

## GEOGRAFIA ELEITORAL E A DECISÃO DO VOTO: ESTUDO A PARTIR DA IDENTIFICAÇÃO PARTIDÁRIA

**Daniel Cirilo Augusto – UEM**

lilo\_bdp@hotmail.com

**Michael Wellington Sene – UNICENTRO**

smarcias@superig.com.br

### RESUMO

O comportamento eleitoral é uma temática de suma importância para entender os fenômenos políticos. Através da Geografia Eleitoral, objetivou-se neste trabalho (recorte de uma pesquisa mais ampla) analisar a decisão do voto através da identificação partidária. Busca-se aqui, entender o significado deste termo, bem como, observar os principais aspectos desta identificação. A decisão do voto é resultante de diversos elementos condicionantes do voto que são originados pelo comportamento eleitoral construído no decorrer da vida do eleitor. Estes elementos configuram e re-configuram o eleitor enquanto sujeito político e pautam prioritariamente na construção de um eleitor identificado, pela pessoa ou pelo partido político. Construiu-se a metodologia prioritariamente em entrevistas e questionários.

**Palavras-chave:** Geografia Eleitoral; decisão do voto; identificação partidária; Guarapuava.

### INTRODUÇÃO:

Através da perspectiva da perspectiva da Geografia Eleitoral, evidenciamos nesta discussão uma investigação científica acerca da decisão do voto. Através das diferentes (re) configurações do espaço geográfico, pode-se perceber os elementos que corroboram para o comportamento eleitoral, como por exemplo, as características sociais do eleitorado, que por sua vez condicionam o voto deste eleitor, a saber: renda e escolaridade (por exemplo).

Talvez quando se pensa em voto, remete-se ao pensamento, as práticas eleitorais. Porém estas práticas eleitorais ultrapassam as fronteiras das eleições estando continuamente no cognitivo do eleitorado, através de noticiários, partidos políticos, governo, etc. (mesmo que tais práticas sejam intensificadas, em sua grande maioria nos períodos eleitorais).

É a partir destes pressupostos que se formula no eleitorado a capacidade de decisão do voto, diferenciando-se em dois grandes eixos: o da identificação pessoal e o da identificação partidária. O primeiro é aquele pelo qual o eleitor decide seu voto via atributos pessoais do candidato enquanto pessoa, como por exemplo, as imagens físicas do candidato. No segundo, a decisão do voto é estabelecida em detrimento das características do partido político que o eleitor sente maior afinidade ou preferência.

No caso deste trabalho, far-se-á um recorte ao qual identifica-se as características da identificação partidária, com especificidade ao contexto de Guarapuava - PR. Dentre as abordagens desta identificação, o eleitorado de Guarapuava, comportou-se sem grandes diferenças dos fatos e fenômenos discorridos em outras bibliografias que citaram demais contextos brasileiros. O fato nos fez perceber que a identificação partidária é enfraquecida em contextos ao qual a escolaridade e a renda possuem índices menores, contudo, esta premissa não se tornou engessada, demonstrando que há eleitores com menores índices de renda e afinidades partidárias superiores aqueles com renda mais elevada (por exemplo).

Para especificar a temática em questão subdividimos este trabalho em dois grandes momentos. O primeiro explicita os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa. O segundo momento consolida-se na discussão sobre a identificação partidária no contexto guarapuavano.

## **1. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Este trabalho pauta-se prioritariamente em três grandes eixos metodológicos. O primeiro é aquele responsável pela discussão teórica - intrínseca no corpo do trabalho. Esta etapa além de propiciar consistência às discussões, contribuiu para estreitar os laços entre as pesquisas sobre a decisão do voto e a Geografia. As diversas teorias e correntes apresentadas sobre a decisão do voto demonstraram aspectos intrínsecos da relação eleitor - política partidária.

As demais etapas são aquelas responsáveis pela análise acerca do estudo local, destaca-se, as entrevistas e a aplicação de questionários. A partir da aplicação de questionários foi possível identificar elementos intrínsecos ao eleitor

guarapuavano e analisar até que ponto renda e escolaridade são variáveis condicionantes para a decisão do voto. Detalhadamente a aplicação do questionário ocorreu em locais aleatórios da cidade, mas com o requisito de serem “áreas de passagem”, e mais duas localidades específicas, totalizando cinco locais. Para estas localidades específicas foi escolhido o loteamento Paz e Bem e o Núcleo Santa Cruz<sup>1</sup>.

As demais amostras foram aplicadas em diferentes locais com grande circulação de pessoas, as ruas XV de novembro e Saldanha Marinho (nas intermediações mais movimentadas do centro da cidade), onde diversas pessoas buscam serviços e produtos do comércio. O público encontrado foi diverso, possuindo suas residências em diferentes áreas, tanto na cidade como também no meio rural. O último local de coleta foi o Terminal da Fonte<sup>2</sup> por onde passam diariamente centenas de pessoas oriundas de distintos locais da cidade e do meio rural. A figura 1 apresenta o perímetro urbano de Guarapuava com os respectivos locais de realização da pesquisa de campo (aplicação de questionários).

---

<sup>1</sup>O Paz e Bem é um loteamento pertencente ao Bairro Jardim das Américas. Os questionários demonstram que o rendimento familiar mensal encontrado entre os eleitores pesquisados é de R\$300,00 (trezentos) a R\$500,00 (quinhentos) reais mensais. O Núcleo Santa Cruz é uma ramificação do Bairro Santa Cruz e seus moradores possuem renda mais elevada, com média de rendimento mensal familiar de R\$ 6.000,00 (seis mil reais). A partir dessas e de outras características foi possível averiguar se há influência da renda como determinante do voto. O pressuposto é o de que a renda se associa a escolaridade, não a determinando, mas induzindo-a.

<sup>2</sup>O “terminal da fonte” é uma área de passagem de pessoas que diariamente se descolam de seus respectivos bairros ou da zona rural e utilizam os ônibus coletivos urbanos para chegar ao centro da cidade.

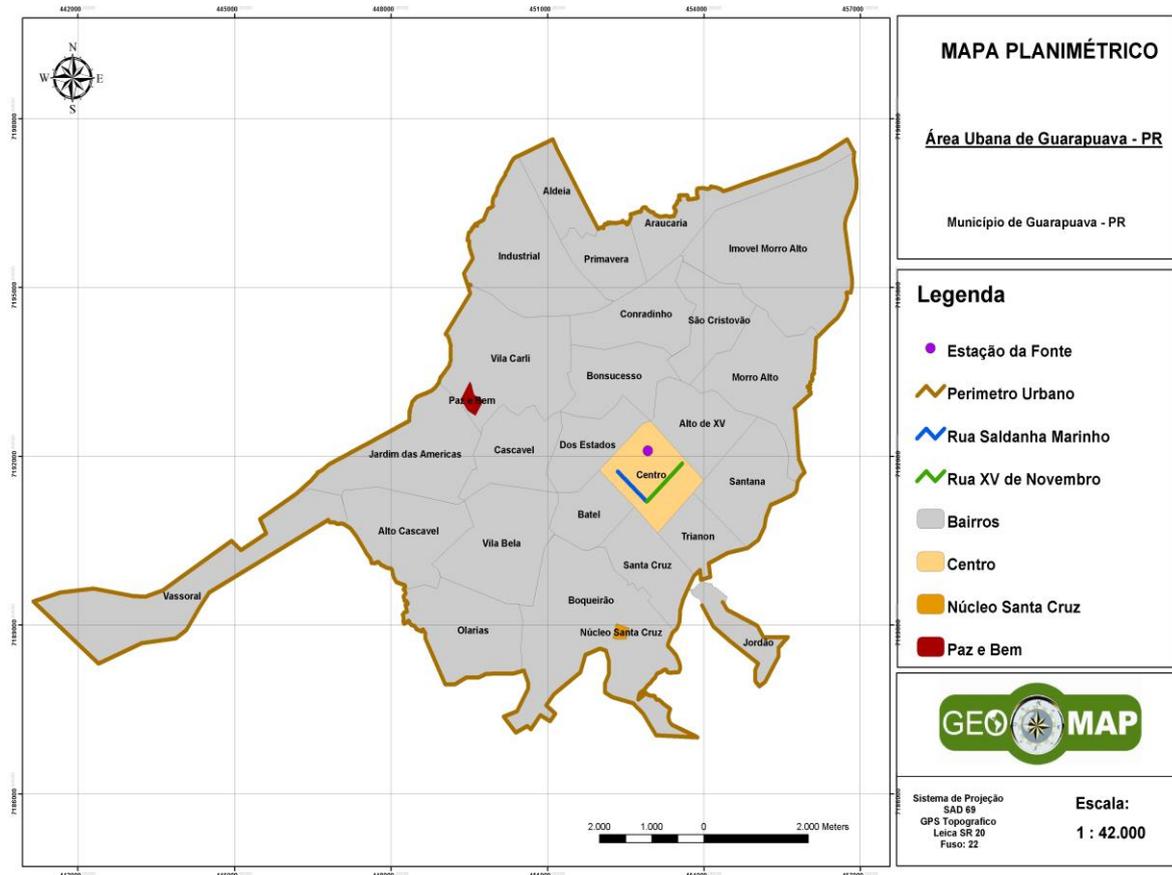


Figura 1 - Guarapuava: locais de realização da pesquisa de campo (aplicação de questionários).

Através destes cinco locais de coleta via aplicação de questionário<sup>3</sup> foi possível identificar a concepção geral do eleitor guarapuavano e observar até que ponto as variáveis renda e escolaridade são determinantes para a decisão do voto, bem como as variáveis informações oriundas da mídia, retrospecto de administração, imagens pessoais, dentre outras.

Os questionários aplicados foram compostos de questões abertas e fechadas. As questões abertas possibilitaram aos eleitores discorrer sobre a temática da questão, complementando as questões fechadas e permitindo ao pesquisador “ouvir” aspectos e extrair informações que as perguntas fechadas talvez não permitissem. As questões fechadas demonstraram dados mais quantitativos estabelecidos, neste trabalho, prioritariamente pelas porcentagens.

<sup>3</sup> Foram aplicados um total de 64 questionários.

## 2. O VOTO E A IDENTIFICAÇÃO PARTIDÁRIA

*Nos sistemas bem institucionalizados, os partidos desenvolvem raízes fortes e estáveis na sociedade. Quando isso acontece, a maior parte dos eleitores se sente ligada a um partido e normalmente vota nos candidatos dessa legenda. Os grupos de interesses frequentemente apoiam um partido e muitas vezes são organizados por seus líderes (MAINWARING, 2001, p. 59).*

A identificação partidária reforça a ideia de que o eleitor possui conhecimento relativo de questões vinculadas à política partidária e aos partidos, o que é resultante, como afirma Mainwaring (2001), de sistemas partidários bem consolidados, que são um determinante importante para a criação da identificação partidária.

Para abordar o tema da identificação partidária é necessário analisar qual conhecimento o eleitor possui acerca dos partidos políticos, pois é a partir deste conhecimento que, posteriormente, a identificação partidária poderá ser enraizada.

Kinzo (2005) coloca algumas hipóteses para descrever o eleitor que possui a identificação partidária. Segundo ela:

*(...) a) quanto maior o nível de escolaridade, maior a probabilidade de um eleitor manifestar preferência por algum dos partidos que compõem o sistema partidário brasileiro; b) eleitores que desenvolvem atividades fora de seu local de residência são mais propensos a ter preferência partidária; e c) eleitores com um grau maior de comprometimento com valores democráticos são mais predispostos a ter um vínculo partidário (KINZO, 2005, p. 72).*

Através dos estudos dos referenciais teóricos foram elaboradas duas perguntas ou hipóteses para a pesquisa, com o objetivo de compreender algumas características gerais da identificação partidária em Guarapuava. A reflexão iniciou-se do seguinte questionamento: Quais as singularidades da identificação partidária em relação ao contexto nacional? Ou, este estudo de caso reflete a totalidade brasileira em que partidos políticos não possuem grande relevância para o eleitor, o que desta forma não originam preferências partidárias?

As análises dos resultados permitiram discorrer que a utilização dos partidos políticos muitas vezes se resume na organização de pleitos eleitorais e na união

para as coligações partidárias que indicam, também, as vinculações que os “nomes” do poder político-econômico possuem entre si.

Diante disso e através da análise das respostas dos questionários observou-se que, para muitos eleitores, os partidos políticos não possuem importância a ponto de explicar sua existência, tendo em vista que a afinidade aos partidos políticos, em Guarapuava, se estabeleceu em sua grande maioria apenas ao PT, com 28% do total analisado, e 47% aqueles que não possuem afinidades com nenhum partido. Neste contexto, alguns eleitores entendem que a extinção dos partidos políticos é algo que não causaria impacto no sistema político brasileiro, como nos dois casos a seguir. “Imagino que a existência dos partidos políticos é uma mera tradição de unir os candidatos para facilitar as eleições (Eleitor, 47 anos, empresário)”<sup>4</sup>. “Pra mim os partidos poderiam acabar. Eu acho que a importância está no que eles irão fazer ou irão representar” (Eleitora, 45 anos, costureira)<sup>5</sup>.

De acordo com Silveira (1998) há, no Brasil, uma alienação eleitoral, fenômeno que se diferencia em função dos princípios orientadores. No caso de Guarapuava, foram identificadas duas características primordiais desta alienação. A primeira é aquela existente em eleitores que possuem alguma informação sobre o sistema eleitoral, mas rejeitam a participação em função da avaliação negativa da política partidária. A segunda é aquela talvez mais relevante para a discussão sobre a identificação partidária: a alienação em função da desinformação. Segundo Silveira (1998, p. 121):

*Neste caso, o eleitor politicamente desinformado, ignorante em relação aos problemas do mundo político e aos projetos, propostas, partidos e candidatos apresentados nas disputas eleitorais, se auto-exclui do jogo político porque não se vê reunindo mínimas condições para participar. Assim, declara sua ignorância sobre política e eleições (“não entendo de política, não sei nada do que está acontecendo nestas eleições”), como justificativa para abster-se, votar em branco ou anular o seu voto.*

Neste sentido, compreende-se como cautelosa a decisão do voto destes eleitores tendo como base os partidos políticos, posto a falta de conhecimento sobre

---

<sup>4</sup> O eleitor reside no Bairro Cristo Rei, possui ensino fundamental completo e renda familiar mensal de R\$ 8.000,00 (oito mil reais).

<sup>5</sup> A eleitora reside no Bairro Bonsucesso, possui ensino fundamental incompleto e renda familiar mensal de R\$ 1.400,00 (mil e quatrocentos reais).

a política partidária e as eleições não permitirem a estes sequer ter informações de elementos básicos dos pleitos eleitorais, como, por exemplo, o conhecimento dos candidatos que estão em busca de eleger-se ou reeleger-se. A citação a seguir demonstra o sentimento da eleitora em ouvir opiniões de seus familiares para decidir seu voto. “Levo marcado. Tenho vergonha na hora de chegar naquelas máquinas. Sou analfabeta. Não sabia os números, errei na primeira vez e me apavorei. Digitei os números querendo mais é sair daquele lugar” (Eleitora, 57 anos, do lar)<sup>6</sup>.

É fato e de domínio público que, no Brasil, quanto mais elevados os índices de renda maiores também se apresentam os índices de escolaridade. Contudo, apesar do melhor nível de renda, os eleitores ainda possuem certa alienação eleitoral, caso considere-se a sua decisão do voto de forma estruturada, por partidos políticos ou ainda pela própria participação nos processos eleitorais. Silveira (1998, p. 120) coloca que:

*O eleitor rejeita participar do jogo eleitoral em função de uma avaliação negativa da política e dos políticos. De acordo com sua percepção, valores por eles sustentados como honestidade, integridade, moralidade administrativa, inexistem em um mundo político corrupto e corruptor. Participar do jogo eleitoral significaria, nesta perspectiva, legitimar e fortalecer uma situação considerada deplorável tendo em vista os valores defendidos.*

Em Guarapuava, em termos gerais, as constatações apresentadas pela bibliografia, se refletem no eleitorado, em que conforme maior o índice de renda e escolaridade também são maiores as identificações partidárias. Observa-se a identificação partidária, no exemplo do Paz e Bem, quando se associa partidos políticos a nomes de pessoas e, ainda, pelo fato destas terem semelhanças com a própria realidade local. Para este exemplo, cita-se o PT, partido onde foram elencados o maior número de identificações. “Tenho afinidade pelo PT. Eles já foram sofredor como a gente. Por exemplo, o Lula que era agricultor, e onde que ele está hoje” (Eleitor, 33 anos, reciclador)<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> A eleitora reside no Paz e Bem, possui ensino fundamental incompleto e renda familiar mensal de R\$ 50,00 (cinquenta reais).

<sup>7</sup> O eleitor reside no Paz e Bem, possui ensino fundamental incompleto e renda familiar mensal de R\$ 800,00 (oitocentos reais).

Assim, observa-se um sentimento de preferência pela pessoa via similaridades entre o político (neste caso o ex-presidente Lula) e o eleitor. É neste sentido, então, que a *teoria sociológica* pode estar presente neste comportamento do eleitor, já que ela indica que o eleitor escolhe o partido e o candidato pelas semelhanças exercidas entre ambos, como afirma Lago (2005, p. 15): “a corrente sociológica preocupa-se em compreender os mecanismos através dos quais são construídas as identidades entre determinados grupos socialmente definidos e partidos e/ou ideologias políticas específicas”. Contudo, para este eleitor de Guarapuava, a identificação se deu pela pessoa considerada com histórico de sofrimento e não pelo partido ou ideologia, como se observa na citação anterior.

Em outro exemplo, o eleitor relata: “eu tenho mais afinidade pelo PT porque o Lula foi um presidente bom. Agora vamos torcer para Dilma ser igual (Eleitor, 58 anos, carpinteiro)<sup>8</sup>. Novamente o eleitor se identifica pelo partido via pessoa e, talvez por isso, nas eleições 2010 a vitória de Dilma Rousseff tenha se confirmado pela imagem positiva de Lula, que ao final do seu governo teve altos índices de aprovação, aproximadamente 80%, o que também pode explicar a boa aceitação do governo do PT.

No conjunto das informações observou-se que há, ainda, eleitores favoráveis a um número menor de partidos políticos, pois isso facilitaria na escolha e, principalmente, diminuiria a infidelidade partidária, visto por muitos como elemento negativo e, ainda, indutor de fracasso destas instituições democráticas. “Para o Brasil melhorar seria mais fácil se eles se unissem diminuindo o número de partidos. As brigas que os partidos fazem só confundem e as propostas boas não aparecem” (Eleitora, 37 anos, doméstica)<sup>9</sup>.

Este fato demonstra, mais uma vez, uma inexpressividade na identificação partidária. Carreirão (2002) relata que ocorre incongruências entre escolha de candidatos oriundos de partidos diferentes, ou seja, os eleitores, em sua maioria, escolhem candidatos de partidos diferentes para os cargos eletivos. Por exemplo,

---

<sup>8</sup> O eleitor reside no Paz e Bem, possui ensino fundamental incompleto e renda familiar mensal de R\$ 1.500,00 (hum mil e quinhentos reais).

<sup>9</sup> A eleitora reside no Bairro Batel, possui ensino fundamental completo e renda familiar mensal de R\$ 1.900,00 (hum mil e novecentos reais).

em eleições presidenciais como a de 2010, eleitores podem chegar a votar em até seis candidatos de partidos diferentes.

As coligações partidárias estabelecidas por estes partidos políticos também se confirmam como outro processo que contribui para o conflito no momento da decisão do voto, isso pelo fato de cada eleição, ou até mesmo em uma mesma eleição, os partidos se diferenciarem nas coligações. O fenômeno contribui para o não entendimento das características ideológicas dos partidos e, conseqüentemente, na inexpressividade em criar as origens partidárias mencionadas por Kinzo (2005).

Outro componente é importante para o estudo da identificação partidária: a quantificação representativa dos eleitores que conhecem, lembram ou já ouviram falar dos partidos políticos. A tabela 1 apresenta as respostas dos questionários aplicados nos locais indicados na introdução deste trabalho.

Tabela 1: Porcentagem decrescente de eleitores que lembram, conhecem ou ouviram falar dos principais partidos políticos.

Partidos	Conhece/ouviu falar (%)
PT*	92
PSDB	89
PMDB	84
PSB	84
PTB	78
PDT	76
PV	72
PPS	66
PP	51
DEM	33
Nomes de políticos**	3

\* Cerca de 30% dos eleitores que lembraram a sigla do Partido dos Trabalhadores associaram este partido com o ex-presidente Lula. Mencionou-se, por exemplo, a expressão “o PT do Lula”.

\*\* Alguns eleitores (3%) não lembraram as siglas partidárias, mas recordavam-se dos “nomes” conhecidos destes partidos, como, por exemplo “partido do Silvestri” para indicar o PPS.

**Fonte:** Pesquisa de Campo-aplicação de questionários (2012).

**Org.:** AUGUSTO, Daniel Cirilo (2011).

Verificam-se, na tabela 1, alguns elementos importantes para o estudo da identificação partidária no eleitorado. Primeiramente, analisa-se a relevância do Partido dos Trabalhadores no que concerne a lembrança dos eleitores. O reflexo da atuação do PT nas diferentes instâncias do governo faz este partido estar presente em diversas instancias da vida cotidiana e na própria mídia. Desde as eleições de 1989, o PT possuiu atuação nas campanhas eleitorais, em especial as federais, com destaque para o ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva, que pleiteou por cinco vezes o cargo de presidente da República, o que consolidou Lula como personagem marcante para o eleitorado.

Carreirão (2002), em suas pesquisas, faz menção que após o mandato do ex-presidente Lula os eleitores imaginaram não haver mais diferenças na maneira de governar entre os partidos políticos (em específico do PT em relação ao PSDB) mesmo com as diferenças ideológicas entre os mesmos. O autor explica que este fenômeno se deu pelo fato dos eleitores do PT não o considerarem, por vezes, como um partido de esquerda. Segundo o autor:

*Mais importante é a tendência entre 2002 e 2006 de perda de nitidez ideológica de vários partidos entre os eleitores: quanto ao PT, em 2002, o percentual de eleitores que o classificavam como de esquerda era 2,5 maior do que o percentual dos que o classificavam como direita; essa relação caiu para 2,0 em 2006. Com o PFL, a perda de nitidez ocorrida entre 2002 e 2006 foi ainda maior: o percentual de eleitores que o classificavam como de direita era 2,5 maior do que o percentual dos que o classificavam como de esquerda em 2002; essa relação caiu para 1,6 em 2006. Esta tendência pode ser generalizada para os demais partidos, embora em menor proporção (CARREIRÃO, 2007, p. 317).*

Ainda segundo fundamentação de Carreirão (2007), confirma-se que, para o eleitorado, o PT é o partido que passou por maiores modificações na classificação de esquerda e de direita, por exemplo. Em Guarapuava, um eleitor relata que as diferenças no governo do PT foram inexpressivas comparadas ao governo antecessor (PSDB). “Para mim não houve diferenças entre o governo do PT e PSDB. O Lula simplesmente deu continuidade ao que o Fernando Henrique fez” (Eleitor, 39 anos, administrador).

O PSDB está na segunda posição entre o número de eleitores que conhecem, lembram ou já ouviram falar deste partido, ainda conforme tabela 1. Uma

das justificativas está na imagem que o eleitor possui das eleições de 2010 e a candidatura de José Serra, por dois pleitos consecutivos, bem como pelo fato do PSDB ser o partido que possui, desde as eleições de 1994, articulação política para disputar, com o Partido dos Trabalhadores, em especial as eleições presidenciais.

Na outra ponta da tabela 1, observam-se os partidos com os menores indicadores de lembranças estabelecidas pelos eleitores pesquisados: DEM, PP e PPS possuem, respectivamente, 33, 51 e 66 indicações cada. Uma provável justificativa está no fato de estes partidos não possuírem muito tempo de imagem na televisão nos pleitos em nível federal, ao contrário do PT e do PSDB que possuem coligações com partidos considerados grandes e que aumentam o tempo de campanha na mídia. Quanto ao DEM, por ser um partido que recentemente passou por mudanças<sup>10</sup>, pouco é lembrado pelo eleitorado.

A tabela 1 evidencia, ainda, os dados que dizem respeito ao inexpressivo conhecimento a cerca do PPS e PP. Pelo histórico que estes partidos possuem em sucessos eleitorais dos candidatos locais (respectivamente Grupo Silvestri e Grupo Carli), a hipótese era a de que o número de pessoas que tivesse conhecimento sobre os respectivos partidos fosse expressivamente maior. Contudo, o que se obteve foi um singelo número de referências aos mesmos. A justificativa, a partir da pesquisa e das leituras realizadas, é a de que é muito mais significativa, pelo menos em relação a estes dois partidos, a identificação pessoal, pautada em imagens dos candidatos, com pouco advento dos partidos políticos nas campanhas eleitorais, o que abrandava a identificação partidária nos pleitos locais. A figura 2 apresenta um esquema relativo às campanhas eleitorais que fortalecem ainda mais a identificação pessoal.

---

<sup>10</sup> O Democratas (DEM) surgiu em 2007 no momento em que seus líderes extinguiram o PFL (Partido da Frente Liberal), que foi uma dissidência do extinto PDS (Partido Democrático Social), seguimento originado da ARENA.

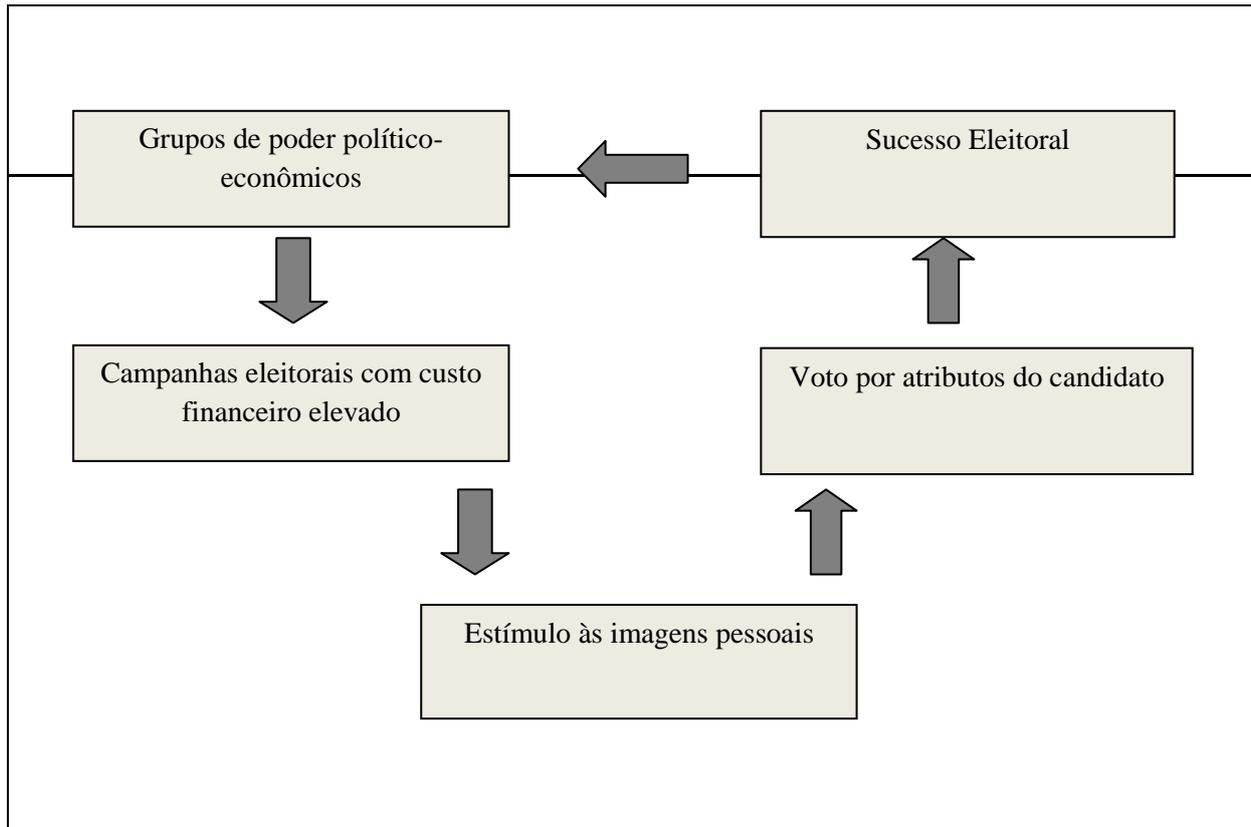


Figura 2 – Guarapuava: Esquema interpretativo sobre os ciclos de manutenção do poder  
**Org.:** AUGUSTO, Daniel Cirilo (2012).

A figura 2 apresenta o esquema estabelecido para o ciclo da manutenção do poder político entre os grupos, em Guarapuava, e destaca a contribuição que as campanhas eleitorais, de custo financeiro elevado, proporcionam aos grupos que possuem potencial para financiamento das mesmas. Ainda é possível observar que o poder econômico possibilita a criação das imagens pessoais pautadas nas qualidades dos candidatos, o que ocasiona o voto via identificação pessoal e, ainda, incide sobre os sucessos eleitorais destes candidatos que estão atrelados aos grupos de poder.

Através desta premissa, os grupos de poder político-econômico se estabelecem como aqueles possuidores de campanhas eleitorais de alto custo, com elevado número de pessoas envolvidas para qualificar os instrumentos de exaltação da imagem do grupo, como, por exemplo, *outdoors* e propagandas eleitorais, bem como grande número dos “cabos” eleitorais que, além de conseguirem empregos temporários, tornam-se agregadores de votos pelos amigos, parentes e propaganda em geral.

No conjunto das análises das respostas dos questionários observou-se, entre os eleitores, uma preferência considerável da decisão do voto via atributos pessoais, o que leva a percepção de que estes estímulos às imagens pessoais de candidatos pertencentes aos grupos de poder. Com isso, observou-se o sucesso eleitoral destes grupos através, principalmente, de três grandes grupos/famílias guarapuavanas: Carli, Silvestri e Mattos Leão, concretizados em forma de ciclo de manutenção do poder.

Assim, o voto pelas imagens pessoais muitas vezes estimula o continuísmo de grupos de poder na política partidária. Estes grupos são aqueles que possuem grande poder de decisão dentro do partido político e, ainda, que seus candidatos possuem maiores chances de eleger-se, posto as campanhas serem constituídas de elevado *marketing político*<sup>11</sup>. Silveira (1998, p. 90-91) explica que:

*A importância crescente da mídia eletrônica e do marketing político nas campanhas eleitorais provocou alterações na relação entre as estruturas políticas e o eleitorado. A televisão possibilitou uma relação direta entre candidato e eleitor, ocupando o espaço até então reservado às estruturas de mediação das organizações e burocracias partidárias. **O declínio da identificação partidária está associado à expansão da mídia eletrônica e ao fortalecimento dos vínculos diretos entre candidatos e eleitores** (grifo nosso).*

Observa-se que os sucessos eleitorais são consolidados, em sua maioria, em candidatos que possuem apoio do poder econômico e, conseqüentemente, maior tempo na mídia e, por isso, as eleições e o voto têm como coadjuvantes a identificação partidária.

Os resultados desta pesquisa demonstram que a discussão sobre política partidária nos meios de convivência do eleitorado é praticamente inexpressiva (observar tabela 2). No questionário elencamos alguns dos ambientes que mais propiciam o debate e a formação sobre política partidária na vida das pessoas: família, escola, faculdade, igreja e trabalho. A tabela 2 apresenta o total de respostas referentes aos ambientes onde ocorrem discussões relativas à política partidária.

---

<sup>11</sup> De acordo com Silveira (1998) *marketing político* são as técnicas da área publicitária adaptadas para o terreno político-eleitoral.

Tabela 2 – Guarapuava: Discussão sobre política partidária em meios de convivência dos eleitores.

Meios de convivência dos eleitores	Total* (números absolutos)
Não há discussão	31
Família	24
Trabalho	11
Faculdade	4
Igreja	2
Escola	2
Outros**	5

\*O total representa as respostas dos eleitores acerca da existência de discussões sobre política partidária em seus meios de convivência. Vale lembrar que cada eleitor poderia indicar mais de um local de discussão ou até mesmo todos.

\*\*Alguns eleitores mencionaram outros lugares que também podem ser considerados como relevantes para a discussão sobre política partidária no dia-a-dia, tais como áreas de lazer, bares, restaurantes e associações de moradores.

**Fonte:** Pesquisa de Campo-aplicação de questionários (2012).

**Org.:** AUGUSTO, Daniel Cirilo (2012).

Diante dos resultados é possível observar que a maior parte do eleitorado pesquisado não discute política partidária em seus diferentes locais de convivência. Em diferentes momentos da realização da pesquisa observou-se que alguns eleitores entendiam a política partidária de uma forma específica, ou seja, possuindo os partidos políticos como base para este entendimento. Para eles a política partidária se resume nos partidos políticos e, desta forma, os demais temas que envolvem a política partidária como, por exemplo, candidatos, eleições e voto não fazem parte desta discussão. Como a identificação partidária é acanhada entre os

eleitores estudados, logo o número de menções ao item “não há discussão” foi elevado (31).

Numa segunda interpretação é possível observar os números que envolvem a discussão sobre política partidária referente aos meios familiares e pertencentes ao local de trabalho. Nesses dados foram analisadas as observações realizadas na teoria psicossociológica em que esta elucida a importância da família e dos demais meios de convivência do eleitor para definir seu caráter individual e também suas opiniões sobre a política partidária.

De acordo com Radmann (2001), as motivações políticas são iniciadas no ambiente social do eleitor desde o seu processo primeiro de formação através da família, sendo que o grau de importância da política partidária resultaria na socialização política, que se processaria no sistema de atitudes compartilhado por eleitores com características socioeconômicas semelhantes.

Com isso, entende-se que a participação da família como elemento motivador da discussão sobre política partidária faz-se importante para a consolidação de eleitores conhecedores dos processos eleitorais e, ainda, providos de conhecimento sobre os partidos políticos, o que pode levar a identificação partidária.

Concomitantemente, devem ser observados (tabela 2) os demais números referentes a faculdade, igreja e escola que são inexpressivos se comparados àqueles números mencionados anteriormente. A escola, a faculdade e a igreja são grupos que possuem grande capacidade de expressão e de formação de opiniões, de tal modo que são grupos considerados vitais para muitos. Apesar disso, a política partidária não é debatida nestes meios de convivência, pelos dados da pesquisa, já que a escola, por exemplo, é apresentada por um inexpressivo número de eleitores como ambiente de discussão da política partidária.

Por conseguinte, é através destes diversos grupos que os debates sobre política partidária poderiam ocorrer com mais frequência e que o voto poderia ser entendido (através da socialização de ideias) como elemento importante para a sociedade e não como mero ato obrigatório.

A partir dos pressupostos levantados sobre a política partidária e sua importância para a construção de sociedades mais concisas, ressalta-se que a

atuação dos partidos políticos poderia transpassar as limitações da organização dos pleitos eleitorais e apontar propostas junto aos grupos sociais para explicar a prática<sup>12</sup> política que levasse a afinidades partidárias e contribuíssem para o conhecimento da política. Todo este processo poderia mudar as características que indicam a baixa expressão da identificação partidária.

Diante disso a consideração é a de que estes eleitores não criam afinidades com partidos políticos pelo fato da superior amostragem das imagens pessoais (que, no caso de Guarapuava, se concretizaram primordialmente nos grupos de poder político) que fazem das campanhas verdadeiros “palcos” de qualificações de candidatos. Este fato é possível ser afirmado em detrimento dos números que demonstraram o conhecimento do eleitor acerca dos partidos e, ainda, pela denominação dos partidos vinculados aos candidatos, ora “Partido do Carli ora Partido do Silvestri”. Portanto, e como afirma Kinzo (2005), estes fatos demonstram que falta as agremiações partidárias a criação de raízes motivadoras no eleitorado.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

A aproximação entre Geografia e política partidária, consolidada na Geografia Eleitoral, possibilitou analisar algumas características sobre as diferenciações existentes entre a decisão do voto, bem como, entender como se consolida a identificação partidárias em eleitores.

No caso de Guarapuava, foi perceptível que a identificação partidária é ainda incipiente. Isso ocorre, em detrimento da falta de participação dos eleitores nas agremiações partidárias e, conseqüentemente gera por parte destes eleitores, uma certa apatia e até mesmo esquecimento da existência de determinados partidos políticos. Pode-se ainda, entender a falta de discussão acerca da política partidária, como um indício também do entendimento das propostas de cada partido, o que leva o eleitor a não levar os partidos políticos em consideração no momento da decisão do voto.

---

<sup>12</sup> É importante ressaltar que não importa apenas explicar e colocar propostas para o fortalecimento da confiança partidária no eleitorado. As transformações devem ser eficientes a ponto de *motivar* os eleitores a vincular-se a determinado partido de tal modo que este seja considerado exemplo, em termos de propostas e de efetivação das mesmas, para o eleitorado.

Em âmbito geral, ressalta-se que o estudo sobre o comportamento eleitoral, bem como da identificação partidária, possui relevância geográfica e sociológica, tendo em vista que esta decisão atinge diretamente todas as relações sociais existentes numa sociedade e as configurações territoriais daí decorrentes.

Portanto, através do recorte espacial, pode-se perceber que a decisão do voto, enquanto etapa do comportamento eleitoral se concretiza através de vários elementos que perpassam o “simples” ato de votar. Desta forma os elementos intrínsecos na identificação partidária foram analisados como uma forma de caracterizar a decisão do voto como um fenômeno complexo e diferenciado.

## REFERÊNCIAS:

CARREIRÃO, Yan de Souza. Identificação ideológica, partidos e voto na eleição presidencial de 2006. In: **Revista Opinião Pública**, Campinas, v.13, 2007.

\_\_\_\_\_. **A Decisão do Voto nas Eleições Presidenciais Brasileiras**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2002.

FIGUEIREDO, Marcus. **A decisão do Voto: Democracia e Racionalidade**. São Paulo: Editora Sumaré, ANPOCS, 1991.

KINZO, Maria D'alva. Os partidos no eleitorado: percepções públicas e laços partidários no Brasil. In: **Revista brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 20, 2005.

LAGO, Ivann Carlos. **O Significado do voto em eleições municipais: Análise dos processos de decisão de voto em eleições para prefeito em Itajaí/SC**. Florianópolis: UFSC, 2005. (Dissertação de Mestrado em Sociologia Política)

RADMANN, Elis Rejane Heinemann. **O eleitor brasileiro: uma análise do comportamento eleitoral**. Porto Alegre: UFRGS, 2001. (Dissertação de Mestrado em Ciência Política)

SILVEIRA, Flávio Eduardo. **A Decisão do Voto no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.

SINGER, André. **Esquerda e Direita no Eleitorado Brasileiro**. São Paulo: Edusp, 2000.