

Arena de papel: o *Diário Popular* e o *Opinião Pública* e a eleição de 1959 em Pelotas

A Paper Arena: Diário Popular, Opinião Pública, and the 1959 Municipal Election in Pelotas

Isabelle B. Chaves,¹ UFPEL

Resumo

O artigo analisa a campanha eleitoral de 1959 em Pelotas, focalizando o papel do *Diário Popular* e *Opinião Pública* na disputa entre o PTB e a coligação liderada pelo PDC, PSD, UDN e PL. A partir da classificação dos santinhos publicados nos jornais e da leitura das matérias “a pedido”, demonstra-se que os periódicos atuaram como agentes políticos, construindo narrativas favoráveis aos conservadores e críticas ao trabalhismo. O estudo mobiliza autores como Barbosa, Eleutério, Alsina e Bakhtin para compreender a imprensa como produtora de discursos e participante da luta simbólica local. Apesar da forte ofensiva editorial contra o PTB, a chapa trabalhista, formada por João Carlos Gastal e Joel Monteiro, saiu vitoriosa, revelando limites da influência midiática. O caso evidencia como a imprensa regional disputa hegemonias ao construir sentidos sobre progresso e identidade política.

Palavras-chave: Imprensa; Campanha eleitoral; PTB; Pelotas; Discurso político.

Abstract

This article analyzes the 1959 municipal election in Pelotas, focusing on the role of *Diário Popular* and *Opinião Pública* in the dispute between the PTB and the coalition led by the PDC, PSD, UDN, and PL. By classifying campaign leaflets and examining “by request” articles, the study shows how the newspapers acted as a political agents, constructing narratives favorable to conservative groups. Drawing on Barbosa, Eleutério, Alsina, and Bakhtin, it interprets the press as a producer of discourse and an active participant in local symbolic struggles. Despite the strong editorial offensive against the PTB, the laborist ticket – João Carlos Gastal and Joel Monteiro – won the election, revealing limits of media influence. The case highlights how regional newspapers shape meanings around progress and political identity.

Keywords: Press; Electoral campaign; PTB; Pelotas; Political discourse.

Introdução

O cenário político do Rio Grande do Sul, na década de 1950, foi profundamente moldado pelo processo de redemocratização que se seguiu ao fim da ditadura de Getúlio Vargas. A recomposição das forças partidárias e o acirramento das disputas ideológicas marcaram esse momento, à medida que diferentes grupos se posicionavam entre a continuidade ou a rejeição das políticas varguistas. Como observa Pesavento (1980), a União

¹ Bolsista CNPq de Mestrado no Programa de Pós-Graduação em História na Universidade de Pelotas. E-mail para contato: isabelle.ufpel@gmail.com

Democrática Nacional (UDN) consolidou-se como a principal articulação das correntes oposicionistas, defendendo um “liberalismo democrático” que mobilizou setores da classe média e lideranças como Osvaldo Aranha, Flores da Cunha e Borges de Medeiros. A agremiação tornou-se o espaço privilegiado de uma burguesia liberal que, até 1946, também abrigava “elementos de esquerda não ligados ao comunismo”. A fundação do Partido Socialista Brasileiro (PSB), com foco no operariado, reconfigurou em parte esse quadro (Flach e Cardoso, 2007).

Em sentido distinto, o Partido Social Democrático (PSD) e o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) surgiram sob a égide de Vargas como pilares de sustentação de seu projeto político, embora dirigidos a segmentos sociais e expectativas muito diferentes. O PSD expressava os interesses das elites locais e defendia uma orientação liberal-conservadora, ao passo que o PTB se estruturava sobre a mobilização dos trabalhadores urbanos, grupos que, insatisfeitos com os limites do sindicalismo do Estado Novo, buscavam uma via que, sem se definir como socialista, respondesse às demandas do mundo do trabalho. Assim, ambos os partidos condensavam projetos e sensibilidades distintas dentro do arranjo varguista (Flach e Cardoso, 2007).

Além dessas agremiações, o Partido Liberal (PL) buscou ampliar sua atuação em escala nacional após a proibição dos partidos regionais. Ao adotar o parlamentarismo como bandeira e ao reunir antigos aliados sob uma mesma estrutura, conquistou posição expressiva no cenário gaúcho, chegando a ultrapassar a UDN como força política de referência. A política estadual também foi marcada pela presença de partidos de alcance mais restrito, como observam Flach e Cardoso, que descrevem a pluralidade das legendas então ativas:

O Partido Comunista Brasileiro (PCB), [...] possuía estrutura fortemente centralizada. [...] atingiu o eleitorado dos principais centros urbanos, onde suplantou a votação obtida pelo PTB. O PRP [Partido Republicano Progressista], criado em 45, apresentava-se como herdeiro do integralismo da década de 30, representado pela Ação Integralista Brasileira, possuía bases eleitorais mais focalizadas em regiões de colonização alemã e italiana [...]. O Partido Democrata Cristão (PDC) tinha sua base nos centros urbanos do centro-sul. Já os partidos Republicano (PR), Libertador (PL) e o Social Progressista (PSP), possuíam suas bases eleitorais em praticamente um único estado cada um (Flach, Cardoso, 2007, p. 60).

Flach e Cardoso (2007) destacam que a organização partidária no Rio Grande do Sul expressava de forma nítida o antagonismo entre forças alinhadas ou contrárias ao legado de Vargas. Dessa polarização resultaram dois blocos centrais: de um lado, o bloco populista

vinculado ao PTB e, de outro, um agrupamento conservador-liberal que se consolidou como frente anti-PTB (Flach e Cardoso, 2007, p. 61).

No interior do próprio PTB, Cruz (2017) identifica três correntes fundamentais cuja formação no estado dialogava diretamente com as orientações nacionais. O autor ressalta tanto as “características mais amplas da transição (continuidade na mudança)” quanto a “dinâmica própria do partido (sua base getulista, trabalhista e sindical [...])” (Cruz, 2017). Ao mesmo tempo, argumenta que o PTB gaúcho, embora ancorado em diretrizes nacionais, incorporou especificidades regionais que, em momentos decisivos, chegaram a influenciar o rumo da própria estratégia partidária no plano nacional (Cruz, 2017).

Cruz (2017), dialogando com Bodea (1992), identifica três correntes internas que estruturaram o PTB em seus primeiros anos no Rio Grande do Sul. A primeira é a corrente sindicalista, que formou o núcleo inicial da legenda e manteve vínculos com o setor trabalhista do PSD. A segunda é a corrente doutrinário-pasqualinista, composta por intelectuais progressistas influenciados pelo pensamento de Alberto Pasqualini. A terceira é a corrente pragmático-getulista, integrada por políticos profissionais oriundos do PSD. Cruz (2017) observa que essas divisões iniciais foram importantes na conformação do partido, mas não permaneceram rígidas ao longo do tempo, sofrendo transformações conforme a dinâmica política se alterava.

Noll e Trindade (2004) apontam que a rápida ascensão eleitoral do PTB, associada à baixa representatividade individual das demais legendas, configurou um cenário particular no Rio Grande do Sul entre 1945 e 1962. Em diálogo com esses autores, Cruz (2017, p. 36-37) identifica duas características centrais dessa especificidade: “a participação prematura de um grupo social reformista” e o fato de que essa presença reformista “garantiu muito cedo feições progressistas à atuação local da agremiação”. Assim, o PTB gaúcho já apresentava um perfil claramente progressista antes mesmo de a ideologia trabalhista consolidar-se em âmbito nacional, o que o distinguia das experiências de outros estados. Cruz (2017) acrescenta ainda que uma análise mais aprofundada da corrente pragmática-getulista requereria considerar o impacto da atuação de João Goulart no Ministério do Trabalho.

A polarização partidária no Rio Grande do Sul, conforme explicam Noll e Trindade (2004), deve ser compreendida no interior de uma cultura política de matriz platina, marcada historicamente por confrontos entre grupos antagônicos, como “federales” e “unitários” na Argentina ou “blancos” e “colorados” no Uruguai. Para os autores, a disputa entre o PTB e os movimentos anti-PTB no pós-1945 não segue exatamente o padrão brasileiro de conflito

político, mas reproduz uma lógica de antagonismos profundamente enraizados na história regional. Essa polarização retoma clivagens que remontam a eventos como a Revolução Farroupilha e que ultrapassam divergências ideológicas, articulando identidades políticas de longa duração (Noll, Trindade, 2004).

Os mesmos autores observam que o fortalecimento do PTB alterou de maneira decisiva o equilíbrio das forças políticas gaúchas. O crescimento eleitoral trabalhista provocou a reorganização dos grupos de oposição, que passaram a convergir em torno do PSD. Ao aproximar-se do perfil adotado pela UDN e adotar uma postura mais crítica ao governo central, o PSD gaúcho rompeu com a tradicional aliança mantida com o varguismo. Esse processo de “udenização”, como definem Noll e Trindade (2004), levou o partido a assumir um posicionamento de confronto em relação tanto ao PTB quanto à liderança de Getúlio Vargas.

Nesse cenário, a imprensa emerge como elemento decisivo para compreender as transformações políticas e sociais no Brasil, como observa Barbosa (2007)². Para a autora, a imprensa, portanto, não apenas informa, mas se posiciona, assume disputas e molda percepções,

[o]s jornais [são] – a par da imagem construída a posteriori em relação aos ideais de objetividade e neutralidade, introduzidos com as reformas – lugares fundamentais para a tomada de posição política, onde o confronto se destaca. Por outro lado, no exercício do jornalismo permanecem se auto atribuindo o papel de único intermediário possível entre o poder público e o público” (Barbosa, 2007, p. 163).

Em continuidade, Barbosa (2007) destaca que esse processo se sustenta em práticas sociais específicas, afirmando que “[...] o valor da opinião é talvez a mais significativa. Há que se considerar nesse processo, o analfabetismo da sociedade, que favorece o aparecimento de práticas de leitura oralizada e a valorização da opinião como fundamental para a narrativa jornalística” (Barbosa, 2007, p. 164). No contexto pelotense, compreender o papel da imprensa na campanha municipal de 1959 implica reconhecer que os veículos de comunicação ultrapassavam a função de registrar acontecimentos. Como explica Eleutério (2011), a mídia difundia a ideia de que o progresso material constituía o caminho privilegiado

² As reflexões de Barbosa (2007) e Eleutério (2011) situam-se em contextos distintos da Pelotas de 1959, uma vez que Eleutério analisa a imprensa carioca do início do século XX e Barbosa examina jornais do Rio de Janeiro na década de 1950. Mesmo assim, suas contribuições oferecem ferramentas teóricas e metodológicas fundamentais para compreender a imprensa como espaço de disputa simbólica e instrumento político. Os paralelos entre os padrões editoriais, as estratégias de legitimação discursiva e a atuação dos jornais estudados pelas autoras permitem estabelecer aproximações interpretativas com a imprensa pelotense de 1959, enriquecendo a análise crítica do periódico local.

para o moderno e, ao fazer isso, moldava expectativas sociais em um período marcado pela industrialização. Essa lógica fortalecia a associação entre modernização, bem-estar e identidade nacional. Assim, ao promover tal agenda, os jornais atuavam na legitimação das mudanças políticas e econômicas em curso, influenciando diretamente o comportamento e as escolhas dos eleitores (Eleutério, 2011).

Eleutério (2011) argumenta que a mídia brasileira não apenas moldava a percepção da realidade, mas também projetava expectativas sobre o futuro. Ao incorporar o discurso do progresso como eixo central, a imprensa assumia uma função ideológica, apresentando a modernização como valor estruturante da vida nacional. Em um país marcado por profundas desigualdades sociais e disparidades regionais, essa narrativa contribuía para a construção de uma identidade voltada ao desenvolvimento. No caso de Pelotas, onde a economia e a vida cultural exerciam grande influência no cenário estadual, esse papel da imprensa se intensificava, tornando-se elemento decisivo durante a campanha municipal de 1959.

Nesse contexto, o Diário Popular e o Opinião Pública, jornais analisados neste estudo, ocupam lugares de destaque. Fundado em 27 de agosto de 1890, o Diário Popular consolidou-se como um dos periódicos mais tradicionais do Rio Grande do Sul. Seu surgimento está associado a um momento de efervescência política local e a vínculos iniciais com o coronel Pedro Osório, liderança expressiva do Partido Republicano Rio-grandense na região. Sob a direção de Theodozio de Menezes, o jornal tornou-se um ator relevante nos debates políticos e sociais que atravessaram o final do século XIX e as primeiras décadas do XX, frequentemente alinhado a posições conservadoras e liberais (Oliveira, 2024). Como muitos periódicos da época, também se caracterizava por importar notícias de jornais do Sudeste, especialmente das capitais, reproduzindo conteúdos sobre política internacional com ênfase em acontecimentos dos Estados Unidos e da Europa, que frequentemente ocupavam a primeira página.

Os candidatos trabalhistas

Na eleição municipal de Pelotas em 1959, a disputa principal ocorreu entre as chapas do PTB e do PDC (Partido Democrático Cristão). Pelo PDC, concorriam Oscar Rheingantz para prefeito e Cândido Lopes Neto para vice. Já o PTB lançou João Carlos Gastal como candidato a prefeito e Joel da Silva Monteiro como vice. Segundo Lemos (2020), Gastal, nascido em Pelotas em 5 de fevereiro de 1915 e falecido em Porto Alegre em 1º de maio de 1986, construiu uma trajetória marcada pelo vínculo com a educação e pela atuação pública.

Estudou no Ginásio Pelotense (atual Colégio Municipal Pelotense) e formou-se em Direito em 1935, então pela Faculdade de Direito da UFRGS, hoje integrada à Universidade Federal de Pelotas (UFPel).

Ainda conforme Lemos (2020), Gastal foi um dos fundadores do PTB no município e ocupou diferentes cargos pelo partido: vereador entre 1952 e 1955, deputado estadual entre 1958 e 1959 e, posteriormente, prefeito de Pelotas no período de 1960 a 1963 — gestão que sucede a campanha analisada neste estudo. Durante seu mandato, concluiu a construção do prédio do Colégio Municipal Pelotense, instituição em que estudara. Após deixar a prefeitura, retomou a carreira no Ministério Público e mais tarde atuou como advogado. No início da década de 1970, retornou à vida política pelo Movimento Democrático Brasileiro (MDB), exercendo mandato de deputado estadual entre 1970 e 1974 e chegando à presidência da Assembleia Legislativa.

A trajetória de João Carlos Gastal esteve profundamente vinculada ao trabalhismo e às figuras centrais do movimento, como Getúlio Vargas, João Goulart e Leonel Brizola. Entre suas referências intelectuais, destacava-se Alberto Pasqualini, considerado o principal formulador do pensamento trabalhista. Lemos (2020) enfatiza ainda sua participação na Campanha da Legalidade, em 1961, quando, já como prefeito, atuou ativamente na defesa da ordem constitucional. Ao longo de mais de trinta anos de vida pública, Gastal concorreu a diversos cargos eletivos, inicialmente pelo PTB e, após o estabelecimento do bipartidarismo pelo Ato Institucional nº 2 em 1965, pelo MDB, acumulando uma trajetória política contínua e influente.

O candidato a vice-prefeito na chapa de Gastal, Joel Monteiro, é uma figura sobre a qual há poucas informações disponíveis, o que torna valiosas as referências presentes nos periódicos da época. Um texto publicado no Diário Popular em 8 de novembro de 1959 apresenta Monteiro de forma depreciativa, caracterizando-o como alguém que teria mudado de posição política de maneira oportunista. Na terceira página da edição, em uma longa coluna sem autoria, lê-se:

A pedido: esclarecimentos aos eleitorados: ... sim, senhores. não é de ontem, é de hoje que o senhor Joel Monteiro mude ou de roupa partidária. Não é de anos, nem é de meses, mas é de dias essa mudança para um trabalhismo que nunca professou, que até mesmo combateu de porta em porta, quer adotando outros princípios programáticos, quer praticando atos contrários ao interesses das massas trabalhistas do Brasil [...] Joel e eu trabalhamos juntos como republicanos, com uma diferença que eu a favor de Brizola e Joel contra Brizola e o Partido Trabalhista Brasileiro. Eu estou coerente com o meu passado, enquanto que Joel não pode explicar a sua atitude. Eu era e

continuo sendo contra o comunismo que invadiu o nosso Partido, meu e dele, Joel, enquanto que Joel Monteiro está ao lado dos comunistas muito embora não goste deles. [...] E nesta escolha devem merecer a preferência [ilegível] os nomes de Oscar Rheingantz e Cândido Lopes Neto, acompanhados dos candidatos a Vereadores que integram a chapa do Partido Socialista Brasileiro que os apoiam (Diário Popular, 08/11/1959, p. 3).

Embora o texto não apresente autoria, é possível interpretá-lo como parte da campanha da coligação do PDC, sobretudo porque, como se observa nas publicações seguintes, todos os materiais identificados como “a pedido” dirigem críticas ao PTB ou a seus candidatos e, ao final, conclamam explicitamente o voto em Rheingantz e Neto. A coligação do PDC reunia ainda o Partido Social Democrático, a União Democrática Nacional e o Partido Libertador (PSD, UDN e PL, respectivamente). Já a chapa trabalhista era apoiada pelo Partido Social Progressista e pelo Partido Republicano (PSP e PR).

A campanha política nas páginas do Diário Popular

Segundo Loner (*apud* Bandeira, 2018), a Proclamação da República transformou profundamente o panorama da imprensa pelotense, resultando quase no desaparecimento dos periódicos existentes, com exceção do Correio Mercantil. Nesse contexto de renovação surgiram o Diário Popular (1890) e A Opinião Pública (1896), ambos alinhados ao ideário republicano, ao lado de outros jornais que reorganizaram os interesses das antigas elites para adequá-los ao novo regime. Fundado em 27 de agosto de 1890 por Theodósio Menezes e hoje preservado para pesquisa na Bibliotheca Pública Pelotense, o Diário Popular consolidou-se como órgão oficial do Partido Republicano Rio-Grandense (PRR) até a década de 1930. Sua vinculação partidária foi inicialmente explícita, com defesa direta das chapas e dos princípios conservadores do partido, mas tornou-se gradualmente mais discreta a partir da década de 1910, desaparecendo completamente em 1938. Mesmo sem evidências de envolvimento político direto de seu fundador, o jornal desempenhou papel ativo na defesa do republicanismo castilhistas, garantindo prestígio, ampla circulação e continuidade durante a República Velha. Esse posicionamento, no entanto, gerou enfrentamentos com periódicos opositores, como O Rebate e O Libertador. Após os anos 1930, embora a filiação partidária já não fosse explicitada, o jornal seguia declarando fidelidade aos princípios do republicanismo.

A análise da atuação do Diário Popular nas eleições municipais exige o diálogo com a teoria da construção da notícia proposta por Alsina (1989). Para o autor, os meios de comunicação não se limitam a registrar acontecimentos, mas os constroem, selecionando e hierarquizando informações de acordo com critérios de relevância, interesse e

intencionalidade. No caso do periódico pelotense, esse processo se revela na ênfase sistemática nas falhas atribuídas aos partidos progressistas, orientando a interpretação pública em favor dos conservadores. Publicações “a pedido” da campanha do PDC, como discutido anteriormente, reforçam essa dinâmica, evidenciando um uso da cobertura jornalística como instrumento de disputa eleitoral e de formação de opinião.

Para a realização deste estudo, identificou-se e catalogou-se a presença de santinhos de campanha política publicados pelo Diário Popular, classificando-os por partido e por modelo, conforme detalhado adiante. O primeiro registro encontrado é um santinho do PDC, datado de 6 de setembro de 1959, no qual aparece apenas o nome do candidato a prefeito, Oscar Rheingantz, representante da coligação PDC-PSD-UDN-PL. Na mesma edição, a folha matutina traz a primeira menção ao PTB no período de campanha, por meio de uma nota informando a realização da convenção municipal do partido. O texto anunciava:

O P.T.B. de Pelotas Escolherá, Hoje, Em Convenção, Os Seus Candidatos Ao Próximo Pleito: Realizar-se-á, hoje, com início às 16 horas, a Convenção Municipal do Partido Trabalhista Brasileiro, a fim de escolher seus candidatos a prefeito, vice-prefeito e vereadores. Como se sabe, a Comissão Executiva deliberou indicar à Convenção, como candidato a prefeito, o deputado estadual João Carlos Gastal, que aceitou o convite para disputar o pleito de novembro próximo. Quanto ao posto de vice, a Liga da Juventude Trabalhista resolveu indicar à convenção o nome do vereador Mozart Bianchi Rocha, não podendo a reportagem apurar se outros nomes serão levados à reunião de hoje. Por outro lado, também serão hoje escolhidos os candidatos à vereança (Diário Popular, 6/09/1959, folha matutina, p. 1).

No dia 9 de setembro, a convenção do PTB reaparece no jornal em uma matéria breve, porém com maior destaque visual do que a anterior, localizada no canto inferior direito da folha matutina. O periódico informa que a “Convenção do P.T.B. local escolheu seus candidatos: Dep. João Carlos Gastal, para prefeito e sr. Joel Monteiro para vice-prefeito – a chapa de vereadores – Sr. Adolfo Fetter³ não indicou nem apoia a candidatura Joel Monteiro.” (Diário Popular, 09/09/1959, folha matutina, p. 1).

A partir de 13 de setembro de 1959, os santinhos do PTB passam a aparecer de forma regular nas edições do Diário Popular. O primeiro deles surge na quinta página, na parte inferior, trazendo as fotografias de João Carlos Gastal e Joel Monteiro acompanhadas da frase “Unidos pelo progresso de Pelotas: Para prefeito João C. Gastal; Para vice Joel Monteiro. Partido Trabalhista Brasileiro”. Em 15 de setembro, o material volta a ser publicado, desta vez na terceira página, logo após a seção de anúncios econômicos, mantendo o mesmo formato,

³ Prefeito da cidade de Pelotas pelo PSD entre 1956 e 1960.

com uma foto de cada candidato. Esse padrão permanece até 20 de setembro, quando começam a aparecer, no periódico, os santinhos da coligação do PDC. A cobertura também inclui notas de teor político, como a matéria publicada em 17 de setembro, oriunda de jornais do Rio de Janeiro, mencionando uma “forte tendência no PTB em prol da adoção do parlamentarismo” (Diário Popular, 17/09/1959, folha matutina, p. 1). Em 23 de setembro, uma crítica sem autoria é veiculada na folha matutina, atribuindo ao PTB falhas na atuação da bancada na Câmara Municipal, especialmente por rejeitar um pedido do Executivo para suplementação de verbas.

Uma mudança significativa na presença do PTB no jornal ocorre apenas em 4 de outubro, quando a campanha do PDC passa a ocupar o espaço anteriormente disponível aos trabalhistas. Nessa data, a terceira página, antes dominada pelas peças petebistas, passa a exibir os materiais da coligação conservadora logo após os anúncios econômicos. A partir desse momento, os santinhos do PTB são deslocados para páginas mais internas, revelando um padrão editorial revelador. Tudo indica que a visibilidade inicial concedida ao PTB estava condicionada à ausência de propaganda concorrente. Quando o PDC inicia sua campanha de forma estruturada, ocupa prontamente o espaço já reconhecido pelo leitor como o local habitual para matérias de conteúdo político, substituindo a centralidade antes atribuída ao PTB.

A partir do levantamento dos santinhos publicados pelo Diário Popular, foi possível classificá-los em três modelos distintos.

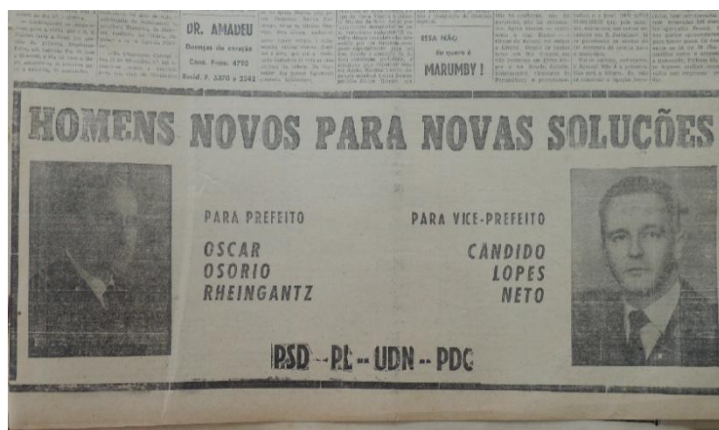
O **Modelo 1** corresponde ao santinho de formato maior, que ocupa toda a largura inferior da página. No caso do PTB, trazia o slogan “Unidos pelo progresso de Pelotas”, enquanto, para o PDC, aparecia a frase “Homens novos para novas soluções”. As imagens 1 e 2 ilustram esse modelo.

Imagem 1 – Modelo 1 de Santinho do PTB



Fonte: Diário Popular, 13 de setembro de 1959.

Imagem 2 – Modelo 1 de Santinho do PDC



Fonte: Diário Popular, 27 de setembro de 1959.

O **Modelo 2** corresponde ao santinho de tamanho médio, posicionado geralmente nos cantos direito ou esquerdo da página. No caso do PTB, apresentava o texto “PTB para prefeito Gastal para vice Joel”, enquanto o PDC utilizava o slogan “Nunca foi tão fácil escolher, Oscar Rheingantz e Lopes”. As imagens 3 e 4 ilustram esse formato.

Imagem 3 – Modelo 2 de Santinho do PTB



Fonte: Diário Popular, 15 de setembro de 1959.

Imagem 4 – Modelo 2 de Santinho do PDC



Fonte: Diário Popular, 6 de outubro de 1959.

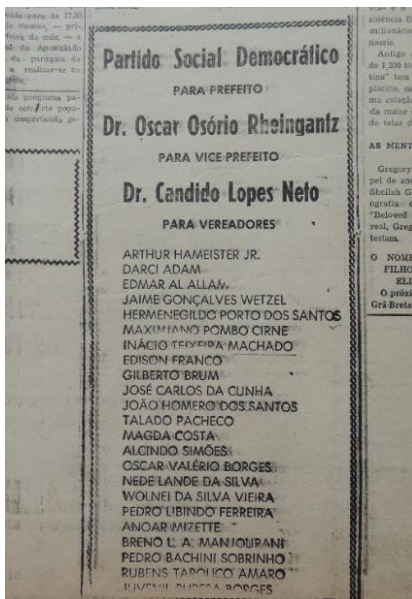
O **Modelo 3** refere-se ao santinho de menor tamanho, também inserido nos cantos direito ou esquerdo da página. Nele, o PTB repetia o texto “PTB para prefeito Gastal para vice Joel”, enquanto o PDC utilizava novamente o slogan “Nunca foi tão fácil escolher, Oscar Rheingantz e Lopes”. As imagens 5 e 6 apresentam exemplos desse modelo.

Imagem 5 – Modelo 3 de Santinho do PTB



Fonte: Diário Popular, 31 de outubro de 1959.

Imagem 6 – Modelo 3 de Santinho do PDC



Fonte: Diário Popular, 1º de novembro de 1959.

A seguir, apresenta-se uma tabela que reúne a quantidade de santinhos identificados no *Diário Popular* entre 6 de setembro, data da primeira aparição desse material, e 8 de novembro de 1959, dia da eleição municipal.

Tabela 1 - Quantidade e partido político dos santinhos no *Diário Popular*

Partido	Santinho	Posição na Página	Quantidade
PTB	Modelo 1	Toda largura inferior	10
	Modelo 2	Cantos direito ou esquerdo	34
	Modelo 3	Cantos direito ou esquerdo	4
PDC	Modelo 1	Toda largura inferior	5
	Modelo 2	Cantos direito ou esquerdo	24
	Modelo 3	Cantos direito ou esquerdo	14

Embora o número de santinhos do PTB publicado pelo *Diário Popular* seja maior que o do PDC, é importante destacar três momentos decisivos da campanha e lembrar que a inserção desses materiais no jornal não era uma iniciativa editorial, mas resultado de investimento das próprias coligações. O primeiro momento ocorre em 18 de outubro, quando o periódico publica, pela primeira vez naquela eleição, um conteúdo partidário na primeira página — espaço geralmente reservado a notícias internacionais — convocando eleitores de Oscar Rheingantz para colaborar na organização de comitês. O segundo momento aparece em 1º de novembro, novamente na primeira página, com o texto “O comício de ontem: Omitiu-se o governador Leonel Brizola a respeito dos reais interesses de Pelotas”. Trata-se de uma publicação “a pedido” da campanha do PDC, que critica o então governador e associa suas promessas à fadiga política da população. No texto, lê-se:

[...] naturalmente, o povo pelotense, como de resto, o Rio Grande todo, está habituado e, porque não dizer, cansado, de ouvir o sr. Brizola, de escutar suas promessas e as suas tiradas demagógicas, que não visam a nenhum objetivo sério e capaz de impressionar a quem quer que seja. [...] Mais adianta, o sr. Leonel Brizola referiu-se aos candidatos do seu partido a sucessão municipal. pediu voto dos pelotenses para aqueles candidatos e afirmou que, dessa maneira, Pelotas estaria prestigiando o seu governo. e, finalmente, asseverou, com ênfase que os eleitos Gastal e Joel, o governo do estado estabelecerá, com o do Município, um entrosamento e um esforço conjunto para superar as dificuldades e os problemas da comuna.[...] (Mandado publicar pela Campanha Democrática)” (*Diário Popular*, 1º/11/1959, p. 1).

O terceiro momento ocorre em 5 de novembro, quando o jornal volta a utilizar a primeira página para veicular um santinho intitulado “Eles prometem... os preços sobrem”, no qual se critica a escalada inflacionária durante o governo Brizola. O texto afirma: “[...] enquanto o cabo eleitoral do candidato do PTB vem para praça pública e ‘vai ao ar’ as sextas-feiras, os preços ‘voam’ diariamente, mas não se desespere. Vote agora em Rheingantz e Cândido.” (Diário Popular, 5/11/1959, p. 1). A presença desse material na capa novamente reforça o esforço do PDC em disputar o espaço de maior visibilidade do periódico.

Nesse estágio da campanha, o *Diário Popular* já atuava de maneira estratégica, publicando artigos e editoriais que colocavam em dúvida a capacidade dos partidos progressistas de promover transformações concretas na cidade. À luz das reflexões de Alsina (1989), tal posicionamento não pode ser entendido como uma decisão editorial neutra, mas como parte de um processo de construção da notícia que associa o progresso a promessas vazias e o conservadorismo à ideia de estabilidade e segurança. O jornal escolhia, enfatizava e organizava determinados conteúdos de modo a produzir uma narrativa crítica às legendas progressistas, destacando suas supostas falhas e reforçando a percepção de que suas propostas eram ilusórias. Dessa forma, o periódico não apenas registrava o andamento da campanha eleitoral, mas contribuía ativamente para moldar o sentido do voto, consolidando um enquadramento favorável aos grupos conservadores.

A partir do final de outubro, o *Diário Popular* passa a reproduzir trechos das palestras radiofônicas do prefeito Adolfo Fetter (PSD), todas marcadas por críticas contundentes ao PTB. Em 31 de outubro, o jornal destaca seu argumento de que “o povo não erra duas vezes”, retomando uma lista de falhas atribuídas à gestão trabalhista, como problemas no abastecimento de água, fechamento de escolas e endividamento municipal (Diário Popular, 31/10/1959). A fala buscava reforçar a ideia de incompetência administrativa do PTB e conclamava os eleitores a apoiarem Rheingantz e Cândido.

Em 6 de novembro, outro texto “a pedido”, desta vez assinado pelo vereador Elberto Madruga, volta a atacar o PTB e seu eleitorado, acusando-o de ser facilmente enganado e afirmando que a população deveria votar com “consciência” para impedir a continuidade da “demagogia” trabalhista (Diário Popular, 6/11/1959). O artigo reitera a narrativa de descumprimento de promessas, já explorada pelo jornal em outros momentos da campanha.

No dia seguinte, 7 de novembro, o periódico publica nova crítica, defendendo que os pelotenses não poderiam “esquecer” os prejuízos supostamente causados pelo PTB. O texto descreve o partido como enganoso e ineficiente, afirmando que votar em Rheingantz e Lopes

significaria garantir “progresso” e evitar a repetição dos erros da gestão trabalhista (Diário Popular, 7/11/1959).

À luz da abordagem proposta por Alsina (1989), a repetição constante de determinados temas no Diário Popular — como a suposta falta de resultados concretos das gestões progressistas e a ideia de que esses partidos “prometeram muito e cumpriram pouco” — revela um processo deliberado de construção do acontecimento. A notícia, nesse sentido, não aparece como relato espontâneo ou neutro, mas como produto de escolhas intencionais que moldam a percepção pública. Ao organizar e reiterar esses enunciados, o jornal criava um ambiente de desconfiança em relação ao PTB, convertendo uma preferência conservadora em uma “realidade” percebida, na qual o voto nos partidos opositores surgia como alternativa mais segura e racional para o futuro da cidade.

Otazu (2014) complementa essa perspectiva ao defender que o jornal deve ser compreendido também como uma mercadoria, isto é, um produto submetido às dinâmicas de mercado. Sob esse prisma, o conteúdo divulgado depende da aceitação do público leitor, já que a venda dos exemplares e a manutenção dos patrocinadores influenciam diretamente as escolhas editoriais. Assim, a seleção de temas e o destaque concedido a determinadas narrativas seguem uma lógica de retorno financeiro, além de poderem refletir alianças políticas e interesses específicos. Em outras palavras, o jornal opera simultaneamente como agente econômico e ator político, influenciando a opinião pública enquanto assegura sua própria posição no mercado.

É nesse contexto que, no dia 8 de novembro, data das eleições, o Diário Popular publica, na sexta página, um texto assinado pelo próprio PTB em resposta às críticas acumuladas ao longo da campanha. Intitulado “O nosso problema não é apenas vencer uma eleição”, o artigo busca reafirmar os princípios do partido e contestar as acusações da coligação adversária. Nele, lê-se:

O que pretendem os trabalhistas, não é simplesmente vencer uma eleição e controlar o governo. O nosso objetivo é, também, e principalmente, criar uma mentalidade social que facilite o uso dos meios que o poder oferece para realizar o programa que defendemos. Sendo hoje tidas, novas eleições, eu oportuno necessário que recordemos os princípios trabalhistas, queremos nos definir, desejamos tornar claros os nossos objetivos. Por isso, para que ninguém se equivoque em respeito do PTB reafirmamos que os princípios de solidariedade social impõem aos que tem demais o dever de contribuir para resolver os problemas dos que tem de menos. Os individualistas naturalmente não concordarão conosco, por isso é possível que se afastem ou não se aproximem de nós. Será lamentável, de qualquer maneira, mais importante que o voto, para nós é a aceitação das nossas

ideais. O voto de quem ignora ou rejeita as ideias trabalhistas, para o PTB, não tem valor. Um voto assim, na realidade, é um voto para a nossa derrota e não para a nossa vitória. Mais importante que vencer uma eleição para nós, trabalhistas, é criar uma certa mentalidade social, porque só havendo uma mentalidade social que se baseie no princípio de que o trabalho deve ser sempre uma atividade socialmente útil, só assim, um partido trabalhista poderá, uma vez, não poder realizar realmente o seu programa. Nosso problema, portanto, não é apenas vencer uma eleição. O partido trabalhista preocupa-se, primeiramente, com a conquista das consciências, porque a considera mais importante que a simples conquista de votos. A principal função do PTB, como partido político, é congrega o maior número possível de brasileiros em torno das ideias trabalhistas, arregimentada na opinião pública em torno de um conjunto de ideias e soluções. O partido trabalhista procura, então, dar-lhe força decisória através de voto livre consciente. Imaginando dessa forma, o PTB está certo de contribuir para o aprimoramento da democracia brasileiro e que os trabalhistas não se esquecem que democracia além de ser o governo do povo para o povo é também o governo pelo povo, isto é, o regime em que o povo se governa a si mesmo (Diário Popular, 8/11/1959, p. 6).

A abordagem do Opinião Pública

Fundado em 1896, o *Opinião Pública* foi um dos principais jornais de Pelotas e, assim como o *Diário Popular*, desempenhou papel decisivo na cobertura da eleição municipal de 1959. No entanto, seu tom editorial diferenciava-se de maneira significativa. Enquanto o *Diário Popular* adotava um discurso mais institucional e contido, o *Opinião Pública* assumia uma postura sensacionalista, agressiva e direta, que refletia a linha de confronto característica da coligação conservadora liderada por Oscar Rheingantz (PDC).

Esse estilo marcante é destacado por Lemos (2020), que observa a tendência do jornal de alinhar-se às forças conservadoras por meio de uma retórica populista destinada a influenciar a percepção dos eleitores. A utilização de um tom provocativo, especialmente dirigido ao PTB e a seus candidatos, João Carlos Gastal e Joel Monteiro, não buscava apenas desqualificar adversários políticos; pretendia também criar um ambiente de desconfiança e desgaste público em relação à candidatura trabalhista.

A atuação do *Opinião Pública* confirma a dinâmica descrita por Alsina (1989), segundo a qual os jornais não se limitam a relatar fatos, mas produzem narrativas orientadas por interesses específicos. O periódico pelotense construía sistematicamente uma imagem negativa do PTB, associando-o à ineficiência e às promessas não cumpridas, ao mesmo tempo em que projetava Rheingantz como alternativa legítima e necessária. Como lembra Eleutério (2011), essa prática ultrapassa a simples denúncia e constitui um esforço ativo de moldar a percepção pública por meio de estratégias retóricas que reforçam determinadas interpretações sobre a realidade política.

Um exemplo explícito desse estilo editorial aparece em 6 de novembro de 1959, quando o jornal estampa a manchete: “É imbecil o eleitor do PTB” (Opinião Pública, 6/11/1959, p. 1). A linguagem abertamente ofensiva buscava incitar desprezo pelos eleitores trabalhistas e reforçar a ideia de que optar pelo PTB seria um gesto irracional. O uso de termos como “imbecil” procurava produzir impacto emocional e persuadir os leitores por meio da ridicularização do adversário.

No dia seguinte, em 7 de novembro de 1959, o *Opinião Pública* volta a atacar diretamente Gastal e Monteiro, qualificando-os como “incompetentes” e “demagogos” e relacionando a gestão anterior do PTB à falta de obras e à estagnação administrativa. O texto afirma: “O PTB é um partido de promessas vazias. Os candidatos que ele apresenta não têm capacidade para transformar a cidade. Não podemos mais confiar nas mentiras de quem já governou e falhou” (Opinião Pública, 7/11/1959, p. 3).

A insistência nesse tipo de narrativa, repleta de ataques pessoais, segue uma lógica de desconstrução do adversário similar à que Noll e Trindade (2004) identificam em veículos de comunicação alinhados a interesses partidários. Ao reforçar a ideia de incapacidade administrativa do PTB, o jornal buscava fragilizar a imagem de seus candidatos e influenciar diretamente a avaliação pública sobre a aptidão do partido para governar.

Outro elemento relevante da campanha conduzida pelo *Opinião Pública* foi o uso estratégico dos santinhos eleitorais, cuja presença se intensificou nas últimas semanas antes da votação. Embora o padrão de distribuição dos santinhos se assemelhasse ao do *Diário Popular*, o jornal concentrava maior volume desses materiais na reta final da campanha, provavelmente com a intenção de maximizar a visibilidade de Rheingantz no momento decisivo da escolha dos eleitores. Assim, o material de propaganda da coligação PDC-PSD-UDN-PL tornou-se cada vez mais frequente nas páginas do periódico à medida que a eleição se aproximava.

A tabela a seguir apresenta a distribuição dos santinhos publicados pelo *Opinião Pública* entre 6 de setembro e 8 de novembro de 1959. Para essa análise, utilizou-se o mesmo método de classificação dos modelos de santinhos aplicado ao *Diário Popular*, permitindo comparar de forma consistente os padrões de veiculação entre os dois periódicos.

Tabela 2 - Quantidade e partido político dos santinhos no *Opinião Pública*

Partido	Santinho	Posição na Página	Quantidade
---------	----------	-------------------	------------

PTB	Modelo 1	Toda largura inferior	9
	Modelo 2	Cantos direito ou esquerdo	4
	Modelo 3	Cantos direito ou esquerdo	1
PDC	Modelo 1	Toda largura inferior	5
	Modelo 2	Cantos direito ou esquerdo	24
	Modelo 3	Cantos direito ou esquerdo	14

A distribuição dos santinhos no *Opinião Pública* foi especialmente intensa nos dias que antecederam a eleição, totalizando 24 santinhos de tamanho médio e 14 pequenos. Esse padrão revela uma estratégia clara do jornal: concentrar esforços na reta final para maximizar o impacto sobre os eleitores indecisos. Diferentemente do *Diário Popular*, que manteve um fluxo contínuo de publicações ao longo de toda a campanha, o *Opinião Pública* adotou inserções mais calculadas, provavelmente buscando provocar um “último impulso” de visibilidade para os candidatos da coligação conservadora no momento decisivo.

O uso desses santinhos esteve diretamente associado à retórica de ataque ao PTB, amplamente presente nas páginas do jornal. À medida que o PTB perdia espaço e a campanha do PDC ganhava visibilidade, o *Opinião Pública* intensificou sua estratégia discursiva ao reforçar a imagem de incompetência e falência administrativa atribuída ao partido trabalhista. Em 18 de outubro de 1959, por exemplo, o jornal publicou o artigo “O povo não pode errar novamente”, no qual se afirmava: “A cidade já experimentou o fracasso da gestão do PTB. Agora é hora de corrigir esse erro e eleger pessoas competentes como Rheingantz e Lopes Neto” (*Opinião Pública*, 18/10/1959, p. 3). A mensagem, direta e contundente, procurava reforçar a memória negativa das gestões trabalhistas e orientar o voto para a coligação conservadora.

Esse tipo de discurso se alinha à lógica de polarização descrita por Barbosa (2007), na qual a mídia amplifica antagonismos políticos e constrói uma dicotomia moral entre “bons” e “maus” candidatos. Ao destacar repetidamente as supostas falhas do PTB e apresentar Rheingantz e seus aliados como salvadores da cidade, o *Opinião Pública* operava como um agente que moldava percepções e estruturava sentidos políticos. A crítica constante e

adjetivada funcionava como ferramenta para fragilizar o adversário e fortalecer uma alternativa conservadora, evidenciando o uso de estratégias de desinformação e manipulação simbólica, como também apontam Noll e Trindade (2004).

Apesar dessa campanha editorial intensa, o resultado das eleições de 1959 revelou que o PTB, mesmo sob forte ataque midiático, alcançou uma vitória expressiva. João Carlos Gastal foi eleito prefeito, e Joel Monteiro, vice-prefeito, com uma margem de votos capaz de superar a pressão contrária. O êxito do partido trabalhista indica que parcela significativa do eleitorado estava mais alinhada às propostas progressistas do que às narrativas de ataque difundidas pelos jornais. Como destaca Lemos (2020), o PTB demonstrou resiliência ao mobilizar suas bases sociais e manter a confiança de amplos setores populares, reforçando que a influência da mídia encontra limites diante de um eleitorado organizado e politicamente engajado.

Esse resultado confirma também as observações de Alsina (1989) sobre a construção da notícia: embora a mídia tenha poder para moldar percepções e influenciar preferências, ela não é capaz de determinar integralmente o comportamento político dos cidadãos, sobretudo quando enfrenta estruturas de sociabilidade e de solidariedade política previamente consolidadas. A vitória do PTB evidencia uma disputa entre narrativas midiáticas e experiências concretas do eleitorado, nas quais o discurso jornalístico não prevaleceu.

Considerações Finais

A comparação entre *Diário Popular* e *Opinião Pública* demonstra como ambos os jornais, ainda que pertencentes ao mesmo grupo editorial, desempenharam papéis distintos na campanha de 1959. Enquanto o *Diário Popular* adotou um tom mais formal, estratégico e alinhado ao conservadorismo, o *Opinião Pública* recorreu a linguagem agressiva e sensacionalista, empenhando-se abertamente na desconstrução da imagem de Gastal e Monteiro. Em ambos os casos, o jornalismo ultrapassou a função informativa e atuou como produtor de sentidos políticos, modulando expectativas e reforçando visões de mundo.

Ao longo da campanha, os dois periódicos construíram narrativas que associavam o PTB a promessas não cumpridas e a falhas administrativas, enquanto apresentavam a coligação PDC-PSD-UDN-PL como alternativa de ordem e progresso. A repetição de temas, o uso estratégico dos santinhos e o tratamento desigual das candidaturas contribuíram para a produção de um ambiente discursivo polarizado. Ainda assim, essa intensa campanha

midiática não foi suficiente para impedir a vitória petebista, evidenciando que a imprensa pode influenciar, mas não controlar totalmente os resultados eleitorais.

A análise da eleição de 1959 em Pelotas evidencia, portanto, tanto o poder quanto os limites da atuação da imprensa. Como argumentam Alsina (1989) e Eleutério (2011), a mídia não apenas informa, mas constrói narrativas, produz significados e participa diretamente das disputas políticas. No entanto, como demonstram Noll e Trindade (2004), esses discursos encontram resistência quando confrontados com práticas políticas enraizadas e com um eleitorado capaz de interpretar criticamente o que lê. O estudo da imprensa pelotense nesse contexto oferece, assim, importantes contribuições para a compreensão da relação entre mídia, política e opinião pública no Brasil.

Dessa forma, a campanha de 1959 reforça a necessidade de se abordar criticamente o papel da imprensa em cenários de acirrada polarização. Embora os jornais atuem como instrumentos de construção de discursos e articulação de interesses, sua capacidade de determinar resultados é limitada quando confrontada com um eleitorado consciente, mobilizado e inserido em redes sociais e políticas que ultrapassam o alcance editorial.

Fontes

OPINIÃO PÚBLICA (Pelotas). Edições consultadas no ano de 1959. Pelotas. Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense.

DIÁRIO POPULAR (Pelotas). Edições consultadas no ano de 1959. Pelotas. Acervo da Bibliotheca Pública Pelotense.

Referências Bibliográficas

ALSINA, Miquel Rodrigo. El Acontecimiento. In: RODRIGO ALSINA, Miquel. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1989

BANDEIRA, Ana da Rosa. **Diário Popular de Pelotas, RS: a forma gráfica de um projeto editorial (1890-2016)**. 2018. 269 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

BARBOSA, Marialva. “Cinquenta anos em cinco”: Consolidando o mito da modernização (1950 – 1960). In: BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900 – 2000**. Rio de Janeiro: Maud X, 2007.

CRUZ, J. B. C. da. Aos trabalhadores do Brasil, um novo partido: a formação do PTB no Rio Grande do Sul. In: BRANDALISE, Carla; HARRES, Marluza Marques (Org.). **O PTB do Rio Grande do Sul e a experiência democrática (1945-1964)**. São Leopoldo: Editora Oikos, 2017.

ELEUTÉRIO, Maria de Lurdes. Imprensa a serviço do progresso. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania de. **História da imprensa no Brasil**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2011.

FLACH, Ângela; CARDOSO, Claudira do S. C. O Sistema partidário: a redemocratização (1945-64). In: GOLIN, Tau, BOEIRA (Dir.). Coleção História Geral do Rio Grande do Sul: da Revolução de 1930 à Ditadura Militar 1930-1985. Passo Fundo: **Méritos**, v. 4, 2007, p. 59-82

LEMOS, Daniel. O deputado João Carlos Gastal e a questão da democracia no Brasil. In: ANGELI, Douglas Souza; VARGAS, Jonas Moreira (Orgs.) **Contribuições recentes sobre História e Política**: uma coletânea dos trabalhos apresentados no III Seminário do GT História Política, Anpuh-RS [recurso eletrônico], Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2020.

NOLL, Maria Izabel; TRINDADE, Hélió (coord.). **Estatísticas eleitorais do Rio Grande da América do Sul**: 1823/2002. Porto Alegre: Ed. da Universidade / UFRGS, 2004.

OTAZU, E. da S. (2014). “O QUE HÁ DE NOVO NA POLÍTICA?”: O JORNAL DIÁRIO POPULAR (PELOTAS-RS) FRENTE À REABERTURA POLÍTICA DE 1945. **Oficina Do Historiador**, 54–72. Recuperado de <https://revistaseletronicas.pucrs.br/oficinadohistoriador/article/view/18951>

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

STAM, Robert. Bakhtin e a crítica midiática. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart e SACRAMENTO, Igor (org.). **Mikhail Bakhtin**: linguagem, cultura e mídia. São Carlos: Pedro & João, 2010.