A CAMPANHA ELEITORAL COMUNISTA NO CONTEXTO DA LEGALIDADE DO PCB (1945-1947)

THE COMMUNIST'S ELECTION CAMPAIGN IN CONTEXT OF THE PCB'S LEGALITY (1945-1947)

Claudia Monteiro*

Resumo: Considerando as reflexões de Pierre Ansart, Eugene Enriquez e Serge Berstein sobre o papel desempenhado pelas subjetividades e sentimentos na política, o presente artigo analisa a campanha e a propaganda eleitoral empreendida pelo Partido Comunista do Brasil (PCB), durante o período de legalidade deste partido, na conjuntura de democratização entre 1945 e 1947. A partir da análise das fontes pesquisadas no fundo DOPS (Delegacia de Ordem Política e Social), sob a guarda do Arquivo Público do Paraná, o objetivo é demonstrar o quanto a campanha eleitoral, como um momento de intensificação das trocas afetivas e simbólicas, foi fundamental para o crescimento da visibilidade e da importância política do PCB. Neste sentido, a cassação do seu registro em 1947, impedindo-o de apresentar publicamente seus candidatos e suas bandeiras, representou um duro revés, pois o PCB era impossibilitado de usar a campanha eleitoral como uma ocasião de consolidação de sua identidade e do fortalecimento de suas ligações com os militantes.

Palavras-Chave: Partido Político, propaganda eleitoral, sentimentos.

Abstract: Considering the thought of Pierre Ansart, Eugene Enriquez and Serge Berstein about the role played for subjectivity and feeling in politics, the present article analysis the election campaign and propaganda used for Communist Party of Brazil (PCB) during the period of PCB's legality, between 1945 and 1947. Through analysis of sources researched at Public Archive of Paraná, subdivision of the DOPS (Police Station of Politics and Social Order), the objective is to demonstrate that the election campaign is an occasion of intense affective and symbolic exchanges, fundamental for the growth of visibility and political importance of PCB. Therefore, the cancellation of election registration of that party, in 1947, prevented it to show in public its candidates and flags. This fact represented a hard setback, because the PCB has been prohibited to use the election campaign like occasion for consolidation of its identity and for strengthening its links with militants.

Keywords: Political party, election propaganda, feelings.

* Doutoranda do Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal do Paraná/ UFPR, bolsista CAPES. E-mail: claudiahistoria@yahoo.com.br

Introdução

O Partido Comunista do Brasil (PCB) foi, durante o século XX, um dos principais polos aglutinadores da esquerda brasileira, tendo uma participação política ativa, principalmente, nos anos de democracia entre 1945 e 1964, que separam o Estado Novo do Regime Militar. Sua história é marcada pela clandestinidade: Da fundação ocorrida em 1922, até sua legalização definitiva em 1985, teve menos de três anos e meio de legalidade plena (BRANDÃO, 1997b, p. 23).

As eleições ocorridas em dezembro de 1945 (para presidente, senador e deputado federal) e em janeiro de 1947 (para governador e deputado estadual) foram as únicas, no período anterior à década de 1980, em que o PCB pode participar legalmente, disputando com candidatos registrados oficialmente em sua própria legenda e podendo apresentar livremente, em suas atividades de campanha, seu programa, suas propostas, sua bandeira, seus símbolos e sua ideologia.

A campanha eleitoral, por ser um espaço de debate público e um período de intensas atividades políticas e trocas simbólicas, é um momento crucial da consolidação da identidade de um partido político. O processo de organização e de mobilização eleitoral permite que o partido desempenhe o seu papel como mediador político, reunindo os membros, eleitores e simpatizantes em torno do seu programa partidário e articulando numa linguagem própria e codificada, as aspirações e necessidades da população.

Portanto, concordamos com a perspectiva do cientista político Gildo Marçal Brandão (1997a; 1997b) acerca da centralidade da questão da legalidade e da ilegalidade política na análise da história do Partido Comunista do Brasil. Este autor critica a historiografia que analisa a atuação do PCB com as lentes focadas na vida interna partidária e atribuindo aos próprios "erros" e oscilações de seus dirigentes as responsabilidades pelo seu fracasso enquanto alternativa política verdadeiramente de esquerda no Brasil (BRANDÃO, 1997a, pp. 35-39). Para Brandão (idem, p.172), as derrotas sofridas pelo PCB ao longo do século XX, não se devem apenas à dinâmica interna partidária – o sectarismo ou o voluntarismo – mas implica também o funcionamento do sistema político brasileiro como um todo e, principalmente, a permanente ilegalidade a que esteve relegado o PCB. O veto à sua participação política legal, com a cassação do mandato em maio de 1947, impossibilitando-o de disputar novas eleições e utilizar a campanha eleitoral como um momento de divulgação de sua ideologia, foi também uma medida de controle das classes subalternas, impedindo-lhes de votar no único partido que tenderia a questionar as orientações do populismo vigente.

O tema da legalidade e a da atuação pecebista nas eleições pode ser abordado a partir de diversas perspectivas, pois da campanha aos resultados eleitorais uma eleição é um indicador de múltiplas variáveis da opinião públi-

ca, seus movimentos e sua distribuição geográfica (REMOND, 2003, p. 40).

Tendo em vista as reflexões sobre a centralidade da subjetividade e das paixões nos processos políticos apresentadas por autores como Pierre Ansart (1978; 1983), Eugene Enriquez (1991) e Serge Berstein (2003), no presente artigo optamos por focalizar o processo de campanha e mobilização eleitoral e a adoção de estratégias de propaganda que visavam suscitar a comoção e os sentimentos entre militantes, eleitores, simpatizantes e receptores das mensagens emitidas pelo partido. Para tanto, utilizamos as fontes pesquisadas no Arquivo Público do Paraná, Fundo DOPS-PR, acervo que reúne documentação da antiga Delegacia de Ordem Política e Social do Paraná, assim como, os jornais da imprensa de referência no Setor de Documentação Paranaense da Biblioteca Pública do Paraná, ambos situados em Curitiba.

Nossa intenção é demonstrar o quanto, em uma campanha eleitoral, são mobilizados sentimentos como o amor, o ódio, a alegria, empolgação, etc., importantes para o crescimento e a visibilidade do partido entre as camadas populares e para o fortalecimento dos vínculos entre os militantes. Embora nosso foco seja relacionado ao papel da subjetividade na política, isto não significa que desconsideramos a importância dos aspectos relativos à conjuntura econômica, social, cultural e política, nacional e internacional para a ascensão do PCB no cenário brasileiro do período estudado.

Cabe ressaltar que o crescimento do PCB no imediato pós-guerra, foi fantasticamente rápido. Segundo estimativas apresentadas por Moisés Vinhas (1982, p. 89), logo depois da anistia em 1945, o Partido Comunista teria de dois a cinco mil membros, conseguindo alcançar em 1947, 200.000 inscritos, dos quais 60.000 só no Estado de São Paulo. Contribuíram para este crescimento diversos fatores: O prestígio pessoal de Prestes, que aproveitava as simpatias despertadas pelo comunismo e a URSS como o principal baluarte da luta contra o nazifascismo (FERREIRA, 2002), o pioneirismo e o consequente prestígio internacional dos comunistas no pós-guerra (VINCENT, 1992); as possibilidades de atuação legal e a conjuntura interna em defesa da democratização, da união nacional, da anistia e das reivindicações populares que também foram fundamentais para a popularidade do PCB (RODRIGUES, 1981; BRANDÃO, 1997a); além do mais, ultrapassando o nível discursivo, o enraizamento dos comunistas com as bases, sua inserção entre os trabalhadores e o movimento operário e sua contribuição para a emergência de candidatos advindos das camadas subalternas é um dado essencial para entender a dinâmica partidária e o seu sucesso nos anos da legalidade (COSTA, 1995; SANTANA, 2001).

Neste sentido, a cassação do registro do PCB, sua proscrição e a sua quase permanente clandestinidade, representaram um duro retrocesso e uma contradição na democracia brasileira, pois impedia que a população votasse

em um dos poucos partidos políticos que representava alguma novidade naquele cenário e que tendia a questionar a orientação demagógica, elitista e populista da política nacional. Tal como observou Brandão (1997b, p. 26), a exclusão do PCB retirou do sistema partidário o principal elemento competitivo interno, "[...] a ausência de um enfrentamento sistemático com uma organização política vinculada às classes subalternas permitiu a sobrevida dos partidos de notáveis, isto é, aos agrupamentos políticos compostos basicamente de parlamentares e seus círculos eleitorais".

A campanha eleitoral e a propaganda comunista

De acordo com o historiador Serge Berstein (2003, p. 92), o partido político moderno como instituição da democracia parlamentar, teoricamente deve ser o lugar onde se opera as mediações políticas, quando a realidade concreta do cotidiano e as reivindicações difusas das populações são traduzidas ao domínio do discurso e das representações, transformando-se em programas partidários e ideologias. Nas modernas sociedades de massa, o partido também exerce um papel fundamental de socialização perante o desamparo e a desintegração das sociabilidades tradicionais. Neste sentido, tem a função de integrar populações dispersas em uma comunidade ideológica, estruturando o eleitorado e lhe dando uma identidade política própria.

No entanto, para Berstein, nem sempre esta identidade política ideológica apresentada pelo partido é percebida de uma maneira clara e racional pelos aderentes. Muitas vezes é por meio de uma cultura política difusa que uma ideologia se impõe. A cultura política expressa aquilo que os membros de um partido político sentem, mas não conseguem exprimir, é algo que escapa a toda crítica da razão e entra no domínio das crenças instintivas:

> [...] Essa cultura difusa se exprime por um sistema de referências em que se reconhecem todos os membros de uma mesma família política, lembranças históricas comuns, heróis consagrados, documentos fundamentais (que nem sempre foram lidos), símbolos, bandeiras, festas, vocabulário de palavras codificadas etc. [...] remetendo aqueles que dela participam a todo um contexto implícito cujo conteúdo ideológico eles sentem e nem sempre podem exprimir (BERSTEIN, 2003, pp. 88-89).

Os elementos provenientes da cultura política que abarcavam uma série de símbolos, lembranças em comum, heróis, jargões, comemorações, bandeiras, festas, eram bastante explorados no discurso comunista e tinham um papel efetivo para a coesão do partido e a ligação entre os membros.

Por conseguinte, alguns partidos políticos, como foi o caso do PCB, funcionam como um "aparelho afetivo" na medida em que conseguem, por meio de uma linguagem eminentemente simbólica, constantemente refor-

çada, construir laços libidinais intensos entre os membros do grupo e destes com o chefe ou líder carismático. Do ponto de vista dos militantes, o partido jamais é visto como um objeto indiferente afetivamente. Para o sociólogo Pierre Ansart (1983, pp. 109-111), os partidos comunistas constituíram-se, de certa maneira, em uma verdadeira contra-sociedade, ativamente produtora de mensagens comoventes, de símbolos e práticas coletivas.

A campanha eleitoral é um momento profícuo para a exacerbação dos sentimentos em torno do partido e seus ideais. Isto se deve, por um lado, à ampliação da quantidade de atividades e tarefas realizadas, intensificando os laços entre os membros pela convivência diária, pelo trabalho em conjunto e pelo desafio da vitória e, por outro, pela abundância dos apelos comoventes, incitando a adesão e o ódio, contidos nos discursos proferidos na propaganda, comícios, jornais e panfletos. Como observou o sociólogo Eugene Enriquez (1990, p. 58), a linguagem política "[...] favorece a posição maniqueísta, em que são projetadas sobre os adversários todas as características negativas". Os sentimentos hostis direcionados aos adversários tem a função de reforçar o ânimo e a coesão interna do grupo.

No caso do discurso comunista, além dos argumentos maniqueístas e comoventes, os militantes, oradores e escritores do partido estiveram atentos ao estilo e à eloquência da fala e da escrita, utilizando-se de expressões imperativas e significativas e repetindo constantemente algumas palavras-chaves ou frases de impacto. A linguagem escrita ou falada, dos documentos e discursos pronunciados em eventos, em comícios partidários ou emissões radiofônicas, não era apenas um simples reflexo da realidade vivida ou a enunciação dos objetivos e metas a serem alcançados pelos membros. A reiteração de certas palavras, de princípios, atitudes e símbolos, dava coerência e unidade ao grupo, assumindo um sentido alegórico que remetia ao ideal imaginado daquilo que deveria ser o Partido Comunista.

A linguagem teve um papel de destaque na conjuntura política pós-1945, pois, por meio dos panfletos, da imprensa, das conversas, das reuniões políticas, das assembleias e dos comícios, os comunistas brasileiros estiveram empenhados em construir, através da palavra e do debate, uma esfera pública ampla que incluísse personagens das massas populares que até aquele momento haviam sido excluídos da vida política brasileira. Neste sentido, palavras de caráter marcante como "democracia", "povo", "luta", "liberdade", "heroísmo", etc., soavam como encantamento para muitos daqueles que ouviam os discursos comunistas ou liam seu material de divulgação. Tendo em vista o espaço de experiência vivenciado sob as duras condições de perseguição, silenciamento e cerceamento das liberdades do regime político anterior, o Estado Novo instaurado por Getúlio Vargas em novembro de 1937, noções como liberdade e democracia tinham, provavelmente, um forte apelo comovente.

A preocupação generalizada dos comunistas com a linguagem e com a disseminação de certos símbolos e gestos, que expressavam uma cultura política específica traduzida em valores comuns, expectativas compartilhadas de comportamentos e regras implícitas, moldando as intenções e ações coletivas, pode ser observada nos detalhes das narrativas dos jornais, da documentação policial (em relatórios de agentes da DOPS infiltrados, por exemplo) e da própria documentação produzida pelos militantes e pela burocracia interna partidária (atas, resoluções, cartas circulares, panfletos, etc.).

No estudo da cultura política comunista é oportuno observar a campanha eleitoral como uma ocasião de intensificação dos gestos, dos apelos emotivos, da mobilização dos militantes e da reafirmação dos ideais coletivos partidários. Ela é o primeiro ato de uma eleição, e não significa apenas a propaganda dos candidatos ou a explicação de programas e metas. A campanha é um momento de colocar em operação estratégias de divulgação do partido e sua ideologia, e também, sobretudo, um período de intensas trocas simbólicas. Da decoração aos cartazes, dos slogans aos aplausos efusivos, das bandeiras tremulantes às palavras proferidas nos comícios, todo o aparato utilizado na campanha eleitoral tem por meta, comover e por meio da emoção, convencer mais facilmente a plateia dos ouvintes e prováveis eleitores.

Através de uma carta circular emitida pelo Secretariado Nacional à todos os Comitês Estaduais do PCB, acerca da mobilização do partido para a campanha eleitoral de dezembro de 1945, contendo uma série de diretrizes e explicações sobre os métodos de propaganda a serem utilizados, podemos compreender melhor as estratégias de marketing dos comunistas. Segundo esta carta circular, a campanha eleitoral deveria começar a gozar de métodos mais modernos, pois as novas condições de liberdade e legalidade política permitiria que a propaganda se tornasse mais "agradável e atraente". De acordo com as sugestões desta carta: "[...] 'Shows', 'scketch' [sketch], números de dança e de músicas podem iniciar os comícios. Artistas de renome que são membros do partido ou estão de acordo com sua orientação, darão bastante relevo, etc." (ARQUIVO PÚBLICO DO PARANÁ. DOPS, 1945a, fl. 264). A campanha e os comícios deveriam ser atrativos pela diversão proporcionada tanto através dos "sketch", ou seja, pequenas apresentações teatrais ou vinhetas, como por meio de apresentações de números de dança e música, de artistas, de shows, etc. Os expectadores, sentido prazer ao se divertir, ficariam mais receptivos e propensos a aceitar e a votar no partido.

A confecção e divulgação de biografias dos candidatos, comprovando a longa trajetória vivida em defesa das causas populares, garantindo a confiabilidade e a firmeza de caráter, era uma estratégia defendida e bastante utilizada na propaganda comunista, revelando a importância das referências ao passado e às experiências vividas como componente da cultura política comunista. Apesar do PCB advogar a ideia do que o mandato era partidá-

rio e não pessoal, uma novidade na época (SANTANA, 2001, p. 49), de acordo com a carta circular do Secretariado Nacional, no Brasil, "por não haver educação política", o nome do candidato era o dado mais importante da propaganda eleitoral e por isso era preciso popularizá-lo ao máximo, por meio de pichações, volantes, faixas, cartazes, etc., pois a luta eleitoral girava em torno do nome do candidato. Neste sentido, era indispensável também apresentar as biografias, contento a trajetória política e pessoal do candidato: "[...] mostrando não só os aspectos mais destacados de sua vida política, como também os lados comoventes de sua vida particular, como chefe de família e amigo de seus companheiros" (ARQUIVO PÚBLICO DO PARANÁ. DOPS, 1945a, fl. 264). As biografias deveriam sempre vir acompanhadas de fotografias "artisticamente feitas" em que o candidato era apresentado em sua atividade profissional. Soma-se a isso a divulgação e a realização de homenagens prestigiando individualmente o candidato no espaço ocupado por ele no mundo do trabalho, com o intuito de projetá-lo em meio à massa.

A estratégia da propaganda comunista revelava uma preocupação em mostrar o candidato não só como homem público, mas também o seu lado humano como modelo de pai, esposo, amigo e trabalhador. O lado "comovente" da propaganda se revelaria justamente nos aspectos da vida particular e familiar, com os quais o público receptor deveria se identificar mais prontamente. Acompanhando este raciocínio, podemos deduzir que vida privada estaria muito mais próxima das subjetividades e dos sentimentos do que a vida pública, racional e objetiva.

No entanto, as diretrizes emitidas pelo Secretariado Nacional nem sempre eram estritamente seguidas na prática. Encontramos nos arquivos apreendidos pela DOPS algumas das biografias que eram lidas como apresentação dos candidatos nos comícios, ou então, impressas e distribuídas em panfletos e volantes.

Um exemplo é a biografia do médico Octávio da Silveira, utilizada como propaganda na disputa para o cargo de senador e deputado estadual no Paraná, nas eleições de 1945. Diferentemente do que propunha o Secretariado Nacional, pode-se observar que, dos dados escolhidos, a vida privada mal é mencionada, enquanto a vida pública do candidato ganha relevo e destaque. Talvez isso revele uma falta de familiaridade com os novos métodos de propaganda apresentados pelo Secretariado Nacional. Octávio da Silveira já havia sido deputado federal paranaense pela Aliança Nacional Libertadora em 1935, e tinha uma trajetória longa como militante. São mencionadas, na propaganda, a luta contra o fascismo e a trajetória política marcada pelas adesões aos movimentos populares brasileiros, desde as "agitações revolucionárias" de 1922 e 1924, aos movimentos que culminaram com a vitória de Getúlio Vargas em 1930:

> Dr. Otávio da Silveira: Iniciou sua vida publica no Paraná, em União da Vitória, tomando parte nas agitações revolucionárias de 1922. Em 1924, já em Curitiba, esteve ao lado dos revolucionários de São Paulo, auxiliando-os com todos os meio ao seu alcance. Em 1930, cooperou eficientemente para a eclosão do movimento libertador em nossa terra, nos primeiros dias redigiu o "Diário da Tarde" ao qual imprimiu uma feição popular de grande vibração e, em seguida, incorporado ao destacamento João Alberto, seguiu para o front. [...] Eleito deputado Federal, a sua atitude em prol da democracia o levou a Presidência do Diretório Nacional da Aliança Nacional Libertadora, na sua fase mais áspera, a que se seguiu a decretação de seu fechamento. Iniciada a fascistização de nossas instituições, o deputado Octávio da Silveira colocou-se e manteve-se ao lado do povo, combatendo no Parlamento todas as arbitrariedades policiais e todas as medidas contrárias ao regime da constituição de 1934. [...] De volta ao Paraná, continuou sua ininterrupta luta contra os inimigos do povo, os fascistas e reacionários de todos os matizes, indo naturalmente ocupar o seu lugar no Partido Comunista do Brasil, que é sem dúvida, a vanguarda do proletariado. (ARQUIVO PÚBLICO DO PARANÁ. DOPS, 1945b, Fls. 186-187).

No caso do candidato Octávio da Silveira, que tinha uma vida pregressa bastante rica em acontecimentos dedicados às atividades públicas, o fato dele ter exercido a profissão de médico mal é mencionada a não ser pela designação de "Doutor", sobre sua vida particular nada ficamos sabendo. Os argumentos "comoventes" giram em torno de sua heroica atuação contra os inimigos do povo, fascistas e reacionários, bem como sua injusta prisão e as arbitrariedades comedidas contra ele.

Dentre os atos de uma campanha eleitoral, o comício era um dos momentos mais eminente de trocas de simbólicas. Toda a decoração do ambiente convidava os expectadores a adentrarem no universo ideológico partidário: os slogans que ornamentavam o palanque, os emblemas expostos, as cores e as mensagens das bandeiras, etc. Era tanta a preocupação com o aspecto decorativo dos espaços e palcos onde aconteciam as festas, comícios e eventos do Partido Comunista, que sempre uma comissão de militantes ficava responsabilizada para a confecção de bandeiras, cartazes, faixas e bordados.

Para Pierre Ansart (1983, p. 22), o ápice de um comício ou reunião política será marcado pelos discursos, "[...] pelas emissões de palavras, de raciocínios e de imagens suscitantes de interesse, tédio, riso ou indignação". De acordo com este autor, o comício não é apenas o lugar de emissão de mensagens, mas também um espaço particular de organização dos corpos:

> [...] os olhares são dispostos para convergir sobre o palanque, onde o lugar elevado da 'bancada' sugere a eminência daquele que

> fala, lugar de ajuntamento onde são construídas o face-a-face e o lado-a-lado, legitimando a docilidade da escuta, e moderando as trocas de um lado à outro. [...] Neste espaço construído vão se desenrolar as trocas específicas e as interações determinadas entre o orador encarregado de explicar e de comover e, de outra parte, o público convidado somente a manifestar suas aprovações e desaprovações, massa convidada à aplaudir. (ANSART, 1983, p. 22)

Nos comícios das campanhas eleitorais, toda a atenção se dirigia aos oradores e a seu discurso, por isso, uma das diretrizes da carta circular sobre a mobilização eleitoral enviada pelo Secretariado Nacional ao Comitê Estadual, enfatizava a necessidade da formação imediata de quadros de oradores. Um comício do partido precisava apresentar, "de maneira viva", para a massa que o assistia, uma visão real da linha partidária pecebista, dos candidatos e do programa, por isso era preciso ter objetividade, clareza e precisão ao se falar em nome do partido.

> Um mau orador pode desvirtuar as finalidades de um comício, transformando a propaganda em anti-propaganda. Os comícios de bairro, que são o grande apoio da propaganda eleitoral, devem ser de agitação, pois a massa que o assiste, por ser pouco politizada, exigem oradores entusiastas e incisivos, que digam o que eles sentem. [...] A massa gosta de oradores que falam de improviso, preferindo estes aos que leem seus discursos. (ARQUIVO PÚBLICO DO PARANÁ. DOPS, 1945a, Fl. 263)

A força dos apelos comoventes proferidos em discursos falados dificilmente pode ser captada pela análise de documentos escritos. A empolgação do momento da reunião e os sentimentos dos expectadores raramente são relatados de forma explícita nas fontes, mas podem ficar subentendidos em pequenos detalhes, que revelam aplausos, atenção, vibração, etc. Podemos supor, por exemplo, o entusiasmo dos expectadores de um grande comício pró-constituinte assistido por "compacta massa popular" realizado na Praça Ozório em Curitiba, através da manchete do jornal Diário da Tarde de 27 de julho de 1945. Segundo a manchete, o comício havia começado "[...] às 20:30, falando em nome da mulher comunista, Nair Busmayer abre o comício e sua oração desperta vivos aplausos da assistência", a série de discursos e "[...] a poderosa argumentação desenvolvida em torno da Assembléia Constituinte mantiveram a grande massa popular em permanente estado de entusiasmo e vibração patriótica" (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARANÁ, 1945, Fl. 03).

A carta-circular sobre mobilização eleitoral emitida pelo Secretariado Nacional é um documento interessante para compreendermos o quanto as concepções da propaganda política comunista visavam convencer por meio do apelo aos sentimentos. Através desta carta, percebemos que os dirigentes

comunistas estiveram preocupados com todos os detalhes da campanha eleitoral, inclusive em introduzir "novos métodos" de propaganda para torná-la mais agradável e convincente. O comício era momento de ápice da campanha, quando as diversas estratégias (dirigidas a suscitar diversão, prazer, entusiasmo, indignação, emoção, etc.) deveriam ser colocadas em ação para atingir a subjetividade ou o entendimento do público expectador. Considerando a incompreensão e a despolitização das "massas" e não sendo possível convencê-las através da clareza e da objetividade das falas, era preciso, então, recorrer aos sentimentos. Da programação, incluindo shows musicais, artísticos e teatrais, ao conteúdo dos discursos, evocando a vida familiar e pessoal dos candidatos e aos oradores, entusiastas e incisivos, tudo era realizado no sentido de persuadir, inclusive apelando emocionalmente.

O sociólogo Eugene Enriquez (1990, pp. 58-59) afirma que uma das metas da reunião política é operar uma conjunção entre certeza e saber, ou seja, as repetições constantes de slogans, de canções e de palavras de ordem dão a sensação de certeza, atividade regida pelo princípio do prazer. É interessante o quanto este propósito esteva presente nas diretrizes apresentadas na carta-circular do Secretariado Nacional do PCB. Nela é citada até mesmo a importância da escolha das palavras de ordem na propaganda eleitoral: "[...] os slogans, curtos e expressivos para se usar nas faixas, volantes e nos discursos, logo se apoderam das massas" (ARQUIVO PÚBLICO DO PARANÁ. DOPS, 1945a, Fl. 264). Deveriam ser utilizadas tanto palavras de ordem gerais como "[...] O voto é a arma do povo", como também relacionadas às condições locais e a vida dos candidatos, por exemplo: "[...] Antonio Cesar de Oliveira, sempre defendeu os ferroviários, no Parlamento, defenderá o povo" (Idem). Também, de acordo com a carta-circular, era preciso utilizar ao máximo o prestígio do Secretário Geral do Partido Comunista Luiz Carlos Prestes, vinculando-o ao nome dos candidatos, do programa, da bandeira e do partido.

> Os episódios mais destacados da vida de Prestes devem ser relembrados e ligados à luta eleitoral. Prestes como líder militar, como comandante da coluna, como estudioso, como chefe de família, como político e como comunista. São aspectos que devem ser utilizados, Prestes na prisão e, agora à frente do Partido, são pontos que devemos sempre abordar em proveito da propaganda de nossos candidatos. (ARQUIVO PÚBLICO DO PARANÁ. DOPS, 1945a, Fl. 265)

O episódio da prisão de Prestes e da deportação de sua esposa Olga Benário para um campo de concentração nazista, foi um dos mais comentados na conjuntura da redemocratização. O então Secretário Geral do PCB figurava como um mártir que, depois de quase dez anos vividos na dureza dos cárceres despontava como um líder político nacional, popular e conhecido.

Um público que a propaganda eleitoral comunista deveria observar, porque representava um importante percentual da massa dos eleitores, eram as mulheres. O incentivo para a participação e o protagonismo das mulheres como oradoras nos comícios e líderes de células ou em grupos como as Uniões Femininas, era mais uma novidade apresentada pelos comunistas. Segundo a carta-circular do Secretariado Nacional, as mulheres haviam permanecido indiferentes em relação aos acontecimentos políticos brasileiros até o momento da redemocratização, e poucas haviam se alistado nos postos eleitorais, por isso, era urgente desenvolver uma intensa propaganda entre o público feminino:

> As camaradas do partido devem se mobilizar como oradoras dos comícios de propaganda eleitoral, instruindo, mostrando a necessidade de organização das mulheres em defesa de seus direitos. Todo comício precisa ter uma mulher entre seus oradores. A propaganda deve mostrar como o partido luta pela emancipação da mulher e pelo reconhecimento dos direitos que lhe são negados. Mostrar também como o partido defende a família, quando combate todas as causas da miséria e da ignorância, fatores da desagregação da família. (ARQUIVO PÚBLICO DO PARANÁ. DOPS, 1945a, Fl. 262)

A propaganda comunista visava atingir as mulheres não como um grupo à parte, diferenciado pelas questões de gênero, mas sim uma parcela importante da população votante que devia se integrar às lutas em defesa de seus direitos, contemplados no discurso comunista na medida em que este reconhecia sua emancipação. No entanto, fica subentendido o espaço reservado à mulher como o sustentáculo da família e da vida privada. Logo, o partido, como combatente da miséria e da ignorância que causavam a desagregação da família era também um defensor das causas femininas.

Em outra ocasião, em matéria divulgada no jornal comunista "Tribuna Popular", de 21 de julho de 1945, os dirigentes partidários demonstravam a preocupação em convocar as mulheres no maior número possível, visando integrá-las na vida política da nação, para participarem de todas as atividades partidárias, inclusive nas tarefas relativas a propaganda, alfabetização, coleta de fundos, festividades, levantamento e debates de reivindicações econômicas locais, sobretudo as que eram relativas ao nível de vida, pois as mulheres, por sua própria condição de donas-de-casa, sentiam e refletiam melhor e mais intensamente as mudanças no custo de vida (CARONE, 1982, p. 59). Delineiam-se assim, os papéis das mulheres, cujos interesses, domésticos e familiares, estavam muito mais próximos da esfera do privado do que os dos homens.

Entretanto, não é uma assertiva falsa a constatação de Hobsbawm (2011, p. 346) de que, para as esquerdas, eram secundárias as questões das

identidades étnicas ou de gênero. A esquerda mantinha sua unidade em função das grandes causas que defendia que, de certa forma, contemplavam os diversos objetivos dos grupos específicos.

A inserção da mulher no espaço público, apresentando-as como candidatas e como líderes engajadas das células e dos comitês do partido, foi uma iniciativa e uma conquista dos comunistas. A historiadora Berenice Cavalcante (1986, p. 146) observa que as mulheres tiveram um papel de destaque para o surgimento dos núcleos e células do PCB. Sob a liderança de mulheres comunistas foram fundados vários organismos tendo por base os bairros, que reuniam principalmente donas-de-casa, como o Comitê das Mulheres Pró-Democracia, criado em 1945, e a União Feminina de 1946.

Por fim, observa-se que os ideais apresentados pelo Partido Comunista em sua propaganda não representavam somente uma mudança de representantes ou governos, e sim uma nova proposta de homem e de civilização construídos sobre novas estruturas econômicas e sociais. Por isso, apesar da importância da disputa eleitoral e da conquista de cargos parlamentares, as atividades de campanha e propaganda eleitoral iam além desse objetivo e tinham em vista não somente conquistar os votos dos eleitores, mas também de arregimentar novos membros para o comunismo entre os moradores dos bairros, as donas de casa, os trabalhadores industriais, rurais e autônomos, pessoas que podiam ser ouvidos em seu próprio bairro por meio dos comícios, das reuniões, das festas e dos eventos promovidos pelo PCB durante a campanha eleitoral.

Considerações finais

A cassação do mandato político do PCB, em maio de 1947, impossibilitou-o de utilizar a campanha eleitoral, em seu favor, como um espaço de debate público. A proscrição do único partido, cujo programa questionava a orientação populista e demagógica da política nacional, demonstra a precariedade e a fragilidade da consolidação institucional do sistema partidário brasileiro.

O desconforto causado pelo PCB e sua posterior cassação, explica-se por diversos fatores. Na interpretação de Sidnei Munhoz (2002, p. 41), este fato teve razões tanto internas quanto externas. O governo de Dutra não apresentou grandes inovações nas práticas, herdadas do Estado Novo, de repressão às reinvindicações dos trabalhadores e dos movimentos populares. Este tipo de violência contra as camadas subalternas sempre foi aceito e muitas vezes apoiado pelas elites nacionais, conservadoras e anticomunistas. Externamente o Brasil era um aliado incondicional aos Estados Unidos, com a emergência da Guerra Fria e os primeiros sinais de uma ação dos norte-americanos objetivando conter qualquer influência soviética na América Latina, Dutra não hesitou em caçar o registro do PCB.

Além disso, este partido sempre foi encarado como um corpo estranho na política brasileira pelas novidades que representava naquele contexto. Isto devido à iniciativa de integrar as massas populares na esfera pública por meio da criação, em 1945, dos Comitês Democráticos Populares nos bairros, universidades, fábricas e empresas, chamando à participação política, donas-de-casa, moradores, estudantes, trabalhadores urbanos e rurais, etc., personagens até então excluídos da vida política nacional. Também foi significativa a atuação dos comunistas no movimento operário e o esforço em prol da construção de órgãos intersindicais que visavam coordenar as lutas das diferentes categorias de trabalhadores, como o MUT (Movimento Unificador dos Trabalhadores) e a CTB (Confederação dos Trabalhadores do Brasil). Criticando as teses sobre a burocratização e o distanciamento do PCB de suas bases, Marco Aurélio Santana observa que, no período anterior ao golpe de 1964, este partido esteve efetivamente inserido no movimento operário e sindical (SANTANA, 2001, p. 32). Além disso, o PCB oferecia um novo olhar sobre o papel político dos partidos, pois se propunha a agir e falar em nome de um programa ideológico e que advogava a ideia do mandato partidário e não pessoal dos cargos parlamentares. O crescente impacto da ação dos comunistas através da mobilização popular, da linguagem, dos rituais, da organização e dos apelos comoventes, impôs novas formas e significados para a política brasileira, pois, da experiência moldada nos anos de legalidade do PCB, resultou um revigorado interesse popular pelos debates públicos.

Referências

Fontes

ARQUIVO PÚBLICO DO PARANÁ. Delegacia de Ordem Política e Social (DOPS). Curitiba. (carta circular n° 1 do Secretariado Nacional a todos os Comitês Estaduais e Territoriais do Partido Comunista do Brasil, "Mobilização de todo o Partido para a campanha eleitoral", 03 set. 1945a, Fls. 261-265, Pront. 1468d, Top. 174, Partido Comunista Brasileiro).

ARQUIVO PÚBLICO DO PARANÁ. Delegacia de Ordem Política e Social (DOPS). Curitiba. (Biografias dos candidatos à deputados federais, 1945b, Fls. 185-187, Pront. 274b, Top. 030, Comitê Comunista do PCB de Paranaguá).

BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARANÁ. Setor de Documentação Paranaense. Jornal Diário da Tarde, Fls. 01-03, 27 jul. 1945.

Bibliografia

ANSART, Pierre. **Ideologia, conflito e poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

ANSART, Pierre. **La gestion des passions politiques**. Lausanne: L'Age d'Homme, 1983.

BERSTEIN, Serge. Os partidos. In: REMOND, René (Org.). **Por uma história política**. 2 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

BRANDÃO, Gildo Marçal. **A** Esquerda Positiv**a**: as Duas Almas do Partido Comunista - 1920/1964. São Paulo: Hucitec, 1997a.

BRANDÃO, Gildo Marçal A ilegalidade mata: o Partido Comunista e o sistema partidário (1945-64). **Revista Brasileira de Ciências Sociais***,* São Paulo, n.33, 1997b, pp. 23-34.

CARONE, Edgard. **O PCB. 1943 a 1964**. São Paulo: Difel, 1982.

CAVALCANTE, Berenice. **Certezas e Ilusões**: os comunistas e a redemocratização da sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro; Niterói: EdUFF, 1986.

COSTA, Hélio da. **Em busca de memória**: comissão de fábrica, partido e sindicato no pós-guerra. São Paulo: Scritta, 1995.

ENRIQUEZ, Eugène. **Da horda ao Estado***:* Psicanálise do vínculo social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

FERREIRA, Jorge. **Prisioneiros do mito**: cultura e imaginário político dos comunistas no Brasil (1930-1956). Niterói: EdUFF, 2002.

HOBSBAWM, Eric. A política da identidade e a esquerda. In. NEVES, José; DIAS, Bruno Peixe (coord.). **A política de muitos**: povo, classe e multidão. Lisboa: Tinta da China, 2011.

MUNHOZ, Sidnei. Ecos da emergência da Guerra Fria no Brasil (1947-1953). **Diálogos**, Revista do Curso de História da UEM, Maringá, v. 6. 2002, pp. 41-59.

SANTANA, Marco Aurélio. **Homens partidos**: comunistas e sindicatos no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2001.

REMOND, René. As eleições. In: REMOND, René (org.). **Por uma história política**. 2 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

RODRIGUES, Leôncio Martins. O PCB: Os dirigentes e a organização. In: FAUSTO, Boris (Dir.). **História Geral da Civilização Brasileira**. São Paulo: DIFEL, 1981, t. 3, v. 3, pp.431-530.

VINCENT, Gérard. Ser comunista? Uma maneira de ser. In: ARIÈS, Philippe; DUBY, Georges. (Coords.). **História da Vida Privada 5**: Da Primeira Guerra a nossos dias. São Paulo: Cia. das Letras, 1992, pp. 426-457.

VINHAS, Moisés. **O Partidão**. A luta por um partido de massas (1922-1974). São Paulo: Editora Hucitec, 1982.

Artigo recebido em 19/04/2012, aceito para publicação em 04/12/2012 e publicado em 20/12/2012.