



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

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, 10 de setembro 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.

“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

Patrocinador Institucional



Patrocinadores



Patrocinador Master



Media Partners



Apoiadores





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

Consciente do poder disseminador da marca, o Rock in Rio pauta-se por ser um evento com o propósito de construir um mundo melhor para pessoas mais felizes, confiantes e empáticas num planeta mais saudável. 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 edições, mais de R\$ 97 milhões investidos em diferentes projetos passando por temas como a sustentabilidade, educação, música, florestas, etc. Os investimentos são provenientes da organização do evento e de parceiros.

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 por meio de doações individuais e de parcerias, através de projetos de restauração e plantação, como o Paisagens Sustentáveis da Amazônia. O projeto traz a importância das florestas para o equilíbrio climático mundial como tema para todas as edições do evento pelo menos até 2019. Além disso, o Rock in Rio desenvolve um plano de sustentabilidade onde define medidas para a redução de emissões, onde se inclui uma correta gestão de resíduos, eficiência energética, compensação de emissões, correto consumo de recursos, entre outros, este plano é desenhado para a organização, patrocinadores e





fornecedores, o qual vem sendo aperfeiçoado a cada edição e é utilizado até hoje em todos os países onde é realizado.

O Rock in Rio preza por atitudes positivas a qualquer hora e em todos os lugares. Para endossar esse posicionamento da marca “Tod+s 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. É assim que a gente faz um mundo melhor acontecer: TOD+S POR UM MUNDO MELHOR.

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





Patrocinador Institucional



Patrocinadores



Patrocinador Master



Media Partners



Apoiadores

