

Faltam 10 dias: Com festa que vai além da música e experiências inéditas, The Town anuncia video mapping do Amazônia Live - Hoje e Sempre no Skyline

Entre as atrações das mais de 14 horas de festa diária também estão o The Flight, The Tower Experience, ativações de marca, espetáculo pirotécnico, brinquedos, além da gastronomia da Área Vip, Market Square e das recém-reveladas opções de alimentação do gramado

[Download de material](#)

São Paulo, 27 de agosto de 2025: A contagem regressiva entrou na reta final: faltam apenas 10 dias para a segunda edição do The Town. Enquanto a Cidade da Música se prepara para receber o público, o festival aproveita para destacar a festa que acontece além dos grandes shows dos palcos. Dos mesmos criadores do Rock in Rio, o The Town vai oferecer aos fãs uma experiência completa, onde cada canto festival se torna um convite para viver momentos inesquecíveis. Durante os cinco dias, além de conferirem as apresentações históricas, as pessoas também vão se surpreender com o um vídeo mapping por todo o palco Skyline, o espetáculo aéreo do The Flight, a potência da The Tower Experience, as disputadas ativações de marca, as delícias e ampla variação de gastronomia seja ela no gramado ou em outros espaços, a adrenalina de andar em um dos brinquedos radicais, a emoção do já tradicional show pirotécnico que será de tirar o fôlego, além de diversos pontos instagramáveis como o lettering com letras gigantes que forma “THE TOWN” e que possui 45m de largura e 6,5 metros de altura.

Em 2025, uma novidade que vai marcar a edição é o inédito video mapping no palco Skyline, em referência ao Amazônia Live - Hoje e Sempre. O espetáculo, que acontece em todos os dias, começa com um show de luzes de 30 segundos e segue para uma projeção mapeada de aproximadamente três minutos e meio, acompanhada por uma trilha sonora composta especialmente para o momento. A tecnologia, que conta com 15 projetores e dois canhões de laser, dará vida a elementos que exaltam a potência da floresta Amazônica em um verdadeiro espetáculo audiovisual. O conteúdo também vai valorizar as comunidades ribeirinhas, muitas vezes invisibilizadas, mas fundamentais na proteção da biodiversidade e no movimento da economia da região.

“Desde a sua primeira edição, o The Town se destaca pelas experiências que vão muito além das grandes performances que acontecem nos palcos. Queremos que cada pessoa viva não apenas os shows, mas também a jornada inesquecível por cada espaço que compõe a Cidade da Música. Do voo surpreendente do The Flight às experiências gastronômicas, dos brinquedos radicais às ativações de marca, passando pelas estreias do Quebrada, da The Tower Experience e do video mapping no Skyline, tudo é pensado para que o público viva um momento único e especial, e leve para casa lembranças para toda a eternidade. Essa variedade de experiências é o que faz do festival uma verdadeira cidade dos sonhos”, afirma Ana Deccache, diretora de marketing da Rock World.

The Flight traz um espetáculo nos céus de São Paulo

A segunda edição do The Town vai surpreender o público dentro e fora dos palcos da Cidade da Música. Sucesso na edição de 40 anos do Rock in Rio, a Esquadrilha Céu vai fazer sua estreia no festival paulista com o momento 'The Flight', formado por cinco aviões comandados por experientes pilotos que formarão um balé no espaço aéreo próximo ao Autódromo de Interlagos. Eles realizarão diversas acrobacias de tirar o fôlego que serão sincronizadas com a novidade de fogos de artifício diurnos, com 400 disparos, sendo 80 por dia, e uma tecnologia sem explosão, mas que irá cobrir a Cidade da Música com cores que será um show à parte.

Responsável por proporcionar diversos espetáculos icônicos como os que aconteceram na Cidade do Rock neste ano, a Esquadrilha Céu executa demonstrações aéreas em vários eventos pelo Brasil, exibindo manobras acrobáticas de voo em formação. As atividades da marca tiveram início no ano de 2011, no antigo Clube Céu, às margens da Lagoa de Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, e desde lá os pilotos já acumularam mais de 25.000 horas de voo. Assim como no Rock in Rio, quando encantou as milhares de pessoas na plateia, na Cidade da Música o público poderá conferir o espetáculo 'The Flight' em todas as datas do The Town.

Festival anuncia as operações gastronômicas de gramado, com opções para todos os gostos

Seja na Market Square, espalhada pelo gramado, na Área Vip ou no The Town Club Lounge, a gastronomia é um dos grandes pilares do The Town. Em 2025, o festival contará com diversas opções de gastronomia, trazendo diversidade de sabores e opções para todos os gostos.

No gramado, o público encontrará mais seis opções de rótulos de chope Eisenbahn e mais de 30 opções de lanches, desde fast-foods a pratos elaborados, incluindo opções vegetarianas e veganas, em operações da Seara, Club Social, Nissin, Bauducco, 3 Corações, Cinemark, Papila, Bacio di Latte, Bob's, Nathan's, Dominos, Johnny Rockets, Hot n'Tender, Spoleto, Lollipop Bomboniere, Artesano, El Malak, Dream Churros, Sirène Fish & Chips, Nutty Bavarian, Creperize, Team Eventos, Muy Amigo, Sagrado Fuego, Vivenda do Camarão e Casa do Pão de Queijo.

Em 2025, a Área Vip, chega ainda maior e mais alta. Ocupando um espaço ainda maior de 18.558m², com três andares e uma estrutura robusta e totalmente nova, o local, em parceria com a GSH Live, conceituada empresa de catering e que traz seu chef executivo João Magalhães, proporciona também uma gastronomia que vai deixar os fãs com água na boca a todo o instante. O público poderá viver uma experiência única com o GSH Chef's Station – local onde, diariamente, os renomados chefs Tassia Magalhães, que comanda o Nelita, Eduardo Ortiz, a frente do Metzi, e Felipe Rodrigues, o Chef executivo da Cidade Matarazzo, irão finalizar ao vivo seus pratos mais emblemáticos, proporcionando uma viagem culinária única e interativa.

Já a área de gastronomia sofisticada da Cidade da Música, um dos pontos altos da primeira edição do The Town, chega com novidades neste ano. Em 2025, o Market Square – espaço ideal para quem busca uma experiência gastronômica diferenciada dentro do festival – contará com um cardápio exclusivo criado especialmente pelo renomado chef Henrique Fogaça. O menu inédito com mais de 20 opções de pratos exclusivos, que variam entre

salgados, doces e veganos, transforma a riqueza cultural e musical de São Paulo em uma experiência gastronômica única. Patrocinado pelo iFood e pela Eisenbahn (patrocinadora master e cerveja oficial do evento), a área estará dividida em seis estações, trazendo criações exclusivas do Chef, que foram inspiradas em diferentes ritmos e regiões da cidade, conectando estilos musicais como samba, punk, jazz, MPB, hip hop e disco a pratos autorais e autênticos. No espaço, o público também poderá conhecer os sabores do Cão Véio – gastropub idealizado por Fogaça em parceria com Fernando Badauí, vocalista do CPM22, que se apresenta no dia 7 de setembro no palco The One – além das delícias do Sal Gastronomia e Jamile, restaurantes do Henrique Fogaça que também ganharam pratos inspirados em seus respectivos menus.

O The Town Club, o clube de benefícios perfeito para os grandes admiradores do maior festival de música, arte e cultura de São Paulo, conta com o The Town Club One nesta edição. Por meio dessa categoria, o Club vai proporcionar uma jornada singular, transformando os momentos na Cidade da Música em memórias ainda mais inesquecíveis, ao permitir acesso exclusivo dos membros em experiências incríveis com vagas limitadas. Entre as novidades, o The Town Club One traz, pela primeira vez, um jantar especial preparado em todos os dias de festival pelo renomado chef Giovanni Renê. Durante os cinco dias de festival, Giovanni, vencedor do reality show Top Chef Brasil em 2021, vai surpreender e encantar o público ao comandar um menu delicioso com seus pratos que combinam influências italianas, francesas e asiáticas de maneira única.

The Tower Experience vai surpreender, encantar e emocionar os fãs

O The Town ganha, neste ano, um novo e inédito espaço que será o grande after da Cidade da Música: a The Tower Experience. A experiência começa logo após o encerramento do Palco Skyline e convida o público a mergulhar em uma fábula contemporânea, protagonizada pelo dragão Drahan – que fica no topo da torre –, onde fantasia e realidade se misturam, em um espetáculo com cenografia de tirar o fôlego. A Rock World, com o patrocínio da Eisenbahn, inova mais uma vez ao apresentar uma das experiências mais impactantes já vistas em um festival no mundo: serão 120 artistas em cena, incluindo a Orquestra Sinfônica Heliópolis, um corpo de balé com direção coreográfica de Mariana Barros, com figurinos exclusivos criados pelo renomado figurinista Fábio Namatame, um coral com vozes potentes, além dos DJs Victor Lou, GBR, Cat Dealers, Dubdogz, Liu e ANNA, que assumem a música do local a cada noite. As performances acontecerão sobre um espelho d'água iluminado, sustentado por uma base cenográfica de 285 metros quadrados, que abriga uma piscina com capacidade para 2.800 litros de água. Esse recurso, aliado aos efeitos de pirotecnia, intensifica ainda mais o impacto visual do espetáculo.

Ativações de marca são um show à parte na Cidade da Música

Na segunda edição do The Town, as marcas parceiras do festival vão fazer um show à parte, transformando a Cidade da Música em um espaço repleto de experiências e ativações inovadoras. Em 2025, o festival conta com mais de 70 marcas parceiras, sendo que 44 delas estiveram na edição de 2023, oferecendo mais de 70 opções de brindes e realizando mais de 80 ativações em estandes espalhados pelo gramado. Como patrocinadora master, a Eisenbahn tem um estande de 225m², o “Eisen Rock Station” simulando uma estação de trem. Além de serem patrocinadores do Skyline, da Market Square e da The Tower

Experience, a marca também é patrocinadora da Tirolesa e conta com um Beer Wall com Rooftop no Skyline e 3 Beer Station.

Entre as patrocinadoras, marcas como Porto, Riachuelo, Seara, Coca-Cola, Itaú, Vivo, Volkswagen e iFood estarão presentes. Já de Apoio Institucional tem Prefeitura de São Paulo e Governo do Estado de São Paulo. TV Globo, Multishow,, Globoplay Eletromidia, 89 FM - Rádio Rock, Rádio Mix, Mix Rio, O Globo, Folha de S. Paulo, Estadão, Flix e Novaparadiso são os Media Partners. Como apoiadores estão Johnnie Walker, Latam, Movida, Superbet, Vale, Gerdau, 3 Corações, ViaMobilidade, Linhas 8 e 9, Hellmann's, Club Social Snack, Trident, Cif, Estácio - Instituto Yudqs, Piracanjuba Pro Force, Amstel Vibes, Airbnb, Pague Menos, Bauducco, Cup, Noodles, Bob's, Neve e Sabesp. Na parte de Content Partner tem Billboard. Entre os parceiros tem Arklok, Salton, EventSEG, Metrô, Zoox, CTPM e SegurPro. De fornecedores estão Abix, Gabisom e Mills.

Entre as experiências de marcas, o The Town é também conta com um parque de diversões que tem as marcas com patrocinadoras. Brinquedos icônicos estarão espalhados pela Cidade da Música, elevando a experiência do público a outro nível. Entre eles, a Montanha-Russa, patrocinada pela Porto, o Discovery, em parceria com a Superbet, a Roda-Gigante, do Itaú, além do Megadrop, patrocinado pela Vivo, e a Tirolesa, da Eisenbahn. Todos os brinquedos poderão ser agendados diretamente pelo aplicativo oficial do festival, evitando as filas e garantindo praticidade durante toda a experiência.

Um dos momentos mais aguardando pelo público, o espetáculo pirotécnico vai encantar a todos os presentes

Nesta edição, o festival conta com o já famoso show piromusical com 1.600 disparos de artefatos coloridos criado especialmente para o evento, que combina fogos de artifício com uma música de dois minutos, criando uma experiência audiovisual sincronizada e emocionante. Os fogos de artifício coloridos serão coreografados com uma trilha sonora, resultando em um espetáculo visualmente deslumbrante e musicalmente envolvente. O show piromusical eleva a experiência dos fogos de artifício tradicionais ao combinar o poder da música com a beleza visual dos fogos de artifício. Essa união cria uma experiência sensorial ampliada, intensifica as emoções, permite a criação de narrativas e temáticas, e oferece um entretenimento de qualidade superior. É uma forma de espetáculo que encanta e surpreende o público do festival.

Cidade da Música chega repaginada e com novidades para a segunda edição do The Town

Em uma área total de 460 mil m², equivalente a 70 campos de futebol, que engloba público e operação, a Cidade da Música já começa a tomar forma. O The Town conta em sua estrutura com 16 mil m² de grama sintética, 771 containers, 2.261,50 m² de painéis de LED – mais que o dobro utilizado na primeira edição – e impressionantes 150 quilômetros de fios elétricos, o suficiente para cobrir a distância entre o Autódromo de Interlagos e o estado de Minas Gerais. Para garantir conforto, o festival contará com oito ilhas de banheiros, totalizando 288 mictórios e 774 cabines, além de cinco ilhas de hidratação, cada uma com dois containers e 28 pontos de água, somando 140 pontos em toda a Cidade da Música.

Recebendo quatro shows por dia de grandes artistas nacionais e internacionais da música, o gigante Skyline, que mantém o lugar da edição anterior, já chama atenção por si só com sua cenografia inspirada nos arranha-céus de São Paulo, composta por 15 edifícios icônicos da cidade, feitos com chassis metálicos e acabamento em ACM aço escovado e policarbonato. Com 90m de largura por 40m de altura, o palco chega ainda mais robusto em 2025, com impressionantes 546m² de LED – 300 m² a mais do que a quantidade utilizada na primeira edição. A estrutura total soma 440 toneladas, sendo 21,7 toneladas apenas de cenografia. O Skyline será o ponto de encontro dos nomes mais esperados do festival, como Travis Scott, Green Day, Backstreet Boys, Mariah Carey e Katy Perry, que lideram a lista de headliners da segunda edição.

O palco The One também terá uma cenografia de tirar o fôlego. Inspirado nos grandes museus de arte de São Paulo, o palco traz com uma cenografia composta por chassis estruturais em formato de cubos com acabamento em PVC expandido e painéis de LED ao fundo. Com 75m de largura por 27m de altura, a estrutura impressiona com seus mais de 30 telões de LED. Ao todo, são 320 toneladas de estrutura e 26 toneladas dedicadas à cenografia. Em 2025, o The One ganha uma nova localização: estará no espaço que, em 2023, abrigava o Megadrop, em frente ao local em que ficava o The Town Club Lounge. O palco agora conta com um amplo anfiteatro natural, garantindo uma visão privilegiada dos shows. Com quatro apresentações por dia, o espaço receberá performances nacionais e internacionais originais e exclusivas, que vão levar a música além da música em diversos momentos.

Outro destaque é a São Paulo Square, um espaço que homenageia a origem da cidade com uma cenografia inspirada em sete arquiteturas históricas marcantes da metrópole e na região em que São Paulo foi fundada. Carregando uma trilha sonora composta, principalmente, por jazz e blues, o espaço terá quatro apresentações por dia, além de performances de rua que completam a atmosfera vibrante da área. A cenografia representa sete edificações históricas da capital, distribuídos em cerca de 1.300 m² de fachadas construídas em fibra de vidro, com uma tonelada de estrutura metálica. Com 75m de largura por 18m de altura, o projeto utiliza aproximadamente 32 toneladas de material cenográfico. A estrutura conta ainda com uma boca de cena de 10m de largura por 5m de altura. O palco, sucesso na primeira edição, também ganhou uma nova localização e ficará no local onde estava o The One em 2023.

Inspirado nos antigos galpões das fábricas da zona industrial da cidade, o Factory se transforma em um verdadeiro palco para grandes talentos da música nacional. Em 2025, o espaço passa a ocupar o espaço que era da São Paulo Square e ganha uma área de anfiteatro natural mais ampla, permitindo que o público aproveite cada segundo dos shows. Com 102m de largura por 16m de altura, sua cenografia conta com 6,5 toneladas e traz fachadas que remetem aos antigos galpões das fábricas da zona industrial de São Paulo.

Em 2025, o The Town ganha um novo palco cheio de identidade: o Quebrada, que vai celebrar a potência das periferias com muita música, cultura e arte. Este será um palco vivo, que nasce como uma grande tela em branco que começa a ganhar vida antes mesmo do início do The Town e segue sendo grafitada e pintada ao longo dos dias de festival por artistas da periferia, diante dos olhos do público, até se transformar em uma obra de arte vibrante, coletiva e cheia de potência. A cenografia, que também traz elementos das áreas urbanas periféricas – como casas, escadas, caixas d'água e postes –, pesa impressionantes 14,15 toneladas e é composta por chassis metálicos com acabamento em fibra de vidro e pintura artística. O

palco, que estará localizado ao lado do The One, tem 47m de largura por 17m de altura, com uma boca de cena de 12,75m de largura por 7,60m de altura. Com uma programação potente ao longo dos cinco dias de festival, o Quebrada trará diversas apresentações marcantes por dia, além de performances de rua que completam a atmosfera vibrante do espaço e emocionam o público.

Entre as grandes novidades de 2025 está a The Tower Experience, uma das experiências mais impactantes já vistas em um festival no mundo. A estrutura cenográfica é uma torre de aproximadamente 25m de altura, construída em estrutura metálica revestida em ACM, com 16m de largura e composta por 352 m² de painéis de LED. As performances acontecem sobre um espelho d'água iluminado, que combina efeitos de fogo, luz e som com projeções e sistemas visuais integrados. Toda a estrutura é sustentada por uma base cenográfica de 285m², que abriga uma piscina com capacidade para 2.800 litros de água. Um dos grandes destaques da cenografia é o dragão animatrônico "Drahan", elemento cênico que vai impressionar o público com sua presença e movimento. Possuindo 15m de comprimento e uma envergadura de asas de 13,5m, o dragão se move em tempo real e interage com os fãs, sendo o centro de uma narrativa que guia o espetáculo. Ao todo, serão 120 artistas em cena, incluindo a Orquestra Sinfônica Heliópolis, um corpo de balé com direção coreográfica de Mariana Barros, figurinos assinados por Fábio Namatame, um coral com vozes potentes, além dos DJs Victor Lou, GBR, Cat Dealers, Dubdogz, Liu e ANNA, que assumem a música do local ao fim de cada noite do festival, logo após o encerramento do Palco Skyline no maior after de todos os tempos.

A montagem da Market Square também avança, com um espaço gastronômico sofisticado de 2.870 m², ideal para quem busca uma experiência diferenciada dentro do festival. O espaço, que terá uma nova posição próxima à área que antes pertencia ao Factory, contará com um menu exclusivo criado especialmente pelo renomado chef Henrique Fogaça. Com seis restaurantes, diferentes quiosques e opções de bebidas e comidas que dão água na boca, a Market Square será coberta e climatizada, com capacidade para até cerca de 2.000 pessoas simultâneas. Nesta edição, o espaço ainda ganha o Beer Garden: uma ampla varanda de 500 m² com vista para a Cidade da Música, equipada com diversas mesas para sentar e esticar as pernas.

Para quem busca adrenalina, o The Town 2025 também vai contar com atrações de entretenimento que prometem deixar a experiência ainda mais completa. Entre os brinquedos disponíveis estão o Megadrop, com 30m de altura; a Montanha Russa, que atinge 65 km/h, tem 14m de altura, 19,75m de largura, 43,2m de comprimento e capacidade estimada de 550 passageiros por hora; a Roda Gigante, com 36m de altura e embarque de quatro gôndolas por parada; o Discovery, com 20m de altura, 14m de largura, 17m de comprimento e capacidade para 40 pessoas; e a Tirolesa, que parte de uma torre com 22m de altura e percorre 200m de extensão.

Outra novidade para este ano será um espetáculo aéreo no céu da Cidade da Música: o The Flight. Responsável por proporcionar diversos espetáculos de tirar o fôlego, a Esquadrilha Céu executa demonstrações aéreas em vários eventos pelo Brasil, exibindo manobras acrobáticas de voo em formação. As atividades da marca tiveram início no ano de 2011, no antigo Clube Céu, às margens da Lagoa de Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, e desde lá os pilotos já acumularam mais de 25.000 horas de voo. O público poderá conferir o espetáculo em todas as datas do The Town.

Venda geral de ingressos está disponível no site da Ticketmaster Brasil

A venda geral de ingressos do The Town acontece exclusivamente online, por meio da plataforma Ticketmaster Brasil (thetown.ticketmaster.com.br).

O ingresso custa **R\$ 975,00 a inteira e R\$ 487,50 a meia-entrada** e não há cobrança de taxa de conveniência. Haverá checagem de documento que comprove o benefício de meia-entrada nas entradas do festival. Em caso de não comprovação, o usuário do ingresso poderá complementar o pagamento do ingresso ou card em seu valor integral nos pontos de atendimento para meia-entrada (SAC meia-entrada). Os grupos que têm direito ao benefício são: maiores de 60 anos; estudantes de ensino fundamental, médio ou superior da rede pública ou particular; jovens pertencentes a famílias de Baixa Renda (com idades de 15 a 29 anos); pessoas com deficiência (e um acompanhante); professores das Redes Públicas Estadual e Municipais de Ensino de São Paulo; e aposentados. Para evitar filas, a organização indica que o documento esteja em mãos ao se dirigir até a catraca. Saiba qual documento é indispensável para cada categoria:

- Maiores de 60 anos: Documento de identidade oficial com foto;
- Estudantes de ensino fundamental, médio ou superior da rede pública ou particular: Carteira de Identificação Estudantil (CIE), emitida pela ANPG, UNE, Ubes, entidades estaduais e municipais, Diretórios Centrais dos Estudantes, Centros e Diretórios Acadêmicos, conforme modelo único nacionalmente padronizado. Os elementos indispensáveis da CIE são: nome completo e data de nascimento do estudante; foto recente do estudante; nome da instituição de ensino na qual o estudante esteja matriculado; grau de escolaridade; e data de validade até o dia 31 de março do ano subsequente ao de sua expedição. Não serão aceitos em nenhuma hipótese boleto bancário ou comprovante de mensalidade;
- Jovens pertencentes a famílias de Baixa Renda (com idades de 15 a 29 anos): Carteira de Identidade Jovem, emitida pela Secretaria Nacional de Juventude a partir de 31 de março de 2016, acompanhada de documento de identidade oficial com foto;
- Pessoas com Deficiência (e um acompanhante): Documento de identidade oficial com foto e Cartão de Benefício de Prestação Continuada da Assistência Social da Pessoa com Deficiência ou documento emitido pelo Instituto Nacional do Seguro Social – INSS que ateste a aposentadoria de acordo com os critérios estabelecidos na Lei Complementar no 142, de 8 de maio de 2013 ou laudo médico atestando a deficiência com o número da CID;
- Professores das Redes Públicas Estadual e Municipais de Ensino de São Paulo: Professores, Diretores, Coordenadores pedagógicos, Supervisores e Titulares de cargos do quadro de apoio das escolas das redes públicas estadual e municipais de ensino de São Paulo – Apresentação da carteira funcional emitida pela Secretaria da Educação ou pela apresentação do holerite do servidor (comprovante de pagamento do salário);
- Aposentados: Comprovação da condição de aposentado mediante a apresentação de documento hábil (exemplo: apresentação de documento de identidade oficial com foto e/ou cartão de benefício do INSS que comprove a condição).

Na venda de ingressos do The Town para o público em geral, os clientes podem comprar até 04 (quatro) ingressos de Gramado por dia de festival em seu CPF, sendo no máximo 1 (uma) meia-entrada para cada dia. Exclusivamente, Pessoas com deficiência poderão selecionar, além do seu ingresso, 01 ingresso meia-entrada adicional para o seu acompanhante para

cada dia comprado. Respeitando o limite de no máximo 04 ingressos por dia de festival em seu CPF. Máximo de 20 (vinte) ingressos por CPF.

O pagamento pode ser efetuado com PIX e cartões de crédito. Clientes que efetuarem o pagamento com os cartões de crédito Itaú, Itaucard, Credicard, Hipercard e Iti poderão parcelar sua compra em até 8x sem juros. Nos demais cartões aceitos, o pagamento poderá ser feito em até 6x sem juros.

A classificação etária do evento é de 16 (dezesseis) anos. A entrada de menores de 16 (dezesseis) anos será permitida desde que estejam acompanhados dos pais ou representantes legais.

Sobre o The Town

A primeira edição do The Town, festival dos mesmos criadores do Rock in Rio, aconteceu em setembro de 2023 e entrou para a história e para a agenda oficial dos eventos paulistanos! Para 2025, nos dias 6, 7, 12, 13 e 14 de setembro o espetáculo promete ser ainda maior. Sendo considerado o maior festival de música, cultura e arte de São Paulo, o The Town é realizado na Cidade da Música, em uma área de 360 mil m² do Autódromo de Interlagos, totalmente renovada para a melhor experiência do público.

Na primeira edição, foram meio milhão de pessoas em cinco dias, 220 ativações, 125 shows, nove ambientes, seis palcos, um musical, 235 horas de experiência e uma semelhança inacreditável com a primeira edição do Rock in Rio, lá em 1985. Nomes da música nacional e internacional se apresentaram nos palcos do festival, como Post Malone, Bruno Mars, Maroon 5 e Foo Fighters. Neste ano, Travis Scott, Green Day, Backstreet Boys, Mariah Carey e Katy Perry são os headliners do Skyline.

A cenografia da Cidade da Música foi cuidadosamente projetada para refletir a rica cultura e arquitetura de São Paulo. O palco Skyline, inspirado nos icônicos prédios da cidade, recebe artistas do mundo inteiro, compondo as quatro atrações do dia. Já o The One, com um cenário inspirado nos museus de arte da capital, vai promover grandes encontros e reflexões artísticas. A São Paulo Square veio inspirada na região em que a cidade de São Paulo foi fundada, em prédios históricos com arquiteturas icônicas de São Paulo, enquanto o Factory traz um toque industrial, inspirado em antigos galpões, proporcionando um ambiente único para as apresentações. No palco Quebrada, espaço totalmente novo no festival, o público vai celebrar a autenticidade das periferias brasileiras. Outra novidade deste ano é a The Tower Experience, que vai levar a plateia em uma viagem pela história do dragão Drahan, embalada por muita música e efeitos especiais.

O The Town também se destacou em 2023 pelo compromisso com a sustentabilidade, orientado pelos pilares de Sonhar e Fazer Acontecer da plataforma “Por Um Mundo Melhor”, que nasceu a partir do Rock in Rio e, hoje, é uma área consistente dentro da Rock World. The Town foi pioneiro na utilização de 472 mil copos reutilizáveis durante os cinco dias de evento, evitando a geração de 10 toneladas de resíduos. Em parceria com a ONG Gerando Falcões, a Gerdau e a Fundação Grupo Volkswagen, o The Town lançou o projeto Favela 3D, voltado para o desenvolvimento social da Favela do Haiti, em São Paulo. Por meio de uma metodologia escalável e sustentável, 290 famílias estão sendo impactadas por ações que promovem o fortalecimento comunitário, empregabilidade, empreendedorismo, capacitações profissionais e acompanhamento individualizado, ao longo de dois anos. Ao completar um ano, a Favela do Haiti celebrou o pleno emprego.

A primeira edição do The Town teve um impacto econômico significativo, gerando R\$ 1,9 bilhão para a cidade e criando mais de 23,4 mil empregos. Com uma comunicação que atingiu 145 milhões de pessoas e provocou 2,21 milhões de conversas nas redes sociais, The Town se consolidou no calendário cultural e econômico do país.

Assessoria de imprensa

PR The Town

Approach Comunicação

thetown@approach.com.br

Guilherme Fontenelle (Assistente de Atendimento) | 21 99156-0216

guilherme.fontenelle@approach.com.br

Maria Mariana Braga (Assistente de Atendimento) | 21 97925-9113

mariamariana.braga@approach.com.br

Jullia Bustamante (Atendimento) | 21 99599-0015

jullia.bustamante@approach.com.br

Marina Milhazes (Gerente) | 21 98810-6760

marina.milhazes@approach.com.br

Fabiana Guimarães (Diretora) | (21) 98818-4845