



## O candidato do povo: imagem, mobilização e popularidade nas campanhas eleitorais de Alberto Pasqualini (1947-1954)

Douglas Souza Angeli<sup>1</sup>

### Considerações iniciais

Quem tivesse acesso à edição do dia 19 de dezembro de 1946 do jornal *Correio do Povo*, poderia ver, na parte superior direita da terceira página, três reproduções de fotografias da “vitoriosa excursão de Alberto Pasqualini a Caxias”<sup>2</sup>. A última imagem exibe a distribuição de “retratos” do candidato a governador pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). O primeiro plano é dominado pelos chapéus. Em segundo plano, dezenas de mãos estendidas em direção a três homens que, ao fundo, distribuía fotografias do candidato. Conforme a legenda da imagem, “milhares de retratos de Alberto Pasqualini foram distribuídos entre seus futuros eleitores. E estes, como se vê pela foto, acorrem pressurosos, como o farão certamente a 19 de janeiro, quando sufragarão nas urnas um nome já consagrado pela voz do povo”. A imagem e a legenda contêm uma síntese do objeto deste artigo: imagem, mobilização e popularidade nas campanhas eleitorais de Alberto Pasqualini.

As eleições estaduais realizadas em 1947, 1950 e 1954 foram acontecimentos importantes para a experiência democrática iniciada após o Estado Novo. A ampliação do eleitorado (com a incorporação dos trabalhadores urbanos), a criação de partidos políticos nacionais e a realização periódica de eleições num sistema eleitoral competitivo acabaram por modificar as relações entre candidatos e eleitores<sup>3</sup>. No Rio Grande do Sul, Alberto Pasqualini (1901 - 1960) concorreu na chapa majoritária do PTB nos três pleitos: em 1947 candidatou-se a governador, em 1950 ao Senado e em 1954 novamente a governador. Conhecido como “teórico do trabalhismo”, Pasqualini teve atuação destacada na formulação programática do trabalhismo brasileiro e na consolidação do PTB no Rio Grande do Sul<sup>4</sup>.

As fontes aqui apresentadas são fotografias do acervo particular de Alberto Pasqualini e imagens publicadas em panfletos e na imprensa durante as campanhas eleitorais (nas publicações a pedido do PTB). Entendemos que fotografias são fontes capazes não apenas de evidenciar as práticas de campanha eleitoral daquele período, mas também, e especialmente,

<sup>1</sup> Doutorando em História na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bolsista CNPq.

<sup>2</sup> A VITORIOSA excursão de Pasqualini a Caxias. *Correio do Povo*, Porto Alegre, 19/12/1946, p. 3 [MCSHJC].

<sup>3</sup> Conforme os estudos que revisaram a historiografia sobre o período, com destaque para LAVAREDA (1991), FRENCH (1998), CÁNEPA (2005), GOMES (2005) e FERREIRA (2013).

<sup>4</sup> Sobre Pasqualini, ver GRIJO (2007), VASCONCELOS (2009), BITENCOURT (2012) e ALMEIDA (2015).



propiciar elementos para a compreensão da construção da imagem pública de Pasqualini como detentor das competências necessárias à representação política e como candidato dotado de popularidade. Assim, o trabalho apresenta uma análise destas imagens buscando compreender como o candidato e sua campanha se dava a ver ao eleitorado e como estas imagens, especialmente por meio de sua publicação na imprensa, foram utilizadas nas tentativas de interpelação e mobilização dos eleitores – propiciando avançar na compreensão das práticas da experiência democrática e do impacto da emergência do povo no cenário eleitoral.

Inicialmente, será discutida a relação entre imagem e massificação a partir de Walter Benjamin, com foco nas implicações políticas. Em seguida, uma análise de fotografias do acervo de Pasqualini, com atenção para a construção de sua imagem como detentor das competências necessárias à representação política. E por fim, uma análise sobre o papel das imagens na mobilização eleitoral por meio de panfletos e publicações na imprensa. Não havendo possibilidade, para efeito desse artigo, de uma análise sistemática das imagens produzidas nas campanhas eleitorais de Pasqualini em 1947, 1950 e 1954, o objetivo é promover uma aproximação com esse tipo de fonte, refletindo sobre suas potencialidades para a compreensão das práticas de mobilização eleitoral do período.

### **Massificação e imagem do político**

Os estudos de Antropologia da Política têm destacado que as campanhas eleitorais rompem com o cotidiano ao inserirem na vida das comunidades um conjunto de acontecimentos que suspendem temporariamente a relação usual entre governantes e governados: expondo em campo aberto a luta das facções pelos cargos políticos e pela adesão, o *tempo da política* propicia uma proximidade atípica entre candidatos e eleitores e eventos como comícios e festas<sup>5</sup>. É possível dizer também que, no concernente às imagens, a mobilização eleitoral oferece aos olhos uma série de elementos que alteram a paisagem habitual. Cartazes, faixas e placas, bem como anúncios na imprensa e a distribuição de panfletos (em especial os famosos

---

<sup>5</sup> Conforme a perspectiva defendida por BARREIRA (1998), PALMEIRA (2004) e PALMEIRA e HEREDIA (2010).

*santinhos*)<sup>6</sup> transportam a política, geralmente restrita ao exercício profissionalizado dos parlamentos, partidos e sindicatos, para o cotidiano dos profanos por meio de imagens<sup>7</sup>.

Como exemplo dessa alteração temporária da paisagem decorrente das campanhas, o jornal *Diário de Notícias* publicou, em 03 de setembro de 1950, uma imagem de um prédio, em Porto Alegre, abarrotado de propaganda eleitoral. A legenda mencionava: “O aspecto fisionômico da cidade está completamente alterado. Da calçada até o último degrau do arranha-céu, saltam aos olhos dos transeuntes as vibrantes provocações dos candidatos”<sup>8</sup>.

### Imagem 1 – Propaganda eleitoral em Porto Alegre, 1950



Fonte: *Diário de Notícias*, Porto Alegre, 03/09/1950, p. 03 [MCSHJC].

No ensaio *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*, Walter Benjamin destaca a perda da atmosfera de autenticidade que cerca a obra de arte original, o desaparecimento da *aura*: “Esse processo é sintomático; seu significado vai muito além da esfera da arte. [...] Na medida em que multiplica a reprodução, coloca no lugar de sua ocorrência

<sup>6</sup> Tânia Regina de Luca (2008, p. 167) destacou o avanço técnico da indústria gráfica no Brasil a partir de 1930, tendo como exemplo aprimoramento da qualidade gráfica dos cartazes da propaganda eleitoral da Aliança Liberal. A novidade trazida pela redemocratização em 1945 diz respeito à ampliação do eleitorado: aproximadamente 15% da população compareceu às urnas para as eleições – quase 7,5 milhões votantes (CANEDO, 2010, p. 537).

<sup>7</sup> Conforme a perspectiva de Pierre Bourdieu (2012) sobre o campo político e a relação entre os profissionais formuladores dos produtos políticos e os profanos consumidores pelos quais os primeiros concorrem.

<sup>8</sup> DIÁRIO de Porto Alegre. *Diário de Notícias*, Porto Alegre, 03/09/1950, p. 03 [MCSHJC].



única sua ocorrência em massa” (BENJAMIN, 2014, p. 23). Ressaltando a inserção da obra de arte no contexto da tradição, o autor salienta a relação original entre arte e ritual, primeiramente mágico, depois religioso: “Esse modo aurático de existência da obra de arte nunca se destaca completamente de sua função ritual<sup>9</sup>. [...] Esse fundamento [...] pode ser reconhecido, enquanto ritual secularizado, também nas mais profanas formas de culto à beleza” (BENJAMIN, 2014, p. 33)<sup>10</sup>.

Conforme Walter Benjamin, o curso da história da arte pode ser compreendido pelo deslocamento de um polo ligado a seu valor de culto a um polo relacionado a seu valor de exposição. Enquanto o valor de culto obriga a obra de arte a permanecer oculta, o segundo está ligado à perda de sua função mágica, aumentando as oportunidades de exposição (BENJAMIN, 2014, p. 37). A isto podemos relacionar o fato de que a iconografia política tem na exponibilidade a sua principal razão de ser. Peter Burke (1994, p. 28) destacou, no estudo sobre a fabricação da imagem pública de Luís XIV, o papel das reproduções na visibilidade do rei: “As medalhas, sendo relativamente caras, deviam ser cunhadas em centenas de cópias. Por outro lado, os impressos [...], sendo baratos, eram reproduzidos em milhares de cópias e puderam assim contribuir consideravelmente para a difusão”.

A época da reproduzibilidade técnica da qual Benjamin fala é, entretanto, posterior à época das monarquias absolutistas. É a era do cinema e da fotografia que ocupa o centro da reflexão benjaminiana: o estranhamento do ator diante do aparato tecnológico do cinema faz com que ele saiba que isto o transporta (e portanto o liga) às massas (BENJAMIN, 2014, p. 75). Para o autor, esta mesma mudança do modo de exposição por meio da técnica de reprodução pode ser identificada na política:

A crise das democracias pode ser entendida como uma crise das condições de exposição do homem político. As democracias apresentam o político imediatamente em sua própria pessoa e diante de representantes. O parlamento é seu público. Com

---

<sup>9</sup> Régis Debray (1992, p. 33) também destacou a origem da obra de arte relacionada ao ritual religioso: A imagem é, na origem e por função, mediadora entre os vivos e os mortos, os seres humanos e os deuses, entre uma comunidade e uma cosmologia, entre uma sociedade dos sujeitos visíveis e a sociedade das forças invisíveis que os subjagam. Para o autor, a história do olhar no ocidente pode ser dividida em três fases: “Houve ‘magia’ enquanto o homem subequipado dependia das forças misteriosas que o esmagavam. Em seguida, houve ‘arte’ quando as coisas que dependiam de nós tornaram-se, pelo menos, tão numerosas quanto as que não dependiam. O ‘visual’ começa logo que adquirimos poder suficiente sobre o espaço, o tempo e os corpos para deixar de temer sua transcendência” (DEBRAY, 1992, p. 37).

<sup>10</sup> Sobre a relação entre função ritual da arte e secularização pode ser encontrada na análise de Carlo Ginzburg do quadro *O assassinato de Marat*, de Jacques-Louis David. Para ele, ao representar Marat como um santo, a República nascida da derrubada da Monarquia baseada no direito divino buscava uma legitimidade suplementar adentrando na esfera no sagrado: “Essa invasão do sagrado prosseguiu e, em outras formas, ainda prossegue. É a outra face da secularização [...]. Sempre que possível, o poder secular se apropria da aura (que também é uma arma) da religião” (GINZBURG, 2014, p. 59).



as inovações nos aparatos de registro, que permitem ao orador durante seu discurso ser ouvido e, pouco tempo depois, ser visto por um número ilimitado de pessoas, a exposição do homem político diante desse aparato de registro passa para o primeiro plano. Esvaziam-se os parlamentos ao mesmo tempo que os teatros. [...] O sentido dessa transformação, independente de suas diferentes tarefas especiais, é o mesmo para o ator de cinema e para o político. [...] Resulta disso um novo tipo de seleção, uma seleção diante do aparato, da qual o campeão, o astro e o ditador emergem como vencedores (BENJAMIN, 2014, p. 79)<sup>11</sup>.

A partir das reflexões de Walter Benjamin, é possível considerar o seguinte: os aparatos de reprodutibilidade técnica, ligados por exemplo à fotografia e ao cinema, levam à transformação nas condições de exposição tanto do artista quanto do “homem político”. A transposição do exercício da representação política dos parlamentos fechados para o cotidiano das massas – por meio de imagens – gera uma tensão no plano das competências necessárias a este exercício: sua consequência é perceptível na forma como os representantes políticos modificam o processo de construção de sua imagem considerando a recepção de um público ampliado, incorporando elementos que passaram a ser necessários com a democratização do corpo eleitoral. Imagem e popularidade: a relação entre ambas se estreita, na prática política, no momento em que a reprodução técnica possibilita maior circulação da primeira e a incorporação das massas ao cenário eleitoral exige atenção para a segunda.

### **O político se dá a ver: construção da imagem**

A atuação de Pasqualini no PTB, desde a fusão da União Social Brasileira com o partido, em 1946, foi marcada pelo trabalho do político no sentido de definir as bases doutrinárias do trabalhismo. Foi a partir desse momento que se construiu a imagem de Pasqualini como o “teórico do trabalhismo”. Diego Almeida (2015), em sua tese de doutorado, busca compreender a trajetória e o pensamento de Pasqualini desde de sua formação política no Partido Libertador dos anos 1930, defendendo a ideia de que considerar Pasqualini como o “teórico do trabalhismo” é não compreendê-lo em perspectiva histórica, pois este qualificativo diz respeito à sua atuação somente após 1945. Aceitando o argumento do autor, pretendemos avançar no entendimento de como essa imagem foi construída.

Tanto nas fotografias do acervo de Pasqualini como na imprensa, em especial na reportagem publicada na *Revista do Globo* em dezembro de 1946, o político gaúcho aparece cercado de livros e folhas de papel: aluno e professor da Faculdade de Direito de Porto Alegre,

---

<sup>11</sup> O autor observava os acontecimentos relativos à ascensão do fascismo e destaca sua consequência: “a estetização da vida política” (BENJAMIN, 2014, p. 117-119).



Pasqualini foi autor de diversos artigos, além do livro *Bases e Sugestões para uma Política Social*, lançado em 1948. Embora o caráter de intelectual não seja suficiente para compreender sua prática política, essa foi uma imagem sistematicamente explorada.

**Imagens 2 e 3: Pasqualini no Senado (1951-1955) e em seu escritório (1947)**



Fontes: Acervo de Alberto Pasqualini (MAP/PMI) e *Revista do Globo*, 07/12/1946, p. 25 (MCSHJC).

Analisando as reportagens sobre os candidatos a governador na eleição de 1947, publicadas na *Revista do Globo*, João Batista Cruz (2010) destacou a construção da imagem pública de Pasqualini como um “filósofo sentimental”. Destaca que as reportagens construíram imagens contrastantes entre Pasqualini e seu principal adversário naquela eleição, Walter Jobim (PSD): o primeiro como um intelectual e o segundo como um homem prático, o primeiro cercado de livros e o segundo como um administrador (CRUZ, 2010, p. 93). Uma das páginas da reportagem da *Revista do Globo* é exemplar dessa imagem de Pasqualini como intelectual:



Imagem 4: Reportagem da *Revista do Globo* sobre Alberto Pasqualini



Fonte: *Revista do Globo*, Porto Alegre, n.º 424, 07/12/1946, p. 27. [MCSHJC].

O escritório bagunçado, com muitos papéis, livros e a máquina de escrever, que também aparece na imagem anterior, se articula ao conjunto de imagens da entrevista concedida por Pasqualini – tendo ao fundo os livros de sua biblioteca. É bem clara a associação do candidato à imagem de intelectual. Em termos de mobilização eleitoral, esta imagem parece estar diretamente associada às competências necessárias ao exercício da representação política – caso eleito – reforçada pela imagem n.º 1, já no mandato de senador – eleito em 1950. Entretanto, com a ampliação do corpo eleitoral a partir de 1945, a democracia de massas vai exigir que os candidatos se apresentem cada vez mais como detentores de outro elemento de valorização: a popularidade.

**Imagens 5 e 6: Recepção aos candidatos Alberto Pasqualini e João Goulart em Santa Rosa e Porto Alegre (campanha de 1954)**



Fontes: Acervo de Alberto Pasqualini (MAP/PMI).

As fotografias acima revelam outra forma de dar-se a ver por parte de Alberto Pasqualini. As campanhas eleitorais, com seus rituais secularizados e eventos típicos como comícios, fazem com que o candidato circule por diferentes municípios, onde é festivamente recebido por seus correligionários, e tais acontecimentos fornecem imagens que, também visando à mobilização eleitoral, circularão por meio da propaganda eleitoral e das publicações do partido na imprensa. Na busca por construir um interesse pela competição política por parte do eleitor, a imagem de uma campanha que caminha em direção à vitória é fundamental, bem como a apresentação do candidato como alguém popular, que está próximo do povo e que é bem recebido por onde passa<sup>12</sup>.

As fotografias das campanhas eleitorais de Alberto Pasqualini, publicadas na época ou não, servem de indicativo da forma como a sua imagem pública foi construída em busca da popularidade perante o eleitorado. Sobre a necessidade dessa construção, levando candidatos a práticas voltadas à visibilidade, é interessante retomar o que foi salientado na conclusão da dissertação de mestrado: “Diferentes estratégias de mobilização são perceptíveis nas práticas e concepções dos partidos e dos candidatos, tendo como elemento comum a todos o fato de

---

<sup>12</sup> O ponto de partida da presente análise é a definição de Michel Offerlé (2011, p. 156; 2005, p. 356) para “mobilização eleitoral” como o resultado de um conjunto de incitações por meio das quais os empreendedores políticos trabalham para criar o costume do voto e atuam para a produção de agentes capazes de reconhecer um interesse na competição eleitoral. Porém, Offerlé (2011, p. 187-188) não considera o eleitor como passivo, mas como um agente que aprende também a apropriar-se da relação eleitoral com certa autonomia, fazendo uso da condição de eleitor e pressionando os candidatos. Seguindo esta lógica, Canêdo (2002) ressaltou que, com a democratização iniciada em 1945, os candidatos passaram a estar sujeitos, muito mais do que nos regimes anteriores, ao veredito popular, não podendo ficar aprisionados às regras de seu próprio mundo. Considero também o argumento de Antônio Lavareda (1991), ao concluir pela correspondência do período entre 1945 e 1964, no Brasil, com o início do século XX em boa parte dos países europeus: trata-se da consolidação de um sistema político-eleitoral competitivo.



levarem em consideração a inevitável presença dos eleitores na paisagem política” (ANGELI, 2015, p. 198).

### **O candidato do povo: imagens e mobilização eleitoral**

Diferentemente da imagem pública que se consolidou – a do “teórico do trabalhismo” – a campanha eleitoral de 1947, por meio das publicações do PTB na imprensa, apresentava Alberto Pasqualini como “o candidato do povo”. Diversamente da imagem de intelectual fechado em seu gabinete, do teórico cercado de papéis, as reproduções de fotografias dos comícios do candidato ao governo do Estado do Rio Grande do Sul o exibiam cercado pelo povo, como na imagem 7. O candidato sendo carregado por apoiadores é representativa:

#### **Imagem 7 – Alberto Pasqualini na campanha eleitoral de 1947**



Fonte: CANDIDATO da esperança [...]. *Diário de Notícias*, Porto Alegre, 12/01/1947, p. 11 [MCSHJC].

Somente os títulos destas publicações, que muitas vezes ocupavam páginas inteiras de jornais como o *Correio do Povo* e o *Diário de Notícias*, já demonstram a lógica do qualificativo “candidato do povo”: *Veranópolis, Bento Gonçalves e Farroupilha aclamaram entusiasticamente o candidato do povo; De maneira cada vez mais entusiástica, o Rio Grande aclama e apoia o candidato do povo*<sup>13</sup>; *Vitoriosa excursão de Alberto Pasqualini – o candidato do povo a governador do Estado – a Caxias do Sul; Triunfante já no coração do povo rio-grandense, Alberto Pasqualini será eleito governador do Estado a 19 de janeiro*<sup>14</sup>. A ideia de que a campanha estava em crescimento e de que o candidato era recebido por multidões nos

<sup>13</sup> *Correio do Povo*, Porto Alegre, 03/12/1946, p. 7; 07/12/1946, p. 5 [MCSHJC].

<sup>14</sup> *Diário de Notícias*, Porto Alegre, 18/12/1946, p. 2; 05/01/1947, p. 8; 07/01/1947, p. 6 [MCSHJC].



municípios pelos quais passava era o centro da construção discursiva da vitória de Pasqualini – que, apurados os resultados, acabaria não ocorrendo<sup>15</sup>.

A articulação entre os títulos destas publicações, geralmente mencionando os municípios por onde o candidato havia passado, seu conteúdo textual e as imagens, presentes sempre em grande número, faziam parte da construção da popularidade da candidatura de Pasqualini. Muitas fotografias dos comícios foram reproduzidas nas publicações do PTB na imprensa, especialmente aquelas cujo enquadramento – fruto de uma seleção – passava a ideia de um candidato cercado pelas multidões. Em alguns casos, os sujeitos anônimos aparecem nas imagens não em uma postura passiva, de quem simplesmente recebe a mensagem doutrinária – e que não deixa de fazer parte da lógica dos comícios, onde os candidatos *falam ao povo*. Braços erguidos e bocas abertas, mãos estendidas, demonstrações de entusiasmo, mãos que seguram cartazes, faixas e bandeiras, são enquadramentos que fazem parte desta construção. Como na imagem que descrevi no início deste artigo:

#### **Imagem 8 – Distribuição de retratos de Pasqualini em Caxias do Sul (1947)**



Fonte: VITORIOSA excursão [...]. *Correio do Povo*, Porto Alegre, 19/12/1946, p. 3 [MCSHJC].

Considerar a tais imagens como elemento importante das estratégias de mobilização eleitoral possibilita uma operação analítica que não tome o discurso tampouco as imagens construídas como uma simples evidência do real. Para concluir a defesa desse argumento, optou-se por dar atenção aos usos das imagens na propaganda eleitoral de Pasqualini em um caso que envolve a reutilização de uma imagem da campanha de 1947 na propaganda de 1950.

---

<sup>15</sup> Alberto Pasqualini foi derrotado pelo candidato do PSD, Walter Jobim, por uma diferença de pouco mais de 20 mil votos (menos de 4%). Seria eleito senador em 1950 e novamente derrotado nas eleições para governador em 1954.

Durante a campanha eleitoral de 1947, o PTB divulgou, com muito destaque, as imagens do comício realizado em Caxias do Sul/RS. Dentre elas, percebe-se, na edição do jornal *Correio do Povo* do dia de Natal de 1946 – a eleição ocorreria em 19 de janeiro – uma imagem de Pasqualini com crianças que, de uma janela, o observam:

**Imagem 9 – Alberto Pasqualini e crianças na campanha eleitoral de 1947**



Fonte: *Correio do Povo*, Porto Alegre, 25/12/1946, p. 5 [MCSHJC].

Conforme o texto, publicado a pedido do PTB, o evento da imagem ocorreu em atividades de campanha eleitoral no município de Estrela/RS. Não é possível saber se a cena contou com a ação espontânea das crianças, ou se foi planejada. Independentemente disso, a campanha de Pasqualini buscou utilizá-la na mobilização eleitoral, atribuindo qualificativos positivos ao candidato a partir da imagem. A legenda é relevadora desta estratégia, apresentando o seguinte argumento: “Quando um homem é verdadeiramente estimado pelo povo”, ele deixa de ser, para as crianças, um estranho, para “tornar-se um verdadeiro e bom amigo”. E segue: “Assim sucede com Alberto Pasqualini. Em todas as suas excursões, grande número de crianças acorre sempre a festejá-lo, como nesse expressivo flagrante que aí vemos, colhido na tarde de domingo em Estrela”<sup>16</sup>.

O mais interessante é o fato desta imagem de Pasqualini com as crianças ter sido novamente utilizada na campanha eleitoral de 1950, quando concorreu ao Senado:

<sup>16</sup> *Correio do Povo*, Porto Alegre, 25/12/1946, p. 5 [MCSHJC]

Imagem 10 – Panfleto de Alberto Pasqualini (1950)

**Partido Trabalhista Brasileiro**



O fulgurante doutrinador do Trabalhismo Brasileiro por entre um grupo de crianças da região colonial.

Em 1917, quando concorreu às eleições estaduais como candidato do P. T. B., ALBERTO PASQUALINI deu início e desenvolveu a um dos mais fecundos e belos movimentos cívico-partidários de que há memória na pollicrômica história política do Rio Grande do Sul.

Levou sua palavra serena e esclarecida e as luzes de sua cultura sólida, a quasi todos os rincões de nossa gléba e suas idéias empolgaram a alma do Rio Grande. Na região da campanha, tradicional e heróica, e na região da colônia, laboriosa e pacífica, seu nome era saudado como um brado de fé nos destinos gaúchos, como uma esperança de melhores dias para a coletividade.

A causa pela qual se bateu — A VALORIZAÇÃO DA CRIATURA HUMANA — ecoou, hafejada de irresistível entusiasmo, principalmente no coração dos moços sempre vanguardeiro a pulsar pelos nobres e indestrutíveis ideais pátrios. A própria infância, que, na sua pureza, tem a mão divina a guiá-la e a protegê-la nos seus primeiros contatos com o mundo, fez causa comum com ALBERTO PASQUALINI. Ela, com seu entusiasmo inocente, associava-se a todas as manifestações de apreço que o Rio Grande tributava a seu ilustre filho.

Hoje, ALBERTO PASQUALINI, é candidato a Senador pelo nosso Estado. No mais alto órgão do Congresso Nacional sua voz se fará ouvir por todo o Brasil na sua preocupação de dar solução racional aos graves problemas que afligem nossa pátria e na sua aspiração de dar conteúdo trabalhista às leis do País. Sua inteligência invulgar, sua incorrutível honestidade, sua moreante dedicação ao bem público, seu inato senso de justiça social, conferirão ao Congresso Nacional benéfico impulso renovador.

**VOTEMOS TODOS EM ALBERTO PASQUALINI.** Queremos que o representante do Rio Grande no Senado da República seja um autêntico RIOGRANDENSE. Votar em nome não riograndense seria desconhecer os valores do Rio Grande imortal.

Mandado publicar pelo Diretório Municipal de Garibaldi, do P. T. B.

Fonte: Setor de publicidade de propaganda do MCSHJC.

As campanhas eleitorais desse período não podem ser tomadas pelos padrões atuais, pois, embora já houvesse um sistema eleitoral competitivo, estas eleições ainda são anteriores aos efeitos da propaganda eleitoral televisiva e do marketing político. A política brasileira ainda estava em vias de profissionalização e as campanhas, especialmente no plano local e regional, eram pensadas e executadas pelas lideranças partidárias e apoiadores de forma bastante descentralizada. Exemplo disso, foi por iniciativa do diretório do PTB do município de Garibaldi/RS que a imagem novamente circulou entre os eleitores.

Não foi a campanha de Alberto Pasqualini que inventou o uso da imagem de crianças na propaganda política. Seria possível citar diversos exemplos de líderes políticos cercados por crianças em diferentes contextos: de Mao Tsé-Tung à Evita Perón, de Benito Mussolini a Joseph Stalin. Em diversas publicações durante o Estado Novo (1937-1945), Getúlio Vargas é retratado falando às crianças<sup>17</sup>. Talvez essa lembrança da propaganda varguista tenha impellido os

<sup>17</sup> Sobre a propaganda política no varguismo e no peronismo, ver CAPELATO (2009).



responsáveis pela propaganda do PTB – partido fundado por Getúlio Vargas – a utilizar essa imagem de Pasqualini, mas esta é uma hipótese difícil de ser comprovada. O fato é que a legenda da imagem, na sua primeira publicação, em 1946, possui muitas semelhanças com o conteúdo de uma reportagem publicada pela *Revista do Globo*, alguns anos depois, quando Getúlio Vargas prepara-se para assumir novamente a presidência da República. Foi publicada uma fotografia na qual Vargas aparece caminhando de mãos dadas com várias crianças na fazenda do deputado Batista Luzardo em Uruguaiana: “Um amável companheiro para as belas tardes campestres”, dizia a legenda<sup>18</sup>. Na segunda utilização da imagem, no panfleto de 1950, a narrativa evoca a campanha anterior de Pasqualini:

Em 1947, quando concorreu às eleições estaduais como candidato do PTB, Alberto Pasqualini deu início e desenvolveu um dos mais fecundos e belos movimentos cívico-partidários de que há memória na policrômica história política do Rio Grande do Sul. [...] A própria infância, que, na sua pureza, tem a mão divina a guiá-la e a protegê-la nos seus primeiros contatos com o mundo, fez causa comum com Alberto Pasqualini. Ela, com seu entusiasmo inocente, associava-se as manifestações de apreço que o Rio Grande tributava a seu ilustre filho.<sup>19</sup>

A imagem do candidato petebista falando às crianças – associadas à pureza e à proteção divina – pode ser considerada uma imbricação entre duas construções distintas: a de Pasqualini como teórico, doutrinador que defendia o papel pedagógico das campanhas eleitorais<sup>20</sup> e do candidato do povo. As crianças, presentes na imagem, não são os destinatários da mensagem – os eleitores – mas de alguma forma *representam*, no sentido de *presentificar*, aqueles a quem se busca *representar*, no sentido de *falar por*. Conforme o texto da legenda da imagem originalmente publicada na imprensa, e retomada no panfleto, a atenção que as crianças destinavam a Pasqualini demonstrava a estima do povo pelo candidato. Expressando e ao mesmo mobilizando as emoções, as imagens cumpriram, mais uma vez, um papel central no empreendimento de construção de um interesse pela competição política.

## Considerações finais

<sup>18</sup> O descanso do vencedor: uma reportagem em cores com Getúlio. *Revista do Globo*, Porto Alegre, n. 522, 25/11/1950, p. 45-48 [MCSHJC]. Esta fonte já foi apresentada em trabalho publicado nos anais da II Jornadas Mercosul (ANGELI, 2012).

<sup>19</sup> Panfleto *mandado publicar pelo diretório de Garibaldi do PTB*. Setor de publicidade e propaganda do MCSHJC.

<sup>20</sup> Como exemplo disso, destaco o discurso como candidato a governador publicado no *Correio do Povo* em 12 de novembro de 1946: “Se, porém, a contagem material dos votos nos for desfavorável, nem por isso deveremos considerar inútil a nossa predicação e o nosso esforço, porque teremos semeado ideias, discutido soluções, focado problemas, esclarecendo a opinião pública e educando o povo para o exercício consciente da democracia”.



No presente artigo, se buscou estabelecer uma aproximação entre três elementos presentes quando o objeto de estudo diz respeito às práticas de campanha eleitoral: imagem, mobilização e popularidade. A relação entre ambas é um fator importante na compreensão da relação entre candidatos e eleitores na experiência democrática. Partindo da reflexão de Walter Benjamin sobre a obra de arte na era da reprodutibilidade técnica, é preciso considerar que a alteração nas condições de exponibilidade, comum ao artista e ao político, fez da reprodução de imagens algo central na ligação entre os representantes políticos e as massas – incorporadas paulatinamente à vida política.

O artigo não teve como objetivo analisar sistematicamente as imagens, mas sim compreender e refletir sobre seus usos nas práticas políticas de mobilização e de construção da popularidade. Não obstante, a análise destas fotografias e de suas reproduções na imprensa, bem como das demais imagens que circulavam nas campanhas eleitorais, pode representar um avanço importante na compreensão das práticas de mobilização eleitoral da experiência democrática.

Diante da ampliação do corpo eleitoral e da alteração do perfil dos eleitores, partidos e candidatos tiveram de se esforçar na construção de práticas de mobilização eleitoral visando, ao mesmo tempo, à produção de um interesse pela competição política e à conquista do voto. As imagens produzidas nas campanhas eleitorais de Alberto Pasqualini no Rio Grande do Sul, entre 1947 e 1954, são evidências importantes do próprio uso de imagens na construção da popularidade. Nas fotografias e nas reproduções publicadas na imprensa e nos panfletos, diferentes imagens públicas construídas de Pasqualini se complementaram no apelo aos eleitores: a de *intelectual* e a de *candidato do povo*.

Que imagem expressaria melhor a construção da popularidade eleitoral do que um candidato carregado pelos braços do povo? E o que poderia ser melhor do que as imagens para esta construção? Mais do que imagens *da* mobilização eleitoral, é preciso entender as imagens *na* mobilização eleitoral.

## Fontes

Museu Alberto Pasqualini / Prefeitura Municipal de Ivorá (MAP/PMI):

*Acervo pessoal de Alberto Pasqualini* – Fotografias.

Museu da Comunicação Social Hipólito José da Costa (MCSHJC) / Setor de imprensa:



*Correio do Povo* (Nov-Dez/1946, Jan/1947).  
*Diário de Notícias* (Nov-Dez/1946, Jan/1947).  
*Revista do Globo* (Dez/1946, Nov/1950).

Museu da Comunicação Social Hipólito José da Costa (MCSHJC) / Setor de publicidade e propaganda:

*Panfleto de Alberto Pasqualini ao Senado* (1950).

## Referências

ALMEIDA, Diego Orgel Dal Bosco. *Interfaces do político: o discurso de Alberto Pasqualini em perspectiva (1936-1955)*. [Tese de doutorado]. Porto Alegre: PUCRS, 2015.

ANGELI, Douglas Souza. *Como atingir o coração do eleitor: partidos, candidatos e mobilização eleitoral em Canoas/RS (1947-1963)*. [Dissertação de mestrado]. São Leopoldo: Unisinos, 2015.

ANGELI, Douglas Souza. “O descanso do vencedor”: memória social e cultura política em uma reportagem em cores com Getúlio. In: *Jornadas Mercosul: Memória, ambiente, patrimônio*. Canoas: Unilasalle, 2012, p. 225-236.

BARREIRA, Irilys Alencar Firmo. *Chuva de papéis: ritos e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, NUAP, 1998.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 16 ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2012.

CANÊDO, Leticia Bicalho. Herança na política ou como adquirir disposições e competências necessárias às funções de representação política. *Pro-Posições*, Campinas, v. 13, n. 39, p. 169-198, 2002.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. São Paulo: UNESP, 2009.

CRUZ, João Batista Carvalho da. *Da formação ao desafio das urnas: o PTB e seus adversários nas eleições estaduais de 1947 no Rio Grande do Sul*. [Dissertação de mestrado]. São Leopoldo: UNISINOS, 2010.

DEBRAY, Régis. *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no Ocidente*. São Paulo: Galimard, 1992.

FERREIRA, Jorge (org.). *O populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

FRENCH, John D. Los trabajadores insustanciales y el nacimiento de la República Populista en Brasil, 1945-1946. In: MACKINNON, Maria Moira; PETRONE, Mario Alberto (Orgs.).



*Populismo e neopopulismo en América Latina: el problema de la Cenicienta.* Buenos Aires: Eudeba, 1998, p. 59-77.

GINZBURG, Carlo. *Medo, reverência, terror.* Quatro ensaios de iconografia política. São Paulo: Companhia das letras, 2014.

GOMES, Angela de Castro. *A invenção do trabalhismo.* 3 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

GRIJÓ, Luiz Alberto. Alberto Pasqualini: o teórico do trabalhismo. In: In: FERREIRA, Jorge; REIS, Daniel Aarão (Org.). *As esquerdas no Brasil.* Vol 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007, p. 83-99.

LAVAREDA, Antonio. *A democracia nas urnas: o processo partidário eleitoral brasileiro.* Rio de Janeiro: Rio Fundo; IUPERJ, 1991.

OFFERLÉ, Michel. A nacionalização da cidadania cívica. In: CANÊDO, Leticia Bicalho (Org.). *O sufrágio universal e a invenção democrática.* São Paulo: Estação Liberdade, 2005, p. 343-361.

OFFERLÉ, Michel. *Perímetros de lo político: contribuciones a una sócio-historia de la política.* Buenos Aires: Antropofagia, 2011.

PALMEIRA, Moacir; BARREIRA, César (Orgs.). *Política no Brasil: visões de antropólogos.* Rio de Janeiro: Relume Dumará, NUAP, 2004.

PALMEIRA, Moacir; HEREDIA, Beatriz Maria Alasia. *Política ambígua.* Rio de Janeiro: Relume Dumará, NUAP, 2010.

SILVA, Roberto Bitencourt da. *Alberto Pasqualini: trajetória política e pensamento trabalhista.* [Tese de doutorado]. Rio de Janeiro: UFF, 2012.

VASCONCELLOS, Laura Vianna. *Alberto Pasqualini e o trabalhismo no Brasil.* [Dissertação de mestrado]. Rio de Janeiro: UERJ, 2009.