

75 anos da Uerj – a ação simbólica institucional de iluminar o Cristo Redentor com as cores da Universidade¹

Ricardo BENEVIDES²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

O trabalho tem como objetivo apresentar a ação simbólica de comunicação institucional realizada pela Diretoria de Comunicação da Uerj, no contexto do aniversário de 75 anos da Universidade, que fez com que o monumento do Cristo Redentor ganhasse as cores da instituição, em estratégia que envolveu outras atividades. A prática foi planejada para gerar como desdobramentos o efeito de orgulho da comunidade uerjiana e a visibilidade midiática em articulação com o trabalho de relações com a imprensa. Em sua formulação, o projeto foi viabilizado a partir da gestão de relacionamento com apoiadores privados, tendo como contrapartida a ação de propaganda institucional, alinhada como apoio às iniciativas da Universidade e tudo o que envolvem.

Palavras-chave

75 anos; Uerj; Cristo Redentor; comunicação institucional; estratégia.

No dia 4 de dezembro de 2025, a Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj) completou 75 anos de existência, fato que levou vários de seus componentes organizacionais a planejarem uma série de ações comemorativas ao longo daquele ano, culminando com uma programação especial de eventos na semana do aniversário. Muitas dessas iniciativas ficaram sob a responsabilidade da Diretoria de Comunicação Social da Uerj (Comuns), que as conduziu a partir de um planejamento integrado, articulando os objetivos da efeméride aos objetivos regulares das suas coordenadorias

¹ Resumo expandido apresentado ao Grupo de Pesquisa 6 – Gestão de comunicação e estratégias comunicacionais, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Professor associado do Departamento de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da Uerj, e-mail: dribene@uol.com.br.

– em particular, a de Gestão e Produção de Conteúdo, a de Mídias Digitais, a de Relacionamento com a Imprensa e a de Relações Institucionais.

Uma dessas ações consistiu em iluminar o monumento do Cristo Redentor com as cores da Uerj (azul e dourado) na véspera do aniversário, em um evento que reuniu no local do Santuário representantes da Universidade e as equipes de comunicação responsáveis por registrar o ocorrido e produzir conteúdos para diferentes canais.

Situado no topo do morro do Corcovado, inaugurado em 1931, o Cristo foi escolhido como uma das sete maravilhas do mundo moderno, em 2007, e está associado a sentidos para muito além da sua dimensão religiosa. A estátua simboliza a cidade do Rio de Janeiro, comumente percebida a partir da ideia de hospitalidade – na representação dos braços abertos –, sendo elemento fundamental para a sua própria identidade.

“O Cristo Redentor trazendo as cores da Uerj é para lembrar que a Uerj é do Rio, que a Uerj é uma universidade que está com os braços abertos”, afirma a reitora Gulnar Azevedo e Silva no vídeo publicado no perfil oficial da instituição (Uerj.official, 05/12/2025), vinculando-a à cidade e fortalecendo o laço de identificação – que também aparece na fala do vice-reitor, Bruno Deusdará: “A Universidade, que cresceu e se expandiu, está aqui mostrando a cara e dizendo que esses 75 anos são 75 anos de uma história que também é a história do Rio” (Uerj.official, 05/12/2025).

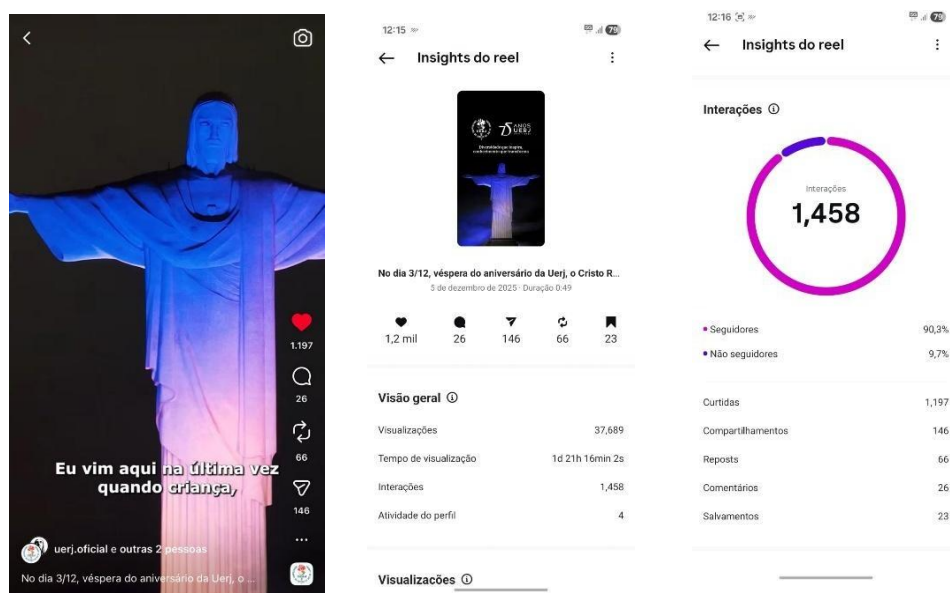
Essa atividade de comunicação institucional corresponde ao que Margarida Kusch compreende como aquela que “constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político-social na sociedade onde está inserta” (Kunsch, 2003, p.164). Mara Dubugras Machado lembra que, na comunicação institucional, “tudo é pensado para desenvolver e manter a imagem perante a sociedade e seus *stakeholders*, por meio de patrocínio de esportes, cultura, ações sociais, assessoria de imprensa e benefícios desenvolvidos para a sociedade” (2021). As falas dos dois principais gestores da Universidade evidenciam esses aspectos apontados pelas autoras, ao associar a Uerj ao monumento e seus sentidos mais marcantes no imaginário social – o caráter histórico, a grandiosidade e o reconhecimento.

No contexto do aniversário e da história da instituição, a ação também pode se inscrever na dimensão proposta por Larissa Conceição dos Santos, ao afirmar que a

construção histórico-narrativa nas organizações contemporâneas ultrapassa a celebração mítica (...) e dá lugar a uma narrativa pautada pelo real e – por que não dizer? – pelo presente. O culto aos personagens fundadores é substituído pelo aporte histórico nacional, onde a organização se vê partícipe no desenvolvimento da sociedade e da nação (Santos, 2014, p.63).

A publicação alcançou as marcas de 37.689 visualizações, 1.458 interações e tempo de visualização total de um dia, 21 horas e 16 minutos (Figura 1). Entre os 26 comentários da postagem, a maior parte reflete o orgulho de pessoas cuja trajetória está relacionada à Uerj e/ou exalta a sua importância no momento do aniversário.

Figura 1 – Post (reels) sobre o Cristo iluminado e suas métricas



Fonte: Uerj.official, 05/12/2025.

“Tanto do ponto de vista organizacional quanto dos participantes, a tentativa é de estender ao máximo a circulação midiática do evento, para ganhos de imagem e reputação”, como reconhece Vinhola (2025, p.82) ao refletir sobre as práticas da área.

Mas, para se viabilizar, o evento da iluminação do Cristo precisou de uma logística um tanto mais complexa. O Instituto Redemptor, organização social responsável por administrar o Santuário do Cristo, impõe uma série de critérios que precisam ser cumpridos por qualquer instituição interessada em associar a sua imagem à da estátua. Há também um custo elevado para os padrões de universidades públicas, sempre subfinanciadas no Brasil e com recorrentes dificuldades de custeio orçamentário.

No caso em questão, a solução proposta envolveu a combinação de duas outras

ações em uma, como contrapartida viável para cumprir as exigências do Instituto Redemptor: uma campanha de doação de alimentos junto à comunidade uerjiana, visando à confecção de cestas básicas para o Natal das famílias atendidas pelo Instituto; e a busca de um patrocinador para uma doação expressiva de panetones para a composição das cestas.

A estratégia para a captação de patrocínio, nesse caso, envolveu a redação de um projeto com a previsão de contrapartidas próprias nessa “triangulação”, em que o(s) apoiador(es) doaria(m) mil panetones para o Instituto e obteria(m) o reconhecimento a partir de postagens no perfil Uerj – um vídeo nos *stories* e uma postagem no *feed* –, atualmente com 237 mil seguidores, além do crédito da informação em eventuais matérias, conseguidas como resultado do trabalho da Coordenadoria de Relacionamento com a Imprensa da Comuns (Figura 2). Duas organizações concordaram em patrocinar: a distribuidora de alimentos Recreio Rio e a distribuidora de bebidas Coast Wines.

Figura 2 – Matéria da CNN – Iluminação do Cristo e menção aos patrocinadores



Fonte: Nicolau, 2025.

Feita a entrega dos mil panetones e dos alimentos arrecadados pela comunidade, o planejamento do evento passou a envolver as equipes de Relações Institucionais – que cuidaram da logística da ida dos representantes da Universidade e da coordenação dos profissionais que fariam a cobertura – e a equipe de Relações com a Imprensa que ofereceria a pauta aos veículos de comunicação.

No conjunto das ações de celebração dos 75 anos da Uerj, a iluminação do Cristo Redentor contribuiu para que a Universidade se valesse dos aspectos que permeiam o contexto de midiatização profunda dos eventos (Vinhola, 2025), renovando os significados de sua reputação.

Referências

KUNSCH, Margarida Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Edição revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Summus, 2003.

MACHADO, Mara Dubugras. Comunicação Institucional. São Paulo: SENAC, 2021. E-book.

NICOLAU, André. “Uerj celebra 75 anos com show e iluminação do Cristo Redentor”. Matéria publicada no portal da CNN em 03/12/2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/educacao/uerj-celebra-75-anos-com-shows-e-iluminacao-do-cristo-redentor/>, acesso em 06/03/2026.

UERJ.OFICIAL. Vídeo (Reels) sobre o Cristo Redentor iluminado com as cores da Uerj. Publicação no perfil oficial da Uerj no Instagram, em 05/12/2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DR4tiTRqlh9/?igsh=NWwwdHg0NDU5OWhs>, consulta em 06/03/2026.

UERJ.OFICIAL. Campanha de doação de alimentos. Publicação no perfil oficial da Uerj no Instagram, em 17/11/2025. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DRKtng8kWKg/?img_index=2&igsh=MWFieW02bDNIN2dhaw==, consulta em 06/03/2026.

SANTOS, Larissa Conceição dos. História e legitimação organizacional: reflexões acerca das narrativas histórico-organizacionais. **Organicom**, São Paulo, Brasil, v. 11, n. 20, p. 61–72, 2014. DOI: [10.11606/issn.2238-2593.organicom.2014.139217](https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2014.139217). Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/139217>. Acesso em: 20 abr. 2026.

VINHOLA, Bruno Garcia. “Os eventos sob a perspectiva da midiatização”. **Organicom**, São Paulo, Brasil, v. 22, n. 47, p. 76–86, 2 jul. 2025. DOI: [10.11606/issn.2238-2593.organicom.2025.233502](https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2025.233502). Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/233502>. Acesso em: 06/03/2026.