**The Town 2025: dos criadores do Rock in Rio, festival-irmão em São Paulo já recebeu 200 mil pessoas no primeiro fim de semana e regressa no próximo com Mariah Carey, Backstreet Boys e Katy Perry**

*Festival criado pelos mesmos organizadores do Rock in Rio regressou este ano ainda maior, com novos palcos, cenários grandiosos e um line-up de peso. Travis Scott, Green Day e Lauryn Hill marcaram a primeira metade do festival; os próximos dias terão Mariah Carey, Backstreet Boys e Katy Perry.*



**Lisboa / São Paulo, 9 de setembro de 2025** — A segunda edição do **The Town**, festival criado pelos mesmos organizadores do **Rock in Rio**, abriu em grande no último fim de semana: **200 mil pessoas** passaram pela **Cidade da Música**, no Autódromo de Interlagos, em São Paulo.

Foram dois dias de momentos históricos, com **Travis Scott** a estrear-se no The Town perante 100 mil fãs, os lendários **Green Day** e **Bad Religion** a incendiarem a multidão com energia punk-rock, e a icónica **Lauryn Hill** a emocionar a plateia acompanhada pelos filhos YG Marley e Zion Marley.

Mas o The Town foi muito além da música. A edição de 2025 conquistou o público com experiências inéditas que marcaram a diferença: o espetáculo aéreo **The Flight**, o after multimédia **The Tower Experience** e o novo palco **Quebrada**, que celebrou a vitalidade das periferias de São Paulo através da música, da cultura e da arte. A tudo isto juntaram-se as disputadas ativações de marca, uma oferta gastronómica variada e de grande qualidade, a adrenalina das atrações radicais, a emoção do já tradicional espetáculo pirotécnico e dezenas de cenários instagramáveis que geraram alguns dos cliques mais partilhados do fim de semana.



**Novo palco conquistou o público: o Quebrada celebrou a força das periferias com arte ao vivo e em tempo real**

Em 2025, o The Town estreou um novo palco cheio de identidade: o **Quebrada**, que celebrou a vitalidade das periferias com música, cultura e arte. Este foi um palco vivo, que começou como uma tela em branco antes da abertura do festival e foi sendo pintado e grafitado ao longo dos dias pelos artistas **Carol Calor, Poisé, Cléo TMJ, Cat, Felip3ªVisão e Z.One**. No final do fim de semana, transformou-se numa vibrante obra coletiva.

A cenografia trouxe elementos das áreas urbanas periféricas — casas, escadas, depósitos de água e postes. Localizado junto ao The One, o palco, com 47 metros de largura por 17 de altura, recebeu atuações poderosas ao longo dos primeiros dois dias, incluindo **MC Hariel** e **Tasha & Tracie**, além de performances de rua que completaram a atmosfera vibrante do espaço.

**The Tower Experience estreou com um “after” inédito em festivais**

Outra das grandes novidades foi a **The Tower Experience**, que se revelou o after oficial da Cidade da Música. Logo após o encerramento do palco Skyline, o público mergulhou numa fábula contemporânea protagonizada pelo dragão **Drahan**, no topo da torre, onde fantasia e realidade se misturaram num espetáculo cénico de cortar a respiração.

Com o patrocínio da **Eisenbahn**, a Rock World voltou a inovar ao apresentar uma das experiências mais impactantes já vistas em festivais no mundo: **120 artistas em cena**, entre eles a Orquestra Sinfónica Heliópolis, um corpo de bailado, um coro e DJs como **Victor Lou, Cat Dealers e Dubdogz**. As performances aconteceram sobre um espelho de água iluminado, assente numa base cenográfica de 285m², que abrigava uma piscina de 2.800 litros. Este recurso, aliado a efeitos pirotécnicos, intensificou o impacto visual do espetáculo.

**The Flight coloriu os céus de Interlagos**

O espetáculo aéreo **The Flight** trouxe cinco aviões de combate comandados por pilotos experientes, que realizaram acrobacias sincronizadas com fogo de artifício diurno — 400 disparos no total, com tecnologia sem explosão — enchendo os céus da Cidade da Música de cores e emoção.

**Gastronomia foi um dos pontos altos**

A gastronomia voltou a ser um dos grandes pilares do The Town. Na **Market Square**, no relvado, na **Área VIP** e no **The Town Club Lounge**, o público encontrou dezenas de opções, desde fast food a pratos elaborados, com diversidade de sabores para todos os gostos, incluindo opções vegetarianas e vegan.

Na Área VIP, chefs como **Tassia Magalhães, Eduardo Ortiz e Felipe Rodrigues** prepararam pratos em tempo real. O **The Town Club One** apresentou jantares exclusivos assinados por **Giovanni Renê**, vencedor do *Top Chef Brasil*. Já a **Market Square** contou com um menu exclusivo do chef **Henrique Fogaça**, inspirado em diferentes ritmos musicais de São Paulo.

**Ativações de marca transformaram a Cidade da Música**

Mais de **70 marcas parceiras** estiveram presentes nesta edição, 44 delas já desde 2023, criando experiências e ativações únicas. A **Eisenbahn**, patrocinadora master, montou o “**Eisen Rock Station**”, inspirado numa estação de comboios. Outras marcas como **Coca-Cola, Itaú, Vivo, Volkswagen, iFood, Johnnie Walker e Latam** trouxeram ativações e experiências memoráveis.

O parque de diversões foi outro sucesso, com brinquedos patrocinados: a **Montanha-Russa (Porto)**, o **Discovery (Superbet)**, a **Roda-Gigante (Itaú)**, o **Megadrop (Vivo)** e a **Tirolesa (Eisenbahn)**, todos acessíveis através da aplicação oficial, evitando filas.

**Resultados e impacto**

* **200 mil pessoas** já participaram no primeiro fim de semana.
* **Nota média de satisfação 8,9** (pesquisa GfK), com destaque para segurança, circulação e experiência geral.
* **4 palcos ativos + 3 experiências inéditas** (The Flight, The Tower Experience e Quebrada).
* O festival reforça o impacto económico e social de São Paulo, tal como o Rock in Rio faz há 20 anos em Lisboa.

**O que vem por aí**

O The Town regressa já no próximo fim de semana — **12, 13 e 14 de setembro** — com atuações muito aguardadas:

* **Mariah Carey**, em concerto exclusivo no Brasil;
* **Backstreet Boys**, em noite de nostalgia;
* **Katy Perry**, que encerra o festival com um espetáculo audiovisual inédito;
* Além de nomes como **Jason Derulo, Jessie J, Ivete Sangalo, Lionel Richie, Camila Cabello** e muitos outros.

**Website:** [**https://thetown.com.br/**](https://thetown.com.br/)

**Instagram:** [**https://www.instagram.com/thetownfestival/**](https://www.instagram.com/thetownfestival/)

**After Movie 1º Fim de Semana:**[**https://www.instagram.com/p/DOWoImrEUSP/**](https://www.instagram.com/p/DOWoImrEUSP/)

**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.

Na estreia, foram **meio milhão de pessoas em cinco dias**, 220 ativações, 125 concertos, nove ambientes, seis palcos, um musical, 235 horas de experiências e uma semelhança marcante com a primeira edição do Rock in Rio, em 1985. Nomes como **Post Malone, Bruno Mars, Maroon 5 e Foo Fighters** subiram aos palcos do festival.

Em 2025, o The Town regressou ainda maior, com os headliners **Travis Scott, Green Day, Backstreet Boys, Mariah Carey e Katy Perry** a liderarem o line-up do palco Skyline.

A cenografia da Cidade da Música foi cuidadosamente projetada para refletir a rica cultura e arquitetura de São Paulo. O **Skyline**, inspirado nos icónicos arranha-céus da cidade, recebeu artistas de todo o mundo. O **The One**, inspirado nos museus de arte, promoveu grandes encontros artísticos. A **São Paulo Square** recriou a arquitetura histórica da capital, enquanto o **Factory** trouxe a atmosfera industrial. O novo **Quebrada** deu palco à autenticidade das periferias, e a **The Tower Experience** levou o público a uma viagem pela lenda do dragão Drahan.

Em 2023, o The Town destacou-se também pelo compromisso com a **sustentabilidade**, através da plataforma “**Por Um Mundo Melhor**”, nascida no Rock in Rio. O festival foi pioneiro na utilização de **472 mil copos reutilizáveis**, evitando 10 toneladas de resíduos. Em parceria com a **ONG Gerando Falcões, Gerdau e Fundação Grupo Volkswagen**, lançou o projeto **Favela 3D**, que impactou 290 famílias da comunidade do Haiti, em São Paulo, com iniciativas de empregabilidade, empreendedorismo, formação e acompanhamento individual. Um ano depois, a favela celebrou o pleno emprego.

A primeira edição do The Town gerou ainda **1,9 mil milhões de reais de impacto económico** para a cidade e criou mais de **23.400 empregos**. A comunicação alcançou 145 milhões de pessoas e gerou 2,21 milhões de conversas nas redes sociais, consolidando o The Town no calendário cultural e económico do Brasil.