

ENTREVISTA DE *Quinta*

‘Sucesso comercial não é o único critério para tocar no João Rock’

Fundador do festival, Marcelo Rocci fala sobre a escolha de aristas para o evento

DA REDAÇÃO
redacao@jornalribeirao.com.br

Faltando pouco mais de quatro meses para a edição 2026 do João Rock, um dos principais festivais de música brasileira, o evento já pode ser considerado um sucesso comercial.

Grandes marcas mantiveram a parceria e a pré-venda de ingressos - iniciada esta semana - esgotou as primeiras entradas em poucas horas.

Em entrevista ao Jornal Ribeirão, Marcelo Rocci, diretor artístico e comercial do João Rock, fala sobre a trajetória do festival, a escolha de artistas para cada um dos palcos e sua perspectiva para o futuro.

Jornal Ribeirão: Nascido como um festival de rock nacional, o João Rock abriu espaço para outros estilos e se consolidou como um evento de música brasileira. Como foi essa transição para você?

Marcelo Rocci: A abertura para outros estilos musicais começou ainda nas primeiras edições, por volta de 2007 e 2008. A partir daquele momento, o João Rock passou a ampliar o espaço para diferentes talentos da música brasileira, movimento que se tornou ainda mais evidente nos últimos anos com a criação de novos palcos. Essa expansão permitiu que o evento crescesse e se reinventasse ao longo do tempo, com cada palco ganhando sua própria identidade, enquanto o Palco João Rock mantinha a essência original.

Ritmos como a MPB, por exemplo, ganharam mais

destaque no Festival com o passar do tempo, embora sempre tenham feito parte da nossa história. Em 2008, por exemplo, o line-up contou com Seu Jorge; em 2009, Jorge Ben Jor. Artistas como Alceu Valença, Zé Ramalho e Zeca Baleiro também marcaram presença em diferentes momentos do festival já em seus primeiros anos.

Assim, de forma plural, o João Rock preserva sua base ligada ao rock nacional, especialmente no Palco João Rock, onde tudo começou, mas também abre espaço para estilos que dialogam com a proposta do evento, como MPB, rap e reggae.

Além do sucesso comercial, quais critérios técnicos ou artísticos um artista precisa ter para ser convidado a tocar?

Para participar do João Rock, o sucesso comercial não é o único critério. O principal é que o artista tenha legitimidade e verdade naquilo que faz, construindo uma trajetória relevante dentro da música brasileira.

Isso vale especialmente quando falamos de novos talentos. Já no caso dos artistas mais consolidados, o olhar recai sobre a história construída ao longo da carreira e sobre a importância que eles têm dentro do cenário musical.

Hoje, para um artista alcançar um sucesso consistente, é fundamental ter essa essência e representar, de alguma forma, a voz do público.

Na hora de montar o li-

ne-up, o processo é quase como um chefe de cozinha prepara um prato. É preciso ter um bom destaque principal, mas também construir uma base sólida que dê equilíbrio ao conjunto. Não adianta exagerar em um único ingrediente, seja ele qual for.

Esse cuidado com o equilíbrio entre o novo e o clássico é, na minha visão, um dos fatores que contribuem para a relevância do João Rock ao longo desses 23 anos.

O festival tem crescido tanto em público quanto em participação de marcas. A quais fatores você atribui esse resultado?

O crescimento do João Rock, tanto em público quanto na presença de marcas, está muito ligado a uma característica que faz parte do próprio festival: a inquietude. Todos os anos a organização procura olhar para dentro, entender o que pode melhorar, onde é possível evoluir e quais são as necessidades do público naquele momento.

Quando existe essa disposição para ouvir, avaliar e aprimorar a experiência, o reconhecimento acaba acontecendo. As pessoas entendem que o João Rock acontece em um único dia, mas entrega uma experiência muito intensa e especial para quem participa.

Esse cuidado também se reflete na relação com os patrocinadores. As marcas reconhecem o profissionalismo envolvido na construção do festival e enxergam valor em estar associadas a um

evento que mobiliza o público e tem forte conexão com a música brasileira.

A Prefeitura de Ribeirão Preto anunciou recentemente a realização de estudos para revitalização do parque permanente de exposições. Como um dos principais “ocupantes” do parque, vocês pretendem participar dessas discussões?

O Bananas Eventos atua há mais de 30 anos na indústria do entretenimento, realizando festas, shows, eventos esportivos, festivais e rodeios. Ao longo dessa trajetória, a empresa acumulou experiência na organização de grandes eventos e no relacionamento com diferentes estruturas e espaços voltados ao público.

Por conta dessa vivência, acredito que podemos contribuir com esse tipo de discussão. Temos uma história construída no setor e um conhecimento prático que pode colaborar em iniciativas que envolvam a realização e a estrutura de grandes eventos.

Vocês anunciaram recentemente sete das 27 atrações previstas para a edição deste ano. Anunciar parte do line-up foi uma estratégia ou uma demanda do público?

Foi uma estratégia, mas também responde a uma ansiedade natural do público em saber quem vai subir ao palco no festival. Existe sempre essa expectativa em torno do line-up, e atender um pouco dessa curiosidade também faz parte da relação que construímos com quem acompanha o João Rock.

Ao mesmo tempo, estamos sempre buscando nos reinventar e pensar em formas diferentes de trabalhar a comunicação do evento. Não dá para repetir sempre a mesma fórmula ou atuar no automático. Divulgar as atrações em “pílulas” acaba sendo uma maneira interessante de manter o público engajado ao longo desse processo.

Pelo retorno que tivemos até agora, é uma estratégia que pode ter funcionado bem.

Nos períodos pré e pós festival, os fãs do João Rock costumam lembrar shows históricos. Se você tivesse que escolher um único show ou momento na história do festival que resume o que é o “espírito João Rock”, qual seria?

Se tivesse que escolher um momento que represente o espírito do João Rock, eu destacaria o encontro entre Pitty e Emicida. Foi um show único, que só aconteceu no festival, reunindo rock e rap no mesmo palco.

São dois artistas extremamente talentosos, com trajetórias fortes e muito criteriosos na construção da experiência para o público. Desde os detalhes de iluminação até o próprio encontro entre eles, tudo foi pensado para criar algo especial ao vivo.

Essa combinação de artistas, estilos e energia do palco acabou gerando um momento muito marcante. Para mim, resume bem essa magia que o João Rock busca criar a cada edição e este ano com certeza novos encontros virão!



Marcelo Rocci, Sócio-fundador e diretor artístico e comercial do João Rock

Divulgação