PONTOS POSITIVOS E NEGATIVOS NA REALIZAÇÃO DE UM EVENTO DE PORTE INTERNACIONAL NO BRASIL – ESTUDO DE CASO: *ROCK IN RIO*

Luiz Fernando de Souza

Márcia Maria Dropa

Nataly Maceno Marcos

RESUMO: O Brasil vem sendo cada vez mais procurado como palco para diversos eventos de porte internacional, como por exemplo, o *Rock in Rio*, assim se fazendo necessário o estudo das possíveis consequências que esse tipo de evento acarreta ao país onde é realizado, verificando seus pontos positivos e negativos, sendo este o objetivo principal deste texto, que por meio de dados obtidos através de pesquisa bibliográfica, informações da internet e dados retirados do site oficial do evento, caracteriza-se um estudo de caso. Após uma breve apresentação da história do evento, sua relação com o turismo e da abordagem de seus prós e contras, mostra-se que apesar de haver pontos negativos, os positivos se sobressaem, tornando viável a realização deste tipo de evento no Brasil.

Palavras-chave: Rock in Rio; Pontos Positivos; Pontos Negativos; Turismo; Evento.

ABSTRACT: Brazil has increasingly been wanted as a stage for plenty of international large events such as the *Rock in Rio*, thus making it necessary to study the possible consequences that this type of event brings to the country where it is performed, by checking their positive and negative points, being this the main goal of this text, that through data obtained from bibliographical research, internet information and data from the official website of the event, is characterized a study case. After a short presentation of the history of the event, their relationship with the tourism and their pros and cons approach, it shows that although there are negative points, the positives stand out, making possible the realization of this kind of event in Brazil.

Keywords: Rock in Rio; Positive Points; Negative Points; Tourism; Event.

INTRODUÇÃO

O Brasil está se tornando um país cada vez mais solicitado para ser o anfitrião de megaeventos de porte internacional, levando isso em conta surgem algumas duvidas de que essa procura dos megaeventos pelo Brasil seria positiva ou negativa e se realmente vale a pena o investimento para esse tipo de evento no país. O que nos leva ao objetivo deste artigo, que visa à pesquisa dos pontos positivos e negativos na realização de um evento de porte internacional no Brasil, ou seja, um evento que atraia tanto pessoas do próprio país como também de outros.

Como exemplo de megaeventos de porte internacional realizados no Brasil recentemente, temos a Copa do Mundo de Futebol que ocorreu no país no ano de

2014, as Olimpíadas, que será realizada em 2016 na cidade do Rio de Janeiro, representando assim alguns megaeventos esportivos. Além deles são realizados outros, como o evento de música *Lollapalooza* que ocorre em São Paulo desde o ano de 2012, e a *Tomorrowland*, festival belga de música eletrônica que teve sua primeira edição no Brasil no ano de 2015, entre tantos outros eventos realizados no Brasil.

Para a realização deste artigo foi selecionado o megaevento *Rock in Rio*, que apesar de ser um evento criado no Brasil atingiu níveis internacionais, sendo levado até para outros países, e que desde 2011 ocorre de 2 em 2 anos no país. Por meio de pesquisa quantitativa, bibliográfica, na internet e no próprio site do *Rock in Rio* buscou-se conhecer a sua relação com o turismo, a história do evento e também os prós e os contras da sua realização no país.

Caracterizando-se como um estudo de caso *ex-post facto*, que segundo Gil (2002, p.49) compreende em uma pesquisa em que "o estudo foi realizado após a ocorrência de variações na variável dependente no curso natural dos acontecimentos." Ainda sobre o método de pesquisa de *ex-post facto*, Gil explica que:

> "O propósito básico desta pesquisa é o mesmo da pesquisa experimental: verificar a existência de relações entre variáveis. Seu planejamento também ocorre de forma bastante semelhante. A diferença mais importante entre as duas modalidades está em que na pesquisa ex-post facto o pesquisador não dispõe de controle sobre a variável independente, que constitui o fator presumível do fenômeno, porque ele já ocorreu. O que o pesquisador procura fazer neste tipo de pesquisa é identificar situações que se desenvolveram naturalmente e trabalhar sobre elas como se estivessem submetidas a controles" (GIL, 2002, p. 49).

Portanto buscou-se fazer uma pesquisa de dados quantitativos sobre o assunto em questão, na qual a interpretação dos dados leva a uma análise qualitativa do evento.

1. PRINCIPAIS SEGMENTOS DO TURISMO ENVOLVIDOS NO *ROCK IN RIO*

Por se tratar de um megaevento musical de porte internacional, o *Rock in Rio* acaba englobando algumas segmentações do turismo, como o Turismo Cultural

e o Turismo de Negócios e Eventos, tanto pela sua importância cultural como também econômica, afinal esse evento gera um fluxo intenso de turistas no seu local de realização. A seguir serão apresentadas as principais segmentações envolvidas.

1.1 Turismo Cultural

Eventos como o *Rock in Rio* se encaixam na segmentação do turismo denominada de Turismo Cultural, que segundo o Ministério do Turismo (MTur):

> "Compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura." (MTUR, 2010).

Levando em consideração essa definição de turismo cultural, pode-se concluir que a música como manifestação cultural e um bem imaterial, e o *Rock in Rio,* um evento em que se procura promover a música, automaticamente se encaixa nessa definição.

Esse segmento engloba os eventos musicais tal qual o *Rock in Rio*, devido este tratar-se de um evento cultural e se basear em um recurso imaterial, que no caso é a música, e também por se tratar de um evento com o objetivo de levar os turistas a participar, contemplar e de certa forma mostrar a cultura de uma época, além de proporcionar o entretenimento aos seus participantes.

1.2 Turismo de Negócios e Eventos

Neste segmento inclui-se o *Rock in Rio* por se tratar de um evento de grande porte e necessitar de todo um planejamento e gestão que esse segmento leva em conta. De acordo com a MTur (2010, p.15) o "Turismo de Negócios e Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social".

O Turismo de Negócios e Eventos destina-se a promover outros segmentos, bem como auxiliar nos problemas de sazonalidade. Apesar de ser mais voltado para

a área profissional e de negócios ainda interfere na realização de eventos culturais como o *Rock in Rio*, visto que se trata de um evento, em que há a participação de diversas empresas colaboradoras.

2. O *ROCK IN RIO*

2.1 História

Idealizado por Roberto Medina, o *Rock in Rio* surgiu após um período difícil do ponto de vista cultural, momento em que as artes e afins foram duramente reprimidos pelo Regime Militar e ainda eram atingidos pelos seus reflexos, esse fato começou a mudar a partir da década de 1960 com o ápice da Bossa Nova e a mudança de atitude dos artistas, que retomaram sua essência, trazendo de volta o poder da música ao país. (JILEK, 2001)

Então, em 1985, em um momento que a população brasileira ansiava pela mudança do país para se tornar uma democracia, no bairro de Jacarepaguá, na cidade do Rio de Janeiro, tomava forma a primeira edição do *Rock in Rio*. Ocorreram mais duas edições do evento no Brasil, nos anos de 1991 e 2001, depois disso o evento foi transferido para a cidade de Lisboa – Portugal, em 2004, seguindo o mesmo estilo do que havia sido feito no Brasil em 2001, "utilizando sua força como festival de entretenimento em torno da responsabilidade social e ações que busquem um mundo melhor." (ROCK IN RIO, 2013).

Em 2006 o *Rock in Rio* aconteceu novamente na cidade de Lisboa, onde se estabeleceu e foi declarado que se realizaria oficialmente a cada 2 anos. No ano de 2008, além de ser realizado em Lisboa o *Rock in Rio* teve sua primeira edição em Madrid – Espanha, em uma "cidade do rock" construída em *Arganda Del Rey*, próxima ao centro da cidade, onde no ano de 2010 o evento também é oficializado para ocorrer a cada 2 anos.

O evento volta ao seu país de origem 10 anos depois de sua ultima edição, no ano de 2011 o *Rock in Rio* tem a sua 4ª edição no Brasil, onde foi um grande sucesso, esgotando seus ingressos em apenas 4 dias. Em 2012 o evento ocorreu em Lisboa e Madrid, e durante 7 dias no mês de setembro de 2013 ocorreu também

no Brasil. Já em 2014 o evento ocorreu em Lisboa como de costume, mas dessa vez para celebrar os 10 anos da realização do *Rock in Rio* em Portugal.

Em 2015, ano em que o *Rock in Rio* comemora seus 30 anos, será realizado no Brasil no mês de setembro e também será levado a cidade de *Las Vegas* nos Estados Unidos pela primeira vez no mês de maio, onde o festival irá acontecer nos finais de semana do dia 8 e 9, e também nos dias 15 e 16, a partir de então o evento acontecerá de 2 em 2 anos nos Estados Unidos assim como nos outros países que sediam o *Rock in Rio*.

FIGURA 1: Line-up Rock in Rio 1985 e 2013

Fonte: Rock in Rio <http://rockinrio.com/rio/rock-in-rio/historia/>.

2.2 A Estrutura

Para a realização de um evento do porte do *Rock in Rio* seria necessário encontrar um espaço que comportasse a grande demanda do evento, portanto

Roberto Medina encontrou um espaço no bairro de Jacarepaguá, na cidade do Rio de Janeiro, com grande potencialidade, porém gastou muito para que o local tivesse condições de receber o evento. Segundo JILEK, “a atual cidade do rock era um imenso buraco, foram 71 mil caminhões de terra para nivelá-lo, três meses de aterro e mais seis meses de obras.”, porém após todo esse trabalho o espaço funcionou perfeitamente para receber o evento. Em uma área de 150 mil metros quadrados, foi ali construída a “Cidade do Rock”, no ano de 1985.

FIGURA 2: Vista aérea da Cidade do Rock em 1985

Fonte: <http://acervo.oglobo.globo.com/fotogalerias/o-primeiro-rock-in-rio-9381786>. Foto 1.

Ainda sobre a estrutura, Carneiro cita que:

> “O espaço tinha capacidade para duzentos e cinquenta mil pessoas concentradas na área do evento. O equipamento de som foi adquirido nos EUA, porque segundo Roberto Medina, os produtos brasileiros não possuíam as especificações exigidas pelos grupos estrangeiros para suas apresentações. O sistema de som tinha potência de 70 mil watts e 220 caixas acústicas.” (2011 apud SILVA, 2012, p.39).

No entanto, devemos salientar que a “Cidade do Rock” não é fixa, após o evento ela é desmontada e utilizada para outros fins, como por exemplo, após a realização do evento em 2013 o local voltou a funcionar como área pública de lazer. O *Rock in Rio* no Brasil também já foi realizado fora da “cidade do rock” no ano de 1991, onde ocorreu no estádio de futebol “Maracanã”.

FIGURA 3: Vista Aérea da "Cidade do Rock" em 2013

Fonte: <http://g1.globo.com/musica/rock-in-rio/2013/noticia/2013/09/piratas-tentam-invadir-cidade-do-rock-de-barco.html>.

Em 2011, o *Rock in Rio* no Brasil contou com 2 palcos (Mundo e *Sunset*), tirolesa em um percurso de 200 metros, a "*FreeFall*", uma queda livre de 17 metros de altura, 1 área VIP reservada para 4 mil convidados, 15 ambulâncias, centro médico, postos de atendimentos, além de muitos outros serviços. Em 2013 cerca de 95 mil pessoas utilizaram da roda gigante, tirolesa, *turbo drop,* montanha russa e parede de escalada, e a estrutura contou com algumas inovações como a *Rock Street*, que é uma rua temática onde acontecem pequenos shows e apresentações de dança, e no ano de 2013 foi inspirada na Grã-Bretanha e Irlanda, um novo palco chamado de *Street Dance*, dedicado à dança de rua, e uma tenda de música eletrônica também foram implantados.

Desta maneira identifica-se que existe a necessidade de uma força tarefa para a realização do evento, pois envolve uma cadeia produtiva de prestadores de serviços em infra-estrutura como palco, iluminação, banheiros, tendas, praça de alimentação, sonorização, iluminação, entre tantos outros serviços necessários para a realização do evento. Além dos serviços prestados no decorrer do evento é importante salientar as necessidades que existem no pré-evento, como por exemplo, divulgação e marketing, e no pós-evento como o serviço de desmonte da infra-estrutura, entre outras atividades necessárias após o término do evento.

2.3 Público Alvo

O *Rock in Rio* visa atender a todo tipo de demanda, porém é mais voltado para o público jovem e para interessados em música. No quesito gêneros musicais, o evento se mostra bastante diversificado, isso mostra a preocupação dos organizadores em agradar a todos e atrair cada vez mais pessoas para prestigiarem o evento.

No ano de 2013, segundo a organização do evento, o *Rock in Rio* teve um público de aproximadamente 595 mil pessoas, número próximo do estimado pela Secretária Municipal de Turismo do Rio de Janeiro, mencionada em reportagem de Angélica Fernandes publicada no jornal O Dia, que era de 600 mil pessoas, e deste total, 12% seriam compostos de estrangeiros; 38% de visitantes de outros estados; e os demaisdo próprio estado do Rio de Janeiro.

Ainda segundo a reportagem baseada nos dados fornecidos pela Secretária Municipal de Turismo o público que frequentou o *Rock in Rio* acabou por movimentar toda a cidade, de um modo que, no ano de 2013 foi estimado um retorno financeiro para a cidade de aproximadamente R$1 bilhão de reais, pretendendo assim o evento ser mais rentável do que a sua última edição realizada no Brasil em 2011, além disso, a rede hoteleira tinha a estimativa de chegar a 95% de ocupação de seus leitos, sendo que duas semanas antes do inicio do evento já constava-se 70% das unidades ocupadas segundo dados da ABIH (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis).

Cerca de 7.300 cartões de vantagens para o próximo *Rock in Rio* foram vendidos até o término da edição de 2013, esses cartões custavam R$95,00 reais e não dão garantia da compra do ingresso, porém quem o possui têm preferência na compra durante a pré-venda da edição de 2015 do festival. Isso mostra que o público aprova o evento e que pretende continuar frequentando-o.

Em 2015, segundo dados do site G1, os ingressos foram colocados a venda em 9 de abril, e complemente esgotados no dia 23 do mesmo mês, o primeiro dia a ter os ingressos esgotados foi o de 26 de setembro, que apresenta em seu *line-up* nomes como *Rihanna* e *Sam Smith*, que se esgotou em somente 57 minutos. Foram disponibilizados 85 mil ingressos por dia de festival, número que representa a

capacidade máxima de pessoas que poderão desfrutar dos shows em um dia, totalizando 595 mil ingressos disponíveis nos sete dias de *Rock in Rio*.

A prefeitura tomando conhecimento dos índices positivos gerados pelo *Rock in Rio* na cidade começa a dar mais importância ao evento, pretendendo até incorporá-lo oficialmente ao calendário turístico do Rio, pois se trata de um evento onde vários setores da economia se beneficiam, demonstrando que a prática da atividade turística engloba uma gama da cadeia produtiva de prestação de serviços.

3. PONTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DA REALIZAÇÃO DO ROCK IN RIO NO BRASIL

3.1 Pontos Positivos

As principais vantagens para a realização de um evento de grande porte como o *Rock in Rio* no Brasil, são de cunho econômico, cultural e social. Econômico porque com a realização deste tipo de evento, em que um número considerável de turistas de outras regiões e até outros países são atraídos para o local de realização, acarreta na movimentação da economia, pois pressupõe-se que esses turistas se hospedem em hotéis, se alimentem em restaurantes, façam compras, entre outras atividades no local em que se encontram. Sem contar com as empresas que patrocinam o evento, que tem seu objetivo de maior visibilidade para sua marca por meio do marketing realizado juntamente com o evento em questão, fato que também movimenta a economia.

Tem o aspecto cultural, visto que o evento musical cultural propicia novas experiências, novas culturas, conhecer novas pessoas, e também não deixa de ser uma manifestação da arte, manifestação da música, fatores de forte característica cultural. E observando sobre o aspecto social há o encontro de pessoas de fora do entorno com os habitantes locais, havendo possibilidades de intercâmbio de culturas, propiciando impactos tanto positivos quanto negativos.

Se tratando de pessoas, não tem como não haver o impacto social, afinal o evento é direcionado a uma variedade de pessoas, com culturas diferentes, usos e costumes diferenciados, jeitos diferentes de lidar com certas situações, assim a

questão social acaba se juntando com a questão cultural, pois ambas, nesse caso, tem as características muito parecidas.

O *Rock in Rio* têm se mostrado não apenas um evento musical, mas também de certa forma educacional, afinal o evento é internamente ligado com questões extremamente importantes no mundo em que vivemos hoje, como a sustentabilidade, a gestão dos resíduos, a participação em projetos sociais, assim como tantos outros.

Uma das iniciativas do evento é o projeto "Por um Mundo Melhor" que foi criado em 2001 na 3ª edição do evento no Brasil, que por meio da visibilidade que o *Rock in Rio* oferece, pretende motivar as pessoas a levar uma vida melhor por meio de mudanças cotidianas. E em 2001, na edição em que se iniciou o projeto, parte da renda obtida com o festival foi investida em projetos sociais, e segundo a organização do *Rock in Rio,* de 2001 até o ano de 2012:

> "US$16.520.736,00 (R$42.762.812,00) já foram investidos em ações que incluem o plantio de 93 mil árvores, a construção de uma escola na Tanzânia e um centro de saúde no Maranhão, a educação de 3.200 jovens no ensino fundamental no Rio de Janeiro, instalação de 760 painéis solares em 38 escolas públicas em Portugal, a instalação em ONGs 14 salas sensoriais para melhorar a qualidade de vida de milhares de criança portadoras de necessidades especiais em Portugal, doação mais de 2.200 instrumentos para cerca de 150 instituições sem fins lucrativos, a construção de 10 salas de música em escolas públicas e a formação em Assistente de Luthier a 40 jovens de uma das primeiras comunidades pacificadas do Rio de Janeiro." (ROCK IN RIO, 2013).

Além dessas ações praticadas com a arrecadação, o evento ainda procura uma maneira de reduzir a emissão de CO^2, visando diminuir o impacto ambiental causado pelo evento, através de planos feitos pela equipe do próprio festival juntamente com especialistas, e ainda distribui aos seus colaboradores um manual de práticas sustentáveis, para que a empresa que participa do evento também contribua para o sucesso da ação, e como uma forma de incentivar as empresas participantes foi criado em 2008 um prêmio chamado Atitude Sustentável, no qual é premiada a empresa que teve as melhores práticas sustentáveis. "O *Rock in Rio* foi o primeiro festival 100R, selo que garante a valorização e reciclagem do lixo produzido, tanto no Brasil como em Portugal" (ROCK IN RIO, 2013).

Em 2013 cerca de 183 toneladas de lixo foram coletadas, número inferior comparado com os resultados de 2011, e deste total 35,7 toneladas do lixo foram encaminhadas para reciclagem, tornando o evento sustentável.

Além dos benefícios ambientais, a população também é beneficiada por meio da geração de empregos, afinal um evento de grande porte necessita de uma equipe que corresponda a sua dimensão. Na edição de 2013 foram gerados em torno de 18 mil empregos diretos e indiretos, sendo a maior oferta localizada na Cidade do Rock.

3.2 Pontos Negativos

Os pontos negativos da realização de um evento como o *Rock in Rio* no Brasil têm varias vertentes, podendo ser por problemas estruturais, de logística, sociais, ambientais, econômicos, de segurança, entre tantos outros.

Um dos grandes problemas do *Rock in Rio* no ano de 2013 foi o aumento no valor das diárias em hotéis e outros meios de hospedagem, que segundo a *TripAdvisor* foi de 71%, e os albergues foram os locais em que se encontrou o maior aumento, podendo chegar até a 500%. Porém essa supervalorização não ocorreu somente nos meios de hospedagem, outros setores, como por exemplo o setor de alimentos, também se aproveitam desse momento no qual a cidade recebe uma quantidade maior de turistas para ter um aumento em seu lucro, o que acabou refletindo nos preços dos produtos.

Outro fator que foi abordado foi a falta de qualificação das pessoas que trabalhavam na tirolesa, como também falhas na segurança da mesma, houve confusão na fila, e muitas pessoas reclamavam do atendimento recebido e também da demora em poder usufruir do brinquedo, um jovem de 22 anos acabou ficando pendurado durante a travessia, ficando preso por 10 minutos até que o resgate chegasse ao local e o tirasse com segurança. (DIA, 2013).

Um problema de logística encontrado durante o evento foi com relação ao trânsito, que nos dias da realização do *Rock in Rio* acabou se tornando um transtorno aos moradores locais, pois as vias de acesso ao festival foram bloqueadas e somente os moradores credenciados, ônibus e veículos oficiais do

evento tinham a permissão de transitar por ali, complicando assim a vida dos demais usuários daquela via, congestionando os pontos próximos da Cidade do Rock.

Em questão de segurança, a Policia Civil registrou nos 4 últimos dias do evento, 445 furtos, 19 roubos e 27 extravios de documentos, 4 pessoas foram detidas por lesão corporal e 1 por desacato, essas ocorrências foram realizadas no posto interno da Policia Civil, localizado dentro da Cidade do Rock, e também nas delegacias próximas a área do evento. (DIA, 2013)

Socialmente falando, há a diversidade cultural que pode ser levada ao seu lado negativo, no qual os moradores locais não se sentem confortáveis com a chegada dos turistas e a inserção deles em seu dia-a-dia se faz de forma complicada, pois acabam mudando o cotidiano da cidade de uma forma geral, muitas vezes conturbando a vida dos moradores locais.

Essas desvantagens acabam sendo prejudiciais para a imagem que o turista leva da cidade sede do evento, podendo arruinar com toda uma experiência e prejudicando também o marketing de “boca a boca”, que é quando se comenta sobre o local visitado com outras pessoas, falando de sua experiência, recomendando ou não o local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou a história do megaevento musical *Rock in Rio* e sua relação com o turismo, bem como os pontos positivos e negativos na realização deste tipo de evento no Brasil e fatores como a infra-estrutura utilizada e o público alvo do evento. Com base nos resultados apresentados pode-se perceber que os pontos negativos não conseguem superar os positivos, afinal o evento se mostra vantajoso economicamente, socialmente e culturalmente. Os pontos negativos encontrados podem ser solucionados com o tempo e com o planejamento correto em futuras edições.

O público se mostra satisfeito com o evento e pretende participar das próximas edições, pois o evento está se tornando uma tradição no país, onde quem foi quer ir novamente e quem ainda não foi o tem como objetivo, desse modo percebendo o crescimento do evento em todo o território nacional como um

megaevento renomado a prefeitura do Rio de Janeiro decidiu então apoiar o *Rock in Rio* e pretende incorporá-lo oficialmente em seu calendário turístico.

Portanto levando, estes e outros dados contidos no trabalho, em consideração, os pontos positivos da realização dos eventos de porte internacional no Brasil se mostram maiores que os negativos, assim fortalecendo a presença dos megaeventos no país e tornando-os viáveis a execução.

Assim sendo, imagina-se que este trabalho venha a contribuir para que outros eventos sejam estudados, bem como para a realização e investimento em novos eventos culturais, contribuindo para que o turismo de eventos ganhe cada vez mais mercado, e auxiliando na sazonalidade de destinos turísticos já consolidados, e que estejam para se consolidar.

REFERÊNCIAS

MATTA, Bianca Poletti Antunes. **Os Megaeventos Musicais frente as Demandas Contemporâneas: O Caso do Rock in Rio e do Skol Beats.** 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Bacharel em Turismo) – Universidade Estadual Paulista. Disponível em: <http://ad.rosana.unesp.br/docview/directories/Arquivos /DTA/Biblioteca/2008-12/BiancaPolettiAntunesMatta.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2013.

JILEK, Mariane. **Rock In Rio: O Precursor dos Eventos Musicais. Um Case de Sucesso de Marketing de Entretenimento.** [2004]. Disponível em: <http://www. avm.edu.br/monopdf/24/MARIANE%20JILEK.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2013.

SILVA, Roseane Santos da**. Produção Alternativa e o Rock in Rio: A Inovação do Fazer Cultural nos Anos 80**. 2012. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural) – Universidade Federal Fluminense. Disponível em: <http://academico.tagcultural.com.br/wp-content/uploads/2013/03/0078.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: Orientações Básicas.** 3.ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em:<http://www.turismo.gov.br/

export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 04 set. 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Negócios e Eventos: Orientações Básicas.** 2.ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negxcios_e_Eventos_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 04 set. 2013.

Site G1 Rio. **Cidade do Rock Começa a ser Desmontada no Rio**. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/rock-in-rio/2013/noticia/2013/09/cidade-do-rock-comeca-ser-desmontada-no-rio.html>. Acesso em: 27 set. 2013.

Site UOL Música. **Rock in Rio Exibe Estrutura Gigantesca às Vésperas do Início do Festival**. Disponível em: <http://musica.uol.com.br/noticias/efe/2011/09/21/rock-in-rio-exibe-estrutura-gigantesca-as-vesperas-do-inicio-do-festival.htm>. Acesso em: 20 set. 2013.

ROCK IN RIO. **História.** Disponível em: <http://rockinrio.com/rio/rock-in-rio/historia/>. Acesso em: 12 set. 2013.

FERNANDES, Angélica. **Rock in Rio Derrama R$ 1 Bilhão na Cidade.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2013-09-07/rock-in-rio-derrama-r-1-bilhao-na-cidade.html>. Acesso em: 15 out. 2013.

O DIA. **Hospedagem mais cara com o Rock in Rio.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2013-09-03/hospedagem-fica-mais-cara-com-o-rock-in-rio.html>. Acesso em: 15 out. 2013.

BARROS, Maria Luisa. **Ibope Revela: o Rock in Rio Agradou a 88% do Público.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/diversao/2013-09-18/ibope-revela-o-rock-in-rio-agradou-a-88-do-publico.html>. Acesso em: 15 out. 2013.

O DIA. **Hotéis Lotados para o Rock in Rio.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/economia/2013-08-30/hoteis-lotados-para-o-rock-in-rio.html>. Acesso em: 15 out. 2013.

MAIOR, Leandro Souto. **Rock in Rio 2013 Reúne Música e Outras Atrações em Sete Dias de Festival.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/diversao/2013-09-13/rock-in-rio-2013-reune-musica-e-outras-atracoes-em-sete-dias-de-festival.html>. Acesso em: 15 out. 2013.

ROCK IN RIO. **Infográfico 2013.** Disponível em: <http://rockinrio.com/infografico2013/>. Acesso em: 17 out. 2013.

ROCK IN RIO. **Por um Mundo Melhor: História**. Disponível em: <http://rockinrio.com/rio/porummundomelhor/edicoes-anteriores/>. Acesso em: 17 out. 2013.

ROCK IN RIO. **Prêmio Atitude Sustentável.** Disponível em: <http://rockinrio.com/rio/porummundomelhor/premio-atitude-sustentavel/>. Acesso em: 18 out. 2013.

O DIA. **Susto no Rock in Rio: Homem Fica Pendurado pelo Braço na Tirolesa.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2013-09-16/susto-no-rock-in-rio-homem-fica-pendurado-pelo-braco-na-tirolesa.html>. Acesso em: 18 out. 2013.

LUCIA, Carmen. **Rock in Rio: Fila da Tirolesa tem Brigas, Reclamações e Pessoas Expulsas.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/diversao/2013-09-19/rock-in-rio-fila-da-tirolesa-tem-brigas-reclamacoes-e-pessoas-expulsas.html>. Acesso em: 18 out. 2013.

DIA, O. **Interdições para o Rock in Rio Param o Trânsito na Barra da Tijuca.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/odia24horas/2013-09-13/interdicoes-para-o-rock-in-rio-param-o-transito-na-barra-da-tijuca.html>. Acesso em: 18 out. 2013.

CORRÊA, Victor; CABRAL, Rodrigo. **Fãs Reclamam de Filas em Brinquedos do Rock in Rio.** 2013. Disponível em: <http://odia.ig.com.br/diversao/2013-09-13/fas-reclamam-de-filas-em-brinquedos-do-rock-in-rio.html>. Acesso em: 18 out. 2013.

DIA, O. **Rock in Rio: Mais de 400 Pessoas Foram Furtadas nos Últimos Quatro Dias.** 2013. Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2013-09-23/rock-in-rio-mais-de-400-pessoas-foram-furtadas-nos-ultimos-quatro-dias.html>. Acesso em: 18 out. 2013.

BARROS, Maria Luisa. **Rock in Rio: Público já de olho em 2015.** Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2013-09-24/rock-in-rio-publico-ja-de-olho-em-2015.html>. Acesso em 18 out. 2013.

LOLLAPALOOZA. **Retrôlolla: A História do Festival.** 2015. Disponível em: <http://www.lollapaloozabr.com/2013/retrololla>. Acesso em: 04 mai. 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: <https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf>. Acesso em: 04 mai. 2015.

MONTEIRO, Danilo. **Tomorrowland - Especial: A História e Trajetória do Maior Evento de Música Eletrônica do Mundo.** 2014. Disponível em: <http://omelete.uol.com.br/musica/artigo/tomorrowland-especial/>. Acesso em: 06 mai. 2015.

Site G1. Rock **in Rio chega aos Estados Unidos com mistura de rock e pop.** 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/rock-in rio/2015/noticia/2015/05/rock-rio-chega-aos-estados-unidos-com-mistura-de-rock-e-pop.html>. Acesso em: 06 mai. 2015.

Site G1. **Ingressos para o Rock in Rio 2015 estão esgotados.** 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/rock-in-rio/2015/noticia/2015/04/ingressos-para-o-rock-rio-estao-esgotados-1.html>. Acesso em: 06 mai. 2015.