



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UNB
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO - CET
BACHARELADO EM TURISMO

**A PERCEPÇÃO DO MORADOR DO DISTRITO
FEDERAL SOBRE FESTIVAIS MÚSICAIS, O LOLLAPALOOZA, O ROCK IN RIO E
SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O TURISMO**

BIANCA D'AYA DIAS PEIXOTO

BRASÍLIA - DF

2021



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
GRADUAÇÃO DE NÍVEL SUPERIOR EM TURISMO

BIANCA D'AYA DIAS PEIXOTO

**A PERCEPÇÃO DO MORADOR DO DISTRITO FEDERAL SOBRE FESTIVAIS
MUSICAIS, O LOLLAPALOOZA, O ROCK IN RIO E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA
O TURISMO**

Monografia apresentada ao Bacharelado em Turismo da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora:

Prof.^a Me.^a Aylana Laíssa Medeiros Borges

BRASÍLIA – DF 2021



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
GRADUAÇÃO DE NÍVEL SUPERIOR EM TURISMO

BIANCA D'AYA DIAS PEIXOTO

**A PERCEPÇÃO DO MORADOR DO DISTRITO FEDERAL SOBRE FESTIVAIS
MUSICAIS, O LOLLAPALOOZA, O ROCK IN RIO E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA
O TURISMO**

Monografia apresentada ao Bacharelado em Turismo da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora:

Prof.^a Me.^a Aylana Laíssa Medeiros Borges

BRASÍLIA – DF

2021



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
GRADUAÇÃO DE NÍVEL SUPERIOR EM TURISMO

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo – CET, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em turismo.

**A PERCEPÇÃO DO MORADOR DO DISTRITO FEDERAL SOBRE
FESTIVAIS MUSICAIS, O LOLLAPALOOZA, O ROCK IN RIO E SUA
CONTRIBUIÇÃO PARA O TURISMO**

BIANCA D'AYA DIAS PEIXOTO

Avaliado por:

Prof.^a Dr.^a AYLANA LAÍSSA MEDEIROS BORGES – Orientadora - CET/UnB

Prof.^a Me.^a LÍVIA CRISTINA BARROS DA SILVA WIESINIESKI - CET/UnB

Prof.^a Dr.^a GABRIELA ZAMIGNAN DE ANDRADE MELLO – CET/UnB

BRASÍLIA, 18 DE NOVEMBRO DE 2021

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Pp PEIXOTO , BIANCA D'AYA DIAS
A PERCEPÇÃO DO MORADOR DO DISTRITO FEDERAL SOBRE
FESTIVAS MUSICAIS, O LOLLAPALOOZA, O ROCK IN RIO E SUA
CONTRIBUIÇÃO PARA O TURISMO / BIANCA D'AYA DIAS PEIXOTO ;
orientador AYLANA LAÍSSA MEDEIROS BORGES; co-orientador
LÍVIA CRISTINA BARROS DA SILVA WIESINIESKI. -- Brasília,
2021.
101 p.

Monografia (Graduação - TURISMO) -- Universidade de
Brasília, 2021.

1. Turismo de eventos . 2. Festivais musicais . 3.
Percepção . 4. Rock in Rio. 5. Lollapalooza . I. MEDEIROS
BORGES, AYLANA LAÍSSA , orient. II. BARROS DA SILVA
WIESINIESKI, LÍVIA CRISTINA , co-orient. III. Título.

À minha mãe, Terezinha, ao meu pai, Ivanir, aos meus irmãos: Carlos William, Dario, Patrícia e Alexandre pelo elo de força, amor, confiança e respeito que nos une.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe Terezinha Peixoto, ao meu pai Ivanir Peixoto, aos meus irmãos, Carlos William, e Alexandre e à minha cunhada, Maria de Lourdes, por todo apoio e incentivo durante toda minha caminhada universitária. Agradeço em especial à minha irmã Patrícia e ao meu irmão, Dario pelas caronas e puxões de orelha que me deram sempre que necessário, me incentivaram e sempre estiveram presentes com palavras de motivação e reflexão, me fazendo observar as situações, amadurecer e continuar crescendo.

Agradeço aos meus sobrinhos, Miguel, Luana, Felipe, Eduardo e Vitor pelas horas de cosquinhas e gargalhadas durante nossos encontros familiares.

Faço um agradecimento especial ao Guilherme Capanema, Filipe Capuchinho, Vitor Pedrosa, Fernando Silva, Kenya Batista, Fernanda Peixoto, Lara Kinue, Bianca Meneguci, Ana Carolina Quintiliano e aos incontáveis amigos que fiz ao longo desta longa estrada universitária de UnB. Desde março de 2012, fui conquistada por pessoas dos mais variados estilos de pensamentos, ideais, etnias, religiões e posicionamentos políticos. Foram tantos trabalhos acadêmicos, projetos de extensão, monitorias, estágios, projetos fora da UnB, festas e bares. Todos, sempre estarão em meu coração e em minhas memórias.

Agradeço com carinho ao apoio, paciência, incentivo, escuta e ombro amigo da Ana Carolina Boquadi que acompanhou de perto o processo desta pesquisa e não permitiu que eu a postergasse por mais tempo.

Agradeço aos meus professores pela paciência e pelos ensinamentos passados, pois, não é fácil ser professor nesse país.

Deixo registrado também, em especial, meu imenso carinho e agradecimento às minhas professoras, Natália Aldrigue e Lívia Barros, que além dos ensinamentos de sala de aula, em meio ao caos da minha vida acadêmica, tiveram um olhar paciente, doce e nada padronizado para mim, conseguiram perceber que meu perfil acadêmico era muito diferente do que a Instituição exige dos alunos e não me julgaram por isso.

Friso ainda minha eterna admiração e gratidão, à minha Orientadora, Aylana Borges, que aceitou a missão de me orientar em plena pandemia e ainda, pacientemente, fez com que eu chegasse até aqui.

Agradeço à Universidade de Brasília, por ter me proporcionado anos de amadurecimento pessoal, profissional, psicológico e espiritual. Não foi fácil! Finalizo essa jornada satisfeita por aprender com meus erros, deixado, pensamentos e achismos de lado, crescido como cidadã, como pessoa e como profissional.

Por fim, deixo meu sentimento de gratidão à espiritualidade que zelou por mim durante toda essa jornada e ao universo por conspirar ao meu favor ao longo de todos esses anos.

Somos condenados pela tarefa de ter visão do futuro, ser críticos e malquistos.

Jost Krippendorf

RESUMO

O Turismo de Eventos e festivais musicais vem fomentando o turismo, fortalecendo a economia e a cultura local das cidades que os sediam, já que as pessoas viajam para participar deles. Esta pesquisa tem como objetivo, analisar a percepção dos moradores do Distrito Federal quanto seu interesse em festivais musicais e sua participação nos festivais musicais: Lollapalooza e Rock in Rio. As metodologias utilizadas foram a pesquisa bibliográfica, exploratória e quantitativa. Foi disponibilizado formulário *online* via *internet*, com questões fechadas, no período de 23 de setembro a 23 de outubro de 2020, apenas para residentes do Distrito Federal. Obteve-se 1.063 respostas. Os resultados demonstram que 94% dos moradores do DF acreditam que um festival musical é capaz de motivar a realização de uma viagem e 78% já participou de festivais musicais nacionais, sendo que 28,2% já participaram do Lollapalooza e/ou Rock in Rio. A pesquisa identificou que 76% dos entrevistados foram motivados a ir ao festival devido às atrações musicais e 85,7% dos entrevistados foram a algum atrativo turístico da cidade visitada.

Palavras-Chave: Turismo de Eventos. Festivais Musicais. Percepção. Rock in Rio. Lollapalooza.

ABSTRACT

Events Tourism and music festivals have been fostering tourism, strengthening the economy and local culture of the cities that host them, as people travel to participate in them. This research aims to analyze the perception of residents of the Federal District regarding their interest in music festivals and their participation in music festivals: Lollapalooza and Rock in Rio. The methodologies used were bibliographical, exploratory and quantitative research. An online form was made available on the Internet, with closed questions, from September 23 to October 23, 2020, only for residents of the Federal District. 1,063 responses were obtained. The results show that 94% of DF residents believe that a music festival is able to motivate a trip, 78% have participated in national music festivals, and 28.2% have participated in Lollapalooza and/or Rock in Rio. The survey identified that 76% of respondents were motivated to go to the festival due to musical attractions, and 85.7% of respondents went to some tourist attraction in the visited city.

Keywords: Events Tourism. Musical Festivals. Perception. Rock in Rio. Lollapalooza.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Elis Regina vencedora do 1º Festival Brasileiro da Música Popular	27
Figura 2 - Perfil compradores de ingressos Rock in Rio - 2019	32
Figura 3 - Lollapalooza (EUA) - Line-up primeiro Lollapalooza	37
Figura 4 - Lollapalooza (EUA) - Line-up terceiro Lollapalooza	38
Figura 5 - Perry Farrell - Lollapalooza Brasil	39
Figura 6 - Logomarca Lollapalooza Brasil	40
Figura 7 - Line-up Lollapalooza Brasil 2012	41
Figura 8 - Mapa de localização do 1º Lollapalooza Brasil	41
Figura 9 - Line-up Lollapalooza Brasil 2013	42
Figura 10 - Line-up Lollapalooza Brasil 2014	43
Figura 11 - Mapa do Lollapalooza Brasil 2014	44
Figura 12 - Line-up Lollapalooza Brasil 2015	45
Figura 13 - Line-up Lollapalooza Brasil 2016	46
Figura 14 - Line-up Lollapalooza Brasil 2017	48
Figura 15 - Line-up Lollapalooza Brasil 2018	49
Figura 16 - Line-up Lollapalooza Brasil 2019	50
Figura 17 - Roberto Medina, idealizador do Rock in Rio	53
Figura 18 - Contrato com a banda Queen	55
Figura 19 - Programação da 1ª edição do Rock in Rio de 1985	56
Figura 20 - Ingresso para os 10 dias de festival da 1ª edição do Rock in Rio de 1985	56
Figura 21 - Rock in Rio, quanto custou?	57
Figura 22 - Medina teve prejuízo no Rock in Rio	57
Figura 23 - Line-up Rock in Rio II 1991	58
Figura 24 - Line-up Rock in Rio III 2001	60
Figura 25 - Line-up Rock in Rio IV 2011	62
Figura 26 - Imagem da plateia Rock in Rio 2013	64
Figura 27 - Line-up Rock in Rio 2013	65

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Declaração de residências dos entrevistados	69
Gráfico 2 - Declaração de deficiência dos entrevistados	70
Gráfico 3 - Declaração de preferência musical dos entrevistados	71
Gráfico 4 - Considerações sobre qualidade das divulgações de festivais musicais no DF	73
Gráfico 5 - Participação em algum Festival Musical no Brasil	73
Gráfico 6 - Participação em alguma edição do Lollapalooza e/ou RiR	74
Gráfico 7 - Quantidade de participações no Lollapalooza e/ou Rock in Rio	75
Gráfico 8 - Com quem realizou a viagem	77
Gráfico 9 - Meio de transporte utilizado para realizar a viagem	78
Gráfico 10 - Como chegou ao evento	78
Gráfico 11 - Meio de hospedagem utilizado	79
Gráfico 12 - Motivador da viagem	81
Gráfico 13 - Satisfação sobre a infraestrutura dos festivais	81
Gráfico 14 - Satisfação sobre as atrações dos festivais	82
Gráfico 15 - Satisfação sobre a localização dos festivais	83
Gráfico 16 - Satisfação sobre a área gastronômica dos festivais	84

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos
ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
EMBRATUR - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
EUA - Estados Unidos da América
FGV - Fundação Getúlio Vargas
FIFA - Federação Internacional de Futebol
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Lolla - Lollapalooza
MPB - Música Popular Brasileira
MTur - Ministério do Turismo
OMS - Organização Mundial de Saúde
OMT - Organização Mundial de Turismo
PcD - Pessoa com Deficiência
PIB - Produto Interno Bruto
R.A - Região Administrativa
RiR - Rock in Rio
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SPTURIS - Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo
UFF - Universidade Federal Fluminense
UnB - Universidade de Brasília

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
2 TURISMO: HISTÓRIA, CONCEITUAÇÃO E ASPECTOS RELACIONAIS COM EVENTOS	21
3 FESTIVAIS MUSICAIS NO BRASIL: HISTÓRIA, CARACTERÍSTICAS E IMPORTÂNCIA PARA O TURISMO	27
4 METODOLOGIA	34
5 HISTÓRIA E CARACTERIZAÇÃO DOS FESTIVAIS NACIONAIS: LOLLAPALOOZA E ROCK IN RIO	36
5.1 História e características do Festival Lollapalooza	36
5.2 História e características do Festival Rock in Rio	52
6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	68
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89
APÊNDICE	97

1 INTRODUÇÃO

O fenômeno turístico cresceu consideravelmente nas últimas décadas, devido, entre outros fatores, a modernização dos meios de transportes e infraestrutura, a busca pelo saber do cidadão, o seu desejo e/ou necessidade por conhecer novas culturas, além da aquisição de *status*¹ que uma viagem pode proporcionar.

O turismo tem se tornado cada vez mais relevante e fundamental na economia nacional. O setor econômico brasileiro cresceu 24,6% de 2003 a 2009, enquanto o setor turístico cresceu 32,4% no mesmo período (MTur, 2012). Na última década, o Brasil organizou-se para sediar a Copa do Mundo de Futebol da FIFA de 2014 e os Jogos Olímpicos Rio 2016, megaeventos que contribuíram para o fomento do turismo no Brasil.

Isso fez com que a cadeia produtiva turística, como hotéis, o setor de alimentação, bebidas e hospedagens, buscasse se capacitar para atender à demanda turística² real e potencial, considerando o porte dos eventos citados acima. Com isso, pode-se ter um aumento no fluxo turístico³, a possibilidade de geração de empregos, e incremento à renda dos atores envolvidos.

Com a chegada desses megaeventos, alguns segmentos turísticos, como os de natureza, sol e praia, o de aventura e o histórico, tiveram maior notoriedade, pois, são tidos como os cartões de visitas do país, já que o Ministério do Turismo, a EMBRATUR e as entidades relacionadas ao turismo, os apresentam para o mundo, como os melhores destinos.

¹ Para muitas culturas, a viagem é uma simples atividade cotidiana; já para outras viajar significa expor seu poder social e cultural. Baseado no contexto internacional, o turismo proporciona “status” à medida que as pessoas vão adquirindo mais informações e vivenciando situações que as fazem obter mais qualidade de vida, seja do ponto de vista social, cultural ou psicológico. BELTRÃO, Otto di. **Turismo**: a indústria do século 21. Osasco: Editora Novo Século, 2001. Página 28.

² Quantidade de bens e serviços turísticos consumidos por empresas e/ou famílias, dado o nível de renda, os preços e necessidades dos consumidores (EMBRATUR, 1992). - Glossário MTur - <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/885-d.html>

³ Todo e qualquer deslocamento de um conjunto de turistas que se movimenta de uma direção a outra, unidirecionalmente, num contexto espaço-temporal delimitado, com um ponto comum de emissão e ou um ou vários pontos de recepção. - Glossário MTur - <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/887-f.html>

O mercado turístico tem diversas variantes, como épocas do ano e públicos, que podem ser desde crianças a idosos, pessoas com deficiência e grupos religiosos, por exemplo, logo, tentam-se ajustar para atender as necessidades e exigências da demanda. Destaca-se aqui duas segmentações, a saber: o Turismo de Negócios e Eventos, e o Turismo Cultural⁴, que abrangem uma série de encontros das mais variadas naturezas, como congressos, *shows*, seminários, entre outros.

O Turismo de Negócios e Eventos apresenta destaque nacionalmente, segundo o *site* da Associação Brasileira de Empresas de Eventos - ABEOC, o Brasil, em 2014, ocupava o segundo lugar no *ranking* no mercado de *shows* da América Latina, ficando atrás, apenas, do México (ABEOC, 2014). A ABEOC ainda revela que o Brasil chegou a receber 600 mil eventos no ano de 2014, e desde então, o Brasil tem sediado grandes *shows* internacionais.

Para confirmar seu crescimento, de 2012 até 2015, a capital mineira, Belo Horizonte, recebeu mais de 35 *shows* internacionais, ao passo que Brasília, Distrito Federal, de 2011 até 2015, havia recebido 15 atrações internacionais (ABEOC, 2015).

Conforme o 2º Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos do Brasil, que foi um estudo realizado em 2013 e publicado em 2014 pela ABEOC, com o SEBRAE e o Observatório de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense do Rio de Janeiro, afirma-se que em 2013, o segmento de Turismo de Negócios e Eventos, movimentou R\$ 209,2 bilhões, representando 4,32% do PIB do Brasil. Ainda sobre o ano de 2013, 202,2 milhões de pessoas participaram dos 590 mil eventos realizados no país, e o faturamento do setor foi de R\$ 59 bilhões, considerando que 40,3% foram eventos socioculturais. (II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil, 2013).

O Turismo de Negócios e Eventos apresenta-se, portanto, como um mercado vasto, que promove fluxos turísticos expressivos.

No Turismo destaca-se também a realização de festivais como uma categoria de eventos que abarcam uma parcela do mercado turístico. Eles acontecem em todo

⁴ 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.

o país, podem se enquadrar em áreas de interesse cultural, artístico, religiosos, folclórico, de música, entre outros.

Tratando de festivais musicais, destacam-se o Lollapalooza e o Rock in Rio, pois mobilizam e atraem multidões para seus dias de evento (ABEOC, 2014). Segundo o estudo da *Entertainment and Media Outlook 2015–2019*, os festivais de música tiveram um aumento de receita de US\$ 165 milhões em 2010, para US\$ 205 milhões em 2014 no Brasil (ABEOC, 2015), revelando a importância, sobretudo, econômica de eventos dessa natureza.

O festival Rock in Rio, em 2013, alcançou números expressivos e relevantes, chegando a injetar R\$ 1 bilhão na economia do Rio de Janeiro, considerando as 595 mil pessoas que compraram ingressos, e tendo em média, público diário de 85 mil pessoas durante os sete dias de eventos (ABEOC, 2015).

Já o Lollapalooza, o segundo maior festival de música do país, em 2015, foi responsável por levar cerca de 136 mil pessoas ao evento, injetando R\$ 93 milhões à economia do estado de São Paulo. Outros festivais nacionais, como o Festival de Verão na Bahia e o Festival Planeta Atlântida no Rio Grande do Sul, são exemplos de outros eventos que recebem milhares de turistas. (ABEOC, 2015).

Quanto às pesquisas sobre festivais musicais, nota-se que ainda são incipientes os estudos sobre o assunto. O artigo científico publicado na Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR em 2015: Produção Científica sobre Festivais: Estudo Bibliométrico na base de dados "*Hospitality and Tourism Complete - EBSCO HOST*", realizou um levantamento sobre produção científica sobre festivais e identificou apenas 174 artigos sobre o tema.

No mesmo artigo, também foi identificado que existem poucos autores que se dedicam ao tema de eventos em todo o mundo. Tratando-se de artigos a falar sobre a percepção de visitantes e moradores de um local, em relação a festivais, o número é ainda menor.

Percebendo a importância dos festivais musicais para a economia dos destinos, destacando os eventos Lollapalooza e Rock in Rio, apresenta-se a seguinte questão problema: Os festivais musicais, em especial o Lollapalooza e o Rock in Rio, são eventos considerados atrativos turísticos e destacam-se como sendo de interesse do morador do Distrito Federal?

Por meio da experiência profissional da autora desta pesquisa, como comissária de vendas de ingressos de eventos em Brasília e de outros estados, foi

observado um crescente interesse dos seus clientes em participar de festivais no país.

A partir daí, surgiu a necessidade de compreender se os festivais (independente do estilo musical) poderiam ser considerados como atrativos turísticos motivadores de uma viagem. Além de verificar quais outros aspectos influenciam a viagem, tais como, a hospedagem, alimentação e transporte.

Tais inquietações conduziram ao interesse de compreender o universo dos festivais musicais, principalmente do Lollapalooza e do Rock in Rio, de modo a identificar sua criação, história e suas características.

Logo, tomando como base os dois grandes festivais musicais de renome no Brasil, estabeleceu-se o seguinte objetivo geral: analisar a percepção dos moradores do Distrito Federal quanto ao seu interesse em festivais musicais e sua participação nos festivais musicais, Lollapalooza e Rock in Rio. Como objetivos específicos, delineou-se: a) Caracterizar os festivais musicais Lollapalooza e Rock in Rio; b) Identificar a motivação/interesse dos moradores do Distrito Federal quanto ao deslocamento para participar desses festivais musicais e; c) Verificar a percepção dos moradores do Distrito Federal quanto a infraestrutura do evento Lollapalooza e Rock in Rio.

O presente trabalho apresentará a seguir, o referencial teórico sobre o que é turismo, o que são atrativos turísticos, eventos e suas classificações e ainda abordará os festivais musicais, seguido da metodologia adotada no estudo. Logo após, será feita explanação sobre a história dos festivais Lollapalooza e Rock in Rio, análise e discussão dos resultados, considerações finais e referências bibliográficas.

Ao final deste trabalho espera-se contribuir para o fortalecimento do estudo sobre eventos e festivais musicais, principalmente a partir do olhar dos moradores do DF que se sentem motivados a viajar em busca de experienciar um festival musical.

2 TURISMO: HISTÓRIA, CONCEITUAÇÃO E ASPECTOS RELACIONAIS COM EVENTOS

Para podermos compreender o estudo sobre eventos e festivais, necessitamos, antes, compreender o que é Turismo e um pouco de sua história, já que ele é uma atividade antiga.

Para Beltrão (2001), o turismo histórico, à época dos povos mais antigos, diferentemente do que vemos hoje em dia, era baseado no “relacionamento humano e nas trocas de valores culturais e econômicos”. Beltrão ainda relata que estudos apontam que, muito antes das civilizações greco-romanas, os povos tinham por hábito, a prática das viagens de modo a migrar ou simplesmente para desbravar, com o intuito de retornar ao ponto de partida. (BELTRÃO, 2001, p. 21).

Para Masina (2002), há registros de que na Grécia Antiga, o turismo já era colocado em prática e a principal motivação da época, eram as viagens para assistir aos Jogos Olímpicos. Já no Império Romano, os romanos viajavam por motivações medicinais e por prazer, indo às termas da época. Em 1550, na França, foi criado por Charles Estienne o primeiro guia de estradas, o que facilitou o deslocamento dos viajantes. (MASINA, 2002, p.13).

Na Idade Média a alta burguesia enviava seus filhos para os centros universitários para estudarem, o que hoje seria o Turismo de Intercâmbio. (Masina, 2002).

Logo, surgem as estalagens, os albergues e nos primeiros anos do século XVII, surgem os transportes coletivos que colaboraram para que o número de viagens aumentasse. O que hoje chamamos turismo gastronômico, surgiu com o avanço dos albergues, nas estradas, logo, surgiram as hosterias, que eram locais onde se ofereciam pratos típicos do século XVIII. (Masina, 2002).

Na Inglaterra, durante o século XIX, surgem as primeiras agências de viagens, por Thomas Cook e Georges Pullman, que proporcionaram um novo modo de viajar, agregando aos deslocamentos, diversão, alojamento, alimentação, além do próprio transporte. No século XX, o Turismo se fortaleceu com o avanço da indústria de transportes, o direito às férias remuneradas dos trabalhadores e o crescimento econômico de algumas nações do mundo. (Masina, 2002).

Hoje, o turismo possui diversas definições para explicar o fenômeno. Para a OMT (Organização Mundial do Turismo), “Turismo é um fenômeno social, cultural e econômico que envolve o movimento das pessoas para países ou lugares fora de seu ambiente habitual para fins pessoais ou comerciais/profissionais.” (OMT, 2021).

Para Beltrão, “Turismo é o conjunto de todas as atividades sociais, culturais, políticas, econômicas e naturais que envolvem pessoas se deslocando pelos mais diversos lugares em busca de outros destinos desconhecidos ou não, com uma permanência temporária.” (BELTRÃO, 2001, p.17).

Na visão de Andrade, “Turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento”. (ANDRADE, 2000, p. 38).

Para Beni, turismo também tem como características integrar socialmente, desenvolver criatividade e promover o sentimento de liberdade, estabelecendo ou estendendo os contratos culturais, estimulando o interesse pelas viagens turísticas. (BENI, 2004, p.39).

No Brasil, a Lei Geral do Turismo, n.º 11.771 de 17 de setembro de 2008, dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, traz como definição de turismo:

Art. 2º - Para os fins desta Lei, considera-se turismo as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (BRASIL, 2008).

Quando falamos de Turismo no Brasil, data-se seu início em 1808, com a chegada da família real. Tal fato, fez com que o número de viagens entre o Brasil e Europa aumentasse consideravelmente. (DORTA, 2015, p. 7).

Essas definições, mostram que o turismo é uma atividade, um fenômeno social, que provoca o deslocamento de pessoas em lugares diversos, conhecidos ou não, por um breve período. Nesse deslocamento, pode-se usufruir de meios de locomoção, alimentação, hospedagem, e outros. A motivação, pode ser por fins comerciais, culturais, de lazer ou de entretenimento.

Diante da história do turismo, percebemos que ele sempre esteve associado a viagens e, vimos que as motivações dos deslocamentos, antigamente, eram baseadas em desbravar, assistir a Jogos Olímpicos, às curas medicinais, intercâmbio, gastronomia e mais recentemente, a integração social ou o lazer.

Atualmente, podemos verificar que as mesmas práticas ainda acontecem e somam-se aplicativos que facilitam os deslocamentos, como o *Airbnb*, aplicativos de mobilidade urbana e de compra de passagens, por exemplo. Hoje, os turistas estão mais exigentes, precisam de roteiros e destinos melhor preparados para lhes atender.

Frente a isso, o Ministério do Turismo, em busca de facilitar o estudo do turismo, o segmentou, de modo a organizar o setor, formulando uma estratégia para estruturação e comercialização de destinos e roteiros turísticos brasileiros, com base em planejamento, gestão e mercado. (Brasil, Ministério do Turismo, 2010, p. 61).

Para ampliar o entendimento sobre o turismo, torna-se necessária a definição de mercado turístico, sendo a junção de segmentação da oferta turística, que seriam os tipos de turismo (como o ecoturismo, turismo náutico, de sol e praia, turismo cultural, negócios e eventos, entre outros) e a demanda (sendo os turistas que usufruirão da oferta turística). (MTur, 2010).

O mercado turístico é muito dinâmico e é imprescindível que em seu planejamento, seja analisada a oferta e a demanda turística, para se entender o que está acontecendo no mundo e suas tendências.

Já o produto turístico é definido como “conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado organizadamente por um determinado preço.” (Brasil, Ministério do Turismo, 2010, p. 24).

O produto turístico é composto por 6 elementos segundo o Ministério do Turismo:

Recursos: naturais (clima, solo, paisagens, fauna, flora e outros) e culturais (patrimônio arquitetônico, cultura local, gastronomia, artesanato e outros);
Bens e Serviços: produtos alimentícios, materiais esportivos, serviços receptivos, atrações etc.;
Infraestrutura e equipamentos: estradas, meios de hospedagem, restaurantes etc.;
Gestão: a forma como o produto é gerido e ofertado;
Imagem da marca: como este produto é percebido pelos consumidores;
Preço: o valor a ser pago deve ser condizente com os benefícios oferecidos. (Brasil, Ministério do Turismo, 2010, p. 24).

Ainda conforme o MTur, os produtos turísticos incluem: “um conjunto de experiências relacionadas à viagem (de deslocamento, alimentação, hospedagem e outros fatores).” Aqui, mais uma vez, conseguimos observar a conexão e importância que o produto turístico tem para o turismo e as relações existentes entre esses elementos. (MTur, 2010).

Tratando-se da oferta turística, compreende-se ao “conjunto de atrativos turísticos, serviços e equipamentos e toda a infraestrutura de apoio ao turismo de um determinado destino turístico, utilizados em atividades designadas turísticas.” (Brasil, Ministério do Turismo, 2010, p. 27).

Para clarear ainda mais o entendimento de como o turismo funciona, faz-se necessário trazer as definições de atrativos de eventos e atrativos turísticos para o Ministério do Turismo onde, atrativos de eventos são: “aqueles em que um acontecimento constitui o principal fator para que o turista visite o lugar tais como: feiras, exposições, congressos, convenções e os acontecimentos especiais (que podem ser um evento esportivo, festivo, etc.)” (MTur. Dados e Fatos, Glossário, 2021). Já a definição de atrativo turístico é:

É todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse para o turismo (EMBRATUR, 1992). 2. “... todo elemento material que tem a capacidade própria, ou em combinação com outros, para atrair visitantes de um determinada localidade ou zona” (CERRO, 1992). 3. Constitui o componente principal e mais importante do produto turístico, pois determina a seleção, por parte do turista, do local de destino de uma viagem, ou seja, gere uma corrente turística até a localidade. Os atrativos turísticos podem ser naturais, culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados. (MTur, Dados e Fatos, Glossário, 2021).

Com esse entendimento, conseguimos aprofundar um pouco mais no estudo do turismo, adentrando, agora, no universo dos eventos que fazem parte do Turismo.

A literatura do Ministério do Turismo traz o segmento: Turismo de Negócios e Eventos, que se define por: “conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.” Algumas das atividades turísticas envolvidas nesse segmento, são, por exemplo, operação e agenciamento, organização e operação de eventos. (Brasil, Ministério do Turismo, 2008, p. 15).

Porém, o segmento de negócios e eventos, podem ocorrer independentemente, ou seja, este segmento é voltado para negócios e/ou eventos de relações de cunho comercial, técnico, científico e social (envolvendo a sociedade/comunidade).

Os eventos de cunho cultural, os objetos dessa pesquisa, estão inseridos no segmento do Turismo Cultural, que “compreendem 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”. Então, temos hospedagem, alimentação, recepção e os eventos como atividades turísticas relacionadas ao Turismo Cultural. (Brasil, Ministério do Turismo, 2008, p. 16).

De acordo com Zitta: “[...] Evento é um acontecimento onde se reúnem diversas pessoas com os mesmos objetivos e propósitos sobre uma atividade, tema ou assunto. Podemos considerar evento também como reunião, onde pessoas vão discutir interesses comuns.” (ZITTA, 2013, p.23).

Para Nakane, “evento é o agrupamento de pessoas reunidas em um determinado local, ambiente e horário, onde, por meio de um planejamento metódico, todos os participantes estejam sintonizados no mesmo interesse, com algo em comum, pelo menos naquele determinado período”. (NAKANE, 2013, p. 267).

Segundo os conceitos de Nakane (2013), os eventos podem ser divididos em tipos, áreas de interesse e categorias, dividindo-os em duas situações:

Eventos Institucionais: visa criar e firmar conceitos e a imagem de uma empresa, uma entidade, um governo ou personalidade.

Evento Promocional: visa a promoção de um produto ou serviço de uma empresa, um governo, uma entidade ou uma personalidade com fins mercadológicos. (NAKANE, 2013, p. 267).

Segundo Nakane (2013), os eventos possuem quinze áreas de interesse. As mais relevantes para a presente pesquisa são as culturais: “cuja meta é ressaltar os aspectos da cultura para conhecimento geral ou promocional”, a área de lazer que tem por objetivo “proporcionar entretenimento”, às áreas sociais visam “a confraternização” e a área de interesse turística, onde se visa “a exploração dos recursos atrativos de um destino, através de uma viagem”. (NAKANE, 2013, p. 268).

Os eventos ainda são definidos por tipos. Nakane (2013) aponta 66 tipos. Alguns deles são: congresso, seminário, painel, assembleia, feira, concurso, debate. É importante que saibamos a definição dos seguintes tipos de eventos:

Eventos Sociais: São considerados eventos que têm a tônica de celebração, festividades. Bodas, noivados, festas de debutantes, aniversários, batizados, cerimônias de primeira comunhão, chás de bebê, chás de panela ou *lingerie*, chá-bar e despedidas de solteiro(a) compõe esse portfólio. (NAKANE, 2013, p. 284).

Show: É todo encontro baseado especialmente na demonstração artística em suas diversas facetas, principalmente a música. O momento do *show* é único e conta com a participação de uma grande gama de colaboradores por trás do *backstage* (bastidores). (NAKANE, 2013, p. 275).

Para Zitta (2013) *show* é:

Conjunto artístico, destacando-se a música. Realizado para um determinado segmento público que aprecia: ou rock, ou MPB, ou música sertaneja, ou jazz, etc. [...] O show pode ter diferentes características, pertencer às categorias de evento institucional ou promocional, podendo, também, alavancar outro tipo de evento, como campanhas, por exemplo, mas necessita de planejamento específico. (ZITTA, 2013, p.109).

Em relação ao porte do evento, apontam-se cinco dimensões: microeventos onde a capacidade de público até 50 pessoas, eventos pequenos recebem de 50 a 150 pessoas. Eventos de médio porte são os que recebem de 150 a 700 pessoas. A capacidade dos eventos, categorizados como grandes eventos, recebem de 700 a 5.000 pessoas e os megaeventos são os que recebem acima de 5.000 pessoas. (NAKANE, 2013, p. 279).

Enfim, podemos verificar que os eventos culturais e de entretenimento estão inseridos no segmento de Turismo Cultural e que eles são vastos, possuindo diversas características, como áreas de interesses, tipos e dimensões, mas todos tem o propósito de proporcionar entretenimento, cultura e lazer através do encontro de pessoas.

3 FESTIVAIS MÚSICAIS NO BRASIL: HISTÓRIA, CARACTERÍSTICAS E IMPORTÂNCIA PARA O TURISMO

Festivais de música para o Carnaval carioca, foram os primeiros festivais do Brasil ainda na década de 30. Esses festivais foram patrocinados por empresas comerciais, revistas, jornais e, pela própria prefeitura do Rio de Janeiro. No fim da década de 50, os festivais ressurgiram. Mas é na década de 60 que os festivais ganham destaque. (YOUTUBE, 2020).

No início dos anos 60, a extinta TV Tupi apresentava o programa “A Hora da Bossa” repleto de apresentações musicais. A partir daí, Solano Ribeiro (diretor e produtor musical), idealizou o primeiro grande festival de música do país, o Festival Brasileiro de Música Popular em 1965. Solano fez uma adaptação para o Brasil, onde sua inspiração foi o Festival Italiano de San Remo. Anos depois, Solano também orquestrou festivais musicais para a TV Record, TV Globo e a TV Tupi. (MÚSICA BRASILIS, 2021).

A partir de 1965, os festivais começam a ter notoriedade, surgindo o I Festival Brasileiro da Música Popular, organizado pela extinta TV Excelsior. Esse festival era um concurso de canções inéditas e originais e tinha o intuito de lançar novos intérpretes, compositores e músicos. (MÚSICA BRASILIS, 2021).

Em abril de 1965, este primeiro grande festival musical do Brasil, teve como vencedora, Elis Regina, com a interpretação da canção “Arrastão”, (veja Figura 1), que posteriormente, virou um ícone da MPB. (MÚSICA BRASILIS, 2021).

Figura 1 - Elis Regina vencedora do 1º Festival Brasileiro da Música Popular



Fonte: Música Brasilis, 2021.

Esse festival foi tão significativo, que no ano seguinte a sua primeira exibição, em 1966, Paulo Machado de Carvalho, o então proprietário da TV Record, criou o seu próprio festival, o Festival da Música Popular Brasileira e teve apenas quatro edições, de 1966 a 1969. (MÚSICA BRASILIS, 2021).

Em 1965 a Secretaria de Turismo da Guanabara, no Rio de Janeiro, criou o FIC – Festival Internacional da Canção, ele tinha por objetivo, incentivar a criatividade dos músicos, cantores e compositores da época, promovendo o intercâmbio cultural entre brasileiros e estrangeiros. Em 1966, a TV Globo passa a transmiti-lo em seu canal, para todo país. Tony Tornado e Jorge Bem foram alguns dos vencedores do torneio. (MEMÓRIA GLOBO, 2021).

Os festivais musicais mexeram com o Brasil na década de 60. Eles foram responsáveis por apresentar ao país, grandes talentos musicais como: Paulinho da Viola, Milton Nascimento, Nara Leão e muitos outros. Os festivais serviram de alavanca para ritmos como o Samba, a Bossa Nova, a Jovem Guarda, o Tropicalismo e a MPB. Seu público, era engajado, aplaudiam e vaiaram seus cantores preferidos ou não. (MÚSICA BRASILIS, 2021).

Apesar de sua importância e fomento à cultura, os festivais foram proibidos de ocorrer, devido ao Ato Institucional Número 5 (AI-5), decreto emitido pela ditadura militar vigente no país, que instaurou a censura total aos meios de comunicação, à música e todas as outras formas de manifestações artísticas. Vários artistas, após terem sido presos, foram exilados, indo viver na Europa, como Chico Buarque, Caetano Veloso e Gilberto Gil. Com as intempéries políticas, os festivais acabaram caindo em decadência. (MÚSICA BRASILIS, 2021).

Em 1969, aconteceu o Festival de Guarapari, hoje considerado carinhosamente como “Filho do *Woodstock*” e “Vovô do Rock in Rio”. Na cidade de Guarapari, Espírito Santo, com inspiração nos festivais *Woodstock* americano e o *Glastonbury* inglês, o festival tinha o intuito de ser o maior festival da América Latina. O governo local apoiou o evento e tiveram a apresentação do Chacrinha e a participação dos Mutantes, Tony Tornado, Gonzagão, Erasmo Carlos dentre outros. (GAZETA ONLINE, 2015).

Porém, há apenas uma semana do festival, o governo retirou seu apoio, inclusive o financeiro e seus idealizadores, Antonio Laerte, Gilberto Tristão e Rubinho Gomes, decidiram continuar com a megaprodução, onde esperavam 40 mil espectadores, tendo um grande prejuízo, pois só compareceram 4 mil pessoas. Os

produtores culpavam a ditadura militar, por embarreirar muitos participantes, incluindo a prisão do Chacrinha. (GAZETA ONLINE, 2015).

Na década de 70, alguns pequenos festivais aconteceram ao longo do Brasil, a exemplo, ocorreu em 1972, em Brasília, o Festival de Música do Centro de Ensino Unificado de Brasília (CEUB), que revelou Fagner como campeão da edição do ano anterior com a canção Mucuripe. (CORREIO BRAZILIENSE, 2013).

No final dos anos 90, aconteceu pela primeira vez o Festival de Verão, onde se reuniam artistas dos gêneros de axé, pop e *old rock*, durante cinco dias na capital da Bahia, Salvador. O festival aconteceu anualmente até 2018. (FVSSA, 2021).

Em 2000 aconteceu em São Paulo o *Skol Beats*, primeiro festival de música eletrônica do país, com apresentações de *DJ's* internacionais com maior notoriedade da época. O festival teve edições até o ano de 2008. Em 2009, a *Skol* trouxe o festival internacional também de música eletrônica, o *Sensation White* que ficou mais conhecido como *Skol Sensation* que durou até 2013 no Anhembi, em São Paulo. (BANANAS.MUS, 2021).

Atualmente, no segmento da música eletrônica, *DJ's* de renome nacional, criaram seus próprios festivais. O *DJ Alok* criou o festival *UP Club*, inclusive ele, junto de sua família, *DJ Swarup* (pai), *DJ Ekanta* (mãe) e *Bhaskar* (irmão), organizam o Festival Universo Paralello desde o ano 2000. Inicialmente o festival começou com edições na Chapada dos Veadeiros, em Goiás. Há alguns anos ele é realizado durante sete dias em Pratigi, na Bahia.

Lukas Ruiz, popularmente conhecido como *Vintage Culture* é o idealizador do festival itinerante *Só Track Boa* (STB) e o *DJ Gabe* também produz o *Sublime Music*. (BANANAS.MUS, 2021).

Hoje, temos a presença de muitos festivais que se tornaram grandes marcas da nossa cultura, abrangendo todos os gêneros musicais, como o Carnaval do Rio de Janeiro e o de Salvador, o São João da Paraíba, A Festa Peão de Barretos e a Virada Cultural, ambos em São Paulo, e o Universo Paralello, na Bahia. Alguns desses grandes festivais não são unicamente musicais, mas levam públicos enormes devido às apresentações musicais.

Devemos considerar também que atualmente os festivais possuem diversas dimensões, um ou mais dias e acontecem ou não periodicamente.

Para Nakane (2013), festival é um tipo de evento, e “caracteriza-se por uma festa de variedades, demonstrando ao público uma gama de estilos ou apresentações variadas conforme o interesse do grupo”. (NAKANE, 2013, p. 279).

Já para Ansarah (1999), festival é:

Evento normalmente, artístico, com apresentações inéditas ou não, previamente selecionadas, com objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial, nem sempre periódico. Por exemplo, o festival de música popular, de jazz, de cinema, teatro e outros. (ANSARAH, 1999, p. 79).

Segundo a plataforma *Symppla*, em dezembro de 2018, durante a Semana Internacional da Música, foram levantados a existência de 1.928 festivais de música no Brasil. Para a plataforma o conceito de festival de música é: “evento cujo principal conteúdo seja a música, que possua em sua programação a concentração de várias bandas, DJ’s, músicos e que a organização identifica como um evento de festival de música.” (PROJETO PULSO, 2018).

Hoje temos um turista mais exigente, onde ele busca não somente o lazer, e praticar meras viagens, hoje ele busca experiências. Atualmente, percebemos que as produtoras dos grandes festivais, têm se preocupado cada vez mais com o seu público e tem entendido cada vez mais qual é sua necessidade. Para Ignarra:

O novo consumidor de turismo é mais instruído, tem mais capacidade de discernimento, busca participação na formatação de sua viagem e valoriza ainda mais a qualidade. A idade média dos turistas está aumentando e as motivações estão deixando de ser uma passiva busca pelo sol para se tornar uma busca incessante pelos novos conhecimentos e novas experiências. (IGNARRA, 2017, p. 216).

Assim podemos verificar a diversidade de festivais, onde todos os gêneros hoje em dia são contemplados. Isso fomenta o turismo e o torna mais competitivo. Atualmente as grandes produtoras de festivais tentam acompanhar as tendências mundiais para satisfazer seus clientes. Seja a partir de experiências gastronômicas, sensoriais, de mobilidade urbana, hospedagem, com atrações surpresas ou até mesmo ativações de marcas nos eventos.

Como dito anteriormente, o turismo tem sido importante para o país, principalmente economicamente e pudemos perceber que os festivais também ajudam no impulsionamento do setor, já que nitidamente milhares de pessoas viajam para acompanhar eventos culturais que promovem entretenimento nas cidades.

A atividade de viajar tem sido objeto de estudo de diversas entidades no Brasil. A exemplo, temos a Sondagem do Consumidor - Intenção de Viajar, realizada pelo Ministério do Turismo com o Instituto Brasileiro de Economia (IBRE) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV), via contato telefônico, retratando a intenção de consumo de serviços relacionados ao turismo, sempre nos próximos seis meses da pesquisa. (FGV Projetos, Ministério do Turismo, 2017).

As cidades participantes são: Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. As primeiras pesquisas nesse sentido foram realizadas no Brasil em setembro de 2005 e as versões atualizadas com dados socioeconômicos dos participantes encontram-se disponíveis no *site* do Ministério do Turismo. (FGV Projetos, Ministério do Turismo, 2017).

Em novembro de 2013, as afirmativas de intenção de viagem foram de 32,1% dos entrevistados. Houve a preferência de 51,8% para hospedagem em hotéis e pousadas, e o meio de transporte preferido, foi o avião, com 53,4%. Nesse período, Brasília obteve 43,6% de intenção positiva de viagem, sendo que 81,5% destes, desejam viajar pelo país e a preferência de transporte do brasiliense, foi o automóvel, constatou-se também que a intenção de realizar viagens com cônjuges e filhos, atingiu 91,9% dos brasilienses respondentes. (FGV Projetos, Ministério do Turismo, 2013).

Em novembro de 2014, as afirmativas de intenção de viajar atingiram 34,2% dos entrevistados. Foram mantidas as preferências por hotéis e pousadas, e o transporte aéreo como meio de locomoção, como no ano anterior. Quando comparada ao ano de 2013, houve um aumento de 5,1% na escolha de destino nacional. A intenção de viajar dos residentes de Brasília, obteve um aumento de 1,4%, atingindo 44,2% dos entrevistados da capital federal e a pretensão de viajar no Brasil pelos próximos seis meses, atingiu 87,1%. (FGV Projetos, Ministério do Turismo, 2014).

A última pesquisa disponível, realizada em novembro de 2017, revelou haver uma intenção de viagem de 27,4% dos entrevistados, desses, 82,8% têm o destino nacional como preferência. Como nos anos anteriores, as preferências por hotéis e pousadas, e o uso do avião para locomoção foram mantidas. Para os brasilienses, essa intenção de viajar foi de 30,1%. A escolha desse público por viagens domésticas foi de 22,8%. A escolha dos brasilienses pelos meios de hospedagem, prevaleceu em hotéis e pousadas, sendo 64%. Ainda sobre essa população, viajar

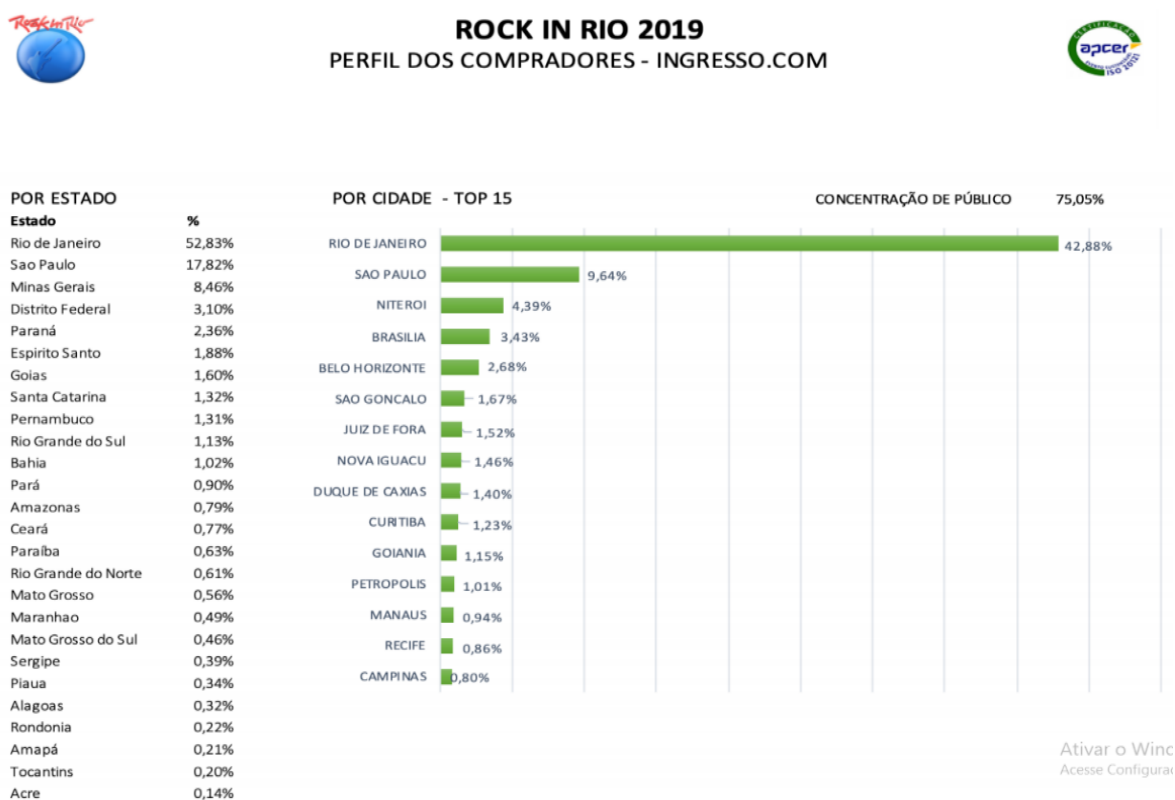
acompanhado foi prevalente, atingindo 80%. (FGV Projetos, Ministério do Turismo, 2017).

Semelhantemente às sondagens de intenção de viagem, pesquisas com participantes dos festivais que ocorrem no território nacional, revelam um destaque para a capital federal, na emissão de turistas para esses eventos.

Segundo o Observatório de Turismo de São Paulo, em pesquisa realizada com 1.601 pessoas das 167 mil pessoas que foram à segunda edição do Lollapalooza em março de 2013, 3,6% dos entrevistados eram do DF. (SPTURIS, 2013). Ainda segundo a SPTURIS (2015), no Lollapalooza de 2015, 2,6% dos 1.011 entrevistados eram de Brasília.

E ainda, para notarmos que o público brasiliense também está presente nos festivais, conforme os dados do Rock in Rio de 2019, na última edição do festival em 2019, 3,10% dos participantes eram do DF. (Figura 2).

Figura 2 - Perfil compradores de ingressos Rock in Rio - 2019



Fonte: E-mail emitido pela produção do Rock in Rio, 2020.

Segundo a Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Receptivo e a Avaliação de Serviços durante o Carnaval de Salvador de 2020,

publicado pelo Observatório de Turismo da Bahia, 1.782 turistas foram entrevistados num único dia, em diversos terminais rodoviários e aeroportos. Desses entrevistados, 2,6% dos turistas eram do DF. Em 2019, a mesma pesquisa entrevistou 1.112 pessoas nos mesmos locais e 4,4% dos turistas eram do DF. (OBSERVATÓRIO DE TURISMO DA BAHIA, 2021).

A partir dessas pesquisas é possível verificar a relevância da participação do morador do Distrito Federal no turismo nacional, ainda mais se considerado que a população estimada da capital federal é de 3.094.325 (três milhões, noventa e quatro, mil e trezentas e vinte e cinco pessoas). (IBGE, 2021).

Para podermos analisar o potencial dos festivais musicais como atrativos turísticos a partir da percepção do morador do DF, segue o estudo realizado sobre a caracterização dos objetos dessa pesquisa, os festivais musicais nacionais Lollapalooza e Rock in Rio.

4 METODOLOGIA

A metodologia utilizada partiu da pesquisa bibliográfica sobre a conceituação de turismo, eventos, festivais e a história do Lollapalooza e Rock in Rio. Essa metodologia traz inúmeras possibilidades na investigação de um problema. Por meio disso, podemos recorrer a publicações periódicas, como jornais e revistas, além de impressos diversos.

Livros de referência que podem ser consulta informativa ou remissiva nos levam a outras fontes, como enciclopédias, anuários, entre outros, incluindo também, livros de literatura corrente que são as obras de divulgação que visam trazer conhecimentos técnicos ou científicos (Gil, 2002).

Também foi realizado um estudo quantitativo através de um questionário como instrumento de coleta de dados.

A utilização de estudo quantitativo nos auxilia dando um foco, uma direção, quando olhamos para o problema da pesquisa, conseguimos fazer uma análise dedutiva a partir dos dados gerados na coleta de dados. (Creswell, 2007).

Segundo Gil (2008), o questionário é uma técnica rápida, barata e não exige treinamento de pesquisadores, além de ser uma pesquisa com respostas anônimas gerando maior disposição para obter respostas. Este método, ainda, garante comodidade às pessoas, já que elas escolhem o momento mais propício para responder. Como desvantagem, a aplicação de questionários exclui pessoas que não sabem ler e que não possuem *internet*.

O questionário estruturou-se de maneira objetiva com perguntas fechadas e de múltipla escolha, dividido em duas partes, totalizando 38 perguntas (Veja apêndice). A primeira parte, com 17 perguntas gerais, como dados demográficos, sociais e relacionados a conhecimentos sobre turismo e festivais musicais. A segunda parte, com 21 perguntas, voltadas somente a quem viajou para os festivais Lollapalooza e/ou Rock in Rio, sendo verificado, em quais edições dos eventos o entrevistado participou e seus hábitos durante a viagem, como e onde se hospedou, como viajou e se locomoveu até o evento, entre outros.

Seguindo a linha de raciocínio de Gil (2008), o questionário foi criado com questões fechadas, simples, concisas, claras e objetivas sobre o tema, com um número de alternativas consideráveis para o tema proposto. As perguntas não

induziram às respostas e não deram margem para duplas interpretações, dando a oportunidade para que qualquer pessoa pudesse responder, independentemente de sua formação escolar.

Para a validação do questionário, foram aplicados três pré-testes com voluntários que tinham conhecimento de eventos e estavam cientes de toda a pesquisa. Elas indicaram o tempo utilizado para o preenchimento completo do questionário, quaisquer dúvidas, estranhamentos que as perguntas gerassem, ou ainda, sugestões de alteração nos textos, para ficarem ainda mais claros.

Após a participação dos voluntários, perguntamos-lhes se houve dificuldade para responder o questionário, negado por todos, afirmando que ele era de fácil compreensão e rápido de ser preenchido. Após alguns ajustes, ele estava pronto para ser aplicado para a comunidade.

O questionário foi disponibilizado em ambiente virtual, compartilhado em grupos de *WhatsApp*, grupos de *Facebook*, grupos do *Telegram*, em perfis do *Instagram* e em *posts* no *Twitter*, entre os dias 23 de setembro e 23 de outubro de 2020.

Também foi adotada a pesquisa exploratória, que facilita a visão global do problema, considerando que o tema sobre eventos ainda é pouco explorado, dando a oportunidade de fazer discussões entre os autores (Gil, 2008).

5 HISTÓRIA E CARACTERIZAÇÃO DOS FESTIVAIS NACIONAIS: LOLLAPALOOZA E ROCK IN RIO

Antes de destacar os aspectos históricos do Festival Lollapalooza, seguem algumas informações sobre os números oficiais referentes às mídias sociais desse megaevento, tendo tais dados sido coletados no dia 9 de maio de 2021.

5.1 História e características do Festival Lollapalooza

Antes de destacar os aspectos históricos do Festival Lollapalooza, seguem algumas informações sobre os números oficiais referentes às mídias sociais desse megaevento, tendo tais dados sido coletados no dia 9 de maio de 2021.

O *Facebook* do festival, @LollapaloozaBR, possuía 1.339.483 (um milhão, trezentas e trinta e nove mil e quatrocentas e oitenta e três) de pessoas curtindo a rede. (FACEBOOK, 2021). Já o perfil @lollapaloozabr no *Instagram* possuía 445 mil seguidores. (INSTAGRAM, 2021). Em sua conta no *Twitter*, @LollapaloozaBr, havia 341,3 mil seguidores. (TWITTER, 2021). E em seu canal no *Youtube*, Lollapalooza Brasil, haviam 45.400 pessoas inscritas. (YOUTUBE, 2021).

O Festival Lollapalooza foi criado por *Perry Farrell*, em 1991, líder da banda *Jane's Addiction*⁵, que estava chegando ao fim de suas atividades. A partir daí, *Perry*, juntou seus amigos de bandas e outros músicos, para realizar uma turnê itinerante de despedida da banda. Tal turnê, passaria por diversas cidades dos Estados Unidos (EUA) e Canadá. (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018 e NERD SITE, 2017).

Assim, *Jane's Addiction* e amigos formaram o *line-up*⁶ do primeiro Lollapalooza da história (conforme a Figura 3). (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018 e NERD SITE, 2017).

⁵ Banda californiana (EUA) de Metal Alternativo, criada em 1985, seu vocalista, Perry Farrell, criou o festival Lollapalooza em 1991.

⁶ Tradução literal de, lista de atrações musicais. (INFOESCOLA, 2021).

Figura 3 - Lollapalooza (EUA) - Line-up primeiro Lollapalooza



Fonte: PORTAL ROCK EXPRESS, 2019.

O momento era propício para a realização do 1º Lollapalooza, já que culturalmente, o público nos Estados Unidos estava saturado do *rock* e dos gêneros alternativos, como *grunge* e o *rap*, enquanto a música independente, em geral, estava ganhando visibilidade, inclusive, era promovida em canais como a MTV americana (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018). Dessa forma, o Lollapalooza tornava-se um festival com essência de música e arte independente.

O festival ficou conhecido por manter seus ideais, ter apresentações de artistas circenses, espaços para manifestações e tatuadores. Então, o cantor *Ozzy Osbourne*⁷ em 1996, na terceira edição do evento, teve sua participação vetada, tendo como justificativa, que ele já era uma peça importante no cenário musical, do *show business*. Descontente, *Ozzy* criou seu próprio festival, o *Ozzfest*. O sucesso do Lollapalooza era notável, tendo o aclamado desenho “Os Simpsons” homenageado o festival que no ano de 1996, em sua sétima temporada, apresentaram o episódio: “*Homerpalooza*”. (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018).

No mesmo ano, o festival gerou uma polêmica por contratar a banda *Metallica*⁸, (confira as atrações na Figura 4), fugindo assim do modelo alternativo e independente do festival, o público não compreendeu essa escolha. Por esse motivo, em 1996, *Perry Farrell* saiu da organização do seu próprio evento,

⁷ Inglês, considerado o pai do *Heavy Metal*, foi o líder da banda *Black Sabbath* em 1969, conhecida pelos hits *Crazy Train*, *Suicide Solution* e *Crazy Babies*.

⁸ Banda californiana (EUA) de *Heavy Metal*, formada em 1981, famosa pelas músicas *Nothing Else Matters*, *Master of Puppets*, *The Unforgiven* e *Enter Sandman*.

retornando apenas em 2003. (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018 e NERD SITE, 2017).

Figura 4 - Lollapalooza (EUA) - Line-up terceiro Lollapalooza



Fonte: PROJETO PULSO, 2016.

Em 1997, após o contratempo envolvendo a banda *Metallica*, a produção do evento adicionou os gêneros *country* e eletrônico em sua gama de gêneros musicais tocados no festival. Porém, o *grunge* estava em decadência, logo, não conseguiram contratar nenhuma banda de nome expressivo neste ano, logo, o Lolla perdeu público e em 1998 o festival, pela primeira vez não aconteceu. (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018).

Perry Farrell, em 2003, decide retomar com sua banda, o festival, e de maneira itinerante, passando por 30 cidades nos EUA, mas, não foi um grande evento como o esperado, por isso, em 2004 o evento acabou não acontecendo novamente. (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018 e OMELETE, 2017).

Em 2005, houve uma nova tentativa de fazer o festival dar certo. *Perry* uniu-se à *C3 Presents*, empresa que organizava outros festivais renomados na América do Norte na época. Uma importante decisão, foi transformá-lo num evento fixo, com dois dias de duração e com artistas de diversos gêneros musicais, se apresentando na cidade de Chicago nos EUA. (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018, PROJETO PULSO, 2016 e OMELETE, 2017).

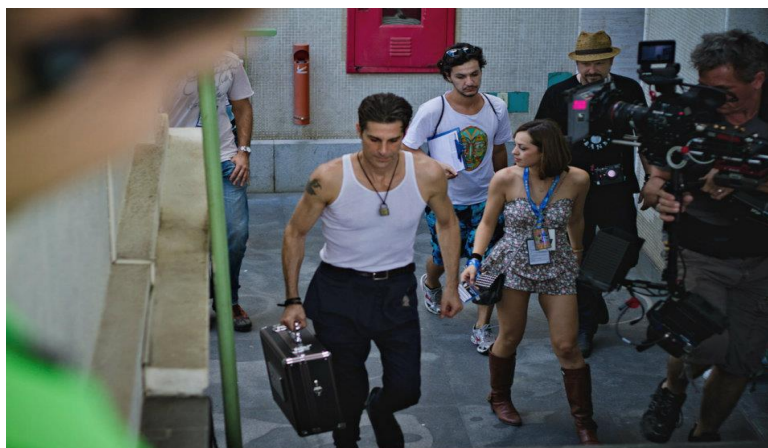
Nesse novo formato, ainda em 2005, com bandas de gêneros musicais diversos, o público cresceu e assim tornou-se um dos festivais mais importantes dos EUA, reconhecido internacionalmente. A produção do evento, conjuntamente com a prefeitura da cidade de Chicago, acordaram que o festival teria permanência na cidade até 2011. Em 2013, o mesmo acordo foi renovado até 2018. (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018, PROJETO PULSO, 2016 e OMELETE, 2017).

Com o evento consolidado, retomaram a ideia de ele ser itinerante e assim foi concretizado, mas tornou-se itinerante apenas internacionalmente, assim, aterrissou, primeiramente em 2011, em Santiago no Chile. Em 2012, chegou em São Paulo, no Brasil. Em 2014, foi a vez da Argentina sediar o evento. Em 2016, o evento chegou à Europa, em Berlim, na Alemanha. Em 2017, Paris sediou o evento na França. O último país da Europa a receber o Lolla foi a Suécia em sua capital, Estocolmo, em 2019. (PORTAL ROCK EXPRESS, 2018).

A primeira empresa brasileira a produzir o Lollapalooza Brasil foi a Geo Eventos, empresa de entretenimento das Organizações Globo, com as empresas norte-americanas, *C3 Presents* e *WME (William Morris Endeavor)*, que ficaram à frente da organização dos Lollapalooza Brasil 2012 e 2013. (MEIO & MENSAGEM, 2013 e LOLLAPALOOZA, 2021).

Ao final de 2013, a empresa paulista, T4F (*Ticket for Fun*) assumia o controle do evento no país e ao final de 2013, a T4F assinou um memorando de entendimento junto ao Lollapalooza de que a empresa se comprometeria a executar o evento por cinco anos, podendo ser prorrogados por mais cinco anos, até 2018. (MEIO & MENSAGEM, 2013 e LOLLAPALOOZA, 2021).

Figura 5 - Perry Farrell - Lollapalooza Brasil



Fonte: FACEBOOK, LOLLAPALOOZA BRASIL, 2012.

1ª EDIÇÃO DO LOLLAPALOOZA BRASIL - 2012

A primeira edição do Lollapalooza Brasil (Figura 5 e 6), aconteceu nos dias 07 e 8 de abril de 2012, no *Jockey Club* de São Paulo. Setenta artistas nacionais e internacionais se apresentaram nos dois dias de evento (veja atrações na Figura 7), os ingressos custavam R\$ 300 a inteira e R\$ 150 a meia entrada, os ingressos para os dois dias de festividade custavam R\$ 500 a inteira e R\$ 250 a meia entrada. (G1, 2012).

Os *headliners*⁹ do festival (Figura 7), foram as bandas *Foo Fighters*¹⁰ e *Arctic Monkeys*¹¹. O evento contou com cinco palcos: Palco Cidade Jardim, Palco Butantã, Palco Alternativo, Palco *Perry* e um palco voltado para o público mirim, o Palco *Kidzapalooza*. A estimativa de público foi de 135 mil pessoas nos dois dias de evento. A zona central do evento tinha uma área de 120.000m² (Figura 8). (G1, 2011). As atividades começaram às 12h nos dois dias e terminaram às 22h45min no sábado e às 22h15min no domingo. (G1, 2012).

Como balanço do evento, o público ficou satisfeito e surpreso com o festival, porém, houve muitas reclamações sobre os tamanhos das filas para entrar no evento, para ir ao banheiro e para comprar as fichas que garantiam a alimentação e as bebidas no evento. (WE GO OUT, 2021).

Figura 6 - Logomarca Lollapalooza Brasil



Fonte: PORTAL ROCK EXPRESS, 2019.

⁹ Tradução literal para atrações principais. (INFOESCOLA, 2021).

¹⁰ Banda norte americana criada por Dave Grohl (ex-baterista da banda Nirvana), suas canções mais conhecidas são: *Time Like These*, *Best of You*, *Learn to Fly* e *Everlong*. Fonte: <https://www.foofighters.com/>

¹¹ Banda britânica formada em 2002 *Do I Wanna Know*, *Fluorescent Adolescent* e *I Bet You Look Good on the Dancefloor*, são algumas de suas principais canções. (LETRAS,2021).

Figura 7 - Line-up Lollapalooza Brasil 2012



Fonte: WE GO OUT, 2021.

Figura 8 - Mapa de localização do 1º Lollapalooza Brasil



Fontes: G1, 2011.

2ª EDIÇÃO DO LOLLAPALOOZA BRASIL - 2013

A segunda edição do Lolla Brasil aconteceu entre os dias 29, 30 e 31 de março de 2013, no *Jockey Club* de São Paulo. Pela primeira vez, o festival ocorreu durante três dias. Segundo o Observatório do Turismo de São Paulo (2013), 167 mil pessoas estiveram presentes nos três dias de evento, onde 60 artistas nacionais e internacionais (Figura 9), se apresentaram nos mesmos cinco palcos da edição passada: Palco Cidade Jardim, Palco Butantã, Palco Alternativo, Palco Kidzapalooza e Palco Perry. A área do evento correspondia a 480.000m².

Como curiosidade, essa edição contou com diversos shows com transmissão simultânea em libras, onde os intérpretes traduziam, na linguagem brasileira de sinais, o que os artistas falavam. Os artistas internacionais também foram traduzidos. (WE GO OUT, 2021).

Os *headliners* dessa edição foram a banda *Pearl Jam*¹² e *The Killers*¹³. O *Lolla Pass* (ingresso para os três dias), na pré-venda custavam R\$ 900 a inteira e R\$ 450 a meia entrada. (VEJASP, 2012). O *Lolla Day* (ingresso individual para cada dia) custava R\$ 330 a inteira e R\$ 165 a meia entrada. (G1, 2012).

Figura 9 - Line-up Lollapalooza Brasil 2013



Fonte: WE GO OUT, 2021.

¹² Banda norte-americana de Seattle (EUA) formada em 1990, surgiu com o movimento *Grunge*, liderada pelo vocalista *Eddie Vedder* emplacaram *hits* como: *Jeremy*, *Black*, *Alive* e *Even Flow*. (LETRAS, 2021).

¹³ Banda formada em Las Vegas (EUA) em 2002, seus principais *hits* foram: *Mr. Brightside*, *Somebody Told Me* e *Human*. (LETRAS, 2021).

3ª EDIÇÃO DO LOLLAPALOOZA BRASIL - 2014

A 3ª edição do Lollapalooza Brasil, já com a T4F à frente do evento, ocorreu no Autódromo José Carlos Pace, popularmente conhecido como Autódromo de Interlagos, na Zona Sul de São Paulo, nos dias 05 e 6 de abril de 2014.

Nessa edição houve 5 palcos: o Palco Skol, Palco Onix, Palco Interlagos, Palco Perry e o Palco *Kidzapalooza*. A área do evento foi de 600.000 m², 120.000m² a mais que no ano anterior (Figura 10). 150 mil pessoas estiveram presentes para acompanhar as mais de 40 apresentações de artistas nacionais e internacionais (Figura 11), sendo 80 mil no sábado, o que fez com que os ingressos esgotassem e 60 mil no domingo. (SPTURIS, 2014)

Os ingressos *Lolla Day*, foi vendido no primeiro lote por R\$ 290 a inteira e a R\$ 145 a meia. Já o *Lolla Pass* foi vendido no primeiro lote a R\$ 540 a inteira e a R\$ 270 a meia entrada. (G1, 2014).

Nessa edição houve a Inauguração do *Chef Stage*, uma área gastronômica que contava com 16 lojas de alimentação.

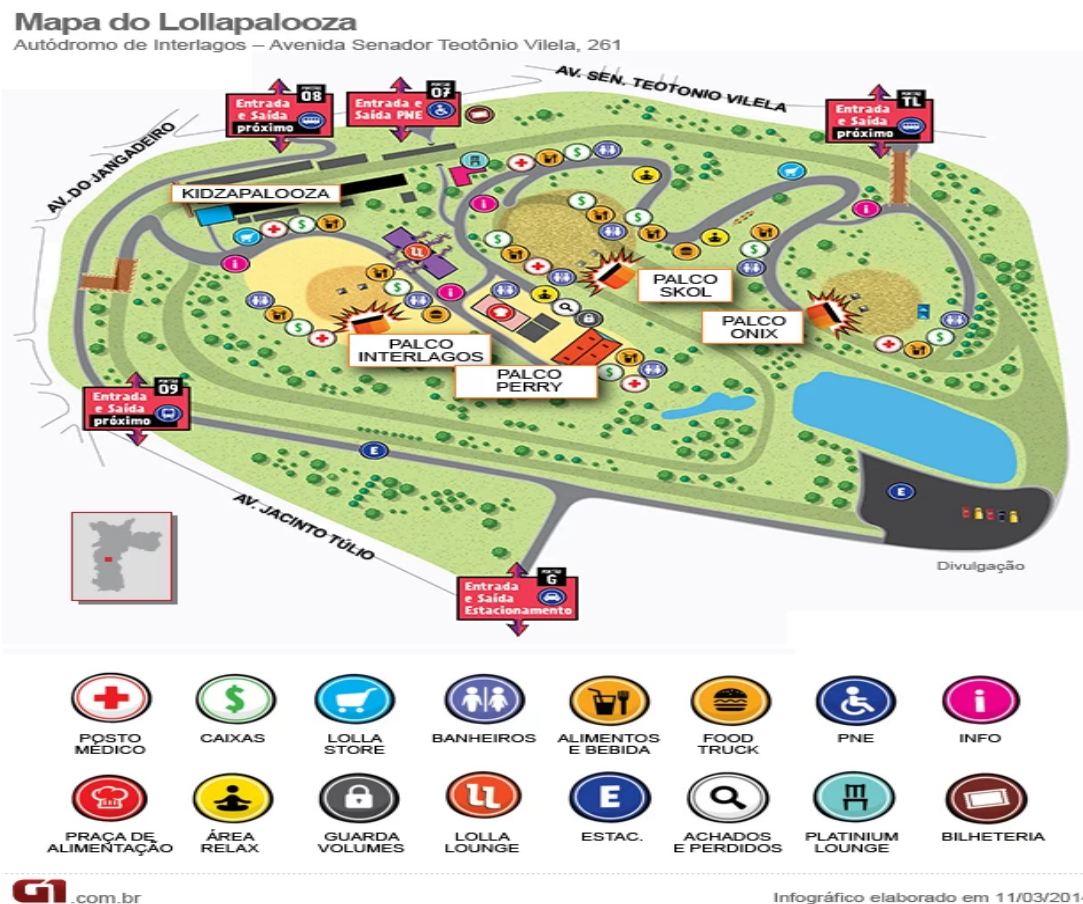
No sábado, dia 05, a programação começou às 12h20min e terminou às 23h. No domingo, dia 06, a programação iniciou-se às 11h50min e terminou às 22h. (G1, 2014).

Figura 10 - Line-up Lollapalooza Brasil 2014



Fonte: WE GO OUT, 2021.

Figura 11 - Mapa do Lollapalooza Brasil 2014



Fonte: G1, 2014.

4ª EDIÇÃO DO LOLLAPALOOZA BRASIL - 2015

O Festival aconteceu nos dias 28 e 29 de março de 2015, no Autódromo de Interlagos em São Paulo. O primeiro lote de ingressos foi vendido a R\$ 340 a inteira e R\$ 170 reais a meia. O Lolla Pass foi vendido a R\$ 1.160 a inteira e R\$ 580 a meia entrada. (G1, 2015).

Nesta edição houve apenas 4 palcos, o Palco Skol, Palco Onix, Palco Axe e o Palco Perry (Figura 12). No sábado, dia 28, a primeira atração iniciou-se às 12h05min e a última atração terminou às 22h45min, já no domingo, dia 29, o primeiro show iniciou-se às 11h50min e o último show terminou às 22h. (G1, 2015).

Algumas das atrações principais foram a banda *Pitty*¹⁴ e *Kasabian*¹⁵. Segundo a *Forbes* (2016), 136 mil pessoas foram aos dois dias de festival, 66 mil pessoas no sábado e 70 mil pessoas no domingo.

Em 2015, a moeda no festival mudou de “*Pillapalooza*” para “*Lolla Mangos*”, cada *Lolla Mangos* custava R\$ 2,50 e era possível fazer a compra da moeda pela *internet*, diferente da moeda antiga que só poderia ser adquirida no evento.

No ano de 2015, marcou a mudança dos locais dos palcos e o acréscimo do *Chef Stage* que ficava com 24 lojas de alimentação. (WE GO OUT, 2021).

Os ingressos para o *Lolla Day* foram vendidos no primeiro lote a R\$ 340 a inteira e R\$ 170 a meia entrada. O *Lolla Pass* no primeiro lote foi vendido a R\$ 580 a inteira e a R\$ 290 a meia entrada. (G1, 2014).

Figura 12 - Line-up Lollapalooza Brasil 2015



Fonte: WE GO OUT, 2021.

5ª EDIÇÃO DO LOLLAPALOOZA BRASIL - 2016

A 5ª edição do Lollapalooza Brasil aconteceu nos dias 12 e 13 de março de 2016 no Autódromo de Interlagos em São Paulo. Neste ano foram 5 palcos: Palco Skol, Palco Onix, Palco Axe, Palco Kidzapalooza e Palco Trident at Perry's. As

¹⁴ Banda de *rock* baiana, foi conhecida nacionalmente em 2003. As músicas *Na sua Estante*, *Equalize* e *Me Adora*, são algumas das músicas que consagraram a banda. (LETRAS, 2021).

¹⁵ Banda de *rock* inglesa, iniciou a carreira em 1999. *Goodbye Kiss*, *Fire* e *L.S.F.*, são alguns *hits* da banda. (LETRAS, 2021).

atrações (Figura 13) começaram às 12h nos dois dias e terminaram às 23h no sábado e às 22h no domingo (G1, 2015).

A respeito do valor dos ingressos, o *Lolla Day* foi vendido no primeiro lote a R\$ 380 a inteira e a R\$ 190 a meia entrada. (G1, 2015). O primeiro lote para o *Lolla Pass*, foi vendido a R\$ 660 a inteira e R\$ 330 a meia entrada. (G1, 2015).

Em 2016 uma nova modalidade de área foi criada, a *Sempre Livre Lolla Lounge*, uma área diferenciada do Lollapalooza que oferecia transporte até o evento, área com bebida e alimentação liberada, banheiros exclusivos e uma hora de festa privativa. Essa área não oferecia os ingressos para o festival, eles deveriam ser comprados a parte. (G1, 2015).

O *Lolla Lounge Pass* oferecia ingresso para os dois dias de festival custava R\$ 900 e o *Lolla Lounge Day*, dando acesso a um único dia de festa, custava R\$ 450. A moeda *Lolla Mangos* foi reajustada, passando a valer R\$ 1. (WE GO OUT, 2021).

Figura 13 - Line-up Lollapalooza Brasil 2016



Fonte: WE GO OUT, 2021.

6ª EDIÇÃO DO LOLLAPALOOZA BRASIL - 2017

A 6ª edição do Lollapalooza Brasil aconteceu nos dias 25 e 26 de março de 2017, no Autódromo de Interlagos. Essa edição teve a presença dos palcos Skol, Palco Onix, Palco Axe e Palco Perry's, as atividades do sábado começaram às

12h05min e a última atração terminou seu *show* às 23h. Já no domingo, dia 26, as atividades começaram às 12h e finalizaram às 22h, houve 47 apresentações nesta edição (Figura 14). (G1, 2016).

Os *headliners* da edição, foram a banda *Metallica* e o cantor *The Weeknd*.¹⁶ Os ingressos para o *Lolla Day* custaram R\$ 540 a inteira e R\$ 270 a meia entrada, o *Lolla Pass* custou R\$ 800 a inteira no primeiro lote. Já o *Lolla Lounge* para um único dia custou R\$ 550 a inteira e R\$ 1.000 para os dois dias, também inteira. (G1, 2016).

Como novidade em 2017, o ingresso deixa de ser físico e passa a ser a pulseira: *Axe Lolla Cashless*, com tecnologia RFID (tecnologia *Radio Frequency Identification* ou identificação por radiofrequência), que funcionava como ingresso digital, liberando a entrada ao evento e, garantia que o cliente pudesse comprar alimentos e bebidas no evento, tendo a possibilidade de resgatar o valor não gasto. (G1, 2016).

Em 2017 o evento teve recorde de público, sendo 100 mil pessoas no sábado e 90 mil pessoas no domingo. (WE GO OUT, 2017).

Em 2017, a acessibilidade foi notada no evento, o Portão 7 era destinado às pessoas com deficiência (PcD), logo, ali era a entrada preferencial para eles e seus acompanhantes, havia também um estacionamento oficial para quem estivesse com o adesivo com o símbolo universal de acessibilidade. No evento, havia quatro áreas reservadas para os PcD, uma em frente a cada palco, essa área era um palco elevado, com grades, rampas, bem sinalizado, com a presença de bombeiros e seguranças. Por último e não menos importante, a produção do Lollapalooza, preocupou-se em destinar banheiros acessíveis para os PcD. (PROJETO PULSO, 2017).

¹⁶ The Weeknd - Abel Makkonen é canadense, ficou famoso após publicar algumas canções em sua conta no *YouTube* em 2010, mas somente em 2012 e 2013 fez sucesso com os *hits* *The Hills*, *Can't Feel My Face* e *Earned It*. (ANTENA1, 2021).

Figura 14 - Line-up Lollapalooza Brasil 2017



Fonte: WE GO OUT, 2021.

7ª EDIÇÃO DO LOLLAPALOOZA BRASIL - 2018

A 7ª edição do Lollapalooza Brasil, aconteceu nos dias 23, 24, 25 de março de 2018, novamente no Autódromo de Interlagos em São Paulo, tendo somente 4 palcos: Budweiser, Onix, Axe e Palco Perry's by Doritos, com a participação de 60 artistas. (Figura 15). (G1, 2018).

A programação na sexta-feira, dia 23, iniciou-se às 11h45min e terminou às 23h. No sábado, dia 24, as atividades começaram às 11h50min, finalizando também às 23h. No domingo (25), a programação começou às 11h45min e terminou às 22h30min. (G1, 2018).

Em relação aos valores dos ingressos, o *Lolla Pass* dava acesso aos 3 dias de festival, custou R\$ 1.300,00 a inteira e R\$ 650 a meia entrada no primeiro lote. O *Lolla Lounge Pass* que garante entrada para os 3 dias, mais área reservada, foi vendida por R\$ 3.000,00 a inteira. Já o *Lolla Day* foi vendido a R\$ 700 a inteira e R\$ 350 a meia entrada no primeiro lote. (G1, 2018).

Houve *sold out* (ingressos esgotados) diário no evento, totalizando 100.000 pessoas em cada dia, no total foram 300 mil pessoas nos três dias de festival. O

evento injetou R\$ 152 milhões na economia de São Paulo nesse final de semana (B9, 2018 e SPTURIS, 2018).

Em 2018, o Lolla Brasil, contou a participação de 22 *food trucks* espalhados pela área do evento, 15 *Chefs* renomados tiveram seus espaços garantidos na *Chef Stage*. A empresa Sapore, responsável pela alimentação dos atletas nas Olimpíadas de 2016 no Rio de Janeiro, também ficou responsável pelos Sabores do Mundo, área destinada à gastronomia de seis países, no festival. (Festivalando, 2018).

Figura 15 - Line-up Lollapalooza Brasil 2018



Fonte: WE GO OUT, 2021.

8ª EDIÇÃO DO LOLLAPALOOZA BRASIL - 2019

Autódromo de Interlagos em São Paulo, nos dias 05, 06 e 7 de abril de 2019, aconteceu a última edição do Lollapalooza Brasil. A edição contou com 4 Palcos: Budweiser, Onix, Adidas e Palco *Perry's by Doritos* (Figura 16). (G1, 2019).

Sexta-feira (5) a programação iniciou-se às 11h45min e terminou às 22h45min. No sábado (6) começou às 11h50min e terminou às 23h. Já no domingo (7), a programação iniciou-se às 11h55min e terminou às 22h15min. (G1, 2019).

A estimativa de público em 2019 era de 80 mil pessoas esperadas em cada um dos dias e foi o segundo ano consecutivo com 3 dias de duração. (G1, 2018).

Em relação aos ingressos, o *Lolla Day* custou R\$ 800 inteira e R\$ 400 a meia entrada no primeiro lote. O *Lolla Pass* para os 3 dias custaram R\$ 1.326 a inteira e R\$ 663 a meia entrada, também no primeiro lote. O *Lolla Lounge*, com área *open bar e food*, custou R\$ 2.976,00 a inteira e R\$ 2.313,00 a meia entrada no primeiro lote. (G1, 2018).

Figura 16 - Line-up Lollapalooza Brasil 2019



Fonte: WE GO OUT, 2021.

9ª EDIÇÃO DO LOLLAPALOOZA BRASIL - 2020

A 9ª edição do festival foi adiada por seguir as orientações da OMS (Organização Mundial de Saúde) em relação à pandemia causada pelo (COVID-19), visando a segurança de todos ligados direta e indiretamente ao evento. A princípio o festival ocorreria no Autódromo de Interlagos em São Paulo entre os dias 3, 4 e 5 de abril de 2020, transferidos para os dias 10, 11 e 12 de dezembro de 2021. (LOLLAPALOOZA, 2021).

Em abril de 2021, a equipe do Lollapalooza oficializou o novo adiamento, remarcando-o para os dias 25, 26 e 27 de março de 2022, no Autódromo de Interlagos, novamente pelo mesmo motivo, a situação de saúde pública do país que ainda enfrenta a pandemia do Coronavírus. (LOLLAPALOOZA, 2021).

Devido à pandemia houve muitas críticas ao Festival Lollapalooza, pois quem comprou os ingressos e não poderia mais ir à nova data, não tiveram o reembolso do valor dos ingressos.

A empresa responsável pela venda dos ingressos, a T4F, informou que quem garantiu os ingressos para a 9ª edição do festival, que ocorreria em 2020, poderá usar os ingressos na mesma edição que ocorrerá em 2022, se assim a situação diante da pandemia permitir.

Quem não puder mais ir, ficará com um crédito no valor do ingresso para ser utilizado num período de 12 meses (que foi estendido até 31 de dezembro de 2022), em qualquer evento realizado pela T4F. Tal solução foi regida pela Lei n.º 14.046. (LOLLAPALOOZA, 2021).

Ainda em 2020, em decorrência da pandemia causada pelo Coronavírus, o Lolla criou o #LollaBRemCasa, promovendo diversas *lives* de *shows* através do canal Lollapalooza no YouTube.

5.2 História e características do Festival Rock in Rio

Antes de iniciarmos o relato sobre a história desse festival, para também termos noção da dimensão do Rock in Rio, trouxemos dados oficiais referentes a quantidade de seguidores nas redes sociais do festival, verificados em 9 de maio de 2021.

No *Facebook* a página @RockInRio tem 3.900.308 (três milhões, novecentas mil e trezentas e oito) pessoas curtindo a página. (FACEBOOK, 2021). O perfil @rockinrio no *Instagram* possui 1 milhão de seguidores. (INSTAGRAM, 2021). Em sua conta no *Twitter*, @rockinrio, existem 4,1 milhões de seguidores. (TWITTER, 2021). O canal Rock in Rio, no *Youtube*, possui 394 mil pessoas inscritas. (YOUTUBE, 2021).

O Rock in Rio tem números expressivos: 20 edições desde 1985, tendo ocorrido: 8 edições no Rio de Janeiro, Brasil, 8 edições em Lisboa, Portugal, 3 edições em Madri, Espanha e uma edição em Las Vegas, Estados Unidos. Tendo 2.301 artistas se apresentado em todas as edições do festival, somando 10,2 milhões de pessoas na plateia, 237.500 empregos gerados, 12 milhões de fãs *online* e 119 dias de festival, nesses trinta e cinco anos de existência. (ROCK IN RIO, 2020).

Em janeiro de 2021 o RiR completou 36 anos e em 2019 foi considerado o 6º maior festival do mundo pela quantidade de participantes pela revista *Forbes*. (FORBES, 2019). Em 2018 foi considerado o 2º maior festival do mundo em faturamento. (FORBES, 2018).

Hoje o RiR além de ser um megaevento, é uma marca consolidada e respeitada, não sendo apenas um festival, mas um parque temático musical, um centro de experiências, projetos sociais e ambientais que impactam as cidades e os países que o recebe. “O Rock in Rio é um veículo de comunicação, de emoções e causas. Utilizando a música como linguagem universal, usa o seu poder para reunir pessoas não só para emocionar o público, mas também impactar a vida de quem precisa.” (ROCK IN RIO, 2020).

Mas, no início, a construção do RiR não foi fácil.

Em 2001, Roberto Medina, o fundador do Rock in Rio, disse: “Percebi que as armas que eu tenho para conseguir tornar o mundo um pouco melhor, são a música e o festival. É o que sei fazer bem.” (ROCK IN RIO, 2020).

Roberto Medina, (Figura 17) é carioca, empresário da comunicação publicitária, presidente do grupo Artplan, criador, idealizador e presidente do Rock in Rio. Medina, foi o grande responsável por colocar o Brasil no roteiro dos grandes *shows* internacionais ainda nos anos 80, trazendo inicialmente o *show* do *Frank Sinatra* para o Brasil, no dia 26 de janeiro de 1980, tal apresentação teve uma hora e quarenta e cinco minutos de duração e reuniu 170 mil pessoas no Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro. (YOUTUBE, 2011).

Figura 17 - Roberto Medina, idealizador do Rock in Rio



Fonte: FACEBOOK, ROCK IN RIO, 2019.

O Brasil, em 1985, encontrava-se num espectro político muito conturbado, onde estava saindo da ditadura militar e entrando no regime democrático. Pensar em eventos musicais internacionais era muito complexo, já que o Brasil não produzia equipamentos de som, iluminação, ou ainda toda a logística necessária, sendo inevitável importar equipamentos e mão de obra, transformando o evento num produto muito caro e quase inviável de ser realizado. (YOUTUBE, 2011).

A ideia do *Rock in Rio* nasce de uma visão advinda de uma insatisfação de seu criador, com a cidade do Rio de Janeiro e com a política do país. Tal insatisfação motivou Medina a ir morar nos Estados Unidos por um tempo, mas antes, ele tinha

uma ânsia de impactar de forma positiva e relevante a sua cidade natal, junto a juventude da cidade. (YOUTUBE, 2011).

Então, durante uma noite, ele acabou criando o nome: Rock in Rio e a ideia do evento musical, a partir daí, enfrentou todas as dificuldades possíveis, já que teria que importar todos os equipamentos necessários para operacionalizar todo o evento. Com a ideia estruturada, Medina desistiu de sua ida aos Estados Unidos e logo teve apoio de grandes marcas nacionais, como, por exemplo, a cervejaria BRAHMA, foi a primeira patrocinadora do evento e a Rede Globo, que garantiu a transmissão ao vivo do evento para todo o país. (YOUTUBE, 2011).

Ainda em 1984, Luiz Antonio Mello, o então fundador da Rádio Fluminense FM, "A Maldita", que estava em 4º lugar no *ranking* das rádios mais ouvidas, foi procurado por Roberto Medina e sua equipe, para que a rádio ajudasse na construção do que seria o *line-up* do RiR. Durante uma reunião na Artplan, Medina apresentou o projeto do Rock in Rio a equipe da rádio e pediu auxílio na construção de uma enquete, onde a sociedade deveria dizer quais atrações gostariam de assistir, caso um grande festival acontecesse no Brasil. (UOL, 2013).

Já que Medina queria sigilo sobre a proposta do evento, pois, só comunicaria a existência do festival, quando pelo menos 50% das atrações tivessem assinado o contrato, a rádio lançou a enquete que ficou no ar por um mês: "Caso um festival como o *Woodstock* se realizasse no Rio, quem você gostaria que viesse tocar?". A equipe da rádio sugeriu diversos nomes, como *AC/DC*, *Iron Maiden*, entre outros, porém, "O Brasil é considerado à terra do calote amplo, geral e irrestrito" disse Luiz Antonio. Diante disso, Medina estava ciente que teria que fazer os pagamentos à vista e em espécie, antes dos artistas embarcarem para o Brasil. (UOL, 2013).

O povo brasileiro, tendo má fama de não serem bons pagadores, dificultou a contratações de serviços e das bandas estrangeiras. Sem credibilidade, a ideia de Roberto Medina parecia impossível de ser colocada em prática. Medina, não poupou esforços para reverter a situação. (YOUTUBE, 2011).

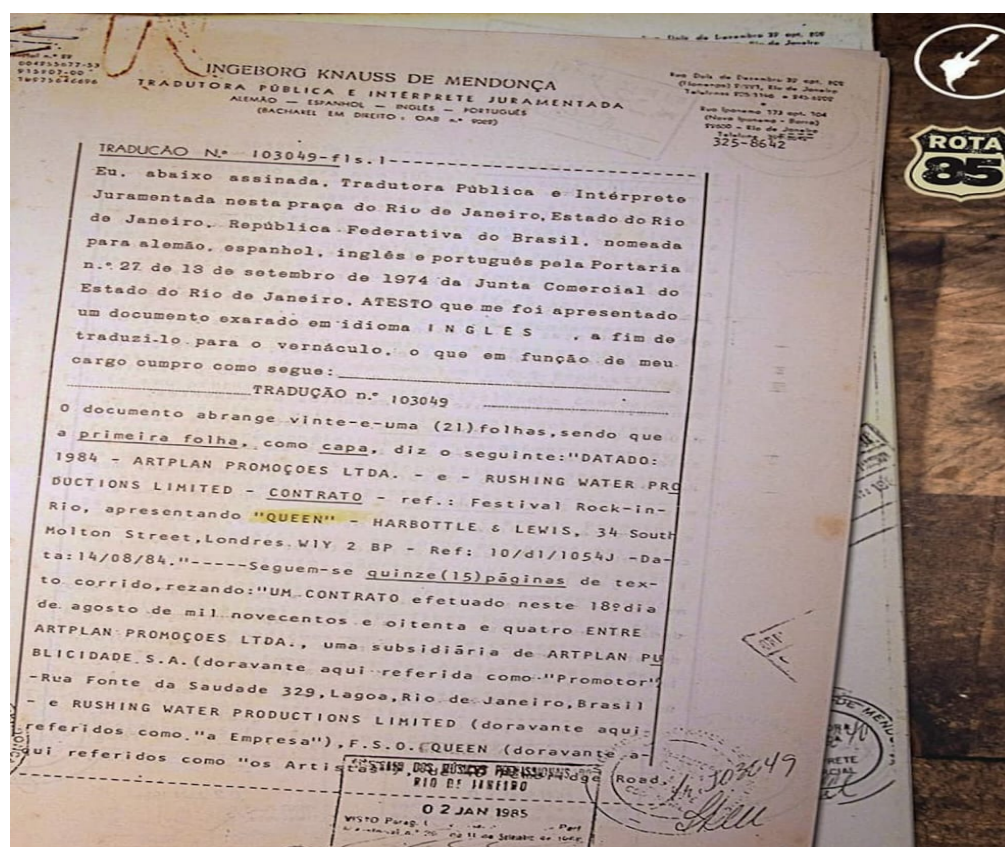
Tendo a verba em mãos para a contratação das bandas, Medina deslocou-se para Nova York, (EUA), passar 60 dias para mostrar o projeto e fazer a contratação das bandas. O idealizador do Rock in Rio tentou contratar 70 bandas, todas disseram não! Insistente, Medina foi para Los Angeles, (EUA), tentar contratar mais algumas bandas e não obteve sucesso. (YOUTUBE, 2011).

Persistente, Medina lembrou-se de *Frank Sinatra* e fez uma ligação a ele, que prontamente o ajudou, ligando para alguns veículos de comunicação e indicou seu relações-públicas, *Lee Solters*, para continuar lhe ajudando. Com essa ajuda, Medina fez uma conferência de imprensa no hotel em que estava hospedado em Los Angeles, (EUA), com a presença de inúmeros jornalistas. No dia seguinte da conferência de imprensa, os jornais americanos anunciavam que no Brasil haveria o maior *show* de *rock* do mundo. Ali a credibilidade foi instaurada, daí, as bandas que haviam recusado o convite para se apresentarem no Brasil, retrocederam e decidiram se apresentar no evento. (YOUTUBE, 2011).

A primeira banda a assinar o contrato, foi a banda *Ozzy Osbourne*. A banda *Queen*¹⁷ (Figura 18) foi a segunda a assinar o contrato. Em apenas dois dias, Medina fechou contratos com todas as 17 bandas internacionais. (YOUTUBE, 2011).

Segundo Medina, *Rock in Rio* significa: "liberdade, atitude, um chamamento à liberdade." (YOUTUBE, 2017).

Figura 18 - Contrato com a banda Queen



Fonte: FACEBOOK, ROCK IN RIO, 2019.

¹⁷ Banda inglesa liderada por *Freddie Mercury*, surgiu em 1967, fez sucesso nos anos 70 e 80 com sucessos como *Love of My Life*, *We Will Rock You* e *Radio Gaga*. (LETRAS, 2021).

1ª EDIÇÃO DO ROCK IN RIO - 1985

Em 1985, no maior palco do mundo (80m de largura), aconteceria o maior festival do mundo da época, a primeira edição do Rock in Rio, na Cidade do Rock, na Barra da Tijuca, Zona Oeste do estado do Rio de Janeiro, com apresentações de 15 artistas e bandas nacionais, entre elas, Elba Ramalho, Ney Matogrosso, Barão Vermelho, Kid Abelha, entre outros e 17 artistas e bandas internacionais (Figura 19 e 20). O evento aconteceu numa área de 250.000m², durou 10 dias, tendo um público de 1 milhão e trezentas e oitenta mil pessoas, durante os dias 11 e 21 de janeiro de 1985, os *shows* duravam entre 30 e 50 minutos. Pela primeira vez a plateia era iluminada. (ROCK IN RIO, 2020).

Figura 19 - Programação da 1ª edição do Rock in Rio de 1985

R O C K I N R I O - J A N E I R O 8 5				
SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA
11	12	13	14	15
NEY MATOGROSSO ERASMO CARLOS PEPEU / BABY WHITESNAKE IRON MAIDEN QUEEN	IVAN LINS ELBA RAMALHO GILBERTO GIL AL JARREAU JAMES TAYLOR GEORGE BENSON	PARALAMAS DO SUCESSO LULU SANTOS BLITZ NINA HAGEN GOGO'S ROD STEWART	MORAES MOREIRA ALCEU VALENÇA JAMES TAYLOR GEORGE BENSON	KID ABELHA EDUARDO DUSEK BARÃO VERMELHO SCORPIONS AC / DC
QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO
16	17	18	19	20
PARALAMAS DO SUCESSO MORAES MOREIRA OZZY OSBOURNE ROD STEWART	ALCEU VALENÇA ELBA RAMALHO AL JARREAU YES	KID ABELHA EDUARDO DUSEK LULU SANTOS GOGO'S B-52'S QUEEN	PEPEU / BABY ERASMO CARLOS WHITESNAKE OZZY OSBOURNE SCORPIONS AC / DC	BARÃO VERMELHO GILBERTO GIL BLITZ NINA HAGEN B-52'S YES
Os portões serão abertos a partir das 12 horas. Os shows começam às 18 horas, diariamente, e às 16 horas, aos domingos.				

Fonte: FACEBOOK, ICONOGRAFIA DA HISTÓRIA, 2019.

Figura 20 - Ingresso para os 10 dias de festival da 1ª edição do Rock in Rio de 1985



Fonte: FACEBOOK, ROCK IN RIO, 2018.

Segundo registros jornalísticos (QUICANDO.BLOGOSFERA, 2019) o primeiro Rock in Rio teve um prejuízo financeiro de 500 mil dólares, tendo sido investido 11 milhões de dólares. (Figura 21 e 22) Roberto Medina ainda na época, responsabilizou a polícia civil, militar e a equipe de segurança contratada, pelo déficit orçamentário, já que para a viabilidade do evento seriam necessárias ao menos 1 milhão e 300 mil pessoas pagantes, sendo que, na verdade, menos de 1 milhão de pessoas realmente pagaram sua entrada para o evento.

Figura 21 - Rock in Rio, quanto custou?

O sonho custou US\$ 11mi

NORMA COURI
Enviado especial ao Rio

A filosofia desses dez dias de rock articulados pela empresa Artplan foi o sonho. Com 500 mil dólares de prejuízo dos 11 milhões investidos, Roberto Medina, o presidente, com olheiras e sete quilos a menos, declarava no penúltimo dia: "Valeu. Aqui o sonho começou. Foi sonho que eu respirei nesses dez dias." As alusões ao sonho estavam em cada parede dos dois shoppings instalados pela empresa para vender a griffe Rock in Rio. E de sonho falavam os vendedores, através das inscrições de suas camisetas.

protestar contra nada. O vice-presidente da União Nacional dos Estudantes — foco máximo de rebelião dos anos 60 —, compareceu ao festival para dizer que rock também é cultura e que a política ficou para trás. Nenhuma camiseta no peito de milhão de roqueiros presentes ao festival trazia inscrição política. O único Lenin estampado no peito de um roqueiro, John Maiden, era referência ao grupo Frankie Goes to Hollywood. Um solitário Che presente ao Rock in Rio vestia um roqueiro (Moacir Sena, 25), que não sabia seu nome e comprou a camiseta "pelo visual". E um dos raros participantes em pessoa, do evento de Woods-

de boutique, blusões coloridos e bertalhados. Pouquíssimo brim azul. Agora, liberdade não é mais um jeans velho e desbotado. Liberdade no festival do rock, foi uma roupinha leve de algodão cor verde-limão, o lilás suave. Ou a malha de lycra colante, estampada com uma cobra em ouro, com o qual desfilou o colunável Noelza Guimarães. E at mesmo chapeuzinho de feltro imitando o dos hippies, mas comprado em uma boutique parisiense pela atriz Maria Lucia Dahl, uma sobrevivente da década de 60.

A única semelhança com Woodstock foi a chuva — em 1969, a benção dos deuses sobre os "freaks"; e

Fonte: QUICANDO.BLOGOSFERA, 2019.

Figura 22 - Medina teve prejuízo no Rock in Rio

Medina teve prejuízo com Rock in Rio

Apesar do prejuízo de US\$ 500 mil que o Rock in Rio deu à sua empresa, a Artplan, Roberto Medina, 37, está satisfeito com o resultado do evento, que lhe trouxe prestígio e "know-how". Em entrevista ao repórter Alfredo Ribeiro, o empresário fez duras críticas às polícias civil e militar do Rio de Janeiro, acusando-as de responsáveis —juntamente com a segurança contratada pela Artplan— pela "maior evasão de renda da história do show-business no Brasil".

De acordo com Medina, o público total do festival superou a marca de 1,3 milhão de espectadores, considerada o mínimo para tornar viável o empreendimento, mas a bilheteria registrou menos de um milhão de pagantes. Nada disso parece ter abatido o empresário, que já recebeu convite para realizar um festival em Portugal e promete que o Rock in Rio 2 não terá os erros e problemas do primeiro.

PAG. 24
Nino Rogeri é o maior atração internacional do espetáculo desta noite, que encerra a maratona do rock no Rio. Leia na Ilustrada, pág. 61

Fonte: QUICANDO.BLOGOSFERA, 2019.

A primeira edição do RiR, foi complexa, aconteceram diversos problemas burocráticos em relação à Prefeitura do Rio de Janeiro, o que gerou atrasos na construção da Cidade do Rock, ocasionando a não conclusão da compactação da terra do local, o que gerou a emblemática lama do Festival. (COSTA, 2019).

2ª EDIÇÃO DO ROCK IN RIO - 1991

O Rock in Rio II, ficou suspenso por alguns anos, principalmente porque a Cidade do Rock fora demolida por impasses políticos com Leonel Brizola, então governador do Rio de Janeiro, após o Rock in Rio I. (COSTA, 2019).

O Rock in Rio II aconteceu em 1991, principalmente a pedido da Coca-Cola, já que ela queria usar o festival para fortalecer sua marca e combater o aumento das vendas da concorrente Pepsi, que também estava lançando o Festival Pepsi Music. (COSTA, 2019).

Sem a Cidade do Rock, Medina organizou a 2ª edição do festival no Estádio do Maracanã, sendo 9 dias de duração, entre os dias 18, 19, 20 e de 22 a 27 de janeiro de 1991. O público foi de 700 mil pessoas numa área 196.000m² (Figura 23).

O Rock in Rio II, foi bem diversificado quanto as atrações, tendo MPB com Elba Ramalho e Ed Motta, por exemplo. Ao todo foram 25 atrações internacionais e 19 atrações nacionais (Figura 23).

Figura 23 - Line-up Rock in Rio II 1991

MARACANÃ Janeiro/91		
18	19	20
Prince Joe Cocker Colin Hay Orquestra Sinfônica	INXS Billy Idol Santana Engenheiros do Hawaii Supla Vid e Sangue Azul	Guns N'Roses Billy Idol Faith no More Titãs Hanoi Hanoi
@ORioAntigo - Rock In Rio 1991		
22	23	24
New Kids on The Block RUN DMC SNAP Roupa Nova Inimigos do Rei	Guns N'Roses Judas Priest Queensryche Megadeth Lobão Sepultura	Prince Robert Plant Alceu Valença Laura Finokiaro Serguei
25	26	27
George Michael Deee Lite Elba Ramalho Ed Motta	A-HA Debbie Gibson Information Society Capital Inicial Nenhum de Nós Paulo Ricardo	George Michael Lisa Stansfield Deee Lite Gilberto Gil Moraes e Pepeu

Fonte: TWITTER, RIO ANTIGO, 2020.

Em seu livro *Rock in Rio A Arte de Sonhar e Fazer Acontecer*, Allan Costa revela que o fato de a economia brasileira não ter sido favorável durante muitos anos, somado ao impedimento do uso da Cidade do *Rock*, fez com que a ideia do festival ficasse em *stand by* por 10 anos, já que o festival no Estádio do Maracanã não foi o ideal, pois, as pessoas não tinham por onde andar, nem interagir, tinham apenas a opção de ficar em seus assentos assistindo aos *shows*, o que não era a proposta do evento. (COSTA, 2019).

3ª EDIÇÃO DO ROCK IN RIO - 2001

Em 2001, os problemas com governantes do Rio de Janeiro acabaram e a Cidade do *Rock* ressurge no mesmo lugar do primeiro RiR, na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. Mas, Medina tinha uma condição, o Rock in Rio III só seria feito se tivesse uma causa social. Segundo Costa, “Na história do festival, a edição de 2001 representou um passo decisivo na construção de um novo formato para a cidade do *Rock* e de um modelo de gestão que absorvesse oficialmente a responsabilidade social como um dos pilares da marca” (COSTA, 2019, p. 25).

A 3ª edição do RiR teve 7 dias de duração e aconteceu entre os dias 12 a 14 e 18 a 21 de janeiro de 2001 (Figura 24). Com público de 1 milhão e 235 mil pessoas, numa área de 200.000 m². Nesta edição tiveram três novas tendas: a Tenda Brasil, Tenda Raízes e Tenda Mundo Melhor. Uma dessas tendas era voltada para apresentações de palestras e exposições. (ROCK IN RIO, 2021).

Com necessidade de fazer o bem, desde 2001 o RiR implementou diversas ações e parcerias com patrocinadores em prol da sociedade e do meio ambiente. Em 2013, o RiR recebeu a primeira certificação da América Latina na norma internacional ISO 20121 - Sistema de Gestão de Eventos Sustentáveis, por assumir as responsabilidades por seus impactos. (ROCK IN RIO, 2021).

A 3ª edição do RiR, em 2001, fez uma parceria com a Viva Rio, empresa social, responsável por projetos inovadores e inclusivos, em regiões onde a violência e a pobreza estão presentes. Parte dos recursos arrecadados nessa edição foram destinados para a criação de 70 salas de aula e a formação de 3.200 jovens e adultos de comunidades, no ensino fundamental e médio no Telecurso Comunidade. (VIVA RIO, 2021 e ROCK IN RIO, 2021).

Ainda em 2001, no intuito de atingir milhares de pessoas fazendo o bem, Roberto Medina silenciou 3.200 rádios por 3 minutos, durante a Voz do Brasil e todos os canais de televisão por todo o Brasil, também, por 3 minutos, com a mensagem de conscientização de que devemos ter um mundo melhor. (YOUTUBE, 2010).

O 3º RiR foi diverso em questão de atrações. Foram mais palcos, ativação das marcas dos patrocinadores e mais lojas no evento. A produção, ao final desta edição, percebeu que boa parte dos frequentadores, fizeram do RiR um programa familiar, pois, muitos retornavam ao evento por já o conhecerem da 1ª edição, e assim, retornavam com seus filhos. Por meio dessa percepção, toda a produção começou a enxergar nisso, mais um potencial para a marca e para o evento. (COSTA, 2019).

Figura 24 - Line-up Rock in Rio III 2001



Fonte: TENHO MAIS DISCOS QUE AMIGOS, 2017.

O ROCK IN RIO É EXPORTADO

Em 2004 o evento é exportado para Portugal e acontece a 1ª edição do RiR em Lisboa. De acordo com Medina, foi complicado manter o nome Rock in Rio, pois os parceiros de Portugal, queriam que o nome fosse Rock in Lisbon. Anos

mais tarde, o criador do evento passaria pelo mesmo problema em Madri. (COSTA, 2019).

As apostas de realizar o evento no exterior deram tão certo, que as edições acontecem bianualmente desde 2006. A edição de 2020 foi adiada devido à pandemia causada pelo (COVID-19). (COSTA, 2019 e ROCK IN RIO, 2021).

Com todo esse processo de internacionalização da marca Rock in Rio, o evento já firmado em Lisboa, em 2008, foi para Madri, Espanha, onde teve sua 1ª edição. Foi no decorrer de algumas edições na Europa que se consolidou a ideia de Parque Temático da Música. Onde tal evento proporciona um grande encontro de gerações. A primeira década dos anos 2000, foi fundamental para que a marca Rock in Rio se consolidasse como Parque Temático da Música. (COSTA, 2019).

Após mais 10 anos sem acontecer uma edição do evento no Brasil, em 2011 o então prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, decide apoiar o evento para fomento a economia e ao turismo no estado e convida Roberto Medina a voltar a realizar o evento na cidade, contudo, o convite também se estende aos anos de 2013 e 2015. (COSTA, 2019).

4ª EDIÇÃO DO ROCK IN RIO - 2011

Mesmo com um lapso temporal de 10 anos sem ocorrer o evento no Brasil, o público brasileiro continuava apreciando a marca. Em 2011, além do apoio político, diferente das duas primeiras edições do festival, o cenário econômico brasileiro esse ano, era animador. (COSTA, 2019).

Então, nos 7 dias de festival, nos dias 23, 24, 25, 29 e 30 de setembro e nos dias 1 e 2 de outubro de 2011(Figura 25), aconteceu a 4ª edição do Rock in Rio, na Cidade do *Rock*, tendo participado 700 mil pessoas, sendo que 45% desse público, cerca de 350 mil pessoas eram de turistas, numa área de 150.000m². O evento, a cada edição, crescia mais. Nesta edição, tiveram os espaços que compunham o então, Parque Temático da Música, que surgiu no Rock in Rio Lisboa. (ROCK IN RIO, 2021).

A 4ª edição do RiR, tiveram várias opções de entretenimento como o Palco Mundo e o Palco *Sunset*. Os espaços *Rock Street* com 20 lojas, o *Village* com 36

lojas e a Área VIP para 4 mil pessoas, Área Botequim Informal com 2 bares, e a Área Bob's com 5 bares.

Tiveram e opções de entretenimento que estavam sempre relacionadas a ativação de marcas dos patrocinadores do evento, que contavam com a Roda Gigante (patrocinada pelo Banco Itaú e Prefeitura do RJ), a Tirolesa (patrocinada pela Heineken), o Free Fall (patrocinada pela BIS), a Montanha Russa (patrocinada pela Chilli Beans), a Kodak proporcionou que 2.800 pessoas fossem atendidas pelos serviços fotográficos, a Nielly produziu 5.000 cabelos e o YouTube junto a Trident, gravaram mais de 1.200 vídeos.

Como curiosidade, os ingressos do festival foram esgotados em apenas quatro dias de vendas oficiais e 46 mil pessoas usufruíram dos brinquedos do evento. (ROCK IN RIO, 2021).

Figura 25 - Line-up Rock in Rio IV 2011



Fonte: TENHO MAIS DISCOS QUE AMIGOS, 2017

5ª EDIÇÃO DO ROCK IN RIO - 2013

A 5ª edição do RiR durou 7 dias e aconteceu nos dias 13, 14, 15, 19, 20, 21 e 22 de setembro de 2013 numa área de 150.000m², tendo participado 595 mil pessoas. (ROCK IN RIO, 2021).

Quanto ao entretenimento na Cidade do *Rock*, estavam presentes a Roda Gigante, a emblemática Tirolesa com 220m de comprimento, cruzando toda a frente do Palco Mundo, o Turbo *Drop* com 40m de altura, equivalente a um prédio de 13 andares, a Montanha Russa e a Parede de Escalada. Neste ano, 95,7 mil pessoas se divertiram nos brinquedos do RiR. (ROCK IN RIO, 2021).

Houve o Palco Mundo, Palco *Sunset*, Palco Eletrônica, Palco *Street Dance* e *Rock Street*.

Em 2013, o Palco Mundo teve 25m de altura e 86m de comprimento, entre o palco e o público a distância era de apenas 8m. Nesta edição, 3 telões começaram a compor a cenografia dos *shows*, um cobrindo todo o fundo do palco e mais dois telões menores com 8m e 32cm de altura e 4m e 32cm de largura, um em cada lateral do palco. O som do Palco Mundo se propagava em até 600m de distância e nele ocorreram 30 apresentações nacionais e internacionais. Todo dia, ao final da última apresentação nesse palco, ocorria uma queima de fogos. (ROCK IN RIO, 2021).

O Palco *Sunset* foi criado em 2008, no Rock in Rio Lisboa, para que estilos musicais se misturam, onde encontros musicais improváveis e únicos aconteçam. Em 2013, ocorreram 29 apresentações, com 24 artistas nacionais e 33 artistas internacionais, a exemplo, a neozelandesa *Kimbra*, a beninense *Angélique Kidjo*, os portugueses Orelha Negra e Aurea e diversas outras atrações. (Figura 27). O Palco *Sunset* iniciava as apresentações sempre às 14h40min e a última iniciava às 19h20min, horário que correspondia justamente ao primeiro intervalo do Palco Mundo, com duração exata de 1h, assim, enquanto as pessoas aguardavam o início do segundo *show* do Palco Mundo, poderiam assistir à atração principal do Palco *Sunset*. (ROCK IN RIO, 2021).

O Palco Eletrônica teve cenografia inspirada na Irlanda e na Grã-Bretanha e 24 atrações se apresentaram, o palco começava a funcionar às 22h30min e finaliza às 02h. (ROCK IN RIO, 2021).

O Palco *Street Dance* foi criado para surpreender, divertir e envolver o público. A cenografia foi inspirada nos guetos e ruas de Nova York, (EUA), e dentre as ações do palco, havia batalhas individuais de *street dance*, houve também um concurso nacional e internacional de *street dance*. (ROCK IN RIO, 2021).

A *Rock Street* é uma rua temática de 150m que teve como inspiração o bairro de Londres, *Camden Town*, reconhecido como refúgio da contracultura londrina, e a

rua *Grafton Street*, importante para a vida comercial de Dublin na Irlanda. Na *Rock Street*, era possível encontrar cartomantes, caricaturistas, estátuas humanas, acrobatas, mágicos entre tantos outros artistas de rua, totalizando 24 artistas. No palco, 65 artistas se apresentaram. (ROCK IN RIO, 2021).

Ainda segundo o Guia da Imprensa Rock in Rio 2013, 73 marcas estiveram presentes nessa edição e o evento contou ainda com a *Área Village*, seis grupamentos de banheiros femininos e masculinos, o que corresponderia a 500m de banheiros e a *Área VIP*, com capacidade para 4 mil pessoas, (Figura 26) este, foi o setor responsável por rifar guitarras autografadas de artistas que se apresentaram no festival, onde a verba arrecadada, seria destinada ao Projeto Social Por Um Mundo Melhor. (ROCK IN RIO, 2021).

Figura 26 - Imagem da plateia Rock in Rio 2013



Fonte: AUTORA, 2013.

Figura 27 - Line-up Rock in Rio 2013



Fonte: TENHO MAIS DISCOS QUE AMIGOS, 2017.

6ª EDIÇÃO DO ROCK IN RIO - 2015

A sexta vez que o evento aconteceu na Cidade do *Rock* foi na edição de 2015, com a marca consolidada e com números impressionantes. O evento aconteceu nos dias 18, 19, 20, 24, 25, 26 e 27 de setembro, sendo esperadas 85 mil pessoas diariamente. Os ingressos custaram R\$ 350 a inteira e R\$ 175 a meia entrada. (ROCK IN RIO, 2021).

Nesta edição os mesmos palcos estiveram presentes: *Sunset*, *Mundo*, *Rock Street*, *Street Dance*, *Eletrônica* e *Área VIP*. Todos eles tiveram ativações das marcas do evento, inclusive em 2015, 82 marcas estiveram presentes no evento, sendo 20 delas relacionadas à alimentação. Quando falamos da zona de diversão, estiveram presentes a Roda Gigante, a Montanha Russa, a Tirolesa e o X-Treme. (ROCK IN RIO, 2021).

Nos projetos sociais do RiR, 2015 foi marcado pelo reflorestamento da Bacia do Guandu, área responsável por gerar água para a Região Metropolitana do Rio de Janeiro, onde o intuito era replantar 9 milhões de mudas. (ROCK IN RIO, 2021).

7ª EDIÇÃO DO ROCK IN RIO - 2017

Em janeiro de 2017 o RiR completou 32 anos e foi um ano emblemático para o evento, já que ele mudou de lugar, indo para o Parque Olímpico na Barra da Tijuca, local duas vezes maior que o antigo local, ter a sua 4ª Cidade do *Rock*, construída no Rio de Janeiro, legado dos Jogos Olímpicos do Rio 2016. O evento aconteceu nos dias 15, 16, 17, 21, 22, 23 e 24 de setembro de 2017. A estimativa de público diária para cada dia, foi de 100 mil pessoas. (ROCK IN RIO, 2021).

Este ano, o evento ainda crescerá mais um pouco, foram 300.000m² de área, permanecendo com os mesmos palcos: Mundo, *Sunset*, Eletrônica, *Street Dance*, esse ano o *Rock Street* homenagearia a África e ainda chegariam as novidades *Gourmet Square*, uma área gastronômica baseada no Mercado Ribeira, de Lisboa, Portugal e a *Rock District*, que seria um bairro estiloso com palco, onde teria o *Rock in Rio Boulevard*, com Calçada da Fama. O *Dialogue Stage* e *Game XP* somaram-se aos palcos de 2017. (ROCK IN RIO, 2021).

Com o aumento do evento, também cresceram as ofertas gastronômicas. Nesta edição foram 34 opções de alimentação, sendo 15 localizadas na *Gourmet Square*. As outras 19 opções estavam localizadas por toda a área do evento. Essa edição foi marcada por reclamações dos preços das alimentações. Uma água custou R\$ 5, um *chopp* R\$ 12, 24 esfirras do restaurante *Habib's* custavam R\$ 90, no restaurante *Regazzo*, 24 coxinhas também custavam R\$ 90. (G1, 2017).

A 7ª edição do festival contou, também, com uma parceria com o setor hoteleiro carioca, principalmente próximo à Cidade do *Rock*, na Barra da Tijuca e proximidades. Alguns dos hotéis parceiros fazem parte de redes hoteleiras importantes no Rio de Janeiro como *Hilton Barra Rio de Janeiro*, *Royal Tulip Rio São Conrado*, *Windsor Marapendi*, *Sheraton Barra Hotel* e *Gran Meliá Nacional Rio de Janeiro*. A parceria, segundo Medina, foi pensada em levar conforto e comodidade aos participantes da edição, além, de aquecer a economia da cidade. (Revista Hotéis, 2017).

Em 2017 os ingressos no primeiro lote custaram R\$ 455 a inteira e R\$ 227,50 a meia entrada. (ROCK IN RIO, 2021).

A mudança para o Parque Olímpico facilitou a vida dos turistas e dos clientes do evento. Tal mudança, fez com que o evento ficasse mais próximo de estações de metrô e do BRT (*Bus Rapid Transit*), mesmo se mantendo na Barra da Tijuca do Rio de Janeiro. (ABEOC, 2016).

8ª EDIÇÃO DO ROCK IN RIO - 2019

O maior e melhor Rock in Rio de todos os tempos. A 8ª edição do RiR aconteceu nos dias 27, 28 e 29 de setembro e nos dias 03, 04, 05 e 6 de outubro de 2019, no Parque Olímpico no Rio de Janeiro na Barra da Tijuca. O evento começou diariamente às 14h e finalizou diariamente às 04h. (ROCK IN RIO, 2021).

Em 2019 o evento foi ainda maior que no ano anterior, com 60.000m² a mais, ocupando um total de 385.000m², com 9 palcos, 300h de música, onde 250 atrações se apresentaram. A expectativa de público foi de 100 mil pessoas diariamente. (ROCK IN RIO, 2021).

Este ano houve alguns novos espaços, como: *Highway Stage*, Espaço Favela, NAVE – Nosso Futuro é Agora, *New Dance Order*, a Rota 85 fazendo alusão a Rota 66 e a *Rock Street Asia*. Ao todo foram 17 espaços de atrações, seis a mais que em 2017 e 350 opções de atrações musicais e entretenimento. Ainda teve o *Fuerza Bruta* e Palco Supernova, além dos palcos tradicionais de todos os anos. Uma novidade esse ano foi a acessibilidade para as pessoas com deficiência. (ROCK IN RIO, 2021).

Em 2019, os ingressos custaram R\$ 525 a inteira e R\$ 262,50 a meia entrada, ambos valores de primeiro lote. (ROCK IN RIO, 2021).

Como novidade, na última edição do RiR no Brasil, houve a apresentação da cantora Anitta¹⁸. Foi a primeira vez que o gênero *funk* esteve presente numa edição carioca, apesar de a cantora ter se apresentado no Rock in Rio Lisboa em 2018. A produção do evento, incluindo seu idealizador, Roberto Medina, afirmava que a participação da cantora, muito solicitada pelo público nas edições de 2015 e 2017, só aconteceria se houvesse um contexto, porém com o poder da *internet*, Medina acabou cedendo aos desejos do público. (G1, 2019).

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A pesquisa obteve 1063 respostas no total, tendo respondido 692 mulheres cis (65,1%), 332 homens cis (31,2%), 6 pessoas se consideraram não-binário (0,6%), 2 homens trans (0,2%) e 31 pessoas preferiram não responder (2,9%).

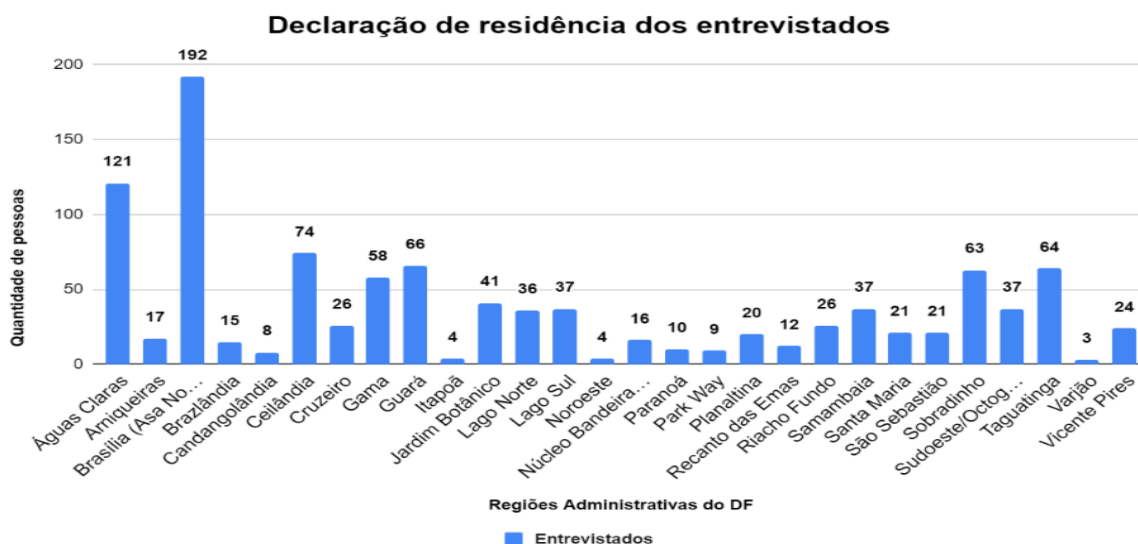
Em relação à cor dos respondentes do questionário, 560 pessoas declararam-se brancas (52,7%), 40 pessoas declararam-se amarelas (3,8%), 6 pessoas declararam-se indígenas (0,6%), 302 pessoas declararam-se pardas (28,4%), 127 pessoas declararam-se pretas (11,9%) e 28 pessoas preferiram não responder (2,6%).

Quanto a idade dos respondentes, 74 pessoas declararam ter entre 14 e 17 anos (7%), 603 pessoas declararam ter entre 18 e 24 anos (56,7%), 181 pessoas declararam ter entre 25 e 29 anos (17%), 133 pessoas declararam ter entre 30 e 39 anos (12,5%), 45 pessoas declararam ter entre 40 e 49 anos (4,2%), 22 pessoas declararam ter entre 50 e 59 anos (2,1%) e 5 pessoas declararam ter 60 anos ou mais (0,5%).

Tratando-se da residência dos respondentes, 121 pessoas residem em Águas Claras (11,4%), 17 pessoas residem em Arniqueiras (1,6%), 192 pessoas residem em Brasília (Asa Norte e Asa Sul), (18,1%), 15 pessoas residem em Brazlândia (1,4%), 8 pessoas residem na Candangolândia (0,8%), 74 pessoas residem em Ceilândia (7%), 26 pessoas residem no Cruzeiro (2,4%), 58 pessoas residem no Gama (5,5%), 66 pessoas residem no Guará (6,2%), 4 pessoas residem no Itapoã (0,4%), 41 pessoas residem no Jardim Botânico (3,9%), 36 pessoas residem no Lago Norte (3,4%), 37 pessoas residem no Lago Sul (3,5%), 4 pessoas residem no Noroeste (0,4%), 16 pessoas residem no Núcleo Bandeirante (1,5%), 10 pessoas residem no Paranoá (0,9%), 9 pessoas residem no Park Way (0,8%), 20 pessoas residem em Planaltina (1,9%), 12 pessoas residem no Recanto das Emas (1,1%), 26 pessoas residem no Riacho Fundo (2,4%), 37 pessoas residem em Samambaia (3,5%), 21 pessoas residem em Santa Maria (2%), 21 pessoas residem em São Sebastião (2%), 63 pessoas residem em Sobradinho (5,9%), 37 pessoas residem no Sudoeste/Octogonal (3,5%), 64 pessoas residem em Taguatinga (6%), 3 pessoas residem no Varjão (0,3%) e 24 pessoas residem em Vicente Pires (2,3%).

Apenas a RA não selecionada foi a Estrutural. Nesta questão, apenas uma pessoa deixou de respondê-la por um erro na obrigatoriedade da resposta no questionário solucionada ainda nas primeiras respostas. (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Declaração de residências dos entrevistados



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Quanto ao nível de escolaridade dos respondentes, 5 pessoas afirmaram ter o Ensino Fundamental Incompleto (0,5%), 21 pessoas afirmaram ter o Ensino Fundamental Completo (2%), 50 pessoas afirmaram ter o Ensino Médio Incompleto (4,7%), 119 pessoas afirmaram ter o Ensino Médio Completo (11,2%), 500 pessoas afirmaram ter o Ensino Superior Incompleto (47%), 230 pessoas afirmaram ter o Ensino Superior Completo (21,6%), 27 pessoas afirmaram ter Mestrado (2,5%), 97 pessoas afirmaram ter Pós-Graduação (9,1%), 4 pessoas afirmaram ter Doutorado (0,4%), 3 pessoas afirmaram ter Ensino Técnico (0,3%) e 7 pessoas preferiram não responder essa questão (0,7%).

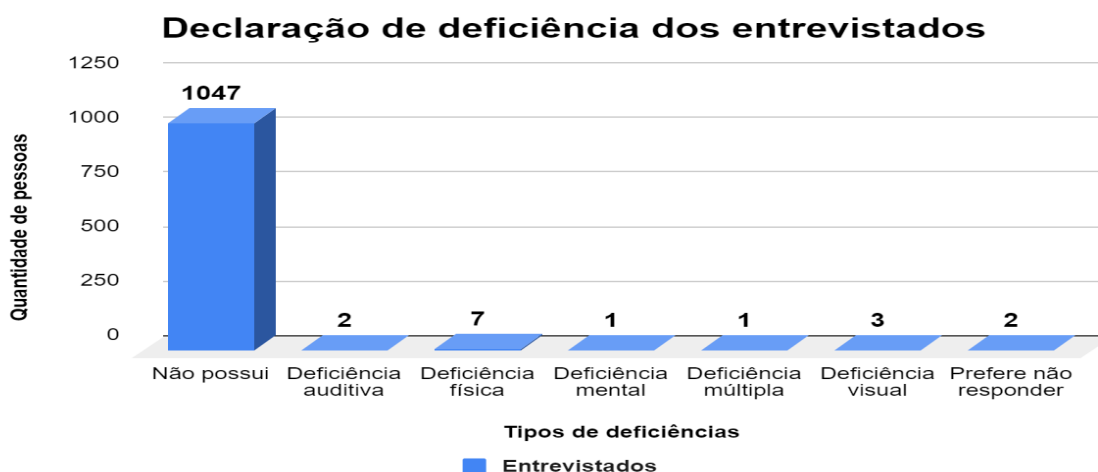
Sobre o estado civil dos respondentes, 91 pessoas são casadas (8,6%), 23 pessoas são separadas/divorciadas (2,2%), 875 pessoas são solteiras (82,3%), 62 pessoas estão numa união estável (5,8%) e 12 pessoas preferiram não responder.

Quando o questionamento foi sobre a ocupação dos respondentes, 599 pessoas declararam ser estudantes (56,3%), 5 pessoas declararam ser aposentadas (0,5%), 76 pessoas declararam ser autônomas (7,1%), 90 pessoas declararam ser empregadas no serviço público (8,5%), 139 pessoas declararam ser empregadas no

serviço privado (13,1%), 74 pessoas declararam ser empresárias/empreendedoras (7%), 64 pessoas declararam ser desempregadas (6%), 9 pessoas declararam ser do lar (0,8%) e 7 pessoas preferiram não responder (0,7%).

Quando perguntado se o entrevistado tem alguma deficiência, 1047 afirmaram não possuir deficiência (98,5%), 2 pessoas disseram ter deficiência auditiva (0,2%), 7 pessoas disseram ter deficiência física (0,7%), 1 pessoa disse ter deficiência mental (0,1%), 1 pessoa disse ter deficiência múltipla (0,1%), 3 pessoas disseram ter deficiência visual (0,3%) e 2 pessoas preferiram não responder (0,2%). (Gráfico 2).

Gráfico 2 - Declaração de deficiência dos entrevistados

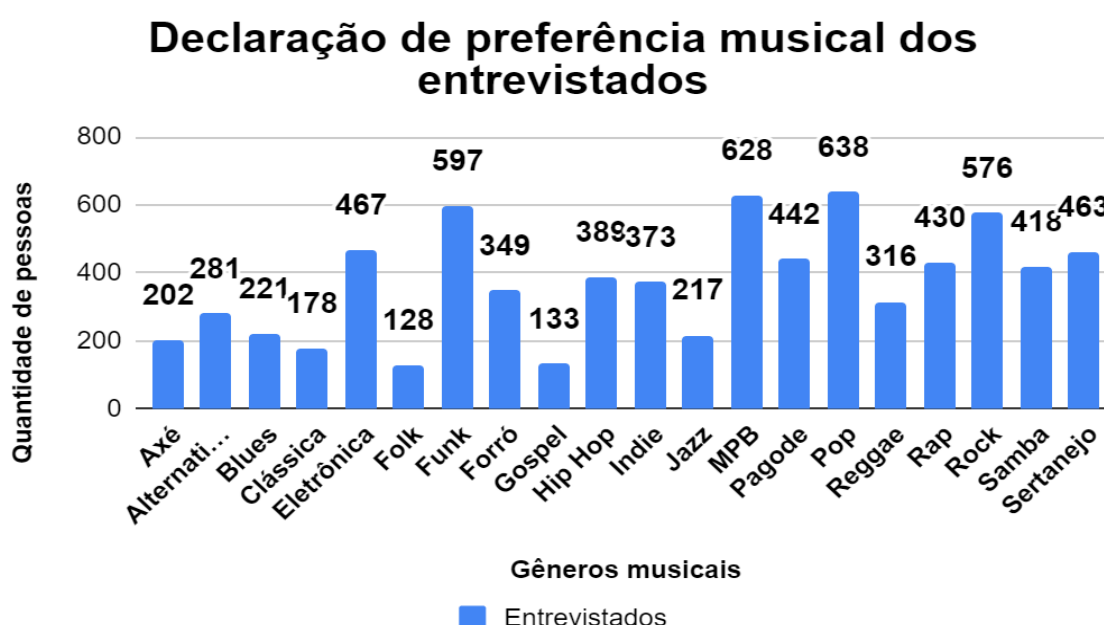


Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

No questionário, perguntamos quais são os gêneros musicais que os respondentes mais gostam, podendo responder quantos gêneros quisesse. 638 pessoas responderam que gostam de pop (60%), sendo o gênero mais escolhido. 628 pessoas responderam que gostam de MPB (59,1%), o segundo gênero mais escolhido. Em terceiro lugar ficou o Funk, com a escolha de 597 pessoas (56,2%). 202 pessoas escolheram o Axé como seu gênero preferido (24,6%). 281 pessoas optaram pelo gênero Alternativo como seu preferido (26,4%). 221 pessoas escolheram o gênero, Blues (20,8%), 467 pessoas responderam que gostam de música Eletrônica (43,9%), 349 pessoas responderam que gostam de Forró (32,8%). 389 pessoas responderam que gostam de *Hip Hop* (36,6%), 373 pessoas responderam que gostam de *Indie* (35,1%), 217 pessoas responderam que gostam de *Jazz* (20,4%). 442 pessoas responderam que gostam de Pagode

(41,6%). 316 pessoas responderam que gostam de *Raggae* (29,7%). 430 pessoas responderam que gostam de *Rap* (40,5%). 576 pessoas responderam que gostam de *Rock* (54,2%). 418 pessoas responderam que gostam de Samba (39,3%) e 463 pessoas responderam que gostam de Sertanejo (43,6%). Os três gêneros musicais menos escolhidos, foram: Música Clássica, com 178 respondentes (16,7%), Gospel com, 133 respondentes (12,5%) e *Folk* com 128 respondentes (12%). (Gráfico 3).

Gráfico 3 - Declaração de preferência musical dos entrevistados



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Os dados obtidos sobre a preferência musical dos entrevistados, nos permite verificar que os três gêneros musicais mais escolhidos estão presentes nos dois festivais. Pesquisas como essa podem contribuir para que as atrações dos festivais estejam alinhadas com o gosto popular. A exemplo dessa interação tivemos a apresentação da cantora de *funk* Anitta no Rock in Rio 2019, a partir de uma pressão popular para que a cantora se apresentasse no evento. A partir de então, o *funk* começou a fazer parte desse festival.

Em seguida, foi questionado se, no ponto de vista do respondente, os festivais musicais fortalecem o Turismo no Brasil e 964 pessoas responderam que sim

(90,7%), 17 pessoas responderam que não (1,6%) e 82 pessoas responderam que talvez os festivais fortaleçam o turismo no Brasil (7,7%).

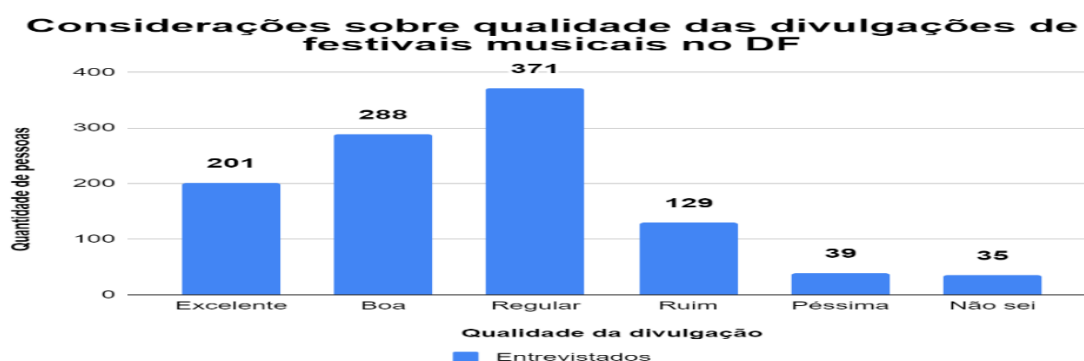
Segundo o levantamento histórico dos festivais realizado, é possível constatar que autoridades governamentais acreditam que os festivais fomentem o turismo a partir da movimentação dos elementos do mercado turístico. A prova disso foram os acordos entre o governo e organizadores para a permanência de pelo menos 5 anos do festival Rock in Rio. (COSTA, 2019).

Questionou-se também, se os respondentes consideraram que os festivais musicais nacionais poderiam o motivar para uma viagem para fora do DF e 999 pessoas responderam que sim (94%), 14 pessoas afirmaram que não (1,3%) e 50 pessoas disseram que talvez um festival musical o motivaria a viajar para fora do DF (4,7%).

Quando perguntado como o respondente considera as divulgações de festivais musicais no DF, independentemente do estilo musical, 201 pessoas consideram excelentes as divulgações de festivais musicais no DF (18,9%), 288 pessoas consideram boas as divulgações de festivais musicais no DF (27,1%), 371 pessoas consideram regulares as divulgações de festivais musicais no DF (34,9%), 129 pessoas consideram ruins as divulgações de festivais musicais no DF (12,1%), 39 pessoas consideram péssimas as divulgações de festivais musicais no DF (3,7%) e 35 pessoas não souberam responder (3,5%). (Gráfico 4).

Esse dado aponta para a necessidade de qualificar as divulgações de festivais nacionais dentro do DF, pois a maioria dos entrevistados as avaliam como regular. Considerando uma alta motivação dos moradores do DF em viajar para festivais o *marketing*, pode potencializar ainda mais a participação desse público.

Gráfico 4 - Considerações sobre qualidade das divulgações de festivais musicais no DF



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Quando perguntado se o respondente acompanhava notícias relacionadas a algum festival musical que aconteça no território nacional de seu interesse, por redes sociais ou pela *internet*, 251 pessoas responderam que não acompanham (23,6%) e 812 pessoas responderam que sim, acompanham (76,4%).

Quando perguntamos se o respondente já foi a algum festival musical no território nacional, 830 pessoas responderam que sim, já foram (78,1%) e 233 pessoas responderam que não foram (21,9%). (Gráfico 5).

Gráfico 5 - Participação em algum Festival Musical no Brasil



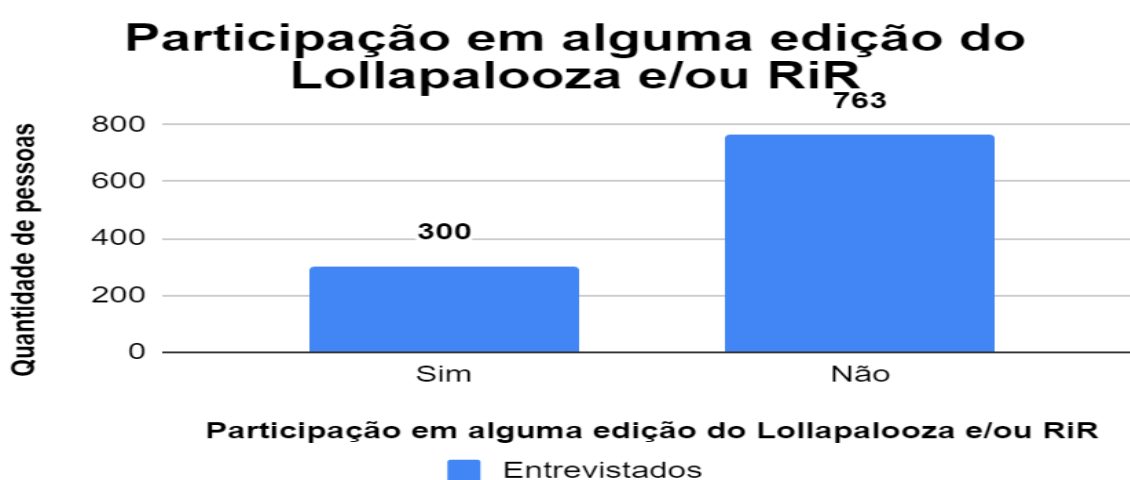
Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Perguntamos ainda se o respondente teria interesse em participar de algum festival musical no Brasil e 911 pessoas responderam, sim, que tem interesse (85,7%), 49 pessoas responderam que não tem interesse (4,6%) e 103 pessoas responderam que talvez teriam interesse (9,7%).

Quando perguntamos se os entrevistados conheciam os Festivais Lollapalooza e Rock in Rio, 1057 pessoas responderam que já ouviram falar (99,4%) e 6 pessoas falaram que não ouviram falar deles (0,4%).

A última pergunta do questionário geral, foi se os respondentes já participaram dos Festivais Lollapalooza e Rock in Rio, onde 763 pessoas responderam que não participaram (71,8%) e 300 pessoas responderam que já participaram dos festivais (28,2%). (Gráfico 6).

Gráfico 6 - Participação em alguma edição do Lollapalooza e/ou RiR



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Após essas perguntas, o questionário foi destinado apenas para as trezentas pessoas que já participaram dos dois festivais que são os objetos dessa pesquisa.

A primeira parte do questionário, destinado para quem já participou dos dois festivais, foi voltada para a investigação de quais eventos e quais edições o respondente participou.

A primeira pergunta dessa sessão foi se o respondente já participou de alguma edição do Lollapalooza, e 155 pessoas responderam que não participaram (51,7%) e 145 pessoas responderam que sim, já participaram (48,3%).

Em seguida, perguntou-se, caso o entrevistado não tenha participado do Lollapalooza, se ele teria interesse em participar futuramente e 160 pessoas disseram ter interesse (78,8%), 14 pessoas disseram não ter interesse (6,9%) e 29 pessoas teriam interesse em participar futuramente (14,3%).

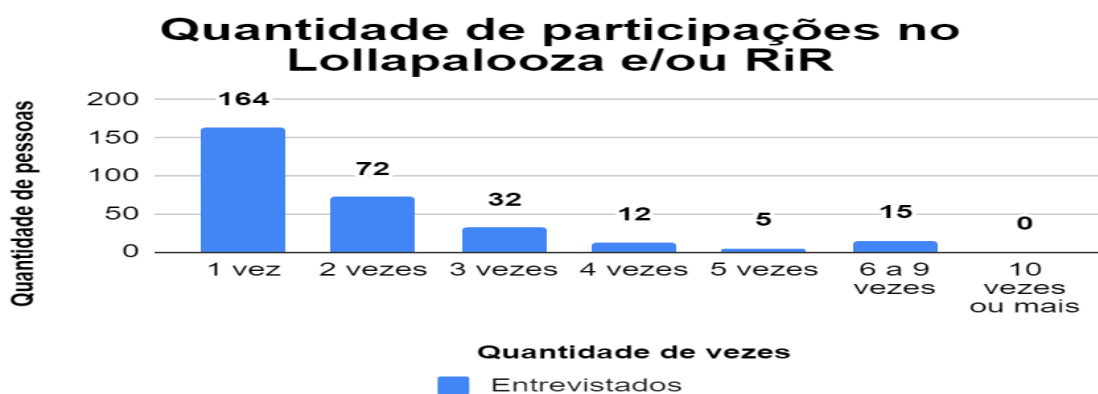
Também foi perguntado se o entrevistado já participou de alguma edição do Rock in Rio e 210 pessoas responderam que sim, já participaram (70%) e 90 pessoas responderam que não participaram (30%).

A seguir, perguntamos, caso o entrevistado não tenha participado do Rock in Rio, se ele teria interesse em participar futuramente do festival e 140 pessoas disseram ter interesse (82,8%), 10 pessoas disseram não ter interesse (5,9%) e 19 pessoas teriam interesse em participar futuramente (11,2%).

Esse dado demonstra uma tendência dos participantes dos festivais em voltar a participar de futuras edições, deduz-se então, uma satisfação geral com o evento.

Foi indagado quantas vezes os entrevistados foram para alguma edição desses festivais e 164 pessoas foram apenas uma vez (54,7%), 72 pessoas foram duas vezes (24%), 32 pessoas foram três vezes (10,7%), 12 pessoas foram quatro vezes (4%), 5 pessoas foram cinco vezes (1,7%) e 15 pessoas foram de seis a nove vezes para esses festivais (5%). Nenhuma pessoa respondeu que foi mais de 10 vezes para esses eventos. (Gráfico 7).

Gráfico 7 - Quantidade de participações no Lollapalooza e/ou Rock in Rio



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Quando perguntamos caso o entrevistado já tenha ido ao Lollapalooza, de quais edições participou, 14 pessoas disseram ter participado da edição Lollapalooza Brasil 2012 (4,7%), 19 pessoas disseram ter participado da edição Lollapalooza Brasil 2013 (6,3%), 17 pessoas disseram ter participado da edição Lollapalooza Brasil 2014 (5,7%), 12 pessoas disseram ter participado da edição Lollapalooza Brasil 2015 (4%), 26 pessoas disseram ter participado da

edição Lollapalooza Brasil 2016 (8,7%), 39 pessoas disseram ter participado da edição Lollapalooza Brasil 2017 (13%), 56 pessoas disseram ter participado da edição Lollapalooza Brasil 2018 (18,7%) e 55 pessoas disseram ter participado da edição Lollapalooza Brasil 2019 (18,3%).

É possível observar um número crescente de participações nesse festival nos últimos anos. Esse fator pode estar relacionado a um aumento no número de atrações musicais, já que esse é o principal motivador para a participação dos entrevistados.

Conforme o histórico desse festival levantado pela autora desta pesquisa, o número de atrações de 2017 foi de 47, saltando para 60 no ano de 2018. Outro motivo também pode ter sido a ampliação da duração do festival a partir do ano de 2018. (G1, 2018).

Quando perguntamos caso o entrevistado já tenha ido ao Rock in Rio, de quais edições participou, 5 pessoas disseram ter participado da edição Rock in Rio 1985 (1,7%), 7 pessoas disseram ter participado da edição Rock in Rio 1991 (2,3%), 9 pessoas disseram ter participado da edição Rock in Rio 2001 (3%), 29 pessoas disseram ter participado da edição Rock in Rio 2011 (9,7%), 47 pessoas disseram ter participado da edição Rock in Rio 2013 (15,7%), 50 pessoas disseram ter participado da edição Rock in Rio 2015 (16,7%), 83 pessoas disseram ter participado da edição Rock in Rio 2017 (27,7%) e 97 pessoas disseram ter participado da edição Rock in Rio 2019.

Semelhantemente, o Rock in Rio também obteve maior número de participantes entrevistados presentes em suas últimas edições. Fatores como ampliação do número de atrações e da infraestrutura do evento podem estar relacionados a esse aumento. Destaca-se também nesse festival a mudança ocorrida a partir de 2017, para um local mais perto do metrô, favorecendo também a escolha desse meio de mobilidade para chegar até o evento.

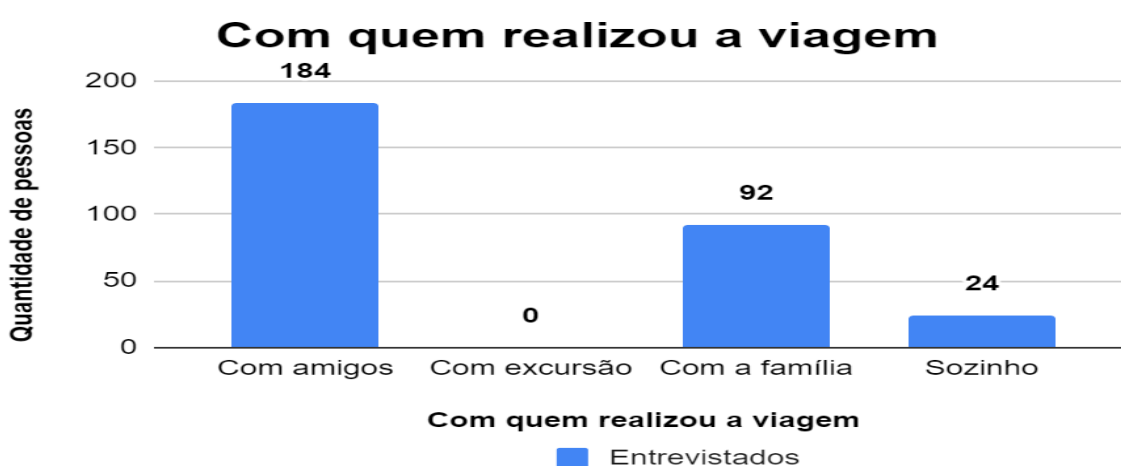
Após as perguntas voltadas para os dois festivais, iniciaram-se as perguntas voltadas para os hábitos de viagem dos respondentes.

Inicialmente, perguntamos se depois que o respondente já estava na cidade do festival musical, ele aproveitou o momento para visitar algum atrativo turístico da região e 257 pessoas disseram ter ido em algum atrativo turístico (85,7%) e 43 pessoas não visitaram nenhum atrativo turístico (14,3%).

Esse dado obtido demonstra mais uma vez a capacidade que os festivais têm em movimentar de forma mais ampla a cadeia turística, não se restringindo unicamente ao festival.

Logo após, foi perguntado com quem o entrevistado viajou e 184 pessoas responderam que viajaram com os amigos (61,3%), 92 pessoas viajaram com a família (30,7%) e 24 pessoas fizeram sua viagem sozinhas (8%). Nenhuma pessoa viajou por excursões. (Gráfico 8).

Gráfico 8 - Com quem realizou a viagem

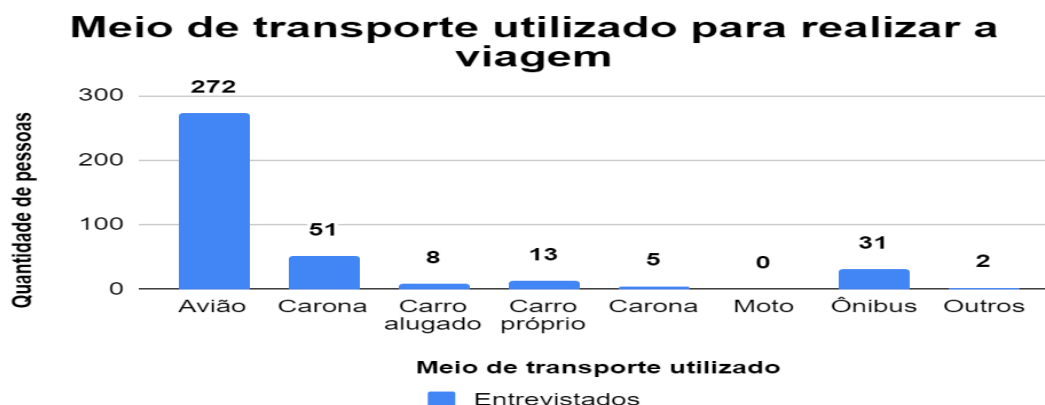


Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

A baixa incidência de viagens sozinho e a ausência de viagens para esses festivais através de excursões, indicam a oportunidade de agências de viagens formularem pacotes que sejam atrativos e com olhar para as necessidades de grupos.

A pergunta seguinte, foi qual meio de transporte utilizado para a viagem e 272 pessoas viajaram de avião (90,7%), 8 pessoas alugaram um carro para viajar (2,7%), 13 pessoas viajaram com o próprio carro (4,3%), 5 pessoas viajaram de carona (1,7%), 2 pessoas viajaram de outro modo não especificado (0,7%). Nenhuma pessoa viajou de moto. (Gráfico 9).

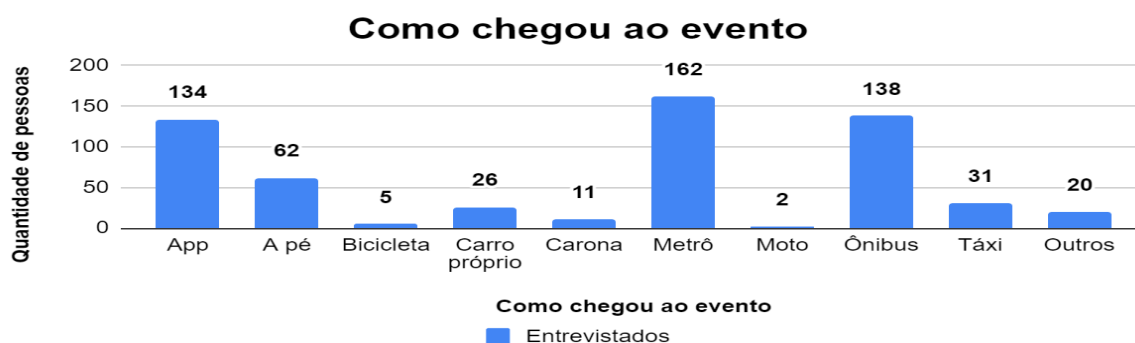
Semelhantemente, as pesquisas sobre intenção de viagem realizadas nos últimos anos, também apontam a preferência pelo meio de transporte aéreo. Esse dado pode contribuir para um melhor planejamento de agências de viagens, empresas aéreas, e para demais agentes de turismo que atuam nos aeroportos e nas suas proximidades.

Gráfico 9 - Meio de transporte utilizado para realizar a viagem

Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Ainda perguntamos de que forma o respondente chegou até o evento. 162 foram para o evento de metrô (54%), 138 pessoas utilizam ônibus (46%), 134 pessoas utilizaram aplicativos de mobilidade urbana, como, por exemplo, a *Uber* e a 99 (44,7%), 62 pessoas foram a pé para o evento (20,7%), 5 pessoas foram de bicicleta para o evento (1,7%), 26 pessoas foram com o próprio carro (8,7%), 11 pessoas foram de carona (3,7%), 2 pessoas foram de moto (0,7%), 31 pessoas foram de táxi (10,3%) e 20 pessoas utilizaram outras formas que não foram especificadas (6,7%). (Gráfico 10).

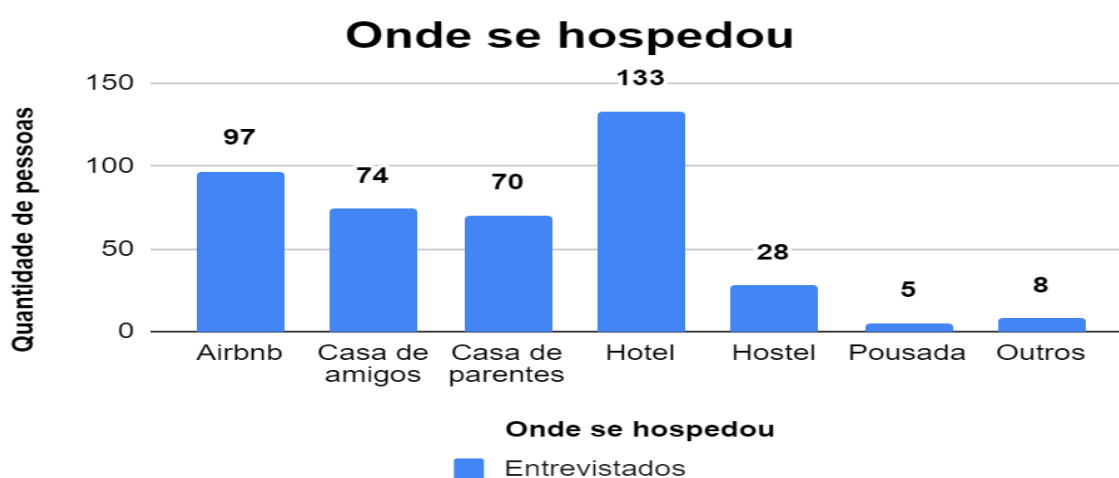
A preferência pela utilização de ônibus e metrô indica a necessidade de investimento governamental em transporte público para o incremento do turismo na cidade, já que a mobilidade urbana integra a infraestrutura de apoio do turismo. Deve-se fazer um planejamento para amenizar os impactos negativos que a alta demanda por esses transportes trazem para os residentes da cidade.

Gráfico 10 - Como chegou ao evento

Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Quanto aos meios de hospedagem que o respondente utilizou em sua viagem, 97 pessoas utilizaram o *Airbnb* (32,3%), 74 pessoas hospedaram-se em casas de amigos (24,7%), 70 pessoas hospedaram-se em casas de parentes (23,3%), 133 pessoas hospedaram-se em hotéis (44,3%), 28 pessoas hospedaram-se em *hostels* (9,3%), 5 pessoas hospedaram-se em pousadas (1,7%) e 8 pessoas hospedaram-se em outros locais não especificados (2,7%). (Gráfico 11).

Gráfico 11 - Meio de hospedagem utilizado



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

A preferência pela escolha de meio de hospedagem em hotéis e pousadas foi prevalente na Sondagem de Intenção de Viagem, realizada pelo Ministério do Turismo nos últimos anos. Merece destaque também a escolha do meio de hospedagem *Airbnb* pelos entrevistados, plataforma que chegou no Brasil em 2012 e movimentou cerca de R\$ 7,7 bilhões no país em 2018. (Airbnb, 2021).

A motivação para a escolha dessa alternativa de meio de hospedagem, está relacionada à oferta de baixo custo, exclusividade e segurança, oferecendo assim, mais possibilidades satisfatórias para um turismo de experiência. Além do convencional oferecido pela hotelaria tradicional. (Airbnb, 2021).

Outra pergunta feita, foi se o respondente quando estava na cidade do festival musical, frequentou alguma outra atividade cultural como: ir a um concerto, *show*, *boate*, casa de *shows*, teatro, entre outros, e 197 pessoas foram a alguma dessas opções (65,7%) e 103 não frequentaram nenhuma atividade cultural (34,4%).

Com esse dado, novamente conseguimos enxergar a importância dos festivais musicais para o turismo e como ele consegue movimentar não somente a cadeia turística e econômica da cidade, mas também o setor cultural e gastronômico.

Quando perguntamos quanto tempo os respondentes ficaram na cidade, 9 ficaram apenas um dia na cidade (9,3%), 14 pessoas ficaram dois dias na cidade (4,7%), 72 pessoas ficaram três dias na cidade (24%), 81 pessoas ficaram quatro dias na cidade (27%), 69 pessoas ficaram cinco dias na cidade (23%), 6 pessoas ficaram seis dias na cidade (2%), 21 pessoas ficaram sete dias na cidade (7%) e 28 pessoas ficaram mais de uma semana na cidade (9,3%).

Esse dado revela que a permanência dos participantes dessa pesquisa, não fica restrita ao tempo de duração do festival. A permanência estendida, indica também a necessidade de planejamento do setor turístico para períodos que antecedem e sucedem à realização dessa categoria de evento.

Aos respondentes, perguntamos qual foi o principal motivador da viagem e 99 pessoas falaram que foram amigos e família os principais motivadores da viagem (33%), 96 pessoas declararam que a cidade foi a principal motivação (32%), 183 pessoas afirmaram que a experiência geral foi a motivação, 7 pessoas afirmaram que as compras foram a motivação (2,3%), 228 pessoas afirmaram que o *line-up* foi a motivação (76%), 198 pessoas afirmaram que a proposta do festival foi a motivação (66%), 35 pessoas afirmaram que o valor do ingresso foi a motivação (11,7%) e 29 pessoas afirmaram que o valor da passagem foi a motivação (9,7%). (Gráfico 12).

Aqui é possível verificar que as atrações que compõem o festival são grandes impulsionadores da sociedade ir ou não para o evento. A exemplo do Lollapalooza e Rock in Rio, segundo a preferência musical dos respondentes, podemos verificar a sincronicidade entre ambos, o que faz com que o festival seja agradável para o público, com a ideia de estar com os amigos e o fato de experienciar o festival.

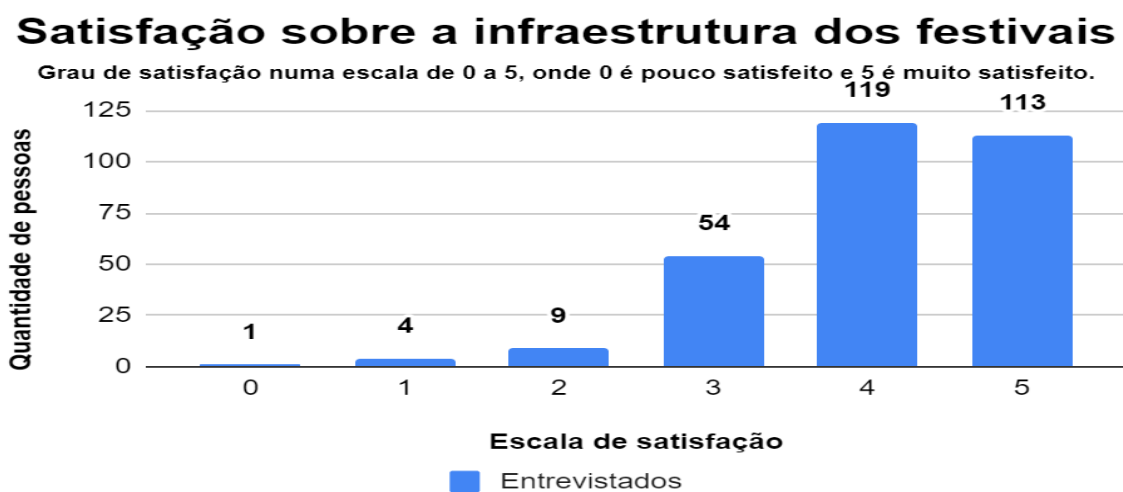
Gráfico 12 - Motivador da viagem



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Em relação à infraestrutura (área do evento, limpeza, organização, banheiros) do Festival que o respondente foi, perguntamos qual foi o grau de satisfação, numa escala de 0 a 5, onde 0 é pouco satisfeito e 5 é muito satisfeito. 1 pessoa apenas marcou 0, como pouco satisfeito (0,3%), 4 pessoas marcaram o número 1 (1,3%), 9 pessoas marcaram o número 2 (3%), 54 pessoas marcaram o número 3 (18%), 119 pessoas marcaram o número 4 (39,7%) e 113 pessoas marcaram o número 5, como muito satisfeito (37,7%). (Gráfico 13).

Gráfico 13 - Satisfação sobre a infraestrutura dos festivais



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Em relação às atrações do Festival que o respondente foi, perguntamos qual foi o seu grau de satisfação, numa escala de 0 a 5, onde 0 é pouco satisfeito e 5 é muito satisfeito. 5 pessoas marcaram o número 2 (1,7%), 12 pessoas marcaram o número 3 (4%), 107 pessoas marcaram o número 4 (35,7%) e 176 pessoas marcaram o número 5, como muito satisfeito (58,7%). Os números 0 e 1 não foram selecionados. (Gráfico 14).

Gráfico 14 - Satisfação sobre as atrações dos festivais

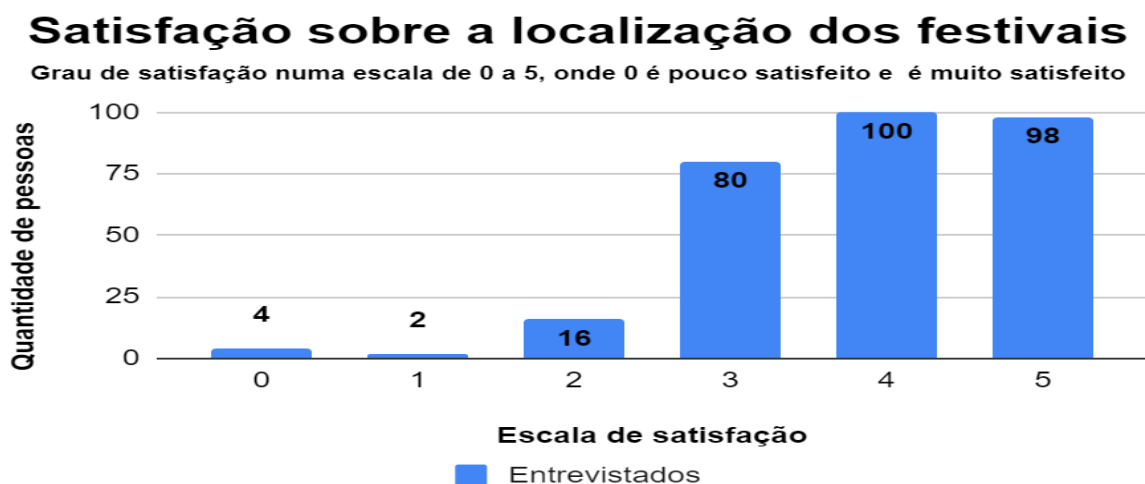


Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

A satisfação dos participantes com as atrações e infraestrutura dos festivais pode estar relacionada com a tendência de desejo de retornar aos festivais, como demonstrado nessa pesquisa.

Em relação à localização do Festival que o respondente foi, perguntamos qual foi seu grau de satisfação, numa escala de 0 a 5, onde 0 é pouco satisfeito e 5 é muito satisfeito. 4 pessoas marcaram 0, como pouco satisfeitos (1,3%), 2 pessoas marcaram o número 1 (0,7%), 16 pessoas marcaram o número 2 (5,3%), 80 pessoas marcaram o número 3 (26,7%), 100 pessoas marcaram o número 4 (33,3%) e 98 pessoas marcaram o número 5, como muito satisfeitos (32,7%). (Gráfico 15).

Gráfico 15 - Satisfação sobre a localização dos festivais

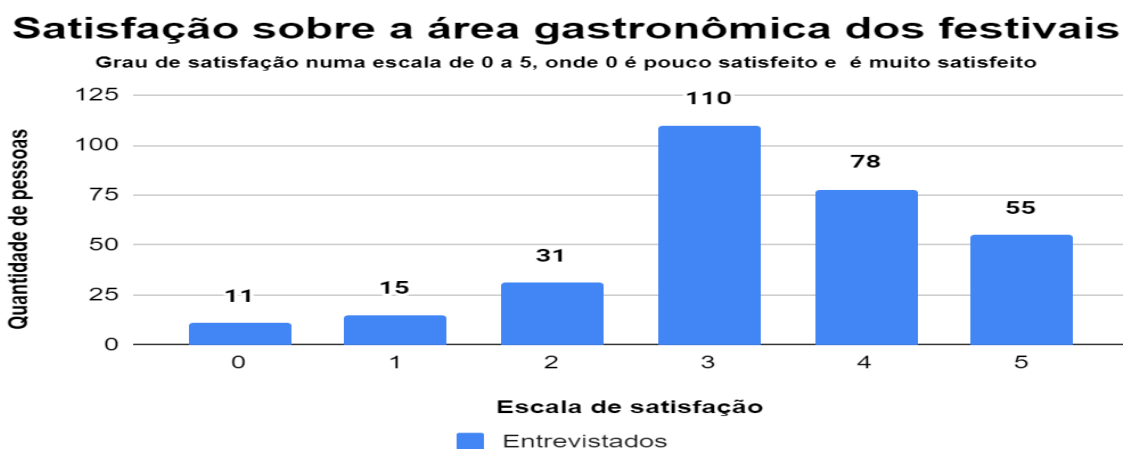


Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

Quanto aos bares, restaurantes (área gastronômica) do Festival que o entrevistado foi, perguntamos qual foi o seu grau de satisfação, numa escala de 0 a 5, onde 0 é pouco satisfeito e 5 é muito satisfeito. 11 pessoas marcaram 0, como pouco satisfeitos (3,7%), 15 pessoas marcaram o número 1 (5%), 31 pessoas marcaram o número 2 (10,3%), 110 pessoas marcaram o número 3 (36,7%), 78 pessoas marcaram o número 4 (26%) e 55 pessoas marcaram o número 5, como muito satisfeitos (18,3%). (Gráfico 16).

A baixa satisfação dos entrevistados quanto a alimentação comparada às outras estruturas dos eventos oferecidos no festival, pode estar relacionada a alta dos preços dos produtos e pode indicar a necessidade de os organizadores ampliarem seus conhecimentos sobre turismo gastronômico. Essa área de conhecimento pode indicar caminhos para a resolução dessa questão, a partir de seus pressupostos de valorização da cultura local, promoção do consumo de alimentos típicos, dentre outros. (MARTINS, *et al*, 2017).

Gráfico 16 - Satisfação sobre a área gastronômica dos festivais



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020.

A satisfação com a gastronomia não atingiu os mesmos índices das atrações artísticas e infraestrutura. Esse dado indica a necessidade de maior investimento dos festivais na área gastronômica. No ano de 2019, em ambos os festivais houveram muitas reclamações quanto aos preços dos alimentos e a acessibilidade a eles. (G1, 2019).

Quando perguntamos se o respondente voltaria ao evento numa próxima edição, 269 pessoas responderam que sim, voltariam (89,3%), 23 pessoas responderam que talvez voltariam (7,7%) e 5 pessoas responderam que não voltariam ao evento, numa próxima edição (1,7%).

Em relação a essa questão, podemos verificar que ambos os eventos, Lollapalooza e RiR oferecem um festival que agrada grande parte de seu público, e os dois trabalham diversos elementos para que o público se sinta agradado. Existe a ativação das marcas, por brinquedos ou ações no evento que promovam a interação com o público, a gastronomia e as memórias constituídas no evento, corroboram para tal satisfação.

A última pergunta do questionário foi se o respondente indicaria o evento para seus amigos e 272 pessoas disseram que indicariam (90,7%), 5 pessoas não indicariam o evento para os amigos (1,7%) e 23 pessoas talvez indicariam o evento para os amigos (7,7%).

Uma das mais antigas formas de divulgação é o boca-a-boca. Essa expressão foi utilizada inicialmente nos (EUA) para definir divulgação realizada de maneira

informal e espontânea de um produto ou serviço, incluindo comentários positivos ou negativos sobre estes. (TINEU *et al.*, 2009).

Pesquisas realizadas sobre o poder da comunicação boca a boca indicam o poder de influência que a recomendação de amigos e parentes exerce na compra de determinados produtos e serviços, com destaque aqueles relacionados ao turismo, como agências de viagens e destinos turísticos. Amigos e familiares são apontados pelas pesquisas como principais fontes de informações sobre lugares a serem visitados, hospedagem e locação de veículos. (TINEU *et al.*, 2009).

Essas ideias também foram corroboradas pelo Instituto Brasileiro de Turismo em pesquisas realizadas nos anos de 1998 e 2000, que também chegaram à conclusão de que recomendações de amigos foram importantes para a decisão de viajar, superando outras fontes como guias impressos, televisão e *internet*. (TINEU *et al.*, 2009).

A partir dos dados coletados nessa pesquisa, podemos identificar um perfil do morador do Distrito Federal diante de uma sondagem a viagens realizadas, tendo festivais musicais como motivação.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desse estudo, verificou-se que os festivais são atrativos turísticos. Percebeu-se que a motivação dos moradores do DF para ir a festivais, são diversas, porém, destaca-se a relevância das atrações musicais que o festival apresenta, a proposta que ele tem, além da experiência que participar de um festival dessa magnitude proporciona para cada um.

Faz-se necessário destacar que a companhia dos amigos e familiares, a cidade que recebe o evento, o valor do ingresso, o valor da passagem para a cidade do evento e a possibilidade de fazer compras na cidade visitada, também são motivadores de uma viagem para um festival.

Conclui-se a partir dos dados levantados, que há a intenção do morador do DF em participar de festivais nacionais e que a maioria dos entrevistados já participou de algum festival, com destaque para participação no Lolla e RiR. Os dados obtidos também demonstram que o público acompanha as notícias relacionadas a festivais, destacando assim a necessidade de divulgação de informações sobre esses eventos.

Devido a inexpressiva quantidade de discussões sobre o morador do Distrito Federal, sendo ele visto como turista emissor para festivais musicais nacionais, notou-se a pertinência de entender tal situação.

A presente pesquisa destinou-se a colaborar com o estudo dos eventos diante da percepção do morador do DF, porém, encontramos dificuldade em obter respostas sobre a cronologia dos festivais no Brasil e dos dois festivais estudados na pesquisa. Apesar de termos tentado enviar *e-mails* e mensagens em todas as redes sociais de ambos os festivais, o Lollapalooza não respondeu nenhuma e o RiR respondeu uma mensagem por meio do *Linkedin* e a partir daí, um único *e-mail* foi trocado.

Houve dificuldade em encontrar dados oficiais sobre o Lollapalooza, onde foi evidente perceber que no próprio *site* do evento, não constam dados sobre a história do evento, fotos, mapas, *line-up* das edições, entre tantas outras informações que consideramos imprescindíveis para que a pesquisa ficasse o mais precisa possível.

No *site* do RiR contém diversas informações importantes, mas, dados concretos e ricos, foram divulgados apenas nos anos de 2013 e 2015, no Guia da Imprensa, localizado no próprio *site* do festival. Informações sobre como o evento surgiu e respostas sólidas sobre o primeiro ano do evento, não foram encontradas no portal oficial do festival. O fato de Roberto Medina ser uma figura pública no Brasil, proporcionou localizar diversas entrevistas em que ele relata acontecimentos da história do RiR, o que, de fato, trouxe facilidade no domínio das informações sobre o evento.

Em relação à análise de dados advinda do questionário aplicado, 31 pessoas preferiram não responder o seu gênero. O estranhamento dos novos gêneros fez com que não tivéssemos um levantamento preciso quanto ao gênero total dos respondentes.

Constatamos que os anos de 2013 e 2015 foram anos excelentes para as pesquisas no campo de eventos num contexto nacional. O levantamento de pesquisas foi realizado por diversas entidades ligadas ao Turismo, gerando materiais estatísticos concretos para o setor.

Por meio do desfecho dessa pesquisa, tivemos a possibilidade de verificar que os moradores do Distrito Federal, são clientes em potencial, frequentadores assíduos de eventos e que os festivais que foram objeto dessa pesquisa, podem melhorar a sua forma de atrair o público do DF, já que constatamos que muitos acham a divulgação de festivais regular, ruim ou péssima.

Uma limitação nessa pesquisa foi, a ausência de dados sobre a renda dos entrevistados. Esses dados possibilitariam uma maior discussão sobre a relação entre perfil e comportamento socioeconômico com participação em festivais e o impacto dessa informação nas percepções avaliadas.

Espera-se que a presente pesquisa possa contribuir tanto para estudos futuros de análises mercadológicas, empresariais e até mesmo na questão de políticas públicas que fomentem o segmento de eventos, dando destaque para *shows* e festivais, pois, conseguimos perceber como o setor é importante para a economia e para o turismo, independente da dimensão do evento proposto.

A pesquisa, também, pode colaborar futuramente, com novos estudos que abordem as áreas de hotelaria, gastronomia, meios de transporte, tecnologia e o turismo de experiências, temas totalmente relacionados e imprescindíveis para o funcionamento do turismo.

Por fim, pudemos verificar a importância dos festivais musicais, principalmente o Lolla e RiR para o turismo nacional. Ficou constatado que eles movimentam os setores culturais, gastronômicos, econômicos e atingem o novo turista que não busca apenas uma simples viagem de férias. Os novos turistas buscam experiências, vivências que transformem sua vida, seu olhar, sua forma de pensar e os festivais atendem a essas necessidades, além dos equipamentos do turismo que podem complementar essas experiências.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

13 curiosidades sobre o Rock in Rio. Ano de Publicação: 2019. Disponível em:

<https://quicando.blogosfera.uol.com.br/2019/10/01/13-curiosidades-sobre-o-rock-in-rio-de-1985>.

Acesso em 08 de janeiro de 2021.

25 anos de Lollapalooza: Conheça a trajetória do festival que conquistou o mundo. Ano de Publicação: 2016. Disponível em:

<https://projetopulso.com.br/25-anos-do-lollapalooza/#.X1O9eXIKiyJ>. Acesso em: 05 de setembro de 2020.

ABEOC. **Brasiliense tem o maior desejo de viajar entre 7 capitais.** Ano de Publicação: 2013. Disponível em:

<https://abeoc.org.br/2013/09/brasiliense-tem-o-maior-desejo-de-viajar-entre-sete-capitais/>. Acesso em: 20 de novembro de 2020.

_____. **Como os eventos musicais movimentam o turismo no país.** Ano de Publicação: 2014. Disponível em:

<https://abeoc.org.br/2014/09/como-os-eventos-musicais-movimentam-o-turismo-no-pais/?s=Como+os+eventos+musicais+movimentam+o+turismo+no+Pa%C3%ADs>. Acesso em: 31 de agosto de 2020.

_____. **Grandes eventos de música aquecem o turismo brasileiro.** Ano de Publicação: 2015. Disponível em:

<https://abeoc.org.br/2015/09/grandes-eventos-de-musica-aquecem-o-turismo-brasileiro/>. Acesso em: 31 de agosto de 2020.

_____. **II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos do Brasil.** Ano da Publicação: 2014. Disponível em:

<http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>. Acesso em: 03 de maio de 2021.

_____. **Lollapalooza: turistas gastam R\$ 93 milhões em SP.** Ano de Publicação: 2015. Disponível em:

<https://abeoc.org.br/2015/03/lollapalooza-turistas-gastam-r-93-milhoes-em-sp-noticia-turismo/?s=LOLLAPALOOZA>. Acesso em: 31 de agosto de 2020.

_____. **Rock in Rio 2017 será no Parque Olímpico.** Ano de Publicação: 2016. Disponível em:

<https://abeoc.org.br/2016/11/rock-in-rio-2017-sera-no-parque-olimpico-saiba-mais/>. Acesso em: 20 de novembro de 2020.

BRASIL, Lei n. 11.771, de 17 de setembro de 2008. **Política Nacional de Turismo.** Ano de Publicação: 2008. Presidência da República, Brasília, DF. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em: 20 de setembro de 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Brasiliense é o que mais deseja viajar pelo Brasil.** Ano de publicação: 2015. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5782-brasiliense-%C3%A9-o-que-mais-deseja-viajar-pelo-brasil.html>. Acesso em: 21 de novembro de 2020.

_____. **Estudos da competitividade do Turismo Brasileiro.** Ano de publicação: 2015. Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/O_TURISMO_CULTURAL_NO_BRASIL.pdf. Acesso em: 21 de novembro de 2020.

_____. **Segmentação do turismo e o mercado.** / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 170p.; 24 cm.

_____. **Turismo Cultural:** orientações básicas. Ano de publicação: 2010. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: 05 de setembro de 2020.

_____. **Turismo de negócios e eventos:** orientações básicas. Ano de publicação: 2010. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negocios_e_Eventos_Orientacoes_Basicas.pdf. Acesso em: 05 de setembro de 2020.

Acessibilidade na 6ª edição do Lollapalooza Brasil. Ano da publicação: 2017. Disponível em: <https://projetopulso.com.br/acesibilidade-na-6a-edicao-do-lollapalooza-brasil/#.YKLAChKiUn>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

A evolução da música eletrônica no Brasil. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <https://bananas.mus.br/blog/a-evolucao-da-musica-eletronica-no-brasil>. Acesso em 10 de novembro de 2021.

A história do Lollapalooza Brasil e os destaques de cada edição. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <https://wegoout.com.br/lollapalooza-brasil-historia/>. Acesso em 12 de maio de 2021.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo:** Fundamentos e dimensões / José Vicente de Andrade. 8.ed. - São Paulo : Editora Ática, 2000.

Anitta relembra origem no Rock in Rio e leva funk ao Palco Mundo pela 1ª vez em show sem conversa. Ano de publicação: 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/rock-in-rio/2019/noticia/2019/10/05/anitta-relembra-origem-em-1-o-show-de-funk-do-palco-mundo-no-rock-in-rio.ghtml>. Acesso em 06 de novembro de 2021.

ANSARAH, Marília G. R. *et al.* **Turismo :** segmentação de mercado / Marília Gomes dos Reis Ansarah (org.). - São Paulo : Futura, 1999.

BELTRÃO, Otto di. **Turismo :** a indústria do século 21 / Otto di Beltrão. -- Osasco : Editora Novo Século, 2001.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo** / Mário Carlos Beni. - 14. ed. rev.atual. - São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2019.

Começa venda de novo lote de ingressos do Lollapalooza 2013. Ano da publicação: 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/lollapalooza/2013/noticia/2012/10/comeca-venda-de-novo-lote-de-ingressos-do-lollapalooza-2013.html#:~:text=Come%C3%A7ou%20na%20madrugada%20desta%20ter%C3%A7a.para%20estudante%20a%20R%24%20165>. Acesso em: 27 de junho de 2021.

Conheça o público do Lollapalooza Brasil 2013. Ano da Publicação 2013. Disponível em: <http://www.observatoriodoturismo.com.br/lollapalooza-brasil/>. Acesso em: 30 de março de 2021.

COSTA, Allan. **Rock in Rio:** a arte de sonhar e fazer acontecer / Allan Costa e Arthur Igreja. - São Paulo : Editora Gente, 2019. 192 p.

CRESWELL, John W.. **Projeto de pesquisa :** métodos qualitativo, quantitativo e misto / John W. Creswell ; tradução Luciana de Oliveira da Rocha. - 2. ed. - Porto Alegre: Artmed, 2007.

EMBRATUR. **Rock in Rio alavanca promoção da imagem do Brasil no exterior.** Ano de Publicação: 2015. Disponível em: http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salalmprensa/noticias/arquivos/Rock_in_Rio_alavanca_promocao_da_imagem_do_Brasil_no_exterior.html. Acesso em: 07 de agosto de 2020.

Festivais da Canção. Ano de publicação: 2021. Disponível em: <https://musicabrazilis.org.br/temas/festivais-da-cancao>. Acesso em 10 de novembro de 2021.

Festivais musicais na década de 1970 em Brasília reuniam criativos jovens. Ano de Publicação: 2013. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/canta-brasilia/2013/04/21/internacantabrasilia.361438/festivais-musicais-na-decada-de-1970-em-brasilia-reuniam-criativos-jovens.shtml>. Acesso em 10 de novembro de 2021.

Festival da Música Brasileira estreia na Record e consagra ídolos da música nacional. Ano de publicação: 2021. Disponível em: <http://recordtv.r7.com/record60anos/noticia/2013/09/26/festival-da-musica-brasileira-estreia-na-record-e-consagra-idolos-da-musica-nacional-35.html>. Acesso em 10 de novembro de 2021.

Festival Internacional da Canção. Ano de publicação: 2021. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/musicais-e-shows/festival-internacional-da-cancao/1968/> Acesso em 10 de novembro de 2021.

Festival Internacional da Canção . Ano de publicação: 2021. Disponível em: <https://musicabrazilis.org.br/temas/festivais-da-cancao>. Acesso em 10 de novembro de 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de pesquisa social** / Antonio Carlos Gil. - 6. ed - São Paulo : Atlas, 2008.

_____. **Como Elaborar projetos de pesquisas** / Antonio Carlos Gil. - 4.ed. - São Paulo : Atlas, 2002.

Glossário letra A. Ano de publicação: 2021. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/882-a.html>. Acesso em 10 de novembro de 2021.

Glossário letra F. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/887-f.html>. Acesso em: 13 de abril de 2021.

Glossary of Tourism. Ano de publicação: 2021. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Acesso em 11 de outubro de 2021.

História Festival de Verão. Ano de publicação: 2021. Disponível em: <https://fvssa.com.br/historia/#1999>. Acesso em 10 de novembro de 2021.

IGNARRA, Luiz. R. **Fundamentos do Turismo** / 3ª edição revista e ampliada. São Paulo : Cengage Learning Brasil ; Rio de Janeiro : Editora Senac Rio de Janeiro, 2013.

Ingressos para o Lollapalooza: veja preço e como ir ao festival. Ano da Publicação 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/lollapalooza/2019/noticia/2019/04/05/ingressos-para-o-lollapalooza-2019-veja-preco-e-como-ir-ao-festival.ghtml>. Acesso em: 30 de março de 2021.

Ingressos para o Lollapalooza 2020 entram em pré-venda agora em setembro. Ano da publicação: 2019. Disponível em: <https://www.nerdsite.com.br/2019/09/ingressos-para-o-lollapalooza-2020-entram-em-pre-venda-agora-em-setembro/>. Acesso em 10 de maio de 2021.

Live Nation compra participação no Rock in Rio. Ano da Publicação: 2018. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2018/05/live-nation-compra-participacao-no-rock-in-rio/>. Acesso em 08 de janeiro de 2021.

Lollapalooza: balanço final da sexta edição brasileira, quarta em Interlagos. Ano da publicação: 2017. Disponível em: https://whiplash.net/materias/news_780/260464-lollapalooza.html. Acesso em 12 de maio de 2021.

Lollapalooza: programação de shows por dia é anunciada; veja a lista. Ano da publicação: 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/loollapalooza/2016/noticia/2015/11/loollapalooza-programacao-de-shows-por-dia-e-anunciada-veja-lista.html>. Acesso em: 27 de junho de 2021.

Lollapalooza! Afinal, o que é esse festival, da onde veio, pra onde irá e que raios significa esse nome? Ano da publicação: 2017. Disponível em: <https://www.nerdsite.com.br/2017/03/loollapalooza-afinal-o-que-e-esse-festival-da-onde-veio-pra-onde-ira-e-que-raios-significa-esse-nome/>. Acesso em 09 de maio de 2021.

Lollapalooza | Conheça a história do festival. Ano da publicação: 2017. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/loollapalooza-brasil/loollapalooza-conheca-a-historia-do-festival#1>. Acesso em 11 de maio de 2021.

Lollapalooza 2013: conheça as atrações. Ano da publicação: 2012. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/loollapalooza-2013-conheca-atracoes/>. Acesso em: 27 de junho de 2021.

Lollapalooza 2016: artistas vão ser anunciados dia 06 de outubro. Ano da publicação: 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/loollapalooza/2016/noticia/2015/09/loollapalooza-2016-artistas-vao-ser-anunciados-no-dia-6-de-outubro.html>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

Lollapalooza 2017: Ingressos serão vendidos a partir de 12 de setembro. Ano da publicação: 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/loollapalooza/2017/noticia/2016/08/loollapalooza-2017-ingressos-serao-vendidos-partir-de-12-de-setembro.html>. Acesso em: 27 de junho de 2021.

Lollapalooza 2018: venda de ingressos começa em 16 de setembro. Ano da publicação: 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/musica/loollapalooza/2018/noticia/loollapalooza-2018-venda-de-ingressos-comeca-em-16-de-setembro.ghtml>. Acesso em: 27 de junho de 2021.

Lollapalooza 2019: programação completa e horários de shows do festival. Ano da publicação: 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/loollapalooza/2019/noticia/2019/03/15/loollapalooza-2019-anuncia-horarios-de-shows-do-festival.ghtml>. Acesso em: 27 de junho de 2021.

Lollapalooza 2019: venda de ingressos começa neste sábado. Ano da publicação: 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/loollapalooza/2019/noticia/2018/09/28/loollapalooza-2019-venda-de-ingressos-comeca-neste-sabado.ghtml>. Acesso em: 27 de junho de 2021.

Lollapalooza anuncia horários dos shows do festival em SP; veja lista. Ano da publicação: 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/loollapalooza/2015/noticia/2015/03/loollapalooza-anuncia-horarios-dos-shows-do-festival-em-sao-paulo.html>. Acesso em: 30 de março de 2021.

Lollapalooza Br. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <https://instagram.com/loollapaloozabr?igshid=wx8rfzr313d6>. Acesso em: 30 de março de 2021.

Lollapalooza Brasil. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <https://twitter.com/LollapaloozaBr?s=08>. Acesso em: 30 de março de 2021.

Lollapalooza Brasil. Ano da publicação: 2021. Disponível em: https://www.facebook.com/LollapaloozaBR/?ref=page_internal. Acesso em: 30 de março de 2021.

Lollapalooza Brasil. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <https://www.lollapaloozabr.com/>. Acesso em: 23 de agosto de 2020.

Lollapalooza Brasil. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <https://youtube.com/user/LollapaloozaBR>. Acesso em: 30 de março de 2021.

Lollapalooza Brasil 2015 perfil do público do evento. Ano da Publicação 2015. Disponível em: http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/LOLLAPALOOZA_BRASIL_2015.pdf. Acesso em: 30 de março de 2021.

Lollapalooza Brasil 2018: ainda maior, festival agrada ao explorar os gostos de seu público. Ano da publicação: 2018. Disponível em: <https://www.b9.com.br/88864/lollapalooza-brasil-2018-ainda-maior-festival-agrada-ao-explorar-os-gostos-de-seu-publico/>. Acesso em: 27 de junho de 2021.

Lollapalooza Brasil 2019 divulga o line-up por dia. Ano da publicação: 2016. Disponível em: <https://acessocultural.com.br/tag/william-morris-endeavor-entertainment-wme/>. Acesso em 12 de maio de 2021.

Lollapalooza Brasil 2020 divulga o line-up por dia. Ano da publicação: 2019 Disponível em: <https://acessocultural.com.br/tag/william-morris-endeavor-entertainment-wme/>. Acesso em 28 de junho de 2021.

Lollapalooza Brasil divulga escalação com horários do festival em São Paulo. Ano da publicação: 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/02/lollapalooza-brasil-divulga-escalacao-com-horarios-do-festival-em-sp.html>. 06/02/2012. Acesso em: 06 de abril de 2021.

Lollapalooza movimentou R\$152 milhões em SP na edição de 2018, diz Prefeitura. Ano da publicação: 2018. Disponível em: <https://imprensa.spturis.com.br/saiu-na-midia/lollapalooza-movimentou-r-152-milhoes-em-sp-na-edicao-de-2018-diz-prefeitura>. Acesso em: 27 de junho de 2021.

Lollapalooza - Uma experiência itinerante! Ano da publicação: 2018. Disponível em: <https://portalrockpress.com.br/lollapalooza-%E2%80%93-uma-experiencia-itinerante>. Acesso em 09 de maio de 2021.

Martins, U., & Ramos, C. (2017). **Turismo Gastronômico como forma de Inovação Social – a valorização da gastronomia típica cearense nos Restaurantes de Hotéis em Fortaleza.** *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(27/28), 51-62. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i27/28.8361>. Acesso em: 09 de novembro de 2021.

MASINA, Renato. **Introdução ao estudo do turismo:** conceitos básicos / Renato Masina. - Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos:** Procedimentos e Técnicas. Editora Manole, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520449028/>. Acesso em: 09 de novembro de 2021.

NAKANE, Andréa. **Segurança em eventos** : não dá para ficar sem! / Andréa Nakane. - São Paulo : Aleph, 2013. - (Série turismo).

O fim da Geo Eventos. Ano da publicação: 2017. Disponível em:
<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2013/11/07/o-fim-da-geo-event.html/>.
 Acesso em 11 de maio de 2021.

Os maiores festivais de música do mundo. Ano de Publicação: 2019. Disponível em:
<https://forbes.com.br/listas/2019/04/os-maiores-festivais-de-musica-do-mundo/#foto7>. Acesso em 08
 de janeiro de 2021.

Os números por trás do Lollapalooza Brasil. Ano da publicação: 2016. Disponível em:
<https://forbes.com.br/negocios/2016/03/os-numeros-por-tras-do-lollapalooza-brasil/#foto1>. Acesso em
 12 de maio de 2021.

Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo e Avaliação de Serviços - Carnaval de Salvador 2019. Ano da publicação: 2019. Disponível em:
<http://www.observatorio.turismo.ba.gov.br/wp-content/uploads/2020/03/RELAT%C3%93RIO-CARNAVAL-2019-ULTIMA-1.pdf>. Acesso em: 29 de abril de 2021.

Pesquisa de Caracterização do Turismo Receptivo e Avaliação de Serviços durante o Carnaval de Salvador 2020. Ano da publicação: 2020. Disponível em:
http://www.observatorio.turismo.ba.gov.br/wp-content/uploads/2020/03/Relatorio_Pesquisa_Carnaval_2020.pdf. Acesso em: 29 de abril de 2021.

População Distrito Federal. Ano de Publicação: 2021. Disponível em:
<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/panorama>. Acesso em 09 de novembro de 2021.

Pôster a pôster: os line-ups do Rock In Rio desde a primeira edição. Ano da publicação: 2017. Disponível em:
<https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2017/08/24/rock-in-rio-cartazes-lineups/>. Acesso em: 27
 de junho de 2021.

Quantos festivais de música existem no Brasil? Ano de Publicação: 2018. Disponível em:
<https://projetopulso.com.br/quantos-festivais-de-musica-existem-no-brasil/#.X1KfpHKiyI>. Acesso em:
 04 de setembro de 2020.

Rock in Rio. Ano da publicação: 2021. Disponível em:
<https://instagram.com/rockinrio?igshid=egsp8qjp3fls>. Acesso em: 30 de março de 2021.

Rock in Rio. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <https://twitter.com/rockinrio?s=08>. Acesso em:
 30 de março de 2021.

Rock in Rio. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <https://www.rockinrio.com/>. Acesso em: 23 de
 agosto de 2020.

Rock in Rio. Ano da publicação: 2021. Disponível em: <https://youtube.com/c/rockinrio>. Acesso em: 30
 de março de 2021.

Rock in Rio. Ano de Publicação: 2021. Disponível em: <https://www.facebook.com/RockInRio>. Acesso
 em: 30 de março de 2021.

Rock in Rio 2017 faz parceria com 16 hotéis do Rio de Janeiro. Ano de publicação: 2017. Disponível em:
<https://www.revistahoteis.com.br/rock-in-rio-2017-faz-parceria-com-16-hoteis-do-rio-de-janeiro>.
 Acesso em 06 de novembro de 2021.

Rock in Rio surgiu em 1985 entre calotes, enquetes e rejeição a Dylan. Ano de Publicação: 2013. Disponível em:
<https://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2013/08/14/especial-rock-in-rio-festival-surgiu-em-1985-entre-calotes-enquetes-e-rejeicao-a-bob-dylan.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em 08 de janeiro de
 2021.

SILVEIRA, Deise Mari Pereira, FARIAS, Fernanda de Souza, DE LIMA, Juliana Niehues. **Produção Científica sobre Festivais: Estudo Bibliométrico na Base de Dados “Hospitality and Tourism Complete - EBSCO HOST”**. ANPTUR - XII Anais ANPTUR 2015, nº 1604. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/56.pdf>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2020.

Time for Fun confirma Lollapalooza. Ano da publicação: 2017. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2013/08/05/time-for-fun-confirma-lollapalooza.html>. Acesso em 11 de maio de 2021.

TINEU; ROGÉRIO; DESTRO; FRAGOSO; NELSON. **ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO BOCA A BOCA PARA O TURISMO**. Revista Brasileira de Marketing, vol. 8, núm. 2, julho-diciembre, 2009, pp. 116-145 Universidade Nove de Julho São Paulo, Brasil.

Veja o mapa do festival Lollapalooza 2012. Ano de publicação: 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/11/veja-o-mapa-do-festival-lollapalooza-brasil-que-acontece-em-sp.html>. Acesso em: 06 de abril de 2021.

Festival de música estreia na Record e consagra ídolos da música nacional. Ano de publicação: 2021. Disponível em: <http://recordtv.r7.com/record60anos/noticia/2013/09/26/festival-da-musica-brasileira-estrela-na-record-e-consagra-idolos-da-musica-nacional-35.html>. Acesso em 10 de novembro de 2021.

Veja o mapa do Lollapalooza 2015. Ano da publicação: 2017. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/lollapalooza/2015/noticia/2015/03/veja-o-mapa-do-lollapalooza-2015.html>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

Veja programação do Lollapalooza. Ano da publicação: 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/lollapalooza/2014/noticia/2014/03/lollapalooza-anuncia-horarios-dos-show-s-nos-cinco-palcos-do-festival.html>. Acesso em 29 de março de 2021.

Venda de ingressos para Lollapalooza 2015 começa nesta quarta-feira. Ano da publicação: 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/lollapalooza/2015/noticia/2014/09/venda-de-ingressos-para-lollapalooza-2015-comeca-nesta-quarta-feira.html>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

Viva Rio. Ano de Publicação: 2021. Disponível em: <http://vivario.org.br/>. Acesso em 01 de fevereiro de 2021.

Você sabia que Guarapari foi a sede do primeiro festival de música da América Latina? Disponível em: <https://www.gazetaonline.com.br/especiais/capixapedia/2015/09/voce-sabia-que-guarapari-foi-a-sede-do-primeiro-festival-de-musica-da-america-latina-1013910369.html>. Acesso em 10 de novembro de 2021.

YOUTUBE. **Arte/Educação #142 | História dos Festivais de Música no Brasil**. Prefeitura de Caruaru. Youtube. 10 de dezembro de 2020. 5min23s. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=tSH4y2dEZSk&ab_channel=PrefeituradeCaruaru. Acesso em 10 de novembro de 2021.

_____. **Conexão Roberto D’Avilla - Entrevista com Roberto Medina**. Artplan. YouTube. 04 de agosto de 2011. 51min38s. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=B8K7XwBfK1I&ab_channel=Artplan. Acesso em: 05 de setembro de 2020.

_____. **Medina recorda negociações com artistas do Rock in Rio**. Jornal O Globo. YouTube. 14 de outubro de 2017. 05min11s. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Ga7fssiCX0A&ab_channel=JornalOGlobo. Acesso em: 4 de novembro de 2020.

_____. **Roberto Medina fala sobre a história do Rock in Rio - Parte 2.** Rock in Rio. YouTube. 10 de novembro de 2010. 13min57s. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=4Dxlpf7DKFc&feature=youtu.be&ab_channel=rockinrio. Acesso em: 05 de fevereiro de 2020.

ZITTA, Carmem. **Organização de Eventos: da ideia à realidade** / Carmem Zitta. 5. ed. – Brasília: Editora Senac-DF, 2013.

APÊNDICE

Apêndice A - Formulário aplicado para investigação da pesquisa

Formulário aplicado via Internet entre os dias 23 de setembro de 2020 a 23 de outubro de 2020.						
Seção 1 de 4						
Festivais Musicais: Lollapalooza e Rock in Rio como atrativos turísticos e sua relação com o morador do Distrito Federal.						
Este questionário visa compreender Festivais Musicais como atrativo turístico e como o morador do Distrito Federal se comporta diante destes eventos, principalmente sobre o Lollapalooza e o Rock in Rio. Você levará no máximo 5 minutos para respondê-lo. Tais respostas são anônimas e auxiliarão na discussão de Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Turismo da Universidade de Brasília.						
1- Declare seu gênero:						
<input type="checkbox"/> Homem Cis () Mulher Cis () Homem Trans () Mulher Trans () Não-binário <input type="checkbox"/> Prefiro não responder						
2- Declare sua cor:						
<input type="checkbox"/> Amarelo () Branco () Indígena () Pardo () Preto () Prefiro não responder						
3- Qual a sua idade?						
<input type="checkbox"/> 14 a 17 anos () 18 a 24 anos () 25 a 29 anos () 30 a 30 anos () 20 a 49 anos <input type="checkbox"/> 50 a 59 anos () 60 ou mais						
4- Em qual Região Administrativa do Distrito Federal você mora?						
1- Águas Claras	11- Itapoã	21- Riacho Fundo				
2- Arniequeiras	12- Jardim Botânico	22- Samambaia				
3- Brasília (Plano Piloto: Asa Norte e Asa Sul)	13- Lago Norte	23- Santa Maria				
4- Brazlândia	14- Lago Sul	24- São Sebastião				
5- Candangolândia	15- Noroeste	25- Sobradinho				
6- Ceilândia	16- Núcleo Bandeirante	26- Sudoeste/Octogonal				
7- Cruzeiro	17- Paranoá	27- Taguatinga				
8- Estrutural	18- Park Way	28- Varjão				
9- Gama	19- Planaltina	29- Vicente Pires				
10- Guará	20- Recanto das Emas					
5- Qual é seu nível de escolaridade?						
<input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Incompleto () Ensino Fundamental Completo <input type="checkbox"/> Ensino Médio Incompleto () Ensino Médio Completo () Ensino Superior Incompleto <input type="checkbox"/> Ensino Superior Completo () Mestrado () Pós-Graduação () Doutorado () Técnico <input type="checkbox"/> Prefiro não responder						
6- Qual é o seu estado civil?						
<input type="checkbox"/> Casado () Separado/Divorciado () Solteiro () União Estável () Prefiro não responder						
7- Qual é a sua ocupação hoje?						
<input type="checkbox"/> Aposentado () Autônomo () Estudante () Empregado no Serviço Público <input type="checkbox"/> Empregado no Setor Privado () Empresário, empreendedor () Desempregado <input type="checkbox"/> Do lar () Prefiro não responder						
8- Você é uma pessoa com deficiência? Se sim, qual?						
<input type="checkbox"/> Não () Deficiência Auditiva () Deficiência Física () Deficiência Mental <input type="checkbox"/> Deficiência Múltipla () Deficiência Visual () Prefiro não responder						
9- Quais são os seus gêneros musicais favoritos? Marque quantas alternativas quiser.						
Axé	Alternativa	Blues	Clássica	Eletrônica	Folk	Forró
Funk	Gospel	Hip Hop	Indie	Jazz	MPB	Pagode
Pop	Reggae	Rap	Rock	Samba	Sertanejo	
Seção 2 de 4						
Sobre Festivais Musicais						

Festival é um evento que se caracteriza por uma festa de variedades, demonstrando ao público uma gama de estilos ou apresentações variadas conforme o interesse deste grupo. As possibilidades de realização de um festival são inúmeras, como as ligadas à área gastronômica, à área musical e à área artística, dentre outros. (NAKANE, 2013).

10- Em seu ponto de vista, os festivais musicais fortalecem o Turismo no Brasil?

Sim Não Talvez

11- Você considera que os festivais musicais nacionais podem motivar uma viagem (para fora do DF)?

Sim Não Talvez

12- Você considera que a divulgação de festivais musicais no Distrito Federal, independentemente do estilo musical, é:

Excelente Boa Regular Ruim Péssima Não sei

13- Você acompanha notícias relacionadas a algum festival musical que aconteça no território nacional de seu interesse, por meio de redes sociais ou pela internet?

Sim Não

14- Você já foi em algum festival musical dentro do território nacional?

Sim Não

15- Você tem interesse em participar de algum festival musical no Brasil?

Sim Não Talvez

16- Você já ouviu falar dos Festivais Lollapalooza e Rock in Rio?

Sim Não

17- Você já participou do Festival Lollapalooza ou Rock in Rio?

Sim (continuar para a próxima seção)

Não (Encerrar e enviar formulário)

Seção 3 de 4

Sobre os Festivais Musicais: Lollapalooza e Rock in Rio.

18- Você já participou de alguma edição do Lollapalooza Brasil?

Sim Não

19- Caso você não tenha participado ainda do Lollapalooza, você gostaria de participar futuramente?

Sim Não Talvez

20- Você já participou de alguma edição do Rock in Rio?

Sim Não

21- Caso você não tenha participado ainda do Rock in Rio, você gostaria de participar futuramente?

Sim Não Talvez

22- Quantas vezes você já foi nesses Festivais? (Leve em consideração apenas as edições dos festivais (Exemplo: Lollapalooza 2020 e não os dias de show).

1 vez 2 vezes 3 vezes 4 vezes 5 vezes De 6 a 9 vezes

10 ou mais vezes

23- Caso já tenha ido ao Lollapalooza, de qual(is) edição(ões) você já participou?

Lollapalooza Brasil 2012 Lollapalooza Brasil 2013 Lollapalooza Brasil 2014

Lollapalooza Brasil 2015 Lollapalooza Brasil 2016 Lollapalooza Brasil 2017

Lollapalooza Brasil 2018 Lollapalooza Brasil 2019 Nenhuma

24- Caso já tenha ido ao Rock in Rio, de qual(is) edição(ões) você já participou?

Rock in Rio Edição de 1985 Rock in Rio Edição de 1991

Rock in Rio Edição de 2001 Rock in Rio Edição de 2011

Rock in Rio Edição de 2013 Rock in Rio Edição de 2015

Rock in Rio Edição de 2017 Rock in Rio Edição de 2019 Nenhuma

Seção 4 de 4

Em relação a sua viagem e a sua permanência na cidade visitada para ir ao Festival Musical

25- Depois que você já estava na cidade do festival musical, você aproveitou o momento para visitar algum atrativo turístico da região?

Sim Não

26- Com quem você viajou?

Com amigos Com excursão Com a família Sozinho

27- Qual meio de transporte você utilizou para realizar a viagem?

Avião Carona Carro alugado Carro próprio Moto Ônibus Outros

28- Quando você já estava na cidade do festival musical, como você se locomoveu até o evento? <input type="checkbox"/> Aplicativos de mobilidade urbana (Exemplo: <i>Uber</i> e 99) <input type="checkbox"/> A pé <input type="checkbox"/> Bicicleta <input type="checkbox"/> Carro particular <input type="checkbox"/> Carona <input type="checkbox"/> Metrô <input type="checkbox"/> Moto <input type="checkbox"/> Ônibus <input type="checkbox"/> Táxi <input type="checkbox"/> Outros
29- Onde você se hospedou? <input type="checkbox"/> <i>Airbnb</i> <input type="checkbox"/> Casa de amigos <input type="checkbox"/> Casa de parentes <input type="checkbox"/> Hotel <input type="checkbox"/> <i>Hostel</i> <input type="checkbox"/> Pousada <input type="checkbox"/> Outros
30- Quando você já estava na cidade do festival musical, você frequentou alguma outra atividade cultural como: ir a um concerto, <i>show</i>, boate, casa de <i>shows</i>, teatro entre outros? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
31- Quanto tempo ficou na cidade visitada? <input type="checkbox"/> 1 dia <input type="checkbox"/> 2 dias <input type="checkbox"/> 3 dias <input type="checkbox"/> 4 dias <input type="checkbox"/> 5 dias <input type="checkbox"/> 6 dias <input type="checkbox"/> 7 dias <input type="checkbox"/> Mais de uma semana
32- Qual foi o principal motivador da sua viagem? Marque quantas alternativas quiser. <input type="checkbox"/> Amigos e familiares <input type="checkbox"/> A cidade <input type="checkbox"/> A experiência geral <input type="checkbox"/> A proposta do Festival <input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> O <i>Line-up</i> (lista de atrações musicais) <input type="checkbox"/> O valor do ingresso <input type="checkbox"/> O valor da passagem
33- Em relação a infraestrutura (área do evento, limpeza, organização, banheiros) do Festival que você foi, qual seu grau de satisfação, numa escala de 0 a 5, onde 0 é pouco satisfeito e 5 é muito satisfeito? <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
34- Em relação as atrações do Festival que você foi, qual seu grau de satisfação, numa escala de 0 a 5, onde 0 é pouco satisfeito e 5 é muito satisfeito? <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
35- Em relação a localização do Festival que você foi, qual seu grau de satisfação, numa escala de 0 a 5, onde 0 é pouco satisfeito e 5 é muito satisfeito? <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
36- Em relação aos bares/restaurantes do Festival que você foi, qual seu grau de satisfação, numa escala de 0 a 5, onde 0 é pouco satisfeito e 5 é muito satisfeito? <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
37- Você voltaria ao evento numa próxima edição? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Talvez
38- Você indicaria o evento para seus amigos? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Talvez
Link para o formulário: https://forms.gle/D1WyxFAynkdafMYY6

Apêndice B – E-mail trocado com equipe Rock In Rio.

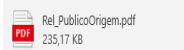
Email

RE: TCC SOBRE ROCK IN RIO



Dora Palma <dorapalma@rockinrio.com>
05/01/2021 12:02

Para: Bianca D'Aya



Cara Bianca,
Muito obrigada pelo seu contacto e aproveito para lhe desejar um bom ano.

Segue em anexo a informação que solicitou.

Cumprimentos,

Dora Palma (@home)

De: Bianca D'Aya <biancadaya@gmail.com>

Enviada: 18 de novembro de 2020 13:00

Assunto: TCC SOBRE ROCK IN RIO

Olá!!

Me chamo Bianca D'Aya e sou formanda do curso de Graduação em Turismo da Universidade de Brasília.

Minha pesquisa é: Festivais Musicais, Lollapalooza e Rock In Rio como atrativos turísticos e sua relação com o morador do Distrito Federal.

Lancei recentemente um questionário com diversas perguntas, dentre elas quem já foi, quem, quem gostaria de ir, entre outras coisas.

Para formalizar a amostragem dessas estatísticas, gostaria de ver com vocês se existe alguma forma de eu obter números sobre as vendas de algumas edições ou até mesmo da edição de 2019, sobre a quantidade de ingressos vendidas para o Distrito Federal.

Vocês poderiam me ajudar com essas informações?

Agradeço a atenção e colaboração !

Segue o link para o formulário enviado em Brasília, para a obtenção de respostas que já somam 1.063 respostas.

<https://forms.gle/D1WynFAynkdfMY6>

--

Atenciosamente,
Bianca D'Aya
@biancadaya

61 99644-4383

