

Letramento racial crítico em enunciados verbo-visuais: tensionamentos, ideologias e sentidos

RESUMO

Kahuanna Andrews de Jesus Oliveira

kahuanna.oliveira@gmail.com

Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Curitiba, Paraná, Brasil.

Maria de Lourdes Rossi Remenche

mremenche@professores.utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Curitiba, Paraná, Brasil.

Este artigo pretende analisar campanhas publicitárias veiculadas pelo Ministério da Igualdade Racial (MIR) nas redes sociais, compreendendo-as como enunciados inscritos no campo das políticas públicas de equidade racial e voltados à sensibilização e à valorização da diversidade. Ao mobilizar recursos verbo-visuais com intencionalidades educativas e formativas, essas campanhas buscam intervir na construção de sentidos sociais, culturais e políticos, dialogando com diferentes públicos e tensionando discursos historicamente hegemônicos. À luz da perspectiva dos gêneros discursivos bakhtinianos (Bakhtin, 1997) e dos pressupostos do Letramento Racial Crítico (Ferreira, 2015), o estudo investiga como a articulação entre o verbal e o visual contribui para a produção de sentidos antirracistas. A análise, de natureza qualitativo-interpretativista, toma como corpus o carrossel de maior engajamento publicado em 2023 na página oficial do MIR, buscando compreender de que modo esses enunciados verbo-visuais operam como práticas discursivas dialógicas que disputam ideologias raciais, ampliam a visibilidade de vozes historicamente silenciadas e reafirmam a publicidade governamental como um espaço de letramento racial e de afirmação da justiça social.

PALAVRAS-CHAVE: Enunciados verbo-visuais. Letramento Racial Crítico. Dialogismo.

INTRODUÇÃO

O Ministério da Igualdade Racial (MIR) vem desenvolvendo e divulgando, sobretudo em redes sociais, campanhas publicitárias destinadas à sensibilização e à valorização da diversidade racial, configurando enunciados que se inscrevem no campo das políticas de equidade. Essas campanhas institucionais têm como finalidade mobilizar a construção de sentidos sociais e culturais, produzindo discursos capazes de dialogar com diferentes setores da sociedade e, assim, interferir em percepções, comportamentos e práticas.

Compreender o funcionamento discursivo dessas campanhas demanda considerar suas intenções comunicativas e seus potenciais efeitos educativos. Nesse sentido, os gêneros discursivos (Bakhtin, 1997) oferecem um instrumental pertinente para examinar a organização dialógica desses enunciados, permitindo identificar vozes sociais que se articulam e sentidos que buscam instaurar. Paralelamente, o Letramento Racial Crítico (Ferreira, 2015) possibilita discutir como essas práticas midiáticas interrogam estereótipos, ampliam a visibilidade de grupos historicamente marginalizados e colaboram com a promoção de uma educação antirracista no espaço público.

Diante disso, este artigo tem como objetivo analisar como a linguagem verbo-visual contribui para o letramento racial nas campanhas publicitárias do Ministério da Igualdade Racial (MIR). Para a constituição do *corpus*, selecionou-se, na página oficial do MIR, o carrossel mais curtido no ano de 2023. A análise, de natureza qualitativo-interpretativista, apoia-se nos pressupostos bakhtinianos sobre linguagem e nos fundamentos do LRC, a fim de compreender de que modo os enunciados verbo-visuais produzidos pelo MIR constituem práticas discursivas que tensionam ideologias raciais e instauram sentidos antirracistas no ambiente midiático.

Nessa direção, propomos uma leitura dialógica que enfatiza a articulação entre o verbal e o visual na construção de sentidos sobre raça. Especificamente, buscamos analisar os recursos verbo-visuais mobilizados e suas implicações para a desconstrução de perspectivas racistas, destacando a alteridade que orienta a construção das representações. Nessa abordagem, este estudo contribui para a compreensão da publicidade governamental como um espaço de disputa simbólica e de afirmação de vozes historicamente silenciadas, ampliando os debates sobre o papel da linguagem, especialmente das materialidades verbo-visuais, na construção de uma sociedade mais justa e racialmente equânime.

RAÇA, COLONIALIDADE E PRÁTICAS DE LETRAMENTO RACIAL CRÍTICO: HORIZONTES PARA A EQUIDADE

A categoria “raça” não corresponde a uma essência biológica, mas a uma construção histórica que emergiu do contato entre europeus e outros povos antes mesmo da expansão colonial. Foi, contudo, durante o período colonial que essa noção assumiu centralidade, ganhando força como ferramenta de legitimação da escravidão e das desigualdades que moldaram profundamente a sociedade brasileira. Como produto social e científico, a ideia de raça foi formulada no interior da Europa e, em seguida, exportada para as colônias como instrumento eficaz de controle e dominação.

Nesse sentido, Quijano (2005) caracteriza esse processo como a formação de uma “ordem de cultura global”, fundada na imposição de uma lógica eurocêntrica que organizou não apenas as relações econômicas e políticas, mas também a produção do conhecimento. A modernidade, articulada ao colonialismo, consolidou a Europa como parâmetro universal de humanidade, racionalidade e moralidade, gerando homogeneização cultural e intensificando mecanismos de controle.

Dialogando com essa perspectiva, Mbembe (2018) interpreta a invenção da raça como um “complexo perverso” responsável por produzir tormentos físicos e psíquicos, instituindo o terror como forma de governo. Nesse regime, os corpos racializados são submetidos à condição de propriedade, privados de direitos fundamentais, como o pertencimento, a autonomia corporal e a participação política. A desumanização promovida pelo sistema racial, portanto, reduz o sujeito negro à condição de objeto, esvaziando sua humanidade.

Fanon (1961) aprofunda esse debate ao destacar que a raça está intrinsecamente ligada ao ressentimento gerado pela dominação colonial. A experiência negra, marcada por violências e humilhações sistemáticas, transformou seres humanos em “coisas”, tratadas legalmente como mercadorias. Esse processo desestruturou identidades, laços comunitários e formas de pertencimento, produzindo cicatrizes históricas que reverberam até o presente.

Diante desse legado de desigualdade e desumanização, a conscientização emerge como elemento fundamental para a construção de uma sociedade mais justa. Trata-se de um fenômeno socialmente produzido, atravessado por relações de poder e disputas discursivas. Para Paulo Freire (1963), conscientizar-se é superar condições indignas e assumir a capacidade de refletir criticamente sobre elas – o que reforça a necessidade de debater o racismo e suas formas cotidianas de reprodução. Combatê-lo, portanto, é condição imprescindível para garantir dignidade e igualdade de oportunidades, especialmente para a população negra.

É nesse horizonte que o Letramento Racial Crítico se apresenta como instrumento central para reconhecer e questionar as estruturas que sustentam a discriminação em diferentes esferas sociais, como a escola, o mercado de trabalho e as relações interpessoais (Ferreira, 2012). Ao tensionar representações e estimular uma leitura crítica da realidade, o LRC funciona como um “mecanismo impulsionador da mudança e da transformação social” (Kleiman, 2000), permitindo que indivíduos e comunidades identifiquem discursos hegemônicos, reconstruam identidades e promovam a justiça racial.

O desenvolvimento dessa consciência crítica contribui para desconstruir estereótipos, fortalecer identidades e evidenciar o caráter socialmente construído, e superável, do racismo. Assim, o Letramento Racial atua tanto na transformação cultural quanto na estrutural, promovendo o respeito à diversidade e o compromisso com a equidade (Ferreira, 2012). Apesar de amplamente refutada, a noção de raça ainda opera como justificativa para desigualdades, demonstrando sua função política na manutenção da marginalização de grupos racializados.

Esse debate se amplia quando incorporamos a Teoria Racial Crítica (TRC), que evidencia como raça e racismo se articulam a outras formas de opressão, como gênero, classe e sexualidade, na produção das desigualdades sociais. Ao desafiar discursos de neutralidade ou meritocracia, a TRC expõe as engrenagens estruturais que sustentam a desigualdade e defende um compromisso ativo com a justiça

social. Sua abordagem interdisciplinar valoriza o conhecimento experiencial das pessoas racializadas, reconhecendo suas vivências como imprescindíveis para compreender a complexidade do racismo (Ferreira, 2015). Assim, constitui-se um importante dispositivo de desconstrução das estruturas opressivas, de restauração da agência dos sujeitos e de construção de uma ordem social baseada em justiça, respeito e igualdade (Ladson-Billings, 1998).

O DISCURSO PUBLICITÁRIO INSTITUCIONAL DO MIR SOB A PERSPECTIVA BAKHTINIANA

Uma campanha publicitária, além de reunir ações previamente planejadas e coordenadas para alcançar um público específico, também interfere na forma como esse público percebe e interpreta o mundo que o cerca, repercutindo em suas escolhas e comportamentos. Percy e Rosenbaum-Elliott (2012) destacam que a efetividade desse tipo de ação depende da formulação de uma mensagem objetiva e persuasiva, da seleção apropriada dos meios de circulação e do emprego de estratégias que estimulem a sensibilização, despertem interesse e provoquem respostas do receptor (Charaudeau, 2007). Assim, toda campanha é regida por intenções comunicativas definidas. No caso das iniciativas do Ministério da Igualdade Racial (MIR), tais estratégias são orientadas para produzir discursos que fortaleçam práticas de letramento racial crítico e restitua visibilidade a sujeitos historicamente silenciados na mídia.

Com base nessa compreensão do funcionamento das campanhas publicitárias, este estudo se fundamenta na perspectiva dos gêneros discursivos formulada por Bakhtin (1997), que entende a linguagem como prática essencialmente dialógica e atravessada por intenções discursivas. Tal abordagem permite examinar como os discursos institucionais do MIR se inserem nas diferentes esferas sociais e ideológicas, assumindo um papel formativo na produção de sentidos e na promoção de práticas antirracistas.

A influência da mídia e da publicidade é central na perpetuação de estereótipos e na manutenção da invisibilidade de sujeitos racializados, colaborando para a continuidade de discursos que minimizam ou negam o racismo estrutural. Diante disso, o espaço publicitário emerge como um campo dialógico privilegiado de disputa de sentidos e de possibilidade de transformação. Campanhas voltadas à equidade racial podem funcionar como formas de resistência simbólica e colaborar na desconstrução de estereótipos, incentivando o desenvolvimento de uma consciência crítica sobre as práticas racistas. É nesse cenário que se insere a atuação do MIR, que busca destacar a identidade negra e enfrentar a discriminação por meio de discursos estratégicos.

Nessa perspectiva dialógica da linguagem, Bakhtin (1997) concebe os sentidos como resultado das interações entre diferentes vozes sociais, políticas e históricas. O discurso não é homogêneo nem neutro, ele se orienta por propósitos definidos, que conferem forma e direção ao enunciado, o que Bakhtin (1997) denomina intuito discursivo. Assim, os enunciados publicitários, especialmente em campanhas institucionais, são organizados de modo a mobilizar o receptor, construir vínculos simbólicos e promover alinhamentos ideológicos. O discurso, portanto, deve ser entendido como prática social orientada, construída a partir das condições de produção, do gênero e da relação responsiva com o interlocutor.

Partindo dessa compreensão, considera-se que o discurso publicitário institucional não apresenta um único ponto de vista, mas reúne diversas vozes que dialogam, convergem ou entram em tensão. Tal fenômeno refere-se à polifonia bakhtiniana, que entende o enunciado como ponto de encontro de visões de mundo distintas e, muitas vezes, conflitantes. A circulação das campanhas do MIR, portanto, se realiza nesse entrecruzamento de perspectivas históricas, sociais e culturais, que disputam sentidos e produzem significados sobre raça, identidade e desigualdade.

Além disso, a escolha do gênero discursivo utilizado pelo enunciador revela suas intenções e define a maneira como o discurso se organiza. O gênero, para Bakhtin (1997), é uma forma relativamente estável de enunciar e está diretamente ligado às condições de interação e ao propósito comunicativo. O intuito discursivo, nesse quadro, funciona como força organizadora que estrutura conteúdo, estilo e configuração do enunciado. Isso se manifesta de modo particularmente estratégico nas campanhas do MIR, nas quais escolhas de vocabulário, entonação, estética e representação buscam capturar a atenção do público, dialogar com debates sociais e responder criticamente a discursos excludentes. Desse modo, o discurso publicitário atua como resposta a narrativas históricas de apagamento, instaurando representações afirmativas da população negra e comprometidas com o enfrentamento do racismo estrutural.

Embora o Círculo Bakhtiniano não tenha concentrado seus estudos especificamente na imagem, seu entendimento da linguagem como fenômeno ideológico e valorado sustenta leituras que abarcam o visual e a cultura visual (Brait, 2013), como é o caso das campanhas verbo-visuais analisadas nesta pesquisa. Para Bakhtin (1997), a linguagem não se restringe à palavra, ainda que esta exerça papel central na organização da vida social. Todo fenômeno semiótico que carrega valor e se orienta para um interlocutor constitui um enunciado, o que permite compreender a imagem e as relações verbo-visuais como materialidades discursivas dotadas de sentido e atravessadas pela alteridade.

Beth Brait (2013) reforça que analisar a verbo-visualidade sob a ótica dialógica exige esforço teórico-metodológico, dada a predominância histórica do estudo do verbal nas ciências da linguagem. Contudo, a crescente presença de enunciados verbo-visuais na vida social, nas ruas, nas mídias, nas escolas, requer métodos que integrem as linguagens verbal e visual sem reduzir sua complexidade. Assim, a autora defende a necessidade de abordagens que considerem a imagem como componente legítimo da produção discursiva, dotado da mesma densidade analítica atribuída ao verbal.

Nesse cenário, a alteridade aparece como princípio estruturante das campanhas publicitárias. O sujeito se constitui na relação com o outro, mobilizando discursos que já circulam socialmente. O encontro entre diferentes vozes, saberes e perspectivas produz tensões e reflexões polifônicas que atravessam a produção das campanhas do MIR. O discurso publicitário, portanto, opera como instrumento que possibilita a participação ativa dos sujeitos nos debates sociais, influenciando percepções, identidades e modos de compreender o outro. Enquanto unidade concreta da comunicação, ele amplia o estudo da linguagem ao situá-la em seu contexto social real, no qual sentidos são continuamente negociados e transformados (Bakhtin, 1997).

A expressividade presente nas campanhas não surge de modo isolado: ela é cuidadosamente moldada em diálogo com discursos sociais previamente circulantes. Cada escolha lexical, cada entonação inclusiva e cada tonalidade representativa responde tanto às expectativas do público quanto às narrativas hegemônicas que disputam sentidos no espaço social. Assim, ao mobilizar palavras, gestos e estratégias simbólicas voltadas para afirmações positivas da população negra, o discurso publicitário tenta se posicionar diante de debates sociais mais amplos, oferecendo contrapontos às estruturas históricas de exclusão e contribuindo para o enfrentamento do racismo estrutural.

Embora Bakhtin (1997) não apresente um modelo específico para os gêneros argumentativos, suas reflexões sobre os gêneros do discurso, a dialogicidade e o propósito enunciativo fornecem ferramentas valiosas para compreender como a argumentação opera no interior das campanhas. Nessa perspectiva, todo ato argumentativo está sempre relacionado à palavra de outro, inscrito em um contexto social e orientado por um objetivo definido. Por isso, a argumentação se configura como um processo contínuo e inacabado: cada enunciado se soma a uma cadeia histórica de sentidos, ampliando-a e reconfigurando-a.

A abordagem semiótico-filosófica fornece uma base potente para analisar o visual, a cultura do visual (Brait, 2013) e o sincretismo verbo-visual característico das campanhas. A linguagem, para Bakhtin (1997), ultrapassa a palavra estritamente verbal; ela abrange todo fenômeno ideológico dotado de valor, moldado pelo olhar do outro e dirigido a um interlocutor concreto ou suposto. A palavra, nesse sentido, incorpora verbal e não-verbal e se materializa como enunciado porque recebe acentuação valorativa. Assim, formas visuais, gestos, cores e composições também passam a constituir linguagem enquanto portadores de valor social.

Beth Brait (2013) destaca justamente o desafio de analisar o verbo-visual pela ótica bakhtiniana, uma vez que a tradição linguística priorizou o estudo do verbal. Contudo, a autora aponta a necessidade de reconhecer a presença crescente de enunciados verbo-visuais nos espaços sociais e de desenvolver metodologias capazes de descrever e interpretar esses enunciados com o mesmo rigor aplicado aos discursos estritamente verbais. Por isso, as análises contemporâneas passaram a incluir a verbo-visualidade como objeto de reflexão central, reconhecendo que ela figura em diversas esferas de atividade humana.

Nesse cenário, a verbo-visualidade torna-se elemento constitutivo de discursos, especialmente no campo educacional, onde a combinação de linguagens potencializa a construção de sentidos. Assumir essa complexidade é fundamental para compreender a articulação de múltiplos planos semióticos, permitindo uma abordagem discursiva consistente e dialógica.

Essa dimensão dialógica também se manifesta nos discursos publicitários, pois o indivíduo se constitui nas relações com o outro, carregando consigo discursos alheios que moldam suas percepções e identidades. O diálogo, entendido como espaço ideológico de encontro entre visões de mundo, torna-se terreno fértil para confrontos, negociações e ressignificações. Assim, o discurso publicitário funciona como prática que participa da constituição do sujeito, influenciando modos de pertença, reconhecimento e construção identitária.

Nessa perspectiva, o signo, para Bakhtin (1997), configura-se como ação responsiva, sempre vinculada à expectativa de uma réplica, de uma resposta. Nos

discursos verbo-visuais das campanhas, esse princípio se evidencia na articulação entre palavra, imagem, cor e composição, elementos que, juntos, convocam o público a produzir sentidos situados socioculturalmente. Por isso, a análise dessas campanhas exige uma compreensão do enunciado como unidade complexa, na qual múltiplos modos semióticos se entrelaçam.

A partir dos princípios semióticos, torna-se possível reconhecer que a interação entre texto e imagem amplia a força argumentativa das campanhas. Cores, símbolos e estruturas visuais se somam ao verbal para construir significados densos e persuasivos, ativando repertórios culturais e afetivos. Dessa forma, a verbo-visualidade acompanha o discurso publicitário e constitui seu núcleo de produção de sentido, sobretudo em campanhas que buscam intervir nos debates sobre raça e equidade social.

Desse modo, reconhecer a verbo-visualidade como eixo constitutivo do discurso publicitário permite compreender que, nas campanhas analisadas, a construção de sentidos emerge da articulação dinâmica entre palavra, imagem e ideologia, instaurando um espaço dialógico no qual sujeitos, valores e disputas sociais se entrecruzam e, assim, consolidando a base teórico-metodológica necessária para avançar na investigação sobre como essas produções comunicativas participam da formação crítica do olhar e do letramento racial.

RESULTADOS DA ANÁLISE: PRÁTICAS DE LRC NAS CAMPANHAS DO MIR

Para desenvolver a análise, foi selecionado o carrossel mais curtido publicado no perfil oficial do *Instagram* do Ministério da Igualdade Racial (MIR) durante o ano de 2023. Previamente, realizou-se um levantamento sistemático de todas as postagens do período, com a finalidade de mapear aquelas que registraram maior e menor engajamento, medido pelo volume de curtidas e comentários. Tal parâmetro foi adotado como um índice da capacidade das campanhas de mobilizar o público e gerar adesão, evidenciando, portanto, seu alcance comunicacional e sua pertinência social. Assim, a investigação se voltou especificamente ao carrossel que apresentou o maior índice de interação sendo analisado sob as categorias

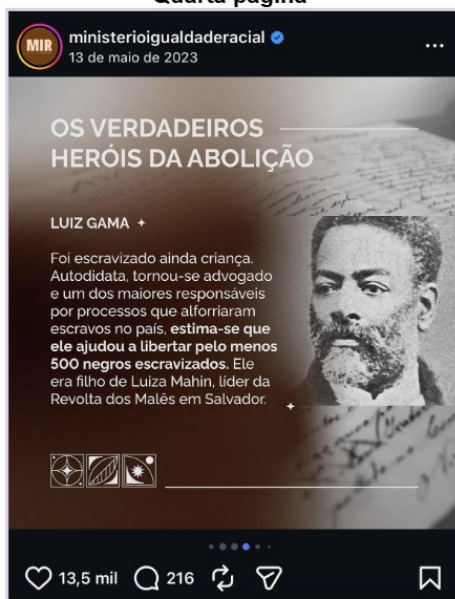
A escolha desse material também considerou uma leitura qualitativa das publicações do Ministério, observando aspectos como a amplitude das representações raciais, a natureza da mensagem transmitida e a presença de recursos verbo-visuais que favorecessem uma abordagem crítica e decolonial.

A partir do diálogo entre o referencial teórico e o *corpus* de análise (Quadro 1), foram estabelecidas categorias analíticas que funcionam como instrumentos de organização, sistematização e interpretação dos dados. Para o exame do recorte proposto, as categorias “verbo-visualidade dialógica do discurso na mídia” e “Letramento Racial Crítico” orientam as análises desta pesquisa, possibilitando a compreensão dos sentidos produzidos e das estratégias discursivas mobilizadas nos enunciados investigados.

Quadro 1 – *Corpus* de análise

<p>Publicação capa</p> 	<p>A imagem apresenta uma campanha publicitária digital do Ministério da Igualdade Racial. Em primeiro plano, há um texto centralizado com a seguinte mensagem: “A abolição é resultado da luta negra, não uma dádiva da princesa!”. A tipografia é destacada com variação de cores: marrom escuro e branco, em letras maiúsculas, com parte do texto em negrito para ênfase. Ao fundo, em preto e branco e com baixa opacidade, há uma ilustração de pessoas negras em trajes do período escravocrata, em um cenário que remete ao século XIX. Na parte inferior, encontram-se as logomarcas do Ministério da Igualdade Racial e do Governo Federal do Brasil.</p> <p>Publicação em carrossel postada no dia 13 de maio de 2023 - 13.585 likes e 216 comentários.</p> <p>Fonte: INSTAGRAM. Imagem de campanha publicitária sobre igualdade racial. Disponível em: https://www.instagram.com/ministerioigualdaderacial/p/CsL5kQwuq7K/?img_index=1. Acesso em: dez. 2023.</p>
<p>Terceira página</p> 	<p>A publicação explica por que os movimentos negros no Brasil não costumam comemorar o 13 de maio, afirmando que, após a abolição da escravidão, não houve políticas de reparação. O <i>design</i> tem uma estética em tons terrosos, com tipografia marcante. À direita, há a imagem de um pôster antigo comparando 1888 e 1988, com a frase “Nada Mudou”, usada por movimentos negros para denunciar a continuidade do racismo estrutural. O pôster destaca a marcha “Vamos Mudar – Marcha Contra a Farsa da Abolição”, convocada pelo Movimento Negro do Rio de Janeiro em 1988. Na base, há símbolos gráficos decorativos relacionados à identidade visual afro-brasileira.</p> <p>Terceira página da publicação em carrossel postada no dia 13 de maio de 2023 - 13.585 likes e 216 comentários.</p> <p>Fonte: INSTAGRAM. Imagem de campanha publicitária sobre igualdade racial. Disponível em: https://www.instagram.com/ministerioigualdaderacial/p/CsL5kQwuq7K/?img_index=3. Acesso em: dez. 2023.</p>

Quarta página

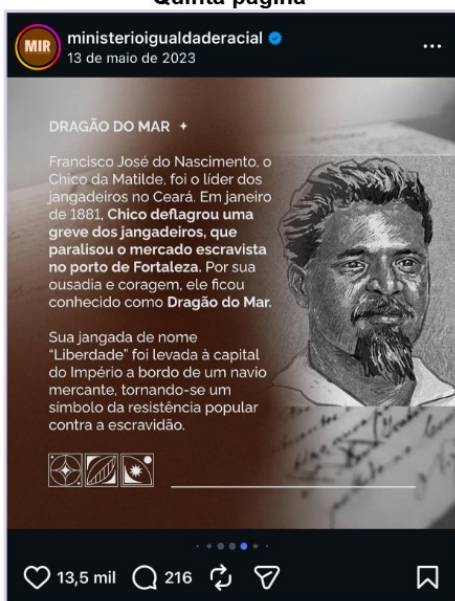


A arte apresenta Luiz Gama como um dos principais heróis da abolição com conteúdos explicativos. No plano visual, a campanha utiliza estética sóbria, em tons de marrom e bege. Tipografia moderna. Uma ilustração antiga de Luiz Gama. Ícones gráficos recorrentes na identidade do MIR, inspirados em elementos afro-brasileiros.

Quarta página da publicação em carrossel postada no dia 13 de maio de 2023 - 13.585 likes e 216 comentários.

Fonte: INSTAGRAM. Imagem de campanha publicitária sobre igualdade racial. Disponível em: https://www.instagram.com/ministerioigualdaderacial/p/CsL5kQwuq7K/?img_index=4. Acesso em: dez. 2023.

Quinta página



A imagem traz uma ilustração em tons de cinza do Dragão do Mar, ocupando a área central do card. O texto verbal, disposto à esquerda, apresenta informações biográficas sobre sua liderança entre os jangadeiros e sua participação em uma greve no porto de Fortaleza. O fundo mantém a mesma paleta cromática e textura visual utilizada nas demais páginas da campanha.

Quinta página da publicação em carrossel postada no dia 13 de maio de 2023 - 13.585 likes e 216 comentários.

Fonte: INSTAGRAM. Imagem de campanha publicitária sobre igualdade racial. Disponível em: https://www.instagram.com/ministerioigualdaderacial/p/CsL5kQwuq7K/?img_index=4. Acesso em: dez. 2023.

Sétima página

MARIA FIRMINA DOS REIS +

Publicou em 1859 o romance 'Úrsula', que iniciou a temática abolicionista na literatura brasileira, sendo assim considerada a primeira mulher romancista brasileira. Com seus vários textos publicados em revistas e jornais, ela usou a literatura como forma de denúncia e combate ao sistema escravagista.

13,5 mil 216

A página exibe uma ilustração em tons de cinza de Maria Firmina dos Reis, posicionada à direita. À esquerda, o texto verbal destaca seu nome e informações sobre a publicação do romance *Úrsula* e sua atuação na literatura abolicionista. A composição visual preserva os tons sépia, o fundo com aparência de manuscrito e a disposição equilibrada entre imagem e texto.

Sétima página da publicação em carrossel postada no dia 13 de maio de 2023 - 13.585 likes e 216 comentários.

Fonte: INSTAGRAM. Imagem de campanha publicitária sobre igualdade racial. Disponível em: https://www.instagram.com/ministerioigualdaderacial/p/CSL5kQwuq7K/?img_index=4. Acesso em: dez. 2023.

Oitava página

ANDRÉ REBOUÇAS +

Foi um engenheiro, professor e abolicionista. O primeiro engenheiro negro a se formar pela Escola Militar. Na década de 1880 se engajou na campanha abolicionista e ajudou a criar a Sociedade Brasileira Contra a Escravidão, ao lado de Joaquim Nabuco, José do Patrocínio e outros. Participou também da Confederação Abolicionista e redigiu os estatutos da Associação Central Emancipadora.

13,5 mil 216

A arte apresenta um retrato em preto e branco de André Rebouças, posicionado à direita da composição. À esquerda, há um bloco de texto informativo com seu nome em destaque e a descrição de sua atuação como engenheiro, professor e abolicionista. O fundo utiliza tons sépia e a sobreposição de uma textura que remete a manuscritos antigos, conferindo unidade visual ao conjunto.

Oitava página da publicação em carrossel postada no dia 13 de maio de 2023 - 13.585 likes e 216 comentários.

Fonte: INSTAGRAM. Imagem de campanha publicitária sobre igualdade racial. Disponível em: https://www.instagram.com/ministerioigualdaderacial/p/CSL5kQwuq7K/?img_index=4. Acesso em: dez. 2023.

Fonte: Elaborado pelas autoras

Bakhtin (1997) compreende a linguagem como um espaço essencialmente dialógico, no qual o sentido emerge da interação e da convivência de múltiplas vozes. Nessa visão, a língua é intrinsecamente heterogênea e atravessada por disputas sociais e ideológicas, algo especialmente evidente nos discursos que circulam na mídia. O intuito discursivo, eixo organizador do enunciado, determina sua composição, seu conteúdo e seu objetivo, sempre em função do contexto e do interlocutor.

Na publicação analisada, essa intenção busca produzir engajamento tanto simbólico quanto ideológico, projetando respostas do público. Assim, o enunciado se constrói estrategicamente considerando o gênero, a situação comunicativa e a relação com o outro. Para Bakhtin (1997), é o querer-dizer do locutor que unifica

o discurso, conferindo-lhe seu caráter de prática social interativa, orientada por finalidades específicas.

A primeira página do carrossel apresenta, como plano de fundo, uma ilustração em preto e branco, semelhante a gravuras históricas que retratam o Brasil escravocrata. A ausência de cores vivas reforça o caráter documental da imagem, conferindo-lhe aspecto de memória e evitando a disputa visual com o texto disposto em primeiro plano. A cena, que mostra pessoas negras em situação de subordinação, ativa e convoca no leitor vozes pré-existentes e antecipa reações do público, tornando-se um gesto de contra-fala que busca reescrever a cadeia discursiva sobre a abolição. Além disso, atua como um repertório histórico ligado à escravidão e à violência estrutural, funcionando como um disparador de sentidos associados à opressão e ao apagamento histórico.

Sobre essa base visual dessaturada, sobressai uma tipografia em letras maiúsculas, alternando marrom escuro e branco para produzir contraste e conduzir o olhar diretamente à mensagem principal. A hierarquia textual, marcada pelo uso de negrito e pela caixa-alta, enfatiza expressões centrais, como “luta negra”, reafirmando a centralidade dos sujeitos negros, frequentemente silenciados em narrativas oficiais. A articulação entre o fundo histórico e o texto contundente cria um diálogo tenso e produtivo, no qual a memória da violência opera como suporte simbólico para o discurso político que busca justamente confrontar esse passado.

Considerando que este carrossel obteve o maior número de curtidas em 2023, o primeiro enunciado funciona como um gesto discursivo de contestação. Ao declarar que “A abolição é resultado da luta negra, não uma dádiva da princesa!”, o texto revoga a narrativa tradicional ensinada nas escolas, que atribui a libertação à iniciativa da princesa Isabel. A afirmação reposiciona a história ao evidenciar que a conquista da liberdade se deu por meio de levantes, quilombos, pressões políticas e ações organizadas por pessoas negras, e não por benevolência da monarquia. Trata-se de um contra-discurso nos termos do dialogismo bakhtiniano (Amorim, 2004), pois responde criticamente às vozes hegemônicas que naturalizaram a versão oficial dos fatos.

Ao deslocar essa narrativa, o enunciado intervém numa longa cadeia discursiva marcada pelo silenciamento da participação negra. A publicação, assim, põe em relação diversas vozes sociais (Bakhtin, 1997): a historiografia crítica, os movimentos negros, as memórias coletivas e o senso comum escolarizado que insiste na figura da “princesa salvadora”. Essa polifonia convoca o leitor a rever aquilo que aprendeu, despertando uma compreensão ativa que não se limita à recepção passiva, mas exige tomada de posição diante da história.

As demais páginas do carrossel reforçam esse movimento de revisão histórica ao apresentar personagens negros fundamentais na luta pela abolição, como Luiz Gama e Dragão do Mar, bem como ao retomar críticas contemporâneas ao 13 de maio, denunciado pelos movimentos negros como uma abolição inconclusa e desprovida de reparações. Dessa forma, o carrossel constrói um discurso que recentra o protagonismo negro e desestabiliza a narrativa que tradicionalmente enalteceu uma figura branca e aristocrática.

A página que retrata o Dragão do Mar mobiliza uma ilustração expressiva associada a um texto verbal que enfatiza a ação coletiva e a resistência popular. A verbovisualidade articula imagem e linguagem verbal para construir um sujeito

histórico negro vinculado à luta, à mobilização social e à ruptura com o sistema escravocrata. Em termos dialógicos, o enunciado responde a discursos que tradicionalmente associam o protagonismo abolicionista às elites letradas, deslocando o foco para a atuação de trabalhadores negros. Essa escolha discursiva amplia os horizontes interpretativos do público e, à luz do Letramento Racial Crítico, favorece a compreensão do racismo como estrutura histórica, ao evidenciar formas de resistência negra organizadas e politicamente significativas.

No *post* dedicado à Maria Firmina dos Reis, a combinação entre a ilustração em tons sóbrios e o texto verbal que destaca sua produção literária abolicionista constrói um enunciado verbo-visual que enfatiza o protagonismo feminino negro na história cultural brasileira. A disposição equilibrada entre imagem e texto contribui para a valorização de sua figura como intelectual e escritora, estabelecendo um diálogo com discursos literários canônicos que, historicamente, marginalizaram autoras negras. Sob a ótica do dialogismo, o enunciado se insere em uma cadeia discursiva que reivindica novas vozes e novos lugares de enunciação. No campo do Letramento Racial Crítico, o *card* atua como dispositivo formativo ao promover a leitura da literatura como instrumento de denúncia social e de enfrentamento às desigualdades raciais e de gênero.

Na página voltada a André Rebouças, a articulação entre o retrato histórico em preto e branco e o texto verbal de cunho biográfico constitui um enunciado verbo-visual que produz sentidos de legitimidade, autoridade intelectual e pertencimento histórico. A composição gráfica, ao mobilizar tons sépia e a textura de manuscritos, dialoga com discursos historiográficos tradicionais, ao mesmo tempo em que os tensiona ao reinscrever um intelectual negro em um espaço historicamente marcado pela invisibilização racial. Sob a perspectiva do dialogismo bakhtiniano, o enunciado estabelece uma relação responsiva com narrativas hegemônicas da história nacional, reposicionando Rebouças como sujeito central. Já no âmbito do Letramento Racial Crítico, opera como prática pedagógica ao promover a leitura crítica da história e ampliar a consciência sobre o apagamento de contribuições negras nos campos científico e político.

Outro aspecto que potencializa o engajamento é a postagem ter sido feita no próprio 13 de maio, data que reativa anualmente debates e tensões em torno da abolição. Publicar o conteúdo nesse dia constitui um ato responsivo, pois o Estado se insere, ainda que simbolicamente, no diálogo social sobre memória, justiça racial e reparação. O caráter direto, a leve ironia, a linguagem acessível e a força verbo-visual da peça contribuem para sua ampla circulação e para a intensificação do debate público.

Assim, a publicação se configura como um ponto de ruptura discursiva, ao mesmo tempo informativa e transformadora. Sua capacidade de mobilizar afetos, tensionar narrativas consolidadas e promover uma releitura crítica da história contribui para explicar sua elevada interação nas redes sociais e seu impacto como dispositivo de reorientação da memória coletiva.

A publicação promove ainda um deslocamento significativo na narrativa tradicional sobre a abolição da escravidão no Brasil. Ao afirmar que a abolição “é resultado da luta negra, não uma dádiva da princesa”, o enunciado contesta uma versão histórica amplamente difundida, que por décadas colocou a população negra em um papel de passividade dentro da historiografia oficial. Esse reposicionamento discursivo evidencia que “raça” constitui uma construção

sociocultural, não um atributo biológico, e que essa construção serviu historicamente para sustentar hierarquias e desigualdades (Fanon, 1952; Mbembe, 2018). A partir dessa perspectiva, a publicação aciona um processo de conscientização racial (Ferreira, 2015), ao incentivar o reconhecimento da atuação política, coletiva e estratégica dos sujeitos negros na conquista da própria liberdade.

Ao desafiar a leitura romantizada e benevolente da abolição, o enunciado também busca sensibilizar o público (Ferreira, 2012) para a necessidade de revisar criticamente os discursos dominantes, desmontando narrativas racializadas que permanecem arraigadas no imaginário nacional (Agamben, 2009; Davis, 1981). Esse gesto de desconstrução incide diretamente sobre um dos pilares simbólicos da história oficial, substituindo-o por uma leitura centrada na resistência, na mobilização e no protagonismo negro.

No campo das representações raciais, a publicação contribui para romper com a imagem passiva historicamente atribuída às pessoas negras, reposicionando-as como agentes ativos e determinantes no processo de emancipação (Ferreira, 2015). Tal movimento propicia uma reconfiguração simbólica que fortalece uma narrativa mais justa e equitativa, na qual a atuação negra é reconhecida como fundamental e indispensável. Nesse sentido, o enunciado se insere em uma cadeia discursiva extensa e se orienta para futuras interlocuções, reafirmando a igualdade racial como um projeto político, social e cultural continuamente em construção (Mignolo, 2008).

O enunciado reinterpreta um passado escolarizado, convoca à ação interpretativa no presente, impulsionando o Letramento Racial Crítico. Em termos de polifonia, a peça conjuga vozes de denúncia, afirmação identitária e ensino público, produzindo ressonância tanto entre quem já reconhece essa história quanto entre aqueles cuja memória cultural absorveu a versão oficial. Nesse contexto, o posicionamento institucional (logotipos oficiais no rodapé) introduz uma camada complexa de responsividade: o Estado, ao produzir esse enunciado, insere-se no diálogo social sobre memória e reparação, ao mesmo tempo em que negocia legitimidade com movimentos sociais. Assim, a campanha funciona como dispositivo semiótico de disputa simbólica, usa a força verbo visual para desestabilizar mitos fundacionais, ativar afetos de solidariedade e resistência, além de provocar uma resposta pública que reavalie a narrativa nacional sobre liberdade e agência negra.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A análise das publicações em formato carrossel do Ministério da Igualdade Racial evidencia que a verbo-visualidade constitui o núcleo estruturante do discurso institucional midiático. A articulação intencional entre palavras, imagens, cores, tipografias e composições gráficas transforma o carrossel em um espaço dialógico no qual diferentes vozes se encontram. É essa combinação de recursos que possibilita à voz estatal interagir com vozes historicamente silenciadas, reposicionando narrativas e criando condições para que o público seja afetado e convocado a refletir sobre a igualdade racial. Assim, o carrossel não apenas comunica, mas organiza sentidos de forma estratégica, explorando a força expressiva do visual aliado ao verbal.

Nessa perspectiva, observa-se que a construção verbo-visual não é neutra: ela materializa intenções discursivas precisas, como o uso de expressões que evocam reivindicações políticas e reparatorias. Expressões como “luta negra”, quando integradas a imagens de corpos, gestos e estéticas negras, ampliam o campo de significação do enunciado, reforçando sua dimensão responsiva e sua capacidade de tensionar discursos hegemônicos. A verbo-visualidade, portanto, opera como mecanismo de disputa simbólica, ao mesmo tempo que potencializa o engajamento e a circulação social da mensagem.

Por fim, ao mobilizar essa conjugação de linguagem e imagem, as campanhas funcionam como dispositivos que promovem Letramento Racial Crítico, pois oferecem símbolos e narrativas que facilitam o reconhecimento das marcas da colonialidade e das dinâmicas de desigualdade racial. A verbo-visualidade, ao tornar visíveis corpos, histórias e estéticas negras, amplia a potência pedagógica das publicações e fortalece a participação ativa do público. Dessa forma, evidencia-se que o uso consciente de elementos verbo-visuais não apenas qualifica a comunicação institucional, mas contribui para a construção de uma sociedade mais crítica, inclusiva e comprometida com a justiça racial.

Critical racial literacy in verbo-visual utterances: tensions, ideologies, and meanings

ABSTRACT

This article aims to analyze advertising campaigns released by the Ministry of Racial Equality (MIR) on social media, understanding them as utterances inscribed within the field of public policies for racial equity and aimed at raising awareness and valuing diversity. By mobilizing verbo-visual resources with educational and formative intentions, these campaigns seek to intervene in the construction of social, cultural, and political meanings, engaging with different audiences and challenging historically hegemonic discourses. In light of the Bakhtinian perspective of discursive genres (Bakhtin, 1997) and the assumptions of Critical Racial Literacy (Ferreira, 2015), this study investigates how the articulation between the verbal and the visual contributes to the production of anti-racist meanings. This qualitative-interpretative analysis uses as its corpus the carousel with the highest engagement published in 2023 on the official MIR page, seeking to understand how these verbo-visual utterances operate as dialogic discursive practices that contest racial ideologies, amplify the visibility of historically silenced voices, and reaffirm government advertising as a space for racial literacy and the affirmation of social justice.

KEYWORDS: Verbo-visual utterances. Critical Racial Literacy. Dialogism.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. **O que é um dispositivo?** 1. ed. São Paulo: Vozes, 2009.

AMORIM, M. **O pesquisador e seu outro:** Bakhtin nas ciências humanas. São Paulo: Musa, 2004.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal.** 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BRAIT, B. Olhar e ler: verbo-visualidade em perspectiva dialógica. **Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 43-66, jul./dez. 2013. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/bakhtiniana/article/view/16568/12909>. Acesso em: 22 ago. 2025.

CHARAUDEAU, P. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. *In*: PAULIUKONIS, M. A. L.; GAVAZZI, S. (org.). **Da língua ao discurso:** reflexão para o ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. p. 11-29.

DAVIS, A. **Women, race & class.** New York: Random House, 1981.

FANON, F. **Pele negra, máscaras brancas.** 1. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1952.

FANON, F. **Os condenados da terra.** 1. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1961.

FERREIRA, A. J. (org.). **Identidades sociais de raça, etnia, gênero e sexualidade:** práticas pedagógicas em sala de aula de línguas e formação de professores/as. Campinas: Pontes, 2012.

FERREIRA, A. J. **Letramento Racial Crítico através de narrativas autobiográficas:** com atividades reflexivas. Ponta Grossa: Estúdio Texto, 2015.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido.** 1. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1963.

KLEIMAN, A. **Letramento:** um tema em três gêneros. 1. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

LADSON-BILLINGS, G. Just what is critical race theory and what's doing in a nice field like education? **Qualitative Studies in Education**, v. 11, n. 1, p. 7-24, 1998.

MBEMBE, A. **Crítica da Razão Negra**. São Paulo: n-1 edições, 2018.

MIGNOLO, W. D. Novas reflexões sobre a “ideia da América Latina”: a direita, a esquerda e a opção descolonial. **Caderno CRH**, Salvador, v. 21, n. 53, p. 239-252, maio/ago. 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/18970>. Acesso em: 23 ago. 2025.

PERCY, L.; ROSENBAUM-ELLIOTT, R. **Strategic Advertising Management**. 4th ed. Oxford: Oxford University Press, 2012.

QUIJANO, A. **Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina**. Buenos Aires: Clacso, 2005.

Recebido: 14 dez. 2025

Aprovado: 29 dez. 2025

DOI: 10.3895/rl.v27n51.21343

Como citar: OLIVEIRA, K.A.J.; REMENCHE, M.L.R. Letramento racial em enunciados verbo-visuais: tensionamentos, ideologias e sentidos. *R. Letras*, Curitiba, v. 27, n. 51, p. 144-160, jul./dez. 2025. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rl>>. Acesso em: XXX.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

