica brasileira, a sustentabilidade e os valores comportamentais.

Entre as novidades é que o projeto de capacitação profissional do Capim Santo terá, a partir de agora, um capítulo no Rio de Janeiro. O instituto capacitará 25 pessoas na cidade, que passarão por um treinamento que evolui segurança alimentar, técnicas gastronômicas e comportamentais. Eles atuarão em diversos espaços da área VIP, da





cozinha ao salão de convidados, com as mais diversas tarefas. Este treinamento tem apoio do Rock in Rio e da Estácio.

“O Rock in Rio tem em sua essência adotar atitudes positivas que impactam o mundo. Nada mais natural nos aliarmos com parceiros e empresas que acreditam na mesma história que queremos construir, de legado para um mundo melhor. Precisamos sempre ir além. Com este projeto do Capim Santo, estamos unindo um restaurante reconhecido como referência na culinária brasileira a uma grande iniciativa social. Estamos oferecendo não apenas o melhor serviço de gastronomia de um festival, como também valorizando ações de formação de agentes de transformação. Sem dúvida, é uma chance única de consolidarmos o nosso propósito na construção de um mundo melhor para todos”, conta Roberta Medina, vice-presidente do Rock in Rio.

“A cozinha para mim é compartilhar – valores, sabores, além de cultura e saúde. Cresci na cozinha da minha mãe, que nasceu em Trancoso, na Bahia. Vivi experiências no Brasil e fora, da Bahia à Paris, passando por Londres, Bali entre muitos outros lugares e, atualmente estou no Rio de Janeiro. Essa mistura de culturas nos faz ter um olhar diferenciado e acolhedor. Por isso, para o Capim Santo é tão relevante e, eu diria, essencial pensar no outro como alguém que pode nos complementar de forma extremamente positiva. Acolhemos e empoderamos pessoas a partir da gastronomia e, dessa forma, a colocamos em uma outra dimensão. É incrível ver esta evolução acontecer. Antes de treinar a mão, treinamos o coração. Por isso, o Capim Santo e o Rock in Rio se encaixam tão bem, como um quebra-cabeças. Todos, juntos, porque assim somos mais fortes”, garante Morena Leite.

### De 2001 para 2019 – De Por Um Mundo Melhor para “Nave, Nosso Futuro é Agora”

Se em 2001, a tenda Por Um Melhor foi uma das grandes atrações do evento, nesta edição a “Nave - Nosso Futuro é Agora” promete cumprir com o papel de materializar o discurso de que para construir o futuro é preciso mudar o presente. A partir de uma co-criação entre Rock in Rio e Natura durante o festival, o velódromo do Parque Olímpico vai se transformar em uma grande experiência imersiva e sensorial. Sentidos, estímulos, sincronidade, tecnologia vão mudar o seu ritmo interior. Em sessões de 20 minutos: música impactante, efeitos cenográficos, 5.000 metros quadrados de projeções, onde público e imagens interagem. Uma experiência onde tempo ganha nova dimensão. Uma oportunidade para nos reconhecemos e encontrarmos uma nova sintonia.







“A NAVE é um chamado poderoso para o engajamento das pessoas na transformação do mundo tornando-o um lugar mais bonito, empático e sustentável”, comenta. “Nos baseamos nos pilares que desde sempre norteiam nossa atuação, que busca uma relação harmoniosa entre indivíduos, coletivos e com o planeta, para fazer esse chamado para o engajamento das pessoas na transformação da nossa sociedade”, conclui Maria Paula.

### Sobre “Por um Mundo Melhor”

O Rock in Rio é o maior evento de música e entretenimento do mundo. Criado em 1985 e com 34 anos de vida, é parte relevante da história da música mundial. 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. Nas redes sociais, os números da edição de 2017 são bem impactantes. São 143 milhões de pessoas alcançadas por conversas espontâneas sobre o Rock in Rio e 41,9 milhões de visualizações de vídeos nas redes do festival somente durante os dias de evento.

Nascido no Rio de Janeiro, o evento conquistou não só o Brasil como, também, Portugal, Espanha e Estados Unidos, sempre com o objetivo de levar todos os estilos de música aos mais variados públicos.

Unir pessoas por meio da música é uma das premissas do Rock in Rio, que nasce com a missão de transformar o mundo a partir da música. A partir da experiência impactante proporcionada pelo evento, o público sente o desejo de construir um mundo melhor adotando práticas mais positivas. O Por Um Mundo Melhor nasce em 2001 como propósito da marca Rock in Rio e, desde então, o festival usa a força da sua marca para mostrar às pessoas que pequenas atitudes do dia a dia são o caminho para a construção de um mundo melhor.

Nestes 34 anos, o Rock in Rio se consolida como um evento responsável pautando todas as suas ações nos três pilares da sustentabilidade: ambiental, social e econômica. Desde 2006, o Rock in Rio se compromete a minimizar 100% das emissões de CO2 do evento e a implementar um amplo plano de gestão de resíduos. O evento desenvolveu ainda um plano de sustentabilidade, que engloba temas transversais à organização, patrocinadores e fornecedores. O trabalho em constante revisão é aperfeiçoado a cada edição e utilizado até hoje em todos os países onde o festival é realizado. Em 2013, o Rock in Rio engaja ainda as marcas com a conquista da certificação da norma ISO 20121-Eventos Sustentáveis. Em 2016, foi a vez de anunciar o projeto do Rock in





Rio Amazonia Live, que já garantiu a restauração de mais de 73 milhões de árvores e acontece em todas as edições do evento até 2019.

No viés de educação, o Rock in Rio formou 3.200 jovens no ensino fundamental, no Rio de Janeiro; colocou 760 painéis solares em escolas de Portugal; montou 14 salas sensoriais em ONGs para atender crianças com deficiências mentais e visuais, garantiu 2.200 instrumentos musicais para mais de 150 ONG's que trabalham a música como ferramenta de inclusão social; instalou 10 salas de música em escolas da rede municipal do Rio de Janeiro, contribuiu na formação de professores e garantiu um ofício a 40 jovens como assistentes de Luthier (profissionais especializados na confecção e manutenção de instrumentos musicais). Em 2019, o Rock in Rio cria a LExU – Learning Experience Unit. Esta nova unidade de negócio, que nasce primeiro em Portugal e depois segue para o Brasil, tem como objetivo aplicar a capacidade do Rock in Rio em construir experiências transformadoras na área da educação, por meio do conceito de edutainment (*education* e *entertainment*). A LExU incluiu outras iniciativas como o Rock in Rio Academy, que já conta com quatro edições realizadas em Portugal e no Brasil.

### Sobre o Capim Santo

O restaurante Capim Santo nasceu em 1985 em Trancoso, litoral Sul da Bahia, e cresceu, em São Paulo, nas mãos da chef Morena Leite e das sócias e a jornalista Adriana Drigo. O trio comanda também as três unidades do restaurante Santinho em São Paulo, o Buffet Capim Santo, uma escola de gastronomia e o Instituto Capim Santo. A unidade do restaurante Capim Santo no Village Mall tem a atriz Mariana Ximenes como uma das sócias e é o primeiro investimento do grupo dentro de shopping centers. A chef coleciona reconhecimentos na área. O Capim Santo venceu, em 2011, o prêmio de Melhor Cozinha Brasileira pela revista *Go Where Gastronomia* e, em 2014, o Santinho ganhou o prêmio de Melhor Refeição em Bufê, segundo o júri do especial *Comer & Beber 2014-2015*, da *Veja São Paulo* e também como melhor brasileiro na *Veja Rio Comer & Beber* (2017/2018).

### Sobre o Instituto Capim Santo

Há alguns anos, inspirada por suas origens, Morena sentiu necessidade de retribuir a sua comunidade com um pouco de suas conquistas. Foi assim que saiu do forno uma ideia especial, o “Instituto de Capacitação Profissional” para jovens carentes da comunidade de Trancoso, apoiado desde o início pela Electrolux. Em 2009, no Centro Cultural do Quadrado, em Trancoso, ela começou a dividir suas experiências e formar novos





assistentes de cozinha, transmitindo os princípios da gastronomia: orgulho e comprometimento com o que se faz. Em 2012, Morena efetivou o “Instituto Capim Santo” em São Paulo, em parceria com a Escola Municipal Celso Leite, para a formação de jovens na área. Com o Instituto, Morena firmou parcerias com outras entidades do terceiro setor para compartilhar sua experiência. Desde março de 2012 é curadora e professora do “Instituto André Franco Vive”, em São Paulo, onde jovens participam do Curso Básico de Capacitação em Técnicas Gastronômicas. Finalmente, 2013 trouxe novos cursos na Verdescola na Barra do Sahy.

## Sobre a Natura

Fundada em 1969, a Natura é uma multinacional brasileira de higiene e cosmética. Líder no setor de venda direta no Brasil, com mais de 1,7 milhão de consultoras, faz parte de Natura &Co, resultado da combinação entre as marcas Natura, The Body Shop e Aesop, com faturamento de R\$ 13,4 bilhões em 2018. Foi a primeira companhia de capital aberto a receber a certificação B Corp no mundo, em dezembro de 2014, o que reforça sua atuação transparente e sustentável nos aspectos social, ambiental e econômico. É também a primeira empresa brasileira a conquistar o selo “The Leaping Bunny”, concedido pela organização de proteção animal Cruelty Free International, em 2018, que atesta o compromisso da empresa com a não realização de testes em animais de seus produtos ou ingredientes. Com operações na Argentina, Chile, Colômbia, Estados Unidos, França, México e Peru, os produtos da marca Natura podem ser adquiridos com as Consultoras, pelo Rede Natura, por meio do app, nas lojas próprias ou nas franquias “Aqui tem Natura”. Para mais informações, visite [www.natura.com.br](http://www.natura.com.br) ou acesse os perfis da empresa nas redes sociais: LinkedIn, Facebook e Instagram.

## Informações para imprensa

### PR Rock in Rio

### Approach Comunicação

+55 21 3461-4616 ramal 151 e 133

Fabiana Guimarães + 55 21 99476 4050

[fabiana.guimaraes@approach.com.br](mailto:fabiana.guimaraes@approach.com.br)







Marina Milhazes

[marina.milhazes@approach.com.br](mailto:marina.milhazes@approach.com.br)

Saulo Campos

[saulo.campos@approach.com.br](mailto:saulo.campos@approach.com.br)

Isabela Moraes

[isabela.moraes@approach.com.br](mailto:isabela.moraes@approach.com.br)

Ágata Cunha

[rockinrio.agata@approach.com.br](mailto:rockinrio.agata@approach.com.br)

## RP Capim Santo

### Documenta Comunicação

**Maria Vargas**

[mariavargas@documenta.com.br](mailto:mariavargas@documenta.com.br)

**21 98121 3832**

**Thaissa Garcia**

[thaissa@documenta.com.br](mailto:thaissa@documenta.com.br)

**21 99466 5885**

## PR Natura

### Conteúdo Comunicação





Luciana Rabassallo – (Atendimento sênior)

[luciana.rabassallo@conteudonet.com](mailto:luciana.rabassallo@conteudonet.com)

+55 11 96446-0565

Patrocinador Institucional



Patrocinadores



Patrocinador Master



Media Partners



Apoiadores

