



Rock in Rio lança LEXU, nova unidade de negócio dedicada à educação e compartilhamento de experiência

Rock in Rio Academy, que terá uma versão streaming, e lançamento de livro com foco na gestão da marca e seu negócio estão entre as ações deste ano da LEXU no Brasil

Rio de Janeiro, 21 de agosto de 2019 — O Rock in Rio é uma grande plataforma de experiências e tem desdobrado esse potencial a cada edição por meio da entrega de conteúdos diferenciados e inéditos. Em 2019, o maior festival de música e entretenimento do mundo lança uma nova unidade de negócio chamada LEXU, Learning Experience Unit do Rock in Rio. Este departamento nasce com o objetivo de aplicar a capacidade do Rock in Rio em construir experiências transformadoras na área da educação, por meio do conceito de edutainment (education e entertainment). Com o Academy, que este ano conta com uma versão streaming e o lançamento do livro “A Arte de Sonhar e Fazer Acontecer”, a LEXU faz sua estreia no Brasil, a terra onde tudo nasceu.

O Rock in Rio Academy by HSM, que já conta com quatro edições, sendo duas no Brasil e duas em Portugal, é um dos exemplos mais evidentes de como a organização compartilha sua filosofia, práticas e cultura empresarial, que tornam a marca referência no Brasil e no mundo. A terceira edição brasileira pretende compartilhar com os participantes o modelo de gestão do Rock in Rio para “liderar o presente a partir do futuro”. Com vagas reduzidas e que sempre esgotam, a novidade deste ano é a versão streaming, que permitirá ampliar o alcance do conteúdo do curso para quem não tem a chance de participar presencialmente. A versão via streaming contará com a mediação do especialista em Marketing de Diferenciação Pedro Superti e poderá enviar perguntas durante a transmissão ao vivo no dia do Academy, que serão respondidas pelo mediador ou direcionada aos executivos nas entrevistas exclusivas. Além disso, será disponibilizado um acesso *on demand* por 48h a partir do dia 02 de outubro para quem não conseguir assistir no dia do evento.

Patrocinador Institucional



Patrocinadores



Patrocinador Master



Media Partners



Apoiadores





“Foi a partir da primeira edição do Rock in Rio Academy by HSM, em 2015, que a nossa organização identificou a oportunidade de contribuir para a construção de um mundo melhor por meio da promoção de experiências de aprendizagem. Hoje temos uma nova área na empresa, exclusivamente dedicada ao desenho e implementação de iniciativas que empreguem a nossa expertise em experiências de entretenimento para a criação de experiências de aprendizagem que sejam capazes de transmitir a cultura Rock in Rio de sonhar e fazer acontecer”, enfatiza Agatha Arêas, Vice-Presidente de Learning Experience do Rock in Rio.

O Rock in Rio Academy está com as inscrições abertas e as vagas são limitadas. Voltado para executivos, líderes e empreendedores de todas as áreas, o Rock in Rio Academy é uma parceria do Rock in Rio com a HSM Educação Corporativa, maior plataforma de educação corporativa do Brasil. Nesta edição, irá proporcionar uma experiência de aprendizagem imersiva, em três eixos: Liderança e Propósito que fazem o Negócio Prosperar, Construção do Futuro com Equipes de Alta Performance e Modelo de Negócio centrado na Experiência.

Também será durante o Academy o lançamento oficial do primeiro livro de negócios do Rock in Rio com a presença dos autores. “Rock in Rio – A Arte de Sonhar e Fazer Acontecer”, escrito por Arthur Igreja e Allan Costa com a contribuição dos executivos de marca, traz provocações valiosas para que o leitor possa aplicar a cultura empresarial Rock in Rio no seu próprio negócio. Será a oportunidade de entender a visão que impulsiona o negócio que está por trás do maior festival de música e entretenimento do mundo.

O livro, publicado pela Editora Gente, estará disponível nas lojas de produtos oficiais da Cidade do Rock desde o primeiro dia de festival. Ainda em outubro, estará nas principais livrarias do país.

Com metodologia pioneira, Rock in Rio Academy permite conhecer as principais estratégias da empresa

O Rock in Rio Academy by HSM tornou-se uma referência para profissionais com experiência de mercado, que buscam ainda mais conhecimento. Os participantes vivenciam uma metodologia pioneira, o Live Case Study, que de forma interativa, ao vivo e real permite ao participante vivenciar o case na prática no ambiente em que ele acontece. Esta metodologia, desenvolvida exclusivamente para o Academy, é estruturada a partir de uma narrativa sobre a plataforma de experiências da marca, que





permite conhecer as principais estratégias da empresa e a sua aplicabilidade nos negócios.

Com metodologia de aprendizado desenvolvida pela HSM, o conteúdo desta terceira edição do Rock in Rio Academy terá como referência três bibliografias: As Três leis do Desempenho (Steve Zaffron & Dave Logan), Tribal Leadership (Dave Logan, John King & Hale Fischer-Wright) e Platform Revolution (Geoffrey G. Parker, Marshall W. Van Alstyne & Sangeet Paul Choudary). As obras foram selecionadas por traduzirem o modelo de negócios, a visão e o modelo de liderança desenvolvidos junto à equipe do Rock in Rio.

O time de palestrantes é composto por executivos que são parte da história e do presente do Rock in Rio, entre eles Roberto Medina, fundador e presidente; Luis Justo, CEO; Roberta Medina, vice-presidente executiva; Rodolfo Medina, vice-presidente de Marketing & Parcerias e Presidente Executivo do Grupo Artplan, Fernanda Estrella, diretora de Marketing; Zé Ricardo, diretor artístico do Palco Sunset e do Espaço Favela; Ricardo Acto, vice-presidente de Operações e Agatha Arêas, vice-presidente de Learning Experience; além de executivos da HSM Educação Corporativa, dentre os quais, o CEO Reynaldo Gama.

“Vamos levar as soluções da plataforma HSM alinhadas com os desafios das organizações para potencializar a experiência e a formação do Rock In Rio Academy”, enfatiza Reynaldo Gama, CEO da HSM.

O Rock in Rio Academy by HSM acontece entre as duas semanas de festival, no dia 01 de outubro, na Cidade do Rock, local onde o Rock in Rio é realizado. Serão 12 horas de imersão na cultura do maior festival de música e entretenimento do mundo, que culminam com uma grande apresentação de seu presidente e fundador Roberto Medina.

O investimento é de R\$2.700 (no pacote Standard, que inclui um ingresso de gramado para festival (o cliente pode escolher entre os dias 3, 4, 5 ou 6 de outubro). Para os que optarem para ter acesso à área VIP do festival, o valor será de R\$3.600 e dará direito a um ingresso VIP também para o segundo fim de semana. Estes valores correspondem ao lote atual, que tem validade até o dia 26 de agosto ou até o fim do lote. Já a compra do pacote corporate, com acesso à VIP ou gramado, é realizada apenas para grupos.

No streaming, o valor é de R\$ 99,00 com acompanhamento de um especialista em marketing de diferenciação e acesso premium à plataforma HSM Experience por 30 dias.





Além disso, acesso on demand por 48h a partir do dia 02/10 podendo acessar o conteúdo na plataforma. Além do chat para envio de perguntas durante a programação do Academy, que poderão ser respondidas pelo mediador ou direcionadas aos executivos nas entrevistas exclusivas.

Mais informações em www.rockinrioacademy.com.br

Sobre a HSM

A HSM é uma plataforma de educação corporativa que entrega a melhor curadoria de conteúdo, em blended learning, por meio de vivências e experiências transformadoras de aprendizagem. O propósito da empresa é desenvolver pessoas e organizações para que alcancem sucesso e contribuam com a transformação do Brasil.

Sobre o Rock in Rio

O Rock in Rio é o maior evento de música e entretenimento do mundo. Criado em 1985, nasceu com a missão de transformar as pessoas e o mundo a partir da música. Após 34 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 responsável e sustentável. Em 2001, reafirmou seu compromisso de mostrar às pessoas que pequenas atitudes do dia a dia são o caminho para fazer do mundo um lugar melhor para todos. Em 2013, 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 as edições, mais de R\$ 100 milhões investidos em causas e a construção de um legado positivo para as cidades por onde passa - formou 3.200 jovens no ensino





fundamental, no Rio de Janeiro; colocou 760 painéis solares em escolas públicas, em Portugal; e montou 14 salas sensoriais em ONGs para atender crianças com deficiências mentais e visuais. Os investimentos são provenientes da venda de ingressos e de ações promovidas junto aos parceiros.

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. Além disso, desde 2006, o Rock in Rio se compromete a compensar 100% das emissões de CO2 do evento — com auditoria da Deloitte — e investiu num plano de redução de emissões, que incluiu a elaboração de um manual de boas práticas para patrocinadores e fornecedores, o qual vem sendo aperfeiçoado a cada edição e é utilizado até hoje em todos os países onde é realizado.

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

Marina Milhazes

marina.milhazes@approach.com.br

Saulo Campos

saulo.campos@approach.com.br

Isabela Moraes

isabela.moraes@approach.com.br

Ágata Cunha

rockinrio.agata@approach.com.br

