



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social



**Università degli Studi di Roma "La Sapienza"**

Dipartimento di Metodi e Modelli per l'Economia, il

Territorio e la Finanza

Flávio Lins Rodrigues

**Rock in Rio:**

**comunicação e consumo no contexto de um grande evento *made in Brazil***

Rio de Janeiro

2016

Flávio Lins Rodrigues

**Rock in Rio:**  
**comunicação e consumo no contexto de um grande evento *made in Brazil***

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e do grau de PhD ao Dottorato di ricerca in Modelli per l'Economia e la Finanza da Università degli Studi di Roma "La Sapienza" em regime acordado de cotutela entre as duas universidades.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas

Coorientadora: Profa. Dra. Donatella Strangio

Rio de Janeiro

2016

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

R696 Rodrigues, Flávio Lins.  
Rock in Rio: comunicação e consumo no contexto de um grande evento made  
in Brazil / Flávio Lins Rodrigues. – 2016.  
292 f.

Orientador: Ricardo Ferreira Freitas  
Coorientadora: Donatella Strangio  
Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de  
Comunicação Social.  
Convênio realizado em cotutela entre a Universidade do Estado do Rio de  
Janeiro e a Università degli Studi di Roma “La Sapienza”.

1. Comunicação – Brasil – Teses. 2. Consumo – Teses. 3. Eventos musicais  
– Brasil – Teses. 4. Rock in Rio – Teses. I. Freitas, Ricardo Ferreira. II. Strangio,  
Donatella. III. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de  
Educação. IV. Título.

es CDU 316.77(81)

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta  
tese, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Flávio Lins Rodrigues

**Rock in Rio:  
comunicação e consumo no contexto de um grande evento *made in Brazil***

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e do grau de PhD ao Dottorato di ricerca in Modelli per l'Economia e la Finanza da Università degli Studi di Roma "La Sapienza" em regime acordado de cotutela entre as duas universidades.

Aprovado em 08 de abril de 2016.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas – Orientador  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

---

Profª. Dra. Donatella Strangio – Coorientadora  
Università degli Studi di Roma "La Sapienza"

---

Profª. Dra. Letícia Cantarella Matheus  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

---

Profª. Dra. Maria Cristina Brandão de Faria  
Universidade Federal de Juiz de Fora

---

Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro

2016

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho à minha mãe, porto seguro para o meu viver.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, presença constante em todas as minhas buscas e projetos;

À minha querida mãe, Áurea, exemplo incansável de trabalho e de ternura, que sempre acreditou, colaborou e vibrou em todas as minhas empreitadas, a quem eu devo tudo;

Ao meu querido pai, Francisco, que agora está no céu, pelo exemplo, incentivo e compreensão;

À minha irmã Fernanda e à Zezé, pela colaboração;

Aos meus avós, Isaac, Gabriella, Antônio e Lilita;

Ao meu megaorientador, professor Dr. Ricardo Ferreira Freitas, que abriu as portas da primeira turma de doutorado em comunicação da UERJ para um pesquisador desconhecido e agitado, compartilhando seu conhecimento, reflexões e prestígio, sempre com extrema dedicação, generosidade e bom humor. Suas palavras e gestos de incentivo, não importando para aonde o vento soprasse, foram fundamentais para que chegássemos até aqui;

À minha coorientadora italiana, Profa. Dra. Donatella Strangio, que me abriu todas as portas da Università degli Studi di Roma “La Sapienza” e não hesitou em empenhar seu nome e notoriedade para que eu pudesse participar de eventos, em toda a Itália, inacessíveis para a maioria dos “mortais”, bem como mergulhar no acervo de algumas das mais espetaculares bibliotecas do mundo. Sua atenção e carinho jamais serão esquecidos;

Ao Prof. Paolo Dalla Sega, que com gentileza e generosidade me recebeu na Università Cattolica del Sacro Cuore, em Milão, para que eu pudesse conhecer a fundo a Expo Milano 2015 e as filigranas do universo dos pequenos, médios e grandes eventos, tudo isso num dos prédios mais belos da Itália;

Ao Prof. Luca Monti, gentilíssimo professor e diretor do Master in *Ideazione e Progettazione di Eventi Culturali* da Università Cattolica del Sacro Cuore, em Milão;

Aos geniais Roberto Medina, Roberta Medina e Agatha Arêas, pelo carinho e paciência;

A todos os membros da banca, Profa. Dra. Donatella Strangio, Profa. Dra. Sônia Virgínia Moreira (qualificação), Profa. Dra. Letícia Cantarella Matheus, Profa. Dra. Maria Cristina Brandão de Faria, Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann, pela paciência, disponibilidade, orientações e carinho;

A todos os professores, funcionários e colegas do PPGCOM da UERJ. Em especial, Ricardo Freitas, Muniz Sodré, Denise Siqueira, Fernando Gonçalves, João Maia, Cintia

SanMartin, Alessandra Aldè, José Ferrão, Sônia Virgínia Moreira e aos funcionários Celestino e Eliana;

A todos os professores e funcionários do Dipartimento di Metodi e Modelli per l'Economia, il Territorio e la Finanza – MEMOTEF da Sapienza. Em especial à Profa. Dra. Alessandra De Rose, diretora do departamento, e ao Prof. Dr. Marco Brogna.

À querida amiga Cristina Brandão, um anjo de cabelos negros, me deu um teto no Rio de Janeiro, quando eu não sabia pra que lado correr e onde eu fui muito feliz. Foi fundamental para que eu chegasse até aqui, me abrindo as portas do mestrado em comunicação da UFJF, tornando-se incansável e paciente orientadora, parceira em livros e também na hora do lazer, uma amizade para a vida;

À querida amiga Leninha Fernandes, um anjo caído do céu, made in Senador Firmino. Revisora de mão cheia, exemplo de generosidade, talento e bom humor, a quem eu não viverei tempo suficiente para agradecer tamanho carinho e cuidado. Nascida para as letras, tornou-se parceira incansável e está aqui;

À minha querida amiga Maria Helena Carmo dos Santos, dividida entre o Algarve e Ipanema, que me fez uma pessoa e um pesquisador melhor. Sempre um porto alegre e seguro;

À minha grande amiga Aline Maia, exemplo de esforço e conquista, que muito colaborou com este trabalho e com quem dividi muitas angústias;

À megajornalista Júlia Pessoa, pelos inúmeros socorros in english;

Ao meu brilhante *fratello italiano*, Marco Bottone, com o qual eu tive o privilégio de dividir o gabinete na Sapienza e aprender muito;

De forma especialíssima aos mega-amigos da UERJ, que sempre vieram em meu socorro e com os quais eu pude contar a qualquer hora do dia ou da noite: Maria Helena Carmo, companheira acadêmica incansável e brilhante, Jacqueline Deolindo, uma pesquisadora atômica e generosa, Rosane Feijão, brilhante e equilibrada como poucos e Chico Brinati, sempre relax e bem humorado. São tantos amigos que fazem parte desta história: Lígia Fonseca, Letícia Perani, Alessandra Porto, Emerson Scada, Adelaide Chao, Mônica Nunes...;

A todos os professores e amigos do PPGCOM da UFJF, onde concluí o mestrado: especialmente, Iluska Coutinho (orientadora da especialização), Christina Musse, Paulo Roberto Figueira Leal, Cláudia Lahni e Márcio Guerra;

Aos diretores e amigos da Faculdade de Comunicação da UFJF, Marise Mendes e Jorge Felz, que gentilmente me apoiaram na obtenção e manutenção do afastamento para o doutorado;

Aos professores da UFJF, Paulo Roberto Figueira Leal, Iluska Coutinho, Jorge Felz, Cristiano Rodrigues, Márcio Guerra, Christina Musse, Fernando Fiorese, Alice Arcuri, Cristina Brandão, Junito Pernisa, Márcia Almeida, Cláudia Castro, Weden Alves, Boanerges Balbino, Silvana Montesano, Cláudio Castro, Aluizio Ramos Trinta, Tereza Neves, Chico Pimenta, Álvaro Americano, Letícia Torres, Ricardo Bedendo e Vanda Arantes;

Aos funcionários e amigos da Faculdade de Comunicação da UFJF, Jhonatan Mata, Rosane Barra, Aparecida Cardoso, Jesualdo Castro, Gilmar David, Paulo Avezani e Lúcia Helena Alvim;

Ao amigo Maurizio Delle Fratte, que me hospedou no bairro mais encantado de Roma, lugar pelo qual me apaixonei: a minha querida Garbatella;

Aos amigos Márcia, Pacheco e Romana Perazzi, pelo apoio e generosidade, tanto no Brasil quanto em terras italianas;

A todos que, de uma forma direta ou não, contribuíram para superar esta difícil etapa;

Muito obrigado!



Ainda que eu falasse as línguas dos homens e dos anjos, e não tivesse amor, seria como o metal que soa ou como o sino que tine.

*Coríntios 13:1*

## RESUMO

RODRIGUES, Flávio Lins. Rock in Rio: comunicação e consumo no contexto de um grande evento *made in Brazil*. 2016. 292 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Centro de Educação e Humanidades, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro; Dipartimento di Metodi e Modelli per l’Economia, il Territorio e la Finanza, Università degli Studi di Roma “La Sapienza”, Roma, 2016.

O objetivo principal desta tese é analisar a consolidação do festival de música Rock in Rio como um potente instrumento de comunicação. Nosso percurso teórico tem como ponto de partida a investigação da origem dos grandes eventos e sua relação com o gênio do lugar onde surgiram. Abordamos o processo de festivalização das cidades/da cultura, não só como bálsamo para problemas que afligem o contemporâneo, como desemprego e desindustrialização, mas como rituais públicos que celebram uma comunidade idealizada. No âmago desta tese estão questões relativas à produção de tempo e de espaço possibilitadas pelos grandes eventos, como pilares de um capitalismo que se amasiou com a cultura. A fim de analisar o Rock in Rio, verificamos a sua trajetória e seus desdobramentos em múltiplas plataformas. Em um momento no qual velhas mídias precisam se reinventar para conviver com novas possibilidades de comunicação, o empresário Roberto Medina incorporou-as de maneira hábil e rápida a serviço da marca. Nas arenas do festival a economia da experiência tornou-se palavra de ordem, configurando-o como um lugar para emoção, onde artistas e empresas disputam a atenção do público, em um tempo e espaço dramatizados por especialistas em sedução e consumo. Valendo-nos do desafiador e tortuoso caminho de pesquisa proposto pela arqueologia da mídia, especialmente para um produto multifacetado como o Rock in Rio, tanto a pesquisa teórica quanto a empírica dão conta de que na comunicação, considerando o consumo também como um modo de dizer, estão o sopro de vida e também a razão de ser dos grandes eventos. O Rock in Rio é, assim, sinalizado como uma grande mídia ao vivo, que tem na presença e na visibilidade o dogma de sua vitalidade.

Palavras-chave: Comunicação. Consumo. Cidade. Grande evento. Festival.

## ABSTRACT

RODRIGUES, Flávio Lins. Rock in Rio: communication and consumption in the context of a major event made in Brazil. 2016. 292 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Centro de Educação e Humanidades, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro; Dipartimento di Metodi e Modelli per l'Economia, il Territorio e la Finanza, Università degli Studi di Roma "La Sapienza", Roma, 2016.

The main objective of this thesis is to analyze the consolidation of Rock in Rio music festival as a powerful communication tool. Our theoretical course takes as its starting point the investigation of the origins of major events and their relation to the place where they came from. We addressed the process of cities/culture festivalization, not only as a balm to problems afflicting the contemporary, such as unemployment and de-industrialization, but also as public rituals celebrating an idealized community. At the core of this thesis are issues concerning the production of time and space made possible by major events as the pillars of a capitalism that merged with culture. In order to analyze the Rock in Rio, we approach its trajectory and its consequences on multiple platforms. In a time when old media need to reinvent themselves to live with new possibilities for communication, businessman Roberto Medina incorporated them skillfully and quickly in service of the brand. In the arenas of the festival, experience economy has become a slogan, setting it up as a place for emotion, where artists and companies compete for public attention, in a time and a space dramatized by experts in seduction and consumption. Based on the challenging and tortuous path of research proposed by media archaeology, especially for an all-purpose product such as Rock in Rio, both the theoretical research as the empirical one enabled us to realize that communication, considering consumption also as a kind of speech, lies the lease of life and also the reason for the big events. Rock in Rio is thus tagged as a great live medium, which has the presence and visibility in the dogma of its vitality.

Keywords: Communication. Consumption. City. Major event. Festival.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Dimensão das Exposições Universais no século XIX .....	35
Tabela 2 – Tipificação de eventos .....	99
Tabela 3 – Tipificação de eventos .....	99
Tabela 4 – Tipificação de eventos .....	100

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Anúncio do musical Skindô .....	144
Figura 2 – Chaveiro do caramelo Skindô .....	145
Figura 3 – Souvenirs do I Festival do Rio. Capa do LP e flâmula .....	149
Figura 4 – Cartão postal e selos do Rock in Rio II.....	168
Figura 5 – Foto de matéria sobre o patrocínio da Coca-Cola e anúncio de página dupla. ....	172
Figura 7 – Imagens do jogo Angry Birds Friends Rock in Rio.....	199

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	14
1	<b>GRANDES EVENTOS E AS CIDADES</b> .....	27
1.1	<b>O enlevo das cidades</b> .....	27
1.2	<b>A gênese dos megaeventos contemporâneos</b> .....	33
1.3	<b>A fluidez conceitual dos grandes eventos</b> .....	41
1.4	<b>O eterno carnaval da Cidade Maravilhosa</b> .....	49
1.5	<b>Os grandes eventos cariocas do século XX</b> .....	56
1.5.1	<u>Os festivais da canção</u> .....	60
1.6	<b>A Copa e as Olimpíadas no Rio</b> .....	63
1.7	<b>Entretenimento e experiência</b> .....	69
2	<b>UM FESTIVAL PARA O RIO DE JANEIRO</b> .....	77
2.1	<b>Festivais: Da Antiguidade até os nossos dias</b> .....	77
2.2	<b>Das festas aos eventos</b> .....	86
2.3	<b>Eventos como sujeitos de comunicação</b> .....	103
2.4	<b>Festivais de Rock</b> .....	122
3	<b>OS GENES DO ROCK IN RIO</b> .....	139
3.1	<b>Uma marca para os quatro continentes</b> .....	152
3.1.1	<u>O início</u> .....	162
3.1.2	<u>1991 - explosão da marca e da violência</u> .....	167
3.1.3	<u>Por um Mundo Melhor</u> .....	176
3.1.4	<u>Navegar é preciso</u> .....	184
3.1.5	<u>De volta ao Brasil</u> .....	189
3.1.6	<u>A repetição de um formato de sucesso</u> .....	196
3.1.7	<u>Façam seu jogo, senhores!</u> .....	202
3.1.8	<u>30 anos</u> .....	206
4	<b>ARQUEOLOGIA DA MÍDIA AO VIVO</b> .....	209
4.1	<b>Arqueologia da mídia Rock in Rio</b> .....	212
4.2	<b>Mídia ao vivo</b> .....	218
4.3	<b>Espetáculo musical ao vivo</b> .....	226
4.4	<b>Espetáculo só, não basta</b> .....	240
4.5	<b>O Rio do Rock in Rio</b> .....	243

4.6	<b>O consumo da experiência Rock in Rio .....</b>	<b>248</b>
4.7	<b>Um festival de criatividade.....</b>	<b>252</b>
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>257</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>267</b>
	<b>ANEXO – Quadro resumitivo de todas as edições do Rock in Rio .....</b>	<b>268</b>

## REFERÊNCIAS

- ABRUZZESE Alberto; BORRELLI, Davide. *L'industria culturale: tracce e immagini di un privilegio*. Roma: Carocci, 2000.
- ADORNO, Theodor Wiesengrund. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel. (Org.). *Comunicação e indústria cultural*. 5. ed. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987. p. 287-295.
- AGAMBEN, Giorgio. *Estado de Exceção*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- AGUIAR, Ronaldo Conde. *Almanaque da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.
- ALEXANDRE, Ricardo. *O rock e o Brasil dos anos 80*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.
- ALI, Lorraine. Rock in Rio is not for the Coachella crowd, but it works for Vegas. *Los Angeles Times*, Los Angeles, 16 mai. 2015. Media, p.1.
- ALMEIDA JR., Armando Ferreira de. *A contracultura - ontem e hoje (desde Brasil)*. 1996. Disponível em: <[http://www.rusc.net/~joan/contraweb\\_01/ontem.html](http://www.rusc.net/~joan/contraweb_01/ontem.html)>. Acesso: 10 jul. 2013.
- AMARAL, Rita. As mediações culturais da festa. *Revista Mediações*. Londrina, v. 3, nº 1, p. 13-22, jan./jun. 1998.
- ANDREU, Jerónimo. *Más grande que el rock*. 2012. Disponível em: <[http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/06/22/madrid/1340396002\\_972100.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/06/22/madrid/1340396002_972100.html)>. Acesso em: 01 jul. 2013.
- ARANTES, Otília. Uma estratégia fatal. A cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- ARANTES, Otília. *Berlim e Barcelona: duas imagens estratégicas*. São Paulo: Annablume, 2012.
- ARÊAS, Agatha. *Agatha Arêas: depoimento*. [1 jul. 2015]. Entrevistador: Flávio Lins Rodrigues. Rio de Janeiro, 2015. 60 min. de gravação em áudio e vídeo no celular.
- ARGANO, Lucio et al. (Orgs.). *Gli eventi culturali: ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*. Milão: FrancoAngeli, 2005.
- ARIÑO, Antonio Villarroya. Le trasformazioni della festa nella modernità avanzata. In: ARIÑO, Antonio Villarroya; LOMBARDI SATRIANI, Luigi. (Orgs.). *L'utopia di Dioniso: Festa fra tradizione e modernità*. Roma: Meltemi, 1997. p.7-21.



AZEVEDO, André Nunes de. A Capitalidade do Rio de Janeiro: Um exercício de reflexão histórica. In: AZEVEDO, André Nunes de (Org.). *Rio de Janeiro: Capital e Capitalidade*. Rio de Janeiro: Departamento Cultural/NAPE/DEPEXT/SR-3-UERJ, 2002.

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: HUCITEC, 1987.

BALLESTER, Patrice. Festas mundiais e estratégias metropolitanas: o Fórum Universal das Culturas 2004 em Barcelona. *Revista Cidades*, v. 8, n. 13, p. 411-442, jan/jun. 2011.

BARATTA, Lidia. *Il grosso grasso mercato dei concerti in mano alle multinazionali*. In Italia il grosso dei concerti è organizzato dal colosso Live Nation, che ha messo mani nell'intera filiera dell'entertainment. Disponível em: <<http://www.linkiesta.it/it/article/2015/06/28/il-grosso-grasso-mercato-dei-concerti-in-mano-alle-multinazionali/26463/>>. Acesso em: 31 out. 2015.

BARBOSA, Marialva. *Percursos do Olhar: comunicação, narrativa e memória*. Niterói: EdUFF, 2007.

BARBOSA, Marialva Carlos. O presente e o passado como processo comunicacional. *Matrizes*, São Paulo, n. 2, p. 145-155, 2012.

BARBUY, Heloisa. *A exposição universal de 1889 em Paris*. São Paulo: Loyola, 1999.

BARRETO, Evandro. *The wizard of Rock in Rio*. Las Vegas: Rock in Rio, 2015.

BARROS E SILVA, Fernando de. Bagdá musical mistura ruído, farsa e tragédia. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 26 jan. 1991. *Cidades*, p. C1.

BATEY, Mark. *O significado da marca: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores*. Rio de Janeiro: Best Business, 2010.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulações*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

\_\_\_\_\_. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

\_\_\_\_\_. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BELLI, Federica. *Gli eventi culturali come strumenti di comunicazione pubblica*. Il caso di UniboCultura. Trabalho de conclusão de curso. Bolonha: Università di Bologna, 2005.

BELLOTTO, Tony. A poesia concreta do Rock in Rio. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 23 set. 2011. *Opinião*, p. A3.

BENJAMIN, Walter. *Passagens*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

BENHAMOU, Françoise. *A economia da cultura*. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

BENNETT, Andy; TAYLOR, Jodie; WOODWARD, Ian. *The festivalization of culture*. Farnham: Ashgate, 2014.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

BIGLIONE, Ana. Conceito e contexto do MRC no Brasil. In: BIGLIONE, Ana; WOODS, Márcia Kalvon. *Diretrizes e Casos*. São Paulo: IDIS-Instituto para do Desenvolvimento do Investimento Social, 2007.

BINTCLIFFE, Jordan. *Countries turn to “expos” to attract growth*. 2012. Disponível em: <[www.worldfinance.com/inward-investment/out-of-this-world](http://www.worldfinance.com/inward-investment/out-of-this-world)>. Acesso em: 15 mai. 2013.

BOORSTIN, Daniel. *The image: a guide to pseudo-events in America*. New York: Vintage Books, 1992.

BOVY, Philippe. *Mega-event organization and bidding: the case of transport*. 2011. Disponível em: <<http://www.mobility-bovy.ch/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

BOVY, Philippe. *Megaeventos: catalisadores para transporte mais sustentável nas Cidades*. 2009. Disponível em: <<http://www.mobility-bovy.ch/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

BOWDIN, Glenn et al. *Events management*. Oxford: Elsevier, 2011.

BOWLEY, Graham. *Rock in Rio Festival Coming to Las Vegas Next Year*. 2014. Disponível em: <<http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2014/04/22/rock-in-rio-festival-coming-to-las-vegas-next-year/>>. Acesso em: 10 out. 2015.

BRAGA, José Luiz. A busca do sentido das utopias cibercomunitárias. *Revista Fronteiras*, São Leopoldo, v. 3, n.2, p. 151-158, dez. 2001.

BRAGA, Rubem. Praia etc. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 13 abr. 1961. Segundo Caderno, p. 2.

BRANDÃO, Cristina. *O Grande Teatro Tupi do Rio de Janeiro: o teleteatro e suas múltiplas faces*. Juiz de Fora: Editora UFJF – OP.COM, 2005.

BRANDÃO, Tânia. Louvação sem compromisso com a história. *O Globo*, Rio de Janeiro, 13 jan. 2013. Segundo Caderno, p.2.

BRIZOLA, Leonel. Brizola teme uma “Constituinte de vereadores”. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 9 dez. 1984. Primeiro caderno, p.9. Entrevista a Boris Casoy.

BROWNE, David. O nascimento dos festivais de rock. *De Mount Tam a Woodstock: um olhar sobre a época ensandecida que possibilitou a existência de eventos como Coachella e*

*Lollapalooza*. 2014. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-94/o-nascimento-dos-festivais-de-rock#imagem0>>. Acesso em: 9 dez. 2014.

BURBANK, Matthew J.; ANDRANOVICH, Gregory D.; HEYING, Charles H. *Olympic Dreams: the impact of mega-events on local politics*. Boulder, CO: Lynne Rienner, 2001.

BUTT, Simon. “*Mega events*” research leads to global website. 2010. Disponível em: <<http://www.nottingham.ac.uk/news/pressreleases/2010/june/megaevents.aspx>>. Acesso em: 1 jul. 2013.

CAIAFA, Janice. *Aventura das cidades: ensaios e etnografias*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPO, Alberto. *Get Back! I giorni del rock*. Roma: Laterza, 2004.

CAMPOS, Augusto; PIGNATARI, Décio; CAMPOS, Haroldo. *Teoria da poesia concreta: textos críticos e manifestos 1950 - 1960*. São Paulo: Duas Cidades, 1975.

CAMPOS, Augusto de et al. *Teoria da poesia concreta: textos críticos e manifestos (1950-1960)*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2006.

CAMPOS, Flávio de. A copa da política em um país do futebol. In: MARQUES, José Carlos. (Org). *A copa das copas? Reflexões sobre o mundial de futebol de 2014 no Brasil*. São Paulo: Edições Ludens, 2015.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores e Cidadãos*. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. São Paulo hoje: as contradições no processo de reprodução do espaço. *SCRIPTA NOVA*, Revista Electronica de Geografia y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona, n. 88, 1 mai. 2001.

CARNEIRO, Luiz Felipe. *Rock in Rio: a história do maior festival de música do mundo*. São Paulo: Globo, 2011.

CARRERA, Alessandro. *Musica e pubblico giovanile. L'evoluzione del gusto musicale agli anni sessanta agli anni ottanta*. Milão: Odoya, 2014.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTRO, Tarso de. Rock in Rio. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 4 dez. 1984. Ilustrada, p.30.

- CASTRO, Tarso de. Rock in Medina. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 10 dez. 1984. Ilustrada, p.24.
- CASTRO, Ruy. Olha que coisa mais linda e cheia de história. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 3 ago. 2002. Caderno 2, p.[37].
- CASTRO, Cid. *Metendo o pé na lama: os bastidores do Rock in Rio de 1985*. Rio de Janeiro: Tinta Negra Bazar Editorial, 2010.
- CASTRO, Gisela G. S. Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor-fã. In: ROCHA, Rose de Melo; CASAQUI, Vander. (Orgs.). *Estéticas Midiáticas e Narrativas do Consumo*. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- CASTRO, Cid. *Metendo o pé na lama: os bastidores do Rock in Rio de 1985*. 2. ed. Rio de Janeiro: Tinta Negra Bazar Editorial, 2010.
- CASTRO, Ruy. *Carmen: uma biografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- CERCOLA, Raffaele; IZZO, Francesco; BONETTI, Enrico. *Eventi e strategie di marketing territoriale: i network, gli attori e le dinamiche relazionali*. Milão: FrancoAngeli, 2010.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- CHACEL, Marcela Costa da Cunha. *Narrativas transmidiáticas como ferramenta publicitária: uma reflexão inicial*. 2010. Disponível em: <[http://www.casperlibero.edu.br/rep\\_arquivos/2011/04/01/1301675295.pdf](http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2011/04/01/1301675295.pdf)>. Acesso em: 10 dez. 2012.
- CHACON, Paulo. *O que é rock*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CHEN, Yawei; SAANS, Marjolein. *Mega-event strategy as a tool of urban transformation: Sydney's experience*. 2009. Disponível em: <<http://repository.tudelft.nl/view/ir/uuid:9a45d8f0-be77-4a07-a6d5-79178c5d16f5/df>>. Acesso em: 16 mar. 2014.
- CHERUBINI, Sergio; PATTUGLIA, Simonetta. (Orgs.). *Comunicare com gli eventi: riflessioni e casi di eccellenza*. Milão: FrancoAngeli, 2007.
- CHERUBINI, Sergio. Gli eventi come nuovo fenomeno socio-economico: un'opportunità per il marketing e la comunicazione. In: CHERUBINI, Sergio; PATTUGLIA, Simonetta. (Orgs.). *Comunicare con gli eventi: riflessioni e casi di eccellenza*. Milão: FrancoAngeli, 2007.
- CHIARIELLO, Savino. *Il marketing territoriale: Principi e tecniche operative per favorire lo sviluppo delle imprese e attrarre nuovi investimenti*. Milão: FrancoAngeli, 2007.
- CIARAMELLA, Andrea. I grandi eventi come strumento di marketing territoriale. In: BAIARDI Liaia; MORENA, Marzia. *Marketing Territoriale*. Milão: Il Sole 24 Ore, 2009.
- COCCO, Roberta; POZZI, Laura. I servizi di base: l'organizzazione di eventi. In: INVERNIZZI, Emanuele. (Org.). *Relazioni Pubbliche. Le competenze, le tecniche e i servizi di base*. Milão: McGraw-Hill, 2001. p. 373-408.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José de. (Org.). *Comunicação e Sociedade do Espetáculo*. São Paulo: Paulus, 2006.

COLLIER, Barnard L. Tired Rock Fans Begin Exodus. *New York Times*, 18 de agosto de 1969, p.1.

COLLINS, Randall. I festival come rituali pubblici: successi, fallimenti e mediocrità. *Polis*, v.1, n. 1, p.13-28, abril, 2013.

CONGO, Mariana. *Rock in Rio e Papa foram os eventos mais comentados no Twitter em 2013*. 2013. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/radar-tecnologico/rock-in-rio-e-papa-no-brasil-foram-os-eventos-mais-comentados-no-twitter-em-2013/>>. Acesso em: 25 dez. 2013.

CONTRERA, Malena; MORO, Marcela. *Vertigem mediática nos megaeventos musicais*. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/221/262>>. Acesso em: 10 dez. 2012.

COSTA, Alcir Henrique da. Rio e Excelsior. Projetos fracassados? In: *Um país no ar*. A história da televisão brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense, 1986.

COVA, Bernard. *Il marketing tribale: legame, comunità, autenticità come valori del Marketing Mediterraneo*. Milão: Il Sole 24 ore, 2007.

D'AMATO, Francesco. *Musica e industria: storia, processi, culture e scenari*. Roma: Carocci, 2009.

DALLA SEGA, Paolo. Ideazione degli eventi culturali. In: ARGANO, Lucio et al. (Orgs.). *Gli eventi culturali: ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*. Milão: FrancoAngeli, 2005.

DALLA SEGA, Paolo. Gli eventi dopo la festa. In: PETROSINO, Silvano. (Org.). *La festa: raccogliersi, riconoscersi, smarrirsi*. Milão: Jaca Book, 2013.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DE MARCHI, Leonardo Gabriel. *Transformações estruturais da indústria fonográfica no Brasil 1999-2009: Desestruturação do mercado de discos, novas mediações do comércio de fonogramas digitais e consequências para a diversidade cultural do mercado de música*. 2011. 289 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

DE MASI, Domenico. *O futuro do trabalho: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORTS (DCMS). *Creative Industries Mapping Document*. Londres: DCMS, 1998.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORTS (DCMS). *Creative Industries Task Force Report*. Londres: DCMS, 1998.

\_\_\_\_\_. *Creative Industries Mapping Document*. Londres: DCMS, 2001

DIAS, Emmanuel Publio. O festival de todas as arenas. In: GRACIOSO, Francisco. (Org.). *As novas arenas de comunicação com o mercado*. São Paulo: Atlas, 2008.

DONATON, Scott. *Publicidade + entretenimento: por que estas duas indústrias precisam se unir para garantir a sobrevivência mútua*. São Paulo: Cultrix, 2007.

DOTOLI, Daniel Milani. *Ativações tomam conta do Rock in Rio*. Disponível em: <<http://propmark.com.br/mercado/ativacoes-tomam-conta-do-rock-in-rio>>. Acesso em: 19 ago. 2015.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

DUBINI, Paola. *Economia delle aziende culturali*. Milão: Etas, 1999.

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

DUVIGNAUD, Jean. *Festas e civilizações*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1983.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1979.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. *A busca da excitação*. Lisboa: Difel, 1992.

ELOI, Claudia. *Há 30 anos, grupo de vereadores protagonizaram o primeiro ato pela redemocratização*. Disponível em: <[http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/politica/2013/02/25/interna\\_politica,425156/ha-30-anos-grupo-de-vereadores-protagonizaram-o-primeiro-ato-pela-redemocratizacao.shtml](http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/politica/2013/02/25/interna_politica,425156/ha-30-anos-grupo-de-vereadores-protagonizaram-o-primeiro-ato-pela-redemocratizacao.shtml)>. Acesso em: 01 dez. 2014.

ERTHAL, João Marcello. *“Rock in Rio – O Musical” inaugura Cidade das Artes*. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/rock-in-rio-o-musical-inaugura-a-cidade-das-artes>>. Acesso em 15 jan. 2013.

ESSINGER, Silvio. *Almanaque anos 90*. Rio de Janeiro: Agir, 2008.

FABRIS, Giampaolo. *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*. Milão: FrancoAngeli, 2003.

FADUL, Ana Maria. *Indústria cultural e comunicação de massa*. 2004. Disponível em: <[http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c\\_ideias\\_17\\_053\\_a\\_059.pdf](http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_17_053_a_059.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2013.

FALASSI, Alessandro. *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1987.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FELINTO, E. Um futuro complexo, híbrido, incerto e heterogêneo. *Revista do Instituto Humanitas Unisinos*, São Leopoldo, n. 375, outubro 2011.

FERRARI, Sonia. *Event marketing: i grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*. Pádua: CEDAM, 2012.

FOLHA DE SÃO PAULO. São Paulo, SP: Grupo Folha. Edições: Edições: jan. a dez. 1960. De jan. a dez. 1961. De jan. a dez. 1962. De jan. a dez. 1963. De jan. a dez. 1964. De jan. a dez. 1965. De jan. a dez. 1966. De jan. a dez. 1967. De jan. a dez. 1968. De jan. a dez. 1969. De jan. a dez. 1970. De jan. a dez. 1971. De jan. a dez. 1972. De jan. a dez. 1973. De jan. a dez. 1974. De jan. a dez. 1975. De jan. a dez. 1976. De jan. a dez. 1977. De jan. a dez. 1978. De jan. a dez. 1979. De jan. a dez. 1980. De jan. a dez. 1981. De jan. a dez. 1982. De jan. a dez. 1983. De jan. a dez. 1984. jan. a dez. 1984. De jan. a dez. 1985. De jan. a dez. 1990. De jan. a dez. 1991. De jan. a dez. 2000. De jan. a dez. 2001. De jan. a dez. 2004. De jan. a dez. 2006. De jan. a dez. 2008. De jan. a dez. 2010. De jan. a dez. 2011. De jan. a dez. 2012. De jan. a dez. 2013. De jan. a dez. 2014. De jan. a dez. 2015.

FOLHA DE SÃO PAULO, São Paulo, 8 de dezembro de 1984. Ilustrada, p. 55.

FOUCAULT, Michel. A pintura fotogênica. In: FOUCAULT, Michel. *Estética: literatura e pintura, música e cinema*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. p. 346-355.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2008.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de Pesquisa para Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

FRANÇA, Jean M. Carvalho. (Org.). *Visões do Rio de Janeiro Colonial: antologia textos, 1531-1800*. Rio de Janeiro: Eduerj: José Olympio, 1999.

FRASER, Matthew. *Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire*. New York: Thomas Dunne Books, 2005.

FREIRE FILHO, João. Usos (e abusos) do conceito de espetáculo na teoria social e na crítica cultura. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. (Orgs.). *Comunicação cultura e consumo: a (des)construção do espetáculo contemporâneo*. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

FREITAS, Ricardo Ferreira. *Centres Commerciaux: Îles urbaines de la post-modernité*. 1. ed. Paris: L'Harmattan, 1996.

FREITAS, Ricardo Ferreira; NACIF, Rafael. (Orgs.). *Destinos da cidade: comunicação, arte e cultura*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2005.

FREITAS, Ricardo Ferreira; FORTUNA, Vânia. O Rio de Janeiro continua lindo, o Rio de Janeiro continua sendo o grande palco brasileiro de megaeventos. In: Congresso Brasileiro de

Ciências da Comunicação – Intercom, 31., 2008, Natal. *Anais do Intercom 2008*. Natal: UFRN, 2008.

\_\_\_\_\_. Rio de Janeiro, lugar de eventos, das exposições do início do século XX aos megaeventos contemporâneos. In: XX Encontro Nacional da Compós, 2011, Porto Alegre. *Anais da Compós 2011*. Porto Alegre: UFRS, 2011.

FREITAS, Ricardo Ferreira; ELIAS, Roberto Vilela; AZEVEDO, Elaine Christovam de. Sexo, drogas e Rock in Rio: um estudo sobre campanhas de prevenção em megaeventos. In: XXI Encontro Nacional da Compós, 2012, Juiz de Fora. *Anais da Compós 2012*. Juiz de Fora: UFJF, 2012.

FREITAS, Ricardo Ferreira; LINS, Flávio. Rock in Rio: o megaevento como plataforma transmídia. In: NOVELLI, Ana Lúcia; MOURA, Cláudia Peixoto de; CURVELLO, João José Azevedo. *ABRAPCORP 2013: teorias e métodos de pesquisa em comunicação organizacional e relações públicas: entre a tradição e a inovação*. (Orgs.). Porto Alegre: Edipucrs, 2013.

FREITAS, Ricardo Ferreira; LINS, Flávio; SANTOS, Maria Helena Carmo. Megaeventos: motores de transformação social. In: XXIII Encontro Nacional da Compós, 2014, Belém. *Anais da Compós 2014*. Belém: UFPA, 2014.

FREITAS, Ricardo Ferreira; LINS, Flávio. Rock in Rio: eternamente jovem. *Revista CMC – ESPM*, São Paulo, v. 11, n. 32, 2014.

GABLER, Neil. *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GALLUCCI, Francesco; POPONESSI, Paolo. *Il marketing dei luoghi e delle emozioni*. Milão: Egea, 2008.

GAMA, Sérgio. *O verão em Guarapastock*. [S.l.: s.n.], 2014.

GEHRINGER, Max. *A grande história dos mundiais: 1950, 1954, 1958*. [S.l.:] Egalaxia, 2014.

GENSLER, Andy. Robert Sillerman on Rock in Rio deal. *Billboard*, Nova Iorque, 25 de novembro de 2013, p.2.

GETZ, Donald. *Event Marketing & Event Tourism*. Nova Iorque: Cognizant Communication Corporation, 1997.

\_\_\_\_\_. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, Calgary, n.29, p.403-428, 2007.

\_\_\_\_\_. The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, v. 5, nº 1, p.1-47, 2010.

\_\_\_\_\_.et al. Hallmark Events definition, goals and planning process. *International Journal of Event Management Research*, v. 7, n. 1/2, p. 47-67, 2012.



GÓIS, ANCELMO. *Rock in Rio tem audiência maior que a do Super Bowl nas redes sociais*. 2015. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/rockriotemaudiencia-maiorquedodosuperbowlnasredessociais.html>>. Acesso em: 06 out. 2015.

GOFFMAN, Ken; JOY, Dan. *Contracultura através dos tempos: do mito de Prometeu à cultura digital*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

GOMES, Renato Cordeiro. *Todas as cidades, a cidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

GRACIOSO, Francisco. Espetáculo e comunicação: um casamento pós-moderno. In: GRACIOSO, Francisco. (Org.). *As novas arenas da comunicação com o mercado*. São Paulo: Atlas, 2008. p. 11-19.

GREINER, Christine. *O corpo em crise: novas pistas e o curto-circuito das representações*. São Paulo: Annablume, 2010.

GROPPO, Luís Antônio. *Juventude: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas*. Rio de Janeiro: Diffel, 2000.

GUALA, Chito. *Mega eventi: modelli e storie di regenerazione urbana*. Roma: Carocci, 2007.

HALAVAIS, Alexander. Prefácio. In: *Métodos de Pesquisa para Internet*. FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Porto Alegre: Sulina, 2010.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HAMBURGUER, Esther. Indústria cultural brasileira: vista daqui e de fora. In: MICELI, Sergio. (Org.). *O que ler na ciência social brasileira (1970-2002)*. São Paulo: Sumaré/Anpocs, 2002. p.53-84.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HELENA, Raul Santa; PINHEIRO, Antônio Jorge Alaby. *Muito além do merchan: como enfrentar os desafios de envolver as novas gerações de consumidores*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

HERSCHMANN, Micael. Espetacularização e alta visibilidade: a politização da cultura hip-hop no Brasil contemporâneo. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. (Orgs.). *Comunicação cultura e consumo: a (des)construção do espetáculo contemporâneo*. Rio de Janeiro: E-papers, 2005. p.153-168.

\_\_\_\_\_. Alguns apontamentos sobre a reestruturação da indústria da música. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. (Orgs.). *Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos e audiências*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

\_\_\_\_\_. Crescimento dos festivais de música independente no Brasil. In: SÁ, Simone. (Org.). *Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

HERSCHMANN, Micael. A indústria da música como “laboratório”. *Observatório Itaú Cultural*, São Paulo, n. 9, p. 21-30, jan/abr 2010a.

\_\_\_\_\_. *Indústria da Música em transição*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010b.

\_\_\_\_\_. Revalorização da música ao vivo e reestruturação da indústria da música. In: GUERRINI Jr., Irineu; VICENTE, Eduardo. (Orgs.). *Na trilha do disco: relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil*. Rio de Janeiro: E-papers, 2010c.

HESMONDHALGH, David. *Digitalisation, Music and Copyright*. 2007. Disponível em: <<http://www.cresc.ac.uk/medialibrary/workingpapers/wp30.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

\_\_\_\_\_. Cultural and Creative Industries. In: BENNETT, Tony; FROW, John. (Orgs.). *The Sage Handbook of Cultural Analysis*. Londres e Los Angeles: Sage, 2008.

HESSEKIEL, David. MRC e alianças estratégicas. In: BIGLIONE, Ana; WOODS, Márcia Kalvon. *Guia Prático de Marketing Relacionado a Causas: Diretrizes e Casos*. São Paulo: IDIS-Instituto para do Desenvolvimento do Investimento Social, 2007.

HILLER, Harry H. Toward and urban: sociology of mega-events. In: HUTCHISON, Ray (Org.). *Constructions of Urban Space*. Bingley, Inglaterra: Emerald, 1999.

HUHTAMO, Erkki. *From Kaleidoscomaniac to Cybernerd*. Towards an Archeology of the Media. 1999. Disponível em: <<http://web.stanford.edu/class/history34q/readings/MediaArchaeology/HuhtamoArchaeologyOfMedia.html>>. Acesso em: 2 nov. 2015.

IMBESI, Paola Nicoletta. (Org.). *Governare i grandi eventi: l'effetto pulsar e la pianificazione urbanistica*. Roma: Gangemi, 2004.

*INDÚSTRIA CRIATIVA: Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: Sistema Firjan, 2012.

JAGUARIBE, A. *Indústrias criativas*. 2006. Disponível em: <<http://www.literal.com.br/acervodoportal/industrias-criativas-1388/>>. Acesso em: 19 jul. 2013.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JEUDY, Henri-Pierre. *Espelho das cidades*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.

KARPIŃSKA-KRAKOWIAK, Malgorzata. Festivalisation of the City: Contemporary Examples. *Urban People*, Praga, n. 11, p. 338-350, 2009.

KENNEDY, Gerrick. Rock in Rio takes a gamble by coming to Las Vegas. *Los Angeles Times*, Los Angeles, 1 mai. 2015. Media, p.1.

KELLNER, Douglas. A Cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. *Revista Líbero*, São Paulo, ano VI, v. 6, n. 11, p. 4-15, 2004.

KISCHNHEVSKY, Marcelo; HERSHMANN, Micael. A reconfiguração da indústria da música. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação / E-compós*, Brasília, v.14, n.1, p. 1-14, jan./abr. 2011.

KOTLER, Philip. *Marketing*. São Paulo: Atlas, 1986.

\_\_\_\_\_. *Administração de Marketing*. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

KOTLER, Philip; SCOTT Walter G. *Marketing Management*. Torino: Isedi, 1993.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Técnicas de Pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LE BRETON, David. *Paixões Ordinárias: antropologia das emoções*. Rio de Janeiro, Vozes, 2009.

LEFEBVRE, Henri. Space: social product and use value. In: FREIBERG, J. (Org). *Critical Sociology: European Perspective*. Nova Iorque: Irvington Publishers, 1979.

LEITÃO, Cláudia. *Cláudia leitão: entrevista ao jornal Correio Braziliense*. Brasília, 2013. Disponível em: <[www.correiobraziliense.com.br](http://www.correiobraziliense.com.br)>. Acesso em: 10 mai. 2013.

LEONELLI, Domingos; Oliveira, Dante de. *Diretas já – 15 meses que abalaram a ditadura*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

LEVIN, Teresa. “A marca merece”. Portal meio&mensagem, Rio de Janeiro, out. 2012. Disponível em: <[http://www.meioemensagem.com.br/home/meio\\_e\\_mensagem/blog-da-redacao/2012/10/17/A-marca-merece.html](http://www.meioemensagem.com.br/home/meio_e_mensagem/blog-da-redacao/2012/10/17/A-marca-merece.html)>. Acesso em: 10 out. 2012.

LEVY, Ruth. *Entre palácios e pavilhões: a arquitetura efêmera da exposição nacional de 1908*. Rio de Janeiro: EBA/UFRJ, 2008.

\_\_\_\_\_. *A exposição do centenário e o meio arquitetônico carioca no início dos anos 1920*. Rio de Janeiro: EBA/UFRJ, 2010.

LIMA, Venício A. *Sete teses sobre a relação Mídia e Política*. Campinas, SP: Mimeo, 2003.

LIMA, Evelyn Furquim Werneck. *Configurações urbanas cenográficas e o fenômeno da ‘gentrificação’*. 2004. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq046/arq04603>>. Acesso em: 02 out. 2012.

LINS, Flávio; BRANDÃO, Cristina. *Cariocas do brejo entrando no ar: o rádio e a televisão na construção da identidade juiz-forana (1940-1960)*. Juiz de Fora: Editora da UFJF, 2012.

\_\_\_\_\_. Cidade-fábula: imaginário e materialidade eternamente inacabados. In: ARAÚJO, Denize Correa; CONTRERA, Malena Segura. (Orgs). *Teorias da imagem e do imaginário*. [São Paulo]: Compós, 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. *Memorfoses da cultura liberal: ética, mídia, empresa*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LLOSA, Mário Vargas. *A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

LOIZOS, Peter. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

LORÊDO, João. *Era uma vez... a televisão*. São Paulo: Alegro, 2000.

LORENTE, Beatriz Almodova. Os primeiros passos do Live Marketing. 2013. In: <<http://www.meioemensagem.com.br/mob/comunicacao/interna.html?path=/home/comunicacao/noticias/2013/07/29/Os-primeiros-passos-do-Live-Marketing>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

MACEDO, Rosayne. *Megaespetáculo de interação entre marcas e consumidores*. 2011. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2011/09/22/Megaespetaculo-de-interacao-entre-marcas-e-consumidores.html>>. Acesso em: 06 jan. 2014.

MAIA, João; KRAAP, Juliana. Comunicação e comunidade: novas perspectivas das sociabilidades urbanas. In : FREITAS, Ricardo Ferreira; NACIF, Rafael. (Orgs.). *Destinos da cidade: comunicação, arte e cultura*. Rio de Janeiro : EdUERJ, 2005.

MAFFESOLI, Michel. *A sombra de Dionísio - Contribuição a uma sociologia da orgia*. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

\_\_\_\_\_. *A contemplação do mundo*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

\_\_\_\_\_. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massas*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1998.

\_\_\_\_\_. *Sobre o Nomadismo: vagabundagens pós-modernas*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

\_\_\_\_\_. *Instante eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*. São Paulo: Zouk, 2003.

\_\_\_\_\_. *A parte do diabo: resumo da subversão pós-moderna*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

\_\_\_\_\_. *A transfiguração do político: a tribalização do mundo*. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. *Cultura e Comunicação Juvenis. Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo, v. 2, n. 4, p. 11-27, jul. 2005.

MAFFESOLI, Michel. *O ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno*. Rio de Janeiro: Record, 2007.

\_\_\_\_\_. *No fundo das aparências*. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

\_\_\_\_\_. *Michel Maffesoli: entrevista a Cátia Andressa da Silva*. 2008. Disponível em: <<http://ascatia.com/humanidades/pos-modernidade-tribos-urbanas-socialidade-moda-estetica-e-estilo-entrevista-com-michel-maffesoli>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

MAGAUDDA, Paolo. I festival di musica elettronica e le culture giovanili. Successi e fallimenti, dal Sónar ai festival italiani. *Polis*, Bolonha, ano XXVII, n.1, p. 55-80, abr.2013.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do Pacífico Ocidental*. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MANSUR, Luiz Carlos. Medina diz que sem apoio fará Rock in Rio em SP. *Folha de São Paulo*, 30 de janeiro de 1991. Ilustrada, p. E-12.

MARINS, Paulo César Garcez. Habitação e vizinhança: limites da privacidade no surgimento das metrópoles brasileiras. In: SEVCENKO, Nicolau. (Org.). *História da vida privada no Brasil: República: da Belle Époque à era do rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 131-214.

MARTIALIS, Marcus Valerius. *Liber Spectaculorum*. New York: Oxford University Press, 2006.

MARTIN-BARBERO, Jesus. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, Silvia H. S; FREIRE FILHO, João. *Culturas juvenis no século XXI*. São Paulo: EDUC, 2008. p. 9-32.

MARTIN, Vanessa. *Manual Prático de Eventos*. São Paulo: Atlas, 2003.

MAUSSIÉ, Barbara. *Festival Management e destinazione turistica*. Milão: Hoepli, 2010.

McCRACKEN, Grant. *Cultura & Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

McDONNELL, Ian; ALLEN, Johnny; O'TOOLE, William. *Festival and special event management*. Brisbane: Wiley, 1999.

MCLUHAN, Marshall. O meio é a Mensagem. In: \_\_\_\_\_. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1969. p. 21-37

MARTINA, Anna. *Comunicare la città: il caso di Torino Olimpica*. Milão: Bruno Mondadori, 2006.

MEDINA, Roberta. *Roberta Medina: entrevista a Catarina Madeira do portal Sapo*. Lisboa, 2011. Disponível em: <<http://economico.sapo.pt/noticias/nprint/123468>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

MEDINA, Roberta. *Os megaprodutores*. Rio de Janeiro, Casa do Saber, 16 ago. 2013, palestra.

\_\_\_\_\_. *Roberta Medina*: entrevista ao portal dinheiro Vivo. Lisboa, 2014. Disponível em: <[http://www.dinheirovivo.pt/buzz/interior.aspx?content\\_id=3761516 &page=1](http://www.dinheirovivo.pt/buzz/interior.aspx?content_id=3761516&page=1)>. Acesso em: 20 jul. 2014.

\_\_\_\_\_. *Está quase nascendo* [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <flavio.lins@oi.com.br> em 25 fev. 2016.

MEDINA, Roberto. *Roberto Medina*: entrevista ao sítio Portal da Propaganda. Rio de Janeiro, 2003. Entrevista a Rafael Sampaio. Disponível em: <[http://www.portaldapropaganda.com/comunicacao/entrevista/2003/02/0001/index\\_html?pagina=4](http://www.portaldapropaganda.com/comunicacao/entrevista/2003/02/0001/index_html?pagina=4)>. Acesso em: 20 out. 2012.

\_\_\_\_\_. *Roberto Medina*: entrevista ao jornal Extra. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/rock-in-rio/medina-fala-da-decepcao-com-elton-john-axl-rose-adianta-atraco-es-para-proximo-rock-in-rio-2736965.html#axzz2COdqwodM>>. Acesso em: 20 out. 2012.

\_\_\_\_\_. *Roberto Medina*: entrevista à TV Estadão. 2014. Disponível em: <<http://tv.estadao.com.br/videos,roberto-medina-mercado-americano-e-mais-profissio-nal-que-o-brasileiro,227752,253,0.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. Se a vida começasse em 1985: Nos 30 anos do Rock in Rio, empresário lembra aventuras da estreia e diz que busca "estruturar o festival no mundo". *O Globo*, Rio de Janeiro, Segundo Caderno, 9 jan. 2015, p.1. Entrevista a Bernardo Araújo.

\_\_\_\_\_. *Roberto Medina*: entrevista ao jornal O Globo. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/roberto-medina-lembra-primeira-edicao-do-rock-in-rio-planeja-conquista-do-mundo-15002566>>. Acesso em: 23 jun. 2015.

MELLO, Zuza Homem de. *A era dos festivais: uma parábola*. São Paulo: Ed. 34, 2003.

MICHAEL, Chris. *From Milan to Mecca: the world's most powerful city brands revealed*. The Guardian, Londres, 6 mai. 2014. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/cities/gallery/2014/may/06/frommilantomeccatheworldsmostpowerfulcitybrandsrevealed>>. Acesso em: 10 out. 2015.

MINNELLA, Fabrizio; SEVERINO, Fabio. I festival per comunicare l'impresa. *Economia della cultura*, n.3, ano XIX, p.427-432, 2009.

MITCHELL, William J.; INOYSE, Alan S.; BLUMENTHAL, Marjory S. *Beyond Productivity: information, technology, innovation, and creativity*. Washington: National Academy Press, 2003.

MONTEIRO, Patrick. *Rock in Rio ganhará musical que estreará em novembro*. Portal PS, São Paulo, out. 2012. Disponível em: <<http://portalps.virgula.uol.com.br/noticias/tambem-no-teatro/15466/rock-in-rio-ganhara-musical-que-estreia-em-novembro.html>>. Acesso: 10 out. 2012.

MOREIRA, Sônia Virgínia. (Org.). *Geografias da comunicação: espaço de observação de mídia e de culturas*. São Paulo: Intercom, 2012.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais*. Investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2010.

MOURA, Fabio. *Super Bowl: O impacto*. 2013. Disponível em: <<http://fatoinformal.blogspot.com.br/2013/02/esporte-o-impacto-do-super-bowl.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

MUNIZ, Hélio; BELÉM, Cláudia. Artistas se escondem na “floresta”. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 20 jan. 1991. Grande Rio, p.26.

NESTI, Arnaldo. Il festivo di cui si parla, il festivo che si vive. Aspetti del festivo nella cultura contemporânea. In: ARIÑO, Antonio Villarroya; LOMBARDI SATRIANI, Luigi. (Orgs). *L'utopia di Dioniso: Festa fra tradizione e modernità*. Roma: Meltemi, 1997. p. 67-81.

NOGUEIRA, Claudio. *Super Bowl faz os EUA pararem*. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/esportes/superbowlfazoseuapareem11476820>>. Acesso em: 7 out. 2015.

NEVES, Marcos Eduardo. *Vendedor de sonhos: a vida e a obra de Roberto Medina*. São Paulo: Melhoramentos, 2006.

NYE, Joseph. *Soft Power: The means to success in World Politics*. Londres: Public Affairs, 2004.

*O GLOBO*. Rio de Janeiro, RJ: Grupo Globo. Edições: jan. a dez. 1960. De jan. a dez. 1961. De jan. a dez. 1962. De jan. a dez. 1963. De jan. a dez. 1964. De jan. a dez. 1965. De jan. a dez. 1966. De jan. a dez. 1967. De jan. a dez. 1968. De jan. a dez. 1969. De jan. a dez. 1970. De jan. a dez. 1971. De jan. a dez. 1972. De jan. a dez. 1973. De jan. a dez. 1974. De jan. a dez. 1975. De jan. a dez. 1976. De jan. a dez. 1977. De jan. a dez. 1978. De jan. a dez. 1979. De jan. a dez. 1980. De jan. a dez. 1981. De jan. a dez. 1982. De jan. a dez. 1983. De jan. a dez. 1984. jan. a dez. 1984. De jan. a dez. 1985. De jan. a dez. 1990. De jan. a dez. 1991. De jan. a dez. 2000. De jan. a dez. 2001. De jan. a dez. 2004. De jan. a dez. 2006. De jan. a dez. 2008. De jan. a dez. 2010. De jan. a dez. 2011. De jan. a dez. 2012. De jan. a dez. 2013. De jan. a dez. 2014. De jan. a dez. 2015.

OLIVEIRA, Cláudia. *Fotografia e a representação do Rio de Janeiro moderno em Fon-Fon! Selecta e Para Todos...* 2004. (1907-1930). Disponível em: <<http://www.studium.iar.unicamp.br/15/06.html?studium=index.html>>. Acesso em: 10 mar. 2009.

OLIVEIRA, Darcio; FERRAREZE, Ana. A nova cara do rock. *Revista Época*, São Paulo, 28 de setembro de 2011.

O'REILLY, Tim. *What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Sebastopol, EUA: O'Reilly Publishing, 2005.

PAIVA, Raquel; SODRÉ, Muniz. *Cidade dos artistas: cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

PALMER, Robert. *Rock & Roll: An unruly history*. Nova Iorque: Harmony Books, 1995.

PARELES, Jon. *Samba Takes a Back Seat to Spectacle*. 1991. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1991/01/27/arts/popviewsambatakesabackseattospectacle.html>>. Acesso em: 1 nov. 2015.

PARIKKA, Jussi. *What is media Archaeology?* Malden, EUA: Polity Press, 2012.

PATTUGLIA, Simonetta. L'evento sugli eventi: le nuove frontiere della comunicazione "relazionale". In: CHERUBINI, Sergio; PATTUGLIA, Simonetta. (Orgs). *Comunicare con gli eventi: riflessioni e casi di eccellenza*. Milão: FrancoAngeli, 2007. p. 36-53.

PELLICELLI, Giorgio. *Marketing internazionale*. Milão: Etas, 2007.

PENTEADO, Cláudia. *Rock in rio licencia 600 produtos*. 2013. Disponível em: <[http://www.jcom.com.br/colunas/145145/Claudia\\_Penteado\\_Rock\\_in\\_Rio\\_licencia\\_600\\_produtos](http://www.jcom.com.br/colunas/145145/Claudia_Penteado_Rock_in_Rio_licencia_600_produtos)>. Acesso em: 20 ago. 2013.

PEREIRA, Carlos Alberto M. *O que é contracultura?* São Paulo: Nova Cultural: Brasiliense, 1986.

PEREIRA, Margareth da Silva. A Exposição de 1908 ou o Brasil visto por dentro. *Arqtexto* (UFRGS), Porto Alegre, v. 16, p. 6-27, 2010.

PEREZ, Léa Freitas. Antropologia das efervescências coletivas. In: PASSOS, Mauro. (Org.). *A festa na vida: significado e imagens*. Petrópolis: Vozes, 2002. p.15-58.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *Exposições Universais: espetáculos da modernidade no século XIX*. São Paulo: Hucitec, 1997.

\_\_\_\_\_. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, n. 53, p. 11-23, jan.-jun. 2007.

*PESQUISA Brasileira de Mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom, 2014.

*PESQUISA Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom, 2014.

PINE, Joseph; GILMORE, James. *L'economia delle esperienze*. Milão: Etas, 2000.

PINE, Joseph; GILMORE, James. *Autenticidade: tudo que os consumidores realmente querem*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PIPERNO, Fábio. *Comício em 1983 abriu campanha pelas Diretas para presidente*. 2013. Disponível em: <<https://brasildecide.wordpress.com/2013/11/27/comicio-em-1983-abriu-campanha-pelas-diretas-para-presidente/>>. Acesso em: 2 dez. 2014.

PLUM, Werner. *Exposições Mundiais no Século XIX: Espetáculos da Transformação Sócio- Cultural*. Bonn: Friedrich Ebert Stiftung, 1979.



PORTUGAL, Mirela. *Como investir na marca garante o sucesso do Rock in Rio*. 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/como-investir-na-marca-garante-o-sucesso-do-rock-in-rio>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

PÓVOAS, Renato. *Relações Públicas sem Croquete*. Lisboa: Gestão Plus, 2009.

PRADO, Décio de Almeida. *Teatro de Anchieta a Alencar*. São Paulo: Perspectiva, 1993.

PRATT, Andrew. An economic geography of the cultural industries. In: LEYSHON, Andrew; McDOWELL, Linda; LEE, Roger. (Orgs.). *The sage handbook of economic geography*. Londres: SAGE, 2007. p. 323-337.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação / E-compós*, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007.

PRIORE, Mary Del. *Festas e Utopias no Brasil Colonial*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RESENDE, Dilma; PRADO, Anna; NASCIMENTO, Ray; MACIEL, Joyce; REIS, Marcelo. *#Eventos: produção e gestão*. 2015. Disponível em: <<https://books.google.com.br>>. Acesso em: 6 dez. 2015.

*REVISTA VEJA*. São Paulo, SP: Grupo Abril. Edições: jan. a dez. 1970. De jan. a dez. 1971. De jan. a dez. 1972. De jan. a dez. 1973. De jan. a dez. 1974. De jan. a dez. 1975. De jan. a dez. 1976. De jan. a dez. 1977. De jan. a dez. 1978. De jan. a dez. 1979. De jan. a dez. 1980. De jan. a dez. 1981. De jan. a dez. 1982. De jan. a dez. 1983. De jan. a dez. 1984. jan. a dez. 1984. De jan. a dez. 1985. De jan. a dez. 1990. De jan. a dez. 1991. De jan. a dez. 2000. De jan. a dez. 2001. De jan. a dez. 2004. De jan. a dez. 2006. De jan. a dez. 2008. De jan. a dez. 2010. De jan. a dez. 2011. De jan. a dez. 2012. De jan. a dez. 2013. De jan. a dez. 2014. De jan. a dez. 2015.

RIBEIRO, Alfredo. O som de Benson no Rock in Rio. *Folha de São Paulo*, São Paulo, p.39, 12 dez. 1984.

RIBEIRO, Solano. *Prepare seu coração: a história dos grandes festivais*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

RIBEIRO, Adriana Sardinha. *João do Rio e Olavo Bilac cronistas: duas visões da Belle Époque carioca*. 2008. 74 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

RIBEIRO, Fernanda de Azevedo. *A exposição internacional do centenário da independência do Brasil de 1922 no processo de modernização da cidade do Rio de Janeiro. Anais do XVI Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional – ENANPUR*, Belo Horizonte, 2015.

RIDING, Alan. *From Rod Stewart to heavy metal at rock*. 1985. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1985/01/21/arts/fromrodstewarttoheavymetalatrockfestivalnearriodejaneiro.html>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

RIFKIN, Jeremy. *Era do Acesso: a transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia*. São Paulo: Pearson Makron Books, 2001.

RIO na era de ouro. *O Globo*, Rio de Janeiro, 1 jan. 2013. p. 1.

RITCHIE, Brent. Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, Nova Iorque, v. 23, n.1 2-11, julho de 1984.

ROBERTS, Kevin. *Lovemarks: o futuro além das marcas*. São Paulo: M. Books, 2005.

ROBERTS, Randall. *Rock in Rio: Do we really need another music festival?* 2015. Disponível em: <<http://www.latimes.com/entertainment/la-et-ms-rock-in-rio-music-festival-notebook-20150507-column.html>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

ROCHE, Maurice. *Mega-events modernity: olympics and expos in the growth of global culture*. Londres: Routledge, 2000.

ROCK IN RIO: 90 horas de música e paz. *Veja*, São Paulo, nº 841, p. 92, 17 out. 1984.

ROCK IN RIO divulga balanço final da edição de 2013. 2013a. *Press release*. Disponível em: <[www.rockinrio.com.br](http://www.rockinrio.com.br)>. Acesso em: 10 jan. 2015

ROCK IN RIO: Pesquisa revela que 88% do público presente neste primeiro fim de semana garante que voltará em 2015. 2013b. *Press release*. Disponível em: <[www.rockinrio.com.br](http://www.rockinrio.com.br)>. Acesso em: 10 jan. 2014.

ROCK IN RIO anuncia parcerias com MGM Resorts Internacional, Cirque du Soleil e Ron Burkle para edição de Las Vegas. 2014. *Press release*. Disponível em: <[www.rockinrio.com.br](http://www.rockinrio.com.br)>. Acesso em: 10 jun. 2014.

ROCK IN RIO bate recorde e terá mais de 640 produtos licenciados em 2015. 2015. *Press release*. Disponível em: <[www.rockinrio.com.br](http://www.rockinrio.com.br)>. Acesso em: 10 jul. 2015.

RODRIGUES JÚNIOR, Francisco. *Por que carioca é cari-oca?* Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://pt.shvoong.com/humanities/1776517-por-que-carioca-%C3%A9-cari/>>. Acesso em: 10 jun. 2009.

ROMERO, Simon. *Rock Returns to Rio With a Righteous Beat*. 2011. Acesso em: <<http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2011/09/26/rockreturnstoriowitharighteousbeat/>>. Acesso em: 30 out. 2015.

ROOSE, Kevin. Eike Batista to Invest in Brazilian Music Festival. *The New York Times*, New York, 11 mai. 2012. Mergers & Acquisitions, p. 1.

ROSE, Diana. Análise e imagens em movimento. In: BAUER, Martin W.; GAKELL, George. (Orgs.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

RÜDIGER, Francisco. O passado pode nos ensinar a seu próprio respeito. *Revista do Instituto Humanitas Unisinos*, São Leopoldo, n. 375, outubro 2011.

RUSSO, Stefano. *Caratteristiche del Settore del dello Spettacolo dal Vivo*. [2008] Disponível em: <file:///C:/Users/user/Downloads/CARATTERISTICHE%20DEL%20SETTORE%20DELLO%20SPETTACOLO%20DAL%20VIVO%20(II%20morbo%20di%20Baumol)%20(3).pdf>. Acesso em: 29 out. 2015.

SÁ, Simone. (Org.). *Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SALAVERRÍA, Ramón. *Cibermedios*. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla, ES: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

SALIBA, Elias Thomé. A dimensão cômica da vida privada na república. In: SEVCENKO, Nicolau. (Org.). *História da vida privada no Brasil: República: da Belle Époque à era do rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3.

SALLES, Viviane. *O “fenômeno” Itaú no Rock in Rio 2013*. 2013. Disponível em: <<http://www.temposemovimentos.com.br/noticia/ofenomenoitaunorockinrio3008>>. Acesso em: 25 out. 2015.

SALVATORI, Dario. *Sanremo 50: la vicenda e i protagonisti di mezzo secolo di festival della canzone*. Roma: Periodica, 2000.

SALVI, Renata de. *A regra é ousar*. 2012. Disponível em: <<http://www.revistapropaganda.com.br/materia.aspx?m=1009>>. Acesso em: 20 dez. 2012.

SÁNCHEZ, Fernanda. *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. 2. ed. Chapecó, SC: Argos, 2010.

SANTAELLA, Lucia. *Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano*. Revista Famecos, Porto Alegre, n. 22, dez. 2003.

SANTOS, Aracy Alves; TORRES, José Celso. *O catálogo de produtos naturais e industriais da primeira exposição nacional*. Disponível em: <[http://www.13snhct.sbhc.org.br/resources/anais/10/1345058460\\_ARQUIVO\\_TrabalhoCatalogo-JoseCelsoTorres.pdf](http://www.13snhct.sbhc.org.br/resources/anais/10/1345058460_ARQUIVO_TrabalhoCatalogo-JoseCelsoTorres.pdf)>. Acesso em: 10 jul. 2015.

SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sônia Virginia. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

SASSATELLI, Roberta. *Consumo, cultura e società*. Bolonha: Il Mulino, 2004.

SAVAGE, Jon. *A criação da juventude: como o conceito de teenage revolucionou o século XX*. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

SCHMITT, Bernd H. *Marketing experimental: sua empresa e suas marcas conquistando o sentir*. São Paulo: Nobel, 2002.

SCHULTZ, Kirsten. *Perfeita civilização: a transferência da corte, a escravidão e o desejo de metropolizar uma capital colonial - Rio de Janeiro, 1808-1821*. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tem/v12n24/a02v1224.pdf>>. Acesso em: 12 fev. 2009.

SEGALEN, Martine. *Riti e rituali contemporanei*. Bolonha: Il Mulino, 2002.

SEVCENKO, Nicolau. (Org.). *História da vida privada no Brasil: República: da Belle Époque à era do rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3.

\_\_\_\_\_. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SHANGAI MANUAL: a guide for sustainable urban development of the 21st century. Shanghai: Bureau International des Expositions, 2011.

SHONE, Anthony; PERRY, Bryn. *Successful event management: a practical handbook*. Londres: Thomson Learning, 2004.

SILVEIRA, F. L. Arqueologia da mídia: preocupação com os estudos da técnica. *Revista do Instituto Humanitas Unisinos*, São Leopoldo, n. 375, outubro 2011.

SILVERMAN, David. *Interpreting qualitative data: methods for analyzing talk, text and interaction*. London: Sage Publications, 2001.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio Guilherme. *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, 1973, p.11-25.

\_\_\_\_\_. *Simmel, a estética e a cidade*. São Paulo: Annablume, 2011.

SIMÕES, Inimá; COSTA, Alcir Henrique da; KEHL, Maria Rita. *Um país no ar: história da TV brasileira em três canais*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SISARIO, Ben. Mercedes-Benz to Sponsor U.S. Version of Rock in Rio. *The New York Times*, New York, 18 mar. 2015. Media, p. 1.

SISARIO, Ben. *Roberto Medina, Founder of Rock in Rio Festival, Takes it to Las Vegas*. 2014. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2014/07/10/business/media/rockinrio-founderrobertomedinaistakingthefestivaltoLasVegas.html>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

SISARIO, Ben. *MercedesBenz to Sponsor U.S. Version of Rock in Rio*. 2015. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2015/03/19/business/media/mercedesbenztosponsorusversionofrockinrio.html>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz. O objeto da comunicação é a vinculação social. *Pensamento Comunicacional Latino Americano*. São Paulo, v. 3, n. 1, p.1-6, out-nov-dez. 2001. Entrevista concedida a Desirée Rabelo.

\_\_\_\_\_. Financeirização do mundo e educação. *IC - Revista Científica de Información y Comunicación*. Sevilha, n. 9, pág. 49-60, jan-dez 2012.

SOMOGGI, Amir. *Super Bowl e seu impacto econômico de US\$ 500 milhões*. 2015. Disponível em: <[http://www.lancenet.com.br/minuto/AcademiaLANCESuperBowl/economicoUS\\_0\\_1297670310.html](http://www.lancenet.com.br/minuto/AcademiaLANCESuperBowl/economicoUS_0_1297670310.html)>. Acesso em: 7 out. 2015.

SOUSA, Filipe Lages de. (Org.). *BNDES 60 anos: perspectivas setoriais*. Rio de Janeiro: BNDES, 2012.

SPAZIANTE, Lucio. *Dai beat alla generazione dell' IPOD: Le culture musicali giovanili*. Roma: Carocci, 2010.

STAKE, Robert. *Pesquisa qualitativa: estudando como as coisas funcionam*. Porto Alegre: Penso, 2011.

STRANGIO, Donatella. Mega Eventos e Città “Globali: le esposizioni Universali e le Città della Cultura. *Logos*, Rio de Janeiro, v. 40, n.24, v.1, 1º semestre 2014.

\_\_\_\_\_. Uma questão de definição: literatura e estratégias variáveis para megaeventos. In: FREITAS, Ricardo Ferreira; LINS, Flávio; SANTOS, Maria Helena Carmo. *Megaeventos*. [EdUERJ: Rio de Janeiro, 2016]. No prelo.

STRAUSS, Neil. *The pop life: man of grand ideas welcomes the world to his party in Rio*. 2001. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2001/01/24/arts/thepoplifemanofgrandideaswelcometheworldtohispartyinrio.html?pagewanted=1>>. Acesso em: 02 nov. 2015.

TARDÁGUILA, Cristina. Máquina de captar dinheiro: vice-presidente do Rock in Rio, o publicitário Rodolfo Medina reúne R\$ 55 milhões em patrocínio e se esforça para ficar longe dos holofotes. *O GLOBO*, Rio de Janeiro, 16 de abril de 2011. Segundo Caderno, p.4.

TEOBALDO, Izabelv Naves Coelho. A cidade espetáculo. *Sociologia: Revista do Departamento de Sociologia da FLUP*, v. XX, pág. 137-148, 2010.

TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. 16. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

TOFFLER, Alvin. *O choque do futuro*. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.

TRAVEL QUOTIDIANO. *Il brand Brasile al primo posto tra i 21 paesi latinamericani*. 2015. Disponível em: <<http://www.travelquotidiano.com/estero/brandbrasilealprimoposto21paesilatinoamericani/tqid230318>>. Acesso em: 10 out. 2015.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Entretenimento: uma crítica aberta*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.

TRINDADE, Eneus. Mediatização em Processos promocionais de ativação das marcas: perspectivas da publicidade. In: XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – INTERCOM 2013, Mossoró. *Anais do Intercom 2013*. Mossoró: UERN, 2013.

TÜRCKE, Christoph. *Sociedade excitada*. Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

WILLIAMS, Rosalind H. *Dream worlds: mass consumption in late nineteenth-century France*. Berkeley: University of California Press, 1982.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

VAINER, Carlos. *Cidade de Exceção: reflexões a partir do Rio de Janeiro*. Anais do XIV Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional - ANPUR, Rio de Janeiro, 2011.

VALCKE, Jérôme. *Excesso de democracia afeta organização da Copa, diz Valcke: declaração*. [24 mar. 2013]. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2013/04/24/excesso-de-democracia-no-brasil-afeta-organizacao-da-copa-diz-valcke.htm>>. Acesso em: 1 abr. 2014.

VALENTINO, Pietro Antonio. I grandi eventi. In: *L'Italia*. Il declino economico e la forza del turismo. Roma: Marchesi, 2009.

VALERI, Valerio. Festa. In: *Enciclopedia*, VI. Turim: Einaudi, 1979.

VAINER, Carlos. Cidade de Exceção: reflexões a partir do Rio de Janeiro. In: XIV Encontro Nacional da ANPUR 2011, Rio de Janeiro. *Anais do Encontro Nacional da ANPUR*, Rio de Janeiro: 2011.

VAN DER WAGEN, Lynn. *Event Management: For Tourism, Cultural, Business and Sporting Events*. Melbourne, Austrália: Hospitality Press, 2001.

VASCONCELOS, Maria João. *Marketing Territorial*. 2011. Disponível em: <<http://powerhouse.ativism.pt/powerhouse/zine/9>>. Acesso em: 19 mar. 2015.

VEBLEN, Thorstein. *A Teoria da Classe Ociosa: Um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

VECCHIATO, Giampietro. *Relazioni pubbliche e comunicazione*. Strumenti concettuali. Metodologia. Case history. Milão: FrancoAngeli, 2003.

VELASCO, Honorio; CRUCES, Francisco; RADA, Angel Diaz de. Festa di tutti, festa per tutti. In: ARIÑO, Antonio Villarroya; LOMBARDI SATRIANI, Luigi. (Orgs.). *L'utopia di Dioniso: Festa fra tradizione e modernità*. Roma: Meltemi, 1997. p. 149-166.

VELHO, Gilberto. Mudança social, universidade e contracultura. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes; NAVES, Santuza Cambraia. *“Por que não?” Rupturas e continuidades da contracultura*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2007.

VIEIRA, Marcos Vinicius; MOURA, Rachel de Almeida. *A cidade do Rio de Janeiro e suas representações na/da paisagem: beleza e medo*. Curitiba, 2006. Disponível em: <<http://www.geografia.ufpr.br/neer/NEER-1/comunicacoes/rachel-marcos.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2009.

VITELLIO, Ilaria. *Regimi urbani e grandi eventi: Napoli, una città sospesa*. Milão: FrancoAngeli, 2009.

VIRILIO, Paul. *O espaço crítico*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

VV.AA. *Rock in Rio Lisboa: Eu Fui*. Lisboa: Guerra e Paz, 2012.

WILLMAN, Chris. *Rock in Rio's Shaky Las Vegas Debut: Inside the Numbers*. 2015. Disponível em: <<http://www.billboard.com/articles/columns/musicfestivals/6575772/rockinrio-shakylas-vegasdebutinsidenumbers>>. Acesso em: 22 jun. 2015.

WOLF, Michael J. *The entertainment economy*. How mega-media forces are transforming our lives. Nova Iorque: Crown Publishing, 2003.

YÚDICE, George. Apontamentos sobre alguns dos novos negócios da música. In: HERSCHMANN, Micael. (Org.). *Nas bordas e fora do mainstream musical*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

ZIBETTI, Silvana. *Jeans: um símbolo da cultura jovem*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Marília, Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo, Marília, 2007.

ZIELINSKI, Siegfried. *Arqueologia da Mídia: em busca do tempo remoto das técnicas do ver e ouvir*. São Paulo: Annablume, 2006.

\_\_\_\_\_. Ser offline e existir online. *Revista do Instituto Humanitas Unisinos*, São Leopoldo, n. 375, outubro 2011.