

## **O VOTO NO BRASIL IDENTIFICAÇÃO PESSOAL E IDENTIFICAÇÃO PARTIDÁRIA NA PRODUÇÃO DE CONTRA ESPAÇOS**

Márcia da Silva

Departamento de Geografia da Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava/PR/Brasil  
marcia.silvams@gmail.com

Karla Rosário Brumes

Departamento de Geografia da Universidade Estadual do Centro-Oeste, Irati/PR/Brasil  
kbrumes@hotmail.com

A institucionalização do voto, obrigatório pelo Estado brasileiro, é resultado de comportamentos eleitorais diversos, ou seja, os elementos que compoem/formam o voto do eleitor, pode e é diferente de acordo com os espaços e as escalas do território, demarcando vinculações da identificação partidária e/ou da identificação pessoal.

O objetivo deste texto, assim, é o de analisar a formação geográfica do voto, no Brasil, por meio do comportamento do eleitor, observando como este vota em pleitos eleitorais de escala local e de escala nacional, se por meio da identificação pessoal (no candidato) ou se por meio da identificação partidária (no partido). Assim, os resultados observados em pesquisa realizada a partir de dados das eleições de 2012 e 2014 (locais e majoritárias), no Brasil, demonstram que a formação da identificação partidária ocorre em maior número na escala nacional e a identificação pessoal ocorre em maior número na escala local (municípios).

Para os objetivos propostos este estudo foi efetivamente operacionalizado por meio de dois momentos que se agregaram como procedimentos metodológicos, além do suporte teórico-conceitual: 1) Aplicação dos questionários a 384 eleitores em três cidades do estado do Paraná, no Brasil: Curitiba (1.242.208 eleitores foi representada por 314 eleitores), Maringá (251.088, foi representada por uma amostragem de 64 eleitores) e Laranjeiras do Sul (23.936 eleitores, com representação de 6 eleitores inquiridos). Para este critério, selecionaram-se os partidos políticos PT e PSDB, ou seja, elencar duas cidades que demonstraram tendências no voto pró-PT e pró-PSDB e a capital do estado, Curitiba; 2) Entrevistas com três senadores e um deputado federal, sendo eles: Álvaro Dias (PSDB), Roberto Requião (Partido do Movimento Democrático Brasileiro, PMDB) e Gleisi Hoffman (PT) e Aliel Machado (Rede Sustentabilidade, REDE).

### **Contextualizando**

A perspectiva eleitoral nos trabalhos geográficos requer um cuidado especial em analisar as diferenças que se propõem nas metodologias utilizadas. Os objetivos, que perpassam os estudos eleitorais vão desde a análise da distribuição dos votos em um território, até o estudo

micro da decisão do voto. Os estudos eleitorais explicam cientificamente fenômenos empíricos, pois são construídos por meio dos eleitores.

Um dos fatores que contribuiu para o desuso da Geografia Eleitoral, pelos geógrafos, é o fato destes negligenciarem as questões que envolviam as discussões sobre o contexto social, originando uma “incapacidade” de haver contribuição substancial desta subdisciplina nos debates atuais<sup>1</sup>. Este fato confirma a necessidade da Geografia Eleitoral impulsionar discussões qualitativas para evoluir numa explicação profícua dos fatores geográficos como elementos de interferência dos processos eleitorais, bem como da organização do território por aqueles que detêm o poder: os eleitos.

A Geografia Eleitoral foi refém do esquecimento dentro da Geografia Política, pois aborda, em seu cerne, relações de poder a partir das eleições e do eleitorado. Para a Geografia do Estado, a população é tomada como um recurso que pode ser utilizado para sua: “[...] porque ela está na origem de todo o poder. Nela residem as capacidades virtuais de transformação; ela constitui o elemento dinâmico de onde procede a ação”<sup>2</sup>.

No Brasil, os estudos eleitorais são realizados, em grande maioria, pela Ciência Política e pela Sociologia, sendo a Geografia Eleitoral trabalhada marginalmente por estas ciências, focando-a ao âmbito da quantitatividade. Sendo assim, a não consolidação no Brasil (acerca da Geografia Eleitoral qualitativa) não direciona a reflexão dos motivos da distribuição dos votos, mas apenas com intuito de mapeamento dos mesmos, diferentemente de alguns países Europeus, como a Espanha, onde houve a consolidação dessa forma mais explicativa de trabalhar a Geografia Eleitoral<sup>3</sup>.

Por meio dos partidos políticos há o fortalecimento da identificação partidária e, portanto, nesta escala de pleito eleitoral o voto pela identificação partidária pode tornar-se um importante preditor do comportamento eleitoral. Diante do exposto, a hipótese é de que o eleitor possui diferentes identificações pessoal e/ou partidária e que a escala do pleito eleitoral pode influenciar na decisão do voto, pois as estratégias eleitorais dos grupos de poder e partidos políticos, para barganhar votos, diferenciam-se entre estas diferentes escalas. O caráter qualitativo do estudo, aqui proposto, leva a indagações sobre como a pesquisa acerca da identificação pessoal e da identificação partidária podem contribuir para os debates e o fortalecimento de uma Geografia Eleitoral. A referência de possíveis existências de diferenciações entre a decisão do voto do eleitor (a partir das escalas dos pleitos eleitorais) nos permite problematizar o fato.

A análise das eleições presidências no Brasil do ponto de vista geográfico não tem se constituído como uma tradição de pesquisa em ciências sociais. A interrupção da realização de eleições diretas para a Presidência da República, por um período de vinte e nove anos, apresenta-se como um fator de desestímulo aos estudos de geografia eleitoral no país. Desse modo, ao contrário do que se observa em outros países, a geografia eleitoral, no Brasil, encontra-se ainda embrionária<sup>4</sup>

Especificamente sobre o comportamento eleitoral é possível considerar três decorrências com relação à possibilidade de o espaço influenciar no comportamento eleitoral. Na primeira,

---

<sup>1</sup> Warf e Leib, 2011.

<sup>2</sup> Raffestin, 1993, p. 52.

<sup>3</sup> Codatto, 2006.

<sup>4</sup> Jacob, 1997, p. 17.

ocorre a influência dos amigos e vizinhos que faz com que o candidato obtenha mais votos no lugar de nascimento ou de residência. Este fato tem maior implicação nos sistemas majoritários com distritos muito pequenos<sup>5</sup>.

A interpretação dos sistemas e dos processos eleitorais, além da distribuição territorial da decisão do voto do eleitor, constitui um elemento a mais para explicar as diferentes tensões e conflitos que afetam as formas de organização do espaço. Assim, a decisão do voto é considerada o ponto final de um processo resultante de múltiplas influências, que cada eleitor recebe no seu contexto socioeconômico e cultural, o que torna a interpretação da capacidade de influência dos fatores pertencentes ao contexto do eleitor um importante elemento analítico da Geografia Eleitoral. A partir destes aspectos, são abordadas teorias que envolvem o comportamento do indivíduo enquanto eleitor que decide seu voto.

Trabalhos relacionados estavam preocupados com o Estado, as relações sociais, e o contexto socioespacial da ideologia. As análises eram feitas pela ótica que as eleições são vistas como arenas em que os sujeitos expressam suas preferências dentro das limitações estruturais e vão, a partir da escala local, para o sistema mundial e não somente para as esferas mais específicas dos pleitos eleitorais. No caso brasileiro, são as eleições locais para prefeitos e vereadores.

O que se analisa então é que ao longo das últimas três décadas (1980, 1990 e 2000), a Geografia Eleitoral tornou-se cada vez mais preocupada com questões conceituais - abordadas de diversas formas pela teoria social e político-econômica. “A obsessão dos geógrafos eleitorais com técnicas e dados, refletiu uma postura empirista e ingênua, ao passo que houve negligência em estudar questões do contexto social. O fato levou a Geografia Eleitoral a ficar incapacitada de contribuir de maneira substancial para os debates contemporâneos”<sup>6</sup>.

As hipóteses para esta pesquisa, se enquadram através das seguintes afirmativas: a) A identificação pessoal ocorre em maior número de eleitores na escala local. b) A identificação partidária ocorre em maior número de eleitores na escala nacional. c) O eleitor possui diferentes identificações pessoal e/ou partidária e a escala do pleito eleitoral pode influenciar diretamente na decisão do voto. d) O contexto territorial condiciona as identificações, por exemplo, pelas estratégias eleitorais dos grupos de poder, partidos políticos, sistema eleitoral, etc. Durante o período da pesquisa, o cenário eleitoral, no Brasil, aparentemente era estável, o que permitia o foco consolidado nesta análise. Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores - PT, era a Presidente da República com recorde de popularidade, (79%), avaliada no mês de março de 2013, pela Revista Último Segundo.

A partir de então, durante o ano de 2013, no Brasil se iniciava um período de grande turbulência no contexto político partidário: germinava em junho e julho de 2013 uma grande manifestação contra os aumentos nas tarifas do transporte público em algumas cidades brasileiras. Com isso, o movimento “vem pra rua”, por meio de uma mudança de foco, chama “os cidadãos brasileiros” para cobrar melhorias na política partidária e, em especial, clamava por menos corrupção.

Em geral, os manifestantes eram cidadãos que, sabendo, ou não, o motivo de estar protestando, encontravam-se nas ruas cobrando mudanças na esperança de um país melhor. Os partidos políticos foram os primeiros a serem rechaçados por inúmeros manifestantes. Não

---

<sup>5</sup> Castro, 2005.

<sup>6</sup> Warf e Leib, 2011, p. 76.

demorou muito para que a Presidente Dilma Rousseff tornar-se o grande foco das manifestações de rua e ser considerada responsável pelo problema de corrupção histórico existente no Brasil. Porém, devido à estabilidade econômica do país, que durou até o final de 2014, não eram todas as pessoas, que durante este período, rechaçavam a imagem da então Presidente. Nota-se que quando se discorre sobre avaliação de desempenho de um governo, debates sobre o “peso” da economia ou desempenho econômico ainda são válidos. Por esse motivo, a avaliação dos eleitores, acerca do governo, ainda era fortemente influenciada pelo estado da economia.

Todavia, durante o período da pesquisa, eclodiu, no Brasil, inúmeros manifestos que acusavam o PT de Dilma Rousseff de corrupção. Este cenário do final de 2014 e início de 2015, induziu o crescimento da rejeição a este partido e à Presidência da República. Nesse interim, questionários eram aplicados nas cidades brasileiras escolhidas como recorte territorial-analítico da pesquisa. Grupos políticos e partidos de oposição utilizaram-se, deste cenário, para propor o processo de *impeachment* que perdurou até 31 de agosto de 2016. Durante este período, o Brasil apresentou índices de recessão econômica, concomitante à crise política.

Nesse sentido, apresentamos aliada à condição econômica, uma análise do espaço geográfico a partir de uma compreensão de relações sociais, pois a junção nos possibilita pensar na consolidação dos diferentes contextos do voto no Brasil. Por exemplo, pensar as relações estabelecidas entre eleitores e os contextos territoriais aos quais estão inseridos, somado ao enfraquecimento das instituições partidárias no país, conformam os cenários que influenciam na decisão do voto.

Para a compreensão de como se dá a formação do voto, serão utilizados os conceitos de identificação partidária e identificação pessoal. Buscar-se-á investigar quais estratégias os grupos partidários, que compõem a organização das campanhas, possuem para condicionar a decisão do voto ora na pessoa, ora no partido político.

## **Brasil: decisão do voto e identificação partidária**

No Brasil, devido à discreta expressividade de conhecimento/interesse do eleitor brasileiro acerca de política partidária, as diferenciações ideológicas se resumem a Esquerda e Direita. Esta diferenciação ideológica está estreitamente ligada à identificação partidária (ou ao menos na teoria, deveria estar), isso porque a diferenciação entre Esquerda e Direita é o principal meio utilizado pelo eleitor para diferenciar e, assim, escolher a afinidade pelo partido político. Pode-se relacionar o fato pelo eleitor brasileiro ainda estar pouco qualificado, em sua maioria, para as concepções do “mundo político”.

Como os eleitores não apresentam uma identificação consistente com o “mundo da política” – ao contrário, se demonstram fortemente preocupados em desqualificá-lo e desprovê-lo de dignidade e legitimidade – resta-lhes o personalismo, associado a questões e avaliações conjunturais, como elemento de grande importância no processo de escolha eleitoral, prevalecendo sobre outros critérios como, por exemplo, a identificação partidária<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Lago, 2005, p. 74.

Os diferentes processos que envolvem a dinâmica dos pleitos eleitorais tornam-se meios para condicionar a decisão do voto, que no caso brasileiro foca-se prioritariamente na identificação pessoal e não em partidos políticos. O Brasil possui uma das mais elevadas volatilidades eleitorais do mundo, tem-se que do período de 1982 a 1998, em média, cerca de 30% do eleitorado mudou seu voto em relação ao partido político que votou anteriormente, índice que tem se mantido até os dias atuais<sup>8</sup>. Na pesquisa, os dados obtidos por meio da aplicação de questionários demonstram um sentimento de evidente negação no que diz respeito à proximidade entre eleitor e partidos políticos (quadro 1).

**Quadro 1. Brasil: eleitores e a simpatia pelos partidos políticos**

Partido Político	Cidades			Total geral (n=384)
	Laranjeiras do Sul	Maringá	Curitiba	
PSDB	16,7%	10,9%	12,7%	12,5%
PT	37,0%	21,9%	14,6%	16,4%
PSOL	0,0%	0,0%	1,3%	1,0%
PMDB	13%	10,9%	4,5%	5,5%
Nunca	0,0%	43,8%	56,1%	53,1%
Outro	33,3%	12,5%	10,8%	11,5%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração própria, 2015.

No conjunto das análises dos resultados oriundos da tabela 1, tem-se uma elevada porcentagem de eleitores que nunca obtiveram qualquer simpatia para com os partidos políticos. O total geral da amostra utilizada alcançou 53,1% de inquiridos a escolher a opção “nunca”, o que significa uma pequena possibilidade de ascensão da identificação partidária, já que está na base desta, a existência da simpatia.

A tabela expõe que os partidos que inspiraram alguma simpatia (mesmo que baixa), no eleitorado foi o PT (16,4), seguido do PSDB (12,5%). A existência destas porcentagens nas realidades estudadas, um pouco mais elevada para o PT e PSDB, refletem o panorama da conjuntura nacional no momento da aplicação dos questionários (ano de 2015), em que ambos os partidos são os mais votados nas últimas disputas eleitorais para a presidência da república, inclusive nas eleições antecedentes, especificamente, desde 1994 até 2014.

Ao comparar as três cidades de aplicação dos questionários, pode-se analisar que Laranjeiras do Sul apresentou um maior número de eleitores que já tiveram simpatia com o PT, cerca de 37% dos eleitores questionados afirmaram já possui simpatia pelo partido. O resultado reflete a influência dos movimentos sociais existentes neste município, a saber o Movimento Sem Terra (MST) que possui diversos assentamentos pela região que se localiza este município. Em uma segunda posição no número de eleitores simpatizados, encontra-se o PSDB e PMDB, respectivamente 16,7% e 13% das simpatias do eleitorado de Laranjeiras do Sul. Maringá e Curitiba apresentaram um número menor de eleitores que em algum momento, tiveram simpatia pelo PT, a primeira com 21,9% e a segunda com 14,6% de simpatias pelo partido. O PSDB em Maringá obteve a mesma porcentagem que o PMDB, cerca de 10,9% e em

<sup>8</sup> Kinzo, 2005.

Curitiba, o PSDB alcançou 12,7% dos eleitores a afirmarem em algum momento da vida ter simpatia com este partido.

Os índices apresentados mensuram as preferências partidárias e indicam as dificuldades de estabilização do sistema partidário brasileiro. A média de identificação partidária nas democracias consolidadas vem diminuindo gradativamente nas últimas décadas e no Brasil isso não é diferente<sup>9</sup>.

[...] como os partidos têm menos visibilidade do que os candidatos, não conseguem fixar suas imagens junto ao eleitorado, o que dificulta a criação de identidades e conexões com os eleitores<sup>10</sup>.

Diante disso, compreende-se que para a efetiva criação de identificações partidárias e afinidades aos partidos políticos, faz-se necessário torná-los instituições de confiança para a população, uma vez que, no Brasil, isso não acontece para a maior parcela da população. Os partidos atuam como instituições voltadas para a disputa e o exercício do poder, assim, sua característica fundamental seria influenciar ações sociais de qualquer conteúdo.

Ressaltamos aqui contudo, que o partido que mais contribui para que a identificação partidária no Brasil (desde a redemocratização do país na década de 1980) e, muito em função de sua organização partidária, foi o Partido dos Trabalhadores - PT, cujos níveis de preferência encontram-se relativamente altos, alcançando acima de 20% até 2010. Contudo, episódios de corrupção durante o governo Lula e Dilma, influenciaram para o declínio da imagem positiva do partido, tendo a partir de 2013 alcançando altos índices de rejeição<sup>11</sup>, tendo a operação “Lava Jato<sup>12</sup>” bastante influência.

Neste cenário eleitoral, tem-se alguns fenômenos que ocorrem no país e contribuem diretamente para a dinâmica da política partidária, como por exemplo, o fortalecimento e/ou enfraquecimento da economia. A dinâmica econômica ora enfraquecida, ora fortalecida, atua diretamente no cotidiano da população e, portanto, há estreita ligação com o eleitorado e suas opiniões. A identificação não apresenta necessariamente uma relação com as propostas que são defendidas pelos partidos ou seus candidatos, durante os processos de campanha eleitoral e sim através tanto da direção quanto da intensidade dessa identificação.

Pelo conjunto de análises dos questionários, observou-se que a maioria dos eleitores inquiridos atribuiu o enfraquecimento da economia do país como algo condicionado pelos partidos, ou ainda, relacionaram a não atuação dos partidos políticos para a melhora da situação econômica. O quadro 2 apresenta o descontentamento dos eleitores para com a

---

<sup>9</sup> Braga e Pimentel, 2011.

<sup>10</sup> Kinzo, 2005, p. 67.

<sup>11</sup> O enfraquecimento do Partido dos Trabalhadores - PT instigou-se por alguns acontecimentos, altamente divulgados na mídia brasileira, dentre eles: a investigação pela operação “Lava Jato”, Gestão Dilma Rousseff, situação de crise econômica e propostas política do PT que caíram na descrença em função dos casos de corrupção.

<sup>12</sup> A operação “Lava Jato” é uma investigação sobre corrupção conduzida pelo ministério público do Brasil. Ela teve início no Estado do Paraná em 2014, unificando quatro ações que apuravam redes operadas por doleiros que praticavam crimes financeiros com recursos públicos. O nome faz referência a uma rede de postos de combustíveis e lava a jato de veículos, em Brasília-DF, usada para movimentação de dinheiro ilícito de uma das organizações investigadas inicialmente. Acesso em <http://arte.folha.uol.com.br/poder/operacao-lava-jato/#capitulo1> em 12/03/2018.

situação econômica do país e conseqüentemente no enfraquecimento do partido político que estava no poder no período da pesquisa.

**Quadro 2. Brasil: situação econômica do país segundo eleitores, 2015**

SITUAÇÃO ECONÔMICA	CIDADES			TOTAL GERAL (N=384)
	LARANJEIRAS DO SUL	MARINGÁ	CURITIBA	
Ótima	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Boa	0,0%	6,3%	1,0%	1,8%
Regular	16,7%	14,1%	10,8%	11,5%
Má	33,3%	31,3%	21,0%	22,9%
Péssima	33,3%	48,4%	65,0%	61,7%
Não sabe	0,0%	0,0%	2,2%	1,8%
Não responde	16,7%	0,0%	0,0%	0,3%

Fonte: Elaboração própria, 2015.

Problemas de ordem econômica e política, refletem um cenário político partidário também negativo. O descrédito nos partidos políticos reflete no decréscimo das identificações partidárias, uma vez que a confiança na atuação do partido e no governo é um dos elementos que consolidam a identificação partidária do eleitorado.

A pouca identificação partidária revela uma constante, a de que os partidos políticos continuam não se enraizando no seio da sociedade, pelo contrário, há um descontentamento generalizado entre os brasileiros que atrelam a corrupção aos partidos políticos. O fato contribui para a manutenção de um sistema político partidário baseado em imagens pessoais, poder econômico e campanhas eleitorais de alto custo financeiro

### **Brasil: decisão do voto e identificação pessoal**

A configuração da decisão do voto no Brasil é estabelecida por inúmeros elementos, tais como: escolaridade, contexto familiar, ação midiática, características e organização dos pleitos eleitorais etc. Por meio do empenho no estabelecimento das características organizacionais da política partidária, condicionam-se as identificações, ora de caráter pessoal, ora de caráter partidária

A identificação pessoal é mais uma abordagem que auxilia na explicação do comportamento eleitoral. Entende-se a identificação pessoal como pressuposto do eleitor para definir seu voto ou suas escolhas a partir de imagens e atributos pessoais de cada candidato. Pode-se considerar que, no caso do eleitor brasileiro, as definições para escolher determinado candidato ou partido se dão pelo “voto por imagem”. O voto do eleitorado brasileiro se enquadra melhor nesta conceituação. Já o português, se aproxima a esta definição, entretanto, a diferença está nas campanhas eleitorais que colocam ênfase à capacidade administrativa do

candidato, com eleições demonstrando não tanto a imagem da pessoa, como acontece no Brasil.

Para tanto, nesta conjuntura propícia à identificação pessoal, o eleitorado, ao não levar em consideração os aspectos partidários na decisão do seu voto, procurou outros atributos que lhe deram condição para escolher a melhor forma de votar. É nesta etapa que ganham força os aspectos pessoais, pois são o primeiro atributo que o eleitor se apoia para determinar seu voto. A identificação, assim, é entendida como uma característica do eleitor que se preocupa em decidir o voto por elementos que condizem com a imagem e a simpatia do candidato, por exemplo. É provável que a identificação pessoal seja um fenômeno que possui origens históricas e raízes no clientelismo. A estrutura política associa-se ao poder político e econômico que alguns grupos de poder possuíam/possuem. Estes grupos determinam as posições e regras do “jogo político”.

É comum encontrar eleitores que procuram votar pela identificação pessoal (ou nos “chefes políticos”) antes mesmo de passar pela etapa de escolha do partido político. Isso pelo fato destes partidos não causarem afinidades e nem proporcionarem preferências que façam deste eleitor um conhecedor ou participante destas instituições democráticas, como observado nas discussões anteriores.

Tanto as pesquisas quantitativas como as qualitativas indicam que a pessoa do candidato caracteriza-se como o principal fator de decisão eleitoral. No processo de escolha eleitoral, a maioria do eleitorado escolhe a pessoa do candidato com base em uma avaliação ou percepção em relação a imagem que os candidatos apresentam. Registra-se que, como em um círculo vicioso, a escolha da maioria do eleitorado direciona-se à pessoa do candidato em resposta a dinâmica da maior parte das campanhas eleitorais, que enfatizam e personalizam a pessoa do candidato<sup>13</sup>.

A partir daí torna-se mais oportuno afirmar que a imagem que os candidatos demonstram ao eleitor, bem como alguns atributos que os candidatos possuem, como honestidade e capacidade administrativa, são elementos que os eleitores também se utilizam para definir o voto.

O conjunto das análises dos questionários demonstrou que a insatisfação para com a política partidária, e também com os partidos políticos, é considerável. O recente impedimento de Dilma Rousseff à presidência do Brasil é analisado no imaginário popular como exemplo de que a política partidária é “suja”, mesmo que ela esteja longe de ser o pivô dos problemas de corrupção no país.

O próprio discurso político de parcela dos políticos brasileiros se utiliza do fato para exaltar suas imagens e principalmente se eximir dos problemas de corrupção, ou seja, a exaltação de suas imagens enquanto imagens de pessoa honesta, torna-se um “trunfo”, um destaque a ser ressaltado positivamente.

O voto é ligado à credibilidade, a imagem, ao conceito adquirido, muito mais do que propostas. Porque quase sempre as propostas dos candidatos são semelhantes e quase nunca são cumpridas (...). Há fatores que influenciam em determinado momento e em outros não. Eu imagino que hoje, em função dessa situação nacional de descalabro administrativo e de tantos escândalos de corrupção, tem muito peso, a questão ética. Uma figura que tem um

---

<sup>13</sup> Radmann, 2001, p. 206.

histórico de respeito as pessoas e as instituições, que tenha um histórico de um comportamento ilibado, etc., certamente tem uma força eleitoral<sup>14</sup>.

Vale ressaltar que o entrevistado foi um dos principais opositores ao governo do PT, desde 2003, quando o Lula assumiu a presidência da república. É claro, então, que em seu discurso não se configuraria de maneira diferente, pois as divergências políticas é fato consumado. No entanto, o próprio senador assume que o histórico do candidato e a “ética” em seus trabalhos, possuem considerável importância para a decisão do voto.

Em sua narrativa, percebe-se ainda que as estratégias de campanhas eleitorais terão rumos no imaginário social, a demonstrar soluções de problemas da nação a partir da mensagem de honestidade dos futuros candidatos e mesmo dos políticos que já possuem cargos, ou seja, as qualidades de honesto e correto, possivelmente ganharão as campanhas eleitorais, em resposta ao tão pedido solícito da população brasileira por novos caminhos e novas perspectivas de melhora para o sistema político partidário brasileiro.

No entanto, o que acontece são “novas mensagens” apresentadas sob “velhas vozes”, pois afinal, estas, em geral, possuem poder econômico, portanto, tempo/espço na mídia, repassando belas mensagens para aqueles que necessitam escutá-las e querem escutá-las.

Hoje as eleições no Brasil são muito personificadas, muito individualizada no ser, não é no projeto político e isso é uma falha muito grande. [...] a mídia potencializa as coisas ruins, a mídia destrói a vida das pessoas muitas vezes, sem dar o direito a contradição e o povo culturalmente em nosso país assimila isso. Então, as eleições em maneira geral é a “mídia”, ela é muito o que é potencializado individualmente. Hoje está ficando de lado a discussão sobre projetos que se apresentam para o país<sup>15</sup>.

Com a fala do deputado, pode-se perceber que efetivamente a mídia influencia na dinâmica do poder e, principalmente, quando o fato se constrói ao entorno das eleições. Além disso, o papel da mídia não se resume aos períodos eleitorais, tem sim maiores visibilidades neste período, contudo, a atuação dos noticiários, manchetes, reportagens estão imbricados no cotidiano da população e, neste cotidiano, é que estas informações veiculadas são absorvidas no imaginário social, ora para construir imagens de “bons candidatos” como também para degradar as suas imagens.

Ao analisar esta conjuntura, o que se observa é que o fortalecimento da mídia pode corroborar para o enfraquecimento dos partidos políticos, principalmente aqueles que possuem maiores ligações com o espectro ideológico de suas raízes partidárias, como também, aqueles partidos que não possuem apoio do poder econômico para “comprar” o tempo/espço na mídia (televisiva, escrita ou falada). O senador Roberto Requião, do PMDB, destaca que o voto se

---

<sup>14</sup> Foi programado para 2016 a desfiliação de Álvaro Dias do PSDB. O senador paranaense escolheu o Partido Verde - PV como sua nova sigla, em função de busca por maior espaço dentro do seu novo partido. Álvaro Dias possui uma extensa carreira na política partidária. Destaca-se para os cargos de governador e Senador da república por duas vezes. No momento da entrevista, o senador pertencia ao PSDB, contudo, em janeiro de 2016 o senador migra para o Partido Verde – PV, em busca de maiores espaços principalmente para disputar a presidência da república. Concedeu entrevista em seu gabinete em Brasília-DF, no dia 13 de novembro de 2015, às 10h30.

<sup>15</sup> Aliel Machado é um jovem deputado, eleito aos 25 anos de idade para o mandato. Ao se eleger deputado, pertencia ao PC do B, contudo, em 2015 ingressou para o recém-criado partido REDE sustentabilidade. Concedeu entrevista em seu gabinete em Brasília-DF, no dia 13 de novembro de 2015, às 16h30.

torna, então, fruto da conjuntura potencializada pelo poder econômico e, por isso, é um caso que ocorre de maneira global:

O voto hoje é de uma forma global e massiva, definido pela mídia. A mídia que tem elegido, ela fabrica líderes, demole outros, constrói e desfaz. Principalmente nas majoritárias (nacionais), não é o caso de uma eleição de vereadores que funciona a ligação direta. No Brasil os partidos políticos estão sendo um cartório de registro de candidaturas e distorcidos através do financiamento empresarial de campanhas. Uma boa quantidade dos parlamentares não pertence aos partidos e não veem ideias, eles simplesmente servem a grupos de financiadores e aos seus interesses<sup>16</sup>.

Por meio das palavras do senador Roberto Requião, identifica-se que os principais pressupostos para a existência de uma mídia definidora das campanhas eleitorais, e em consequência, das estratégias eleitorais, é o poder econômico intrínsecos aos grupos empresariais. Deste modo, os partidos políticos, tendem a se enfraquecer, não possibilitando seus preceitos ideológicos à população.

O fato pode potencializar um perigoso fenômeno dentro do comportamento eleitoral: a decisão do voto baseada apenas nas imagens pessoais, sem qualquer observação ao espectro partidário.

O enfraquecimento da identificação partidária torna a decisão do voto dependente às imagens pessoais do candidato, voltada para analisar suas características muitas vezes personalizada e maquiada por objetivos obscuros à ótica da população. Em geral, os primeiros sinais que o eleitor demonstra ao basear-se prioritariamente pelas bases da identificação pessoal, são as inúmeras mudanças de comportamento eleitoral apresentadas no tocante à totalidade da população, ou seja, o quão mudancista torna-se um contingente eleitoral de determinado território.

Em suas campanhas eleitorais os partidos políticos enfatizam a pessoa do candidato contribuindo para o declínio partidário. Todavia, caberia aos partidos políticos o papel de estruturação das escolhas eleitorais por intermédio de propostas politicamente estruturadas, que viessem a atender as necessidades e os interesses da população. Por sua vez, na prática, os partidos políticos cada vez mais ficam reféns das lideranças políticas personalistas e igualam-se nas questões temáticas pontuais e nas propostas generalizantes<sup>17</sup>.

Para o caso brasileiro, o que se passa é que o eleitorado possui a obrigação em votar, logo decidir seu voto. Então, mesmo aquele eleitor que não anseia votar é obrigado a tomar uma decisão. Contudo esta decisão nem sempre é levada a sério ou mesmo “pensada” de maneira contundente e eficiente. As campanhas eleitorais corroboram para a identificação pessoal.

## **Uma nova cultura política?**

Sob uma conjuntura político-econômica que a decisão do voto em escala local efetivou-se no

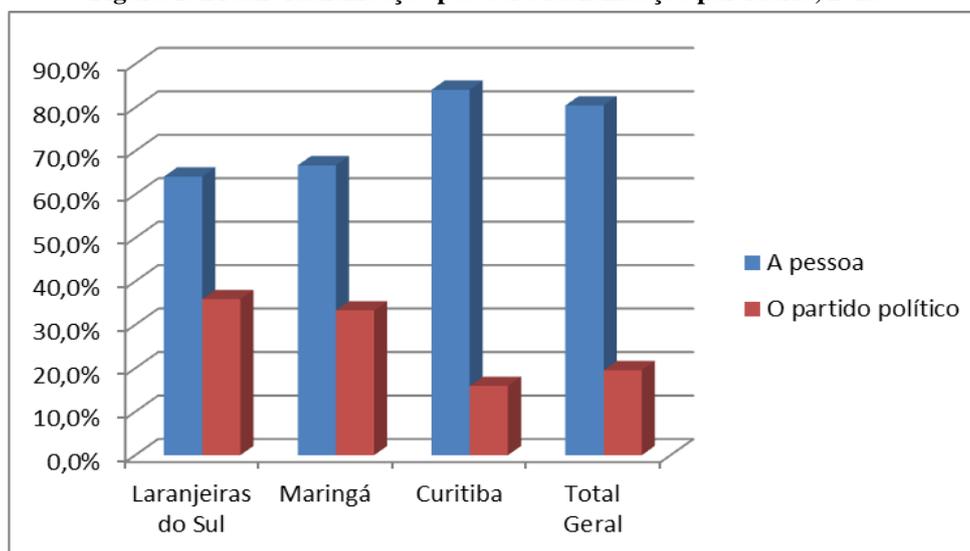
---

<sup>16</sup> Roberto Requião de Mello e Silva (PMDB) é advogado e importante político paranaense. Tem como bagagem política, os cargos de prefeito de Curitiba, governador do Paraná e atualmente exerce seu segundo mandato como senador do Paraná. Concedeu entrevista em seu gabinete em Brasília-DF, no dia 13 de novembro de 2015, às 10h10.

<sup>17</sup> Radmann, 2001, p. 201.

momento da aplicação dos questionários. O papel do contexto que o eleitorado esteve inserido foi primordial para condicionar as escolhas e posições a serem tomadas e, portanto, a identificação pessoal e a identificação partidária consolidaram-se a partir deste ambiente calcado por dinâmicas políticas e econômicas intrínsecas as especificidades das dinâmicas de cada território (figura 1).

**Figura 1. Brasil: identificação pessoal e identificação partidária, 2015.**



Fonte: Elaboração própria, 2015.

As escolhas dos eleitores brasileiros por cidade demonstram preferência em decidir seus votos por meio da identificação pessoal, no que se refere às eleições de escala local. Curitiba apresentou o maior grau de identificação pessoal, 84,1% dos eleitores questionados afirmaram decidir seu voto por meio deste atributo.

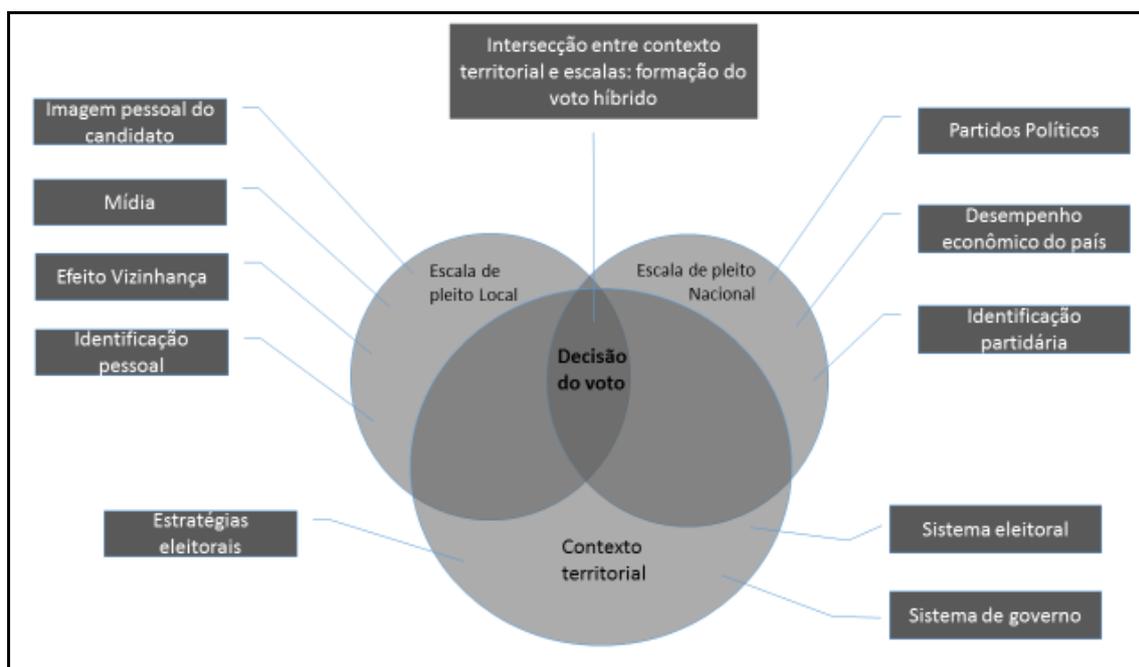
As cidades de Laranjeiras do Sul e Maringá apresentaram números aproximados. A primeira totalizou 66,7% do eleitorado votante pela identificação pessoal e Maringá 64,1%. O alto grau de identificação pessoal nas cidades abordadas reflete a premissa de que o eleitorado em eleições de escala local, tendem a decidir o voto pelas características pessoais dos candidatos, evidenciando que as escalas de pleitos eleitorais podem condicionar a diferentes decisões do voto.

Ao analisar estas bases eleitorais e seus respectivos níveis de identificação pessoal e identificação partidária, há de se reafirmar e reforçar que as configurações de cada base eleitoral refletem o ambiente social, enquanto contexto, suas dinâmicas socioeconômicas e territoriais que se diferenciam.

De fato, a complexidade do território torna factível uma decisão do voto pautada na multiplicidade de identificações, partidária ou pessoal, mas também, partidária e pessoal. Portanto, os elementos imbricados no território possibilitam às atuais conjunturas a formação, dentre outras, de decisões do voto irregulares/híbridas.

Em termos de identificação partidária é preciso destacar a efetiva contribuição da instituição que dá vida a mesma, ou seja, os partidos políticos, bem como a escala de ocorrência do pleito eleitoral, que pode influenciar diretamente na decisão do voto (figura 2).

**Figura 2. Formação da decisão do voto pelas escalas de eleições e contexto territorial**



Org.: Elaboração própria, 2015.

Ao visualizar o organograma 1 observa-se que a compreensão da decisão do voto ocorre por meio de três principais elementos: 1) na análise do território, enquanto elemento a ser apropriado para possibilitar sucessos em eleições, denominado por nós de contexto territorial; 2) na análise da escala de pleito nacional; 3) na análise da escala de pleito local. Estas escalas serão detalhadamente explicadas na apresentação do texto completo e final.

Observa-se, no Brasil recente, mudanças no mapa eleitoral em termos de pleitos de escala nacional, ou seja, o contexto territorial condiciona as identificações, por exemplo, pelas estratégias eleitorais dos grupos de poder, partidos políticos, sistema eleitoral, etc. Apesar do grande número de partidos políticos, as eleições de escala nacional, até 2014, foram centralizadas em dois partidos políticos, PT e PSDB, confirmando a hipótese de que estes partidos possuem maior potencial para angariar votos em campanhas eleitorais de escala nacional.

Dentre os inúmeros fatores que compõem o cenário eleitoral no Brasil, merece evidência o que aponta o voto como resultado do cenário econômico. A então definida crise econômica e a recessão econômica, no Brasil, influenciaram as opiniões dos eleitores a respeito do governo vigente à época da aplicação dos questionários, o que diminuiu a simpatia para com o PT. Este cenário contagia a imagem de instituições, candidatos e grupos relacionados aos governos, pois para o eleitor, o governo é o responsável pelo enfraquecimento da economia dos respectivos países. Assim, o aspecto econômico subsidia, prioritariamente, a decisão do voto.

Diante disso, reforça-se a tese de que o voto é resultado dos diferentes elementos imbricados ao território. O voto possui uma “âncora territorial” que propicia estabilidade que se mantém eleição pós-eleição, porém, o caso brasileiro sofreu alterações com o abrupto decréscimo

do número de prefeituras conquistadas pelo PT nas eleições de 2016<sup>18</sup>. Estes fenômenos eleitorais, refletem, portanto, que o eleitorado brasileiro é volúvel em suas opiniões e decisões, a exemplo da decisão do voto, tornando-se substancialmente influenciado pelos diferentes meios intrínsecos ao território.

A expressão territorial do voto no Brasil consubstancia-se na vinculação que o eleitorado possui ou não com os partidos políticos. Apesar do descontentamento em relação a estes, na Europa, por exemplo, os eleitores têm maior nível de identificação partidária, se comparado ao Brasil. No entanto, os resultados deste estudo comprovam que a identificação pessoal e a identificação partidária podem coexistir, determinando, dessa forma: 1) decisão do voto baseada na identificação partidária; 2) decisão do voto baseada na identificação pessoal; 3) decisão do voto baseada em ambas as identificações; 4) decisão do voto baseada na identificação pessoal e na identificação partidária utilizada a partir das diferentes escalas de pleitos eleitorais, como as aqui analisadas, nacional e local.

Por estas condições apresentadas, das diversas identificações do eleitor no momento de formação do voto, é que se confirma a tese do voto híbrido, diretamente relacionado ao contexto territorial. Assim, o voto e os elementos que compõem a decisão do eleitorado apontam para diferentes comportamentos geográficos do voto no território, como no caso do Brasil.

No Brasil, em detrimento da criação de inúmeros partidos políticos e ainda pela ausência de comprometimento dos próprios políticos com a fidelidade partidária, o eleitor parece tomar suas decisões eleitorais não mais pautadas em preferências partidárias. Há distinções ao analisar as diferentes escalas de pleitos eleitorais (nacional e local), principalmente ao promover o cruzamento de informações por cidades. Algumas cidades possuem eleitores mais voltados para decisão do voto pela identificação pessoal, outras cidades, com eleitores a decidir o voto pelas características partidárias, porém no cômputo geral das 384 amostras do Brasil, a identificação pessoal superou a identificação partidária em porcentagens de eleitores, em ambas as escalas de pleitos eleitorais.

A análise territorial do comportamento eleitoral possibilita identificar que elementos são intrínsecos ao território e que contribuem para a formação da decisão do voto e, portanto, averiguar os meios que ocasionam diferentes distribuições de votos nos territórios. Por meio do conjunto das análises dos resultados, há o registro de diferentes perfis de candidatos, partidos políticos, campanhas eleitorais, meios de comunicação, que fazem do território relevante meio de condicionar o voto.

### ***A representação político partidária e a conformação de contra espaços***

Diante dos resultados das mais recentes eleições no Brasil e, a partir do quadro de oscilações do voto popular, a volatilização do comportamento eleitoral, a nosso ver tornam mais difícil fazer com que as formas de representações atuais que têm nos partidos políticos seus principais representantes, atender aos anseios da sociedade. As claras instabilidades do sistema partidário pautadas nas condutas de políticos, trazem o descrédito dos políticos e a insatisfação popular. No Brasil o pleito eleitoral de 2014 para a escolha do presidente, trouxe foi cercado por um contexto que “dividiu” o país em dois lados: os favoráveis e os contras; os azuis e os vermelhos, os “coxinhas e os excluídos, os que se intitulam esquerda ou direita.

---

<sup>18</sup> Toledo Júnior, 2007.

As dimensões alcançadas diante de tais cotextos desde então só se acirraram, o que resultou sobre tudo no impeachment da presidenta da república de então, Dilma Rousseff. Também, podemos afirmar, que as investigações sobre corrupção na alcunha da “lava jato”, trazem à tona ações e condutas desastrosas de vários representantes da política e da justiça, que agora não mais estão tão imunes às acusações. Tais fatores, são o prenúncio de que o panorama para as eleições de 2018 seja muito incerto no que diz à participação do eleitorado, em um sistema político partidário viciado. O sentimento de impotência derivado do clima de frustração gerado pelos acontecimentos só tende a produzir um eleitor mais afastamento não só aos partidos, mas também ao conjunto das atividades políticas.

Algumas evidências desta crise são o declínio no comparecimento eleitoral, a desconfiança dos cidadãos com relação às instituições políticas e o esvaziamento dos partidos políticos. Assim, estamos diante de um movimento de distanciamento entre o eleitor e os partidos o que aumenta disponibilidade dos cidadãos para a busca de outras formas de vinculação político-eleitoral.

Observamos um adiantado processo da busca por parte do eleitor no Brasil e em outros países, por alternativas aparentemente mais adequadas para expressar a sua insatisfação, o seu desapontamento e o seu ressentimento diante dos fracassos do primeiro governo civil e de governos baseados no autoritarismo.

Apontamos na direção de formas de representação política informais e que se desenvolvem em diferentes níveis e domínios da política não eleitoral. Falamos na emergência de arenas de tomada de decisão transnacionais, onde novos atores globais e internacionais operam e que tendem a escapar ao alcance da representação democrática territorial, como é o caso de ações internacionais de *ONG's*, tais como a Anistia Internacional e o *Green Peace*.

Outro exemplo de mecanismo que pode atuar fora do *viés* institucionalizado político partidário, reside nas ações empenhadas pelos chamados “conselhos de políticas públicas”, aprovados na Constituição Brasileira desde 1988. São espaços que atuam nos três níveis da Federação (municipal, estadual e nacional), responsáveis pela atuação na área de planejamento, normatização e fiscalização de políticas. As características representativas centrais para compreensão dos conselhos são a participação de instituições e organizações da sociedade ou do governo e a presença de paridade<sup>19</sup>. Por serem regulamentados por lei específica, os conselhos apresentam uma grande diversidade no que diz respeito ao número de membros, perfil dos segmentos e mecanismos de escolha dos representantes, o que terá grande influência na qualidade da representação. A ideia é que buscam experiências para promover a participação direta dos cidadãos.

Em conjunto com estes fenômenos, registra-se o crescimento da demanda por reconhecimento de grupos, assim como por formas de igualdade relacionadas diretamente às necessidades, características, identidades e condições da população, que denunciam a insuficiência dos padrões igualitários e universalistas da representação política atual<sup>20</sup>.

Especialmente na América Latina, a efervescência dos movimentos sociais e as mudanças

---

<sup>19</sup> A paridade geralmente é constatada nos conselhos entre os segmentos da sociedade civil e do Estado (Conselhos da Criança e do Adolescente e da Assistência Social) ou entre os usuários e os demais setores (caso exemplar dos Conselhos de Saúde).

<sup>20</sup> Young, 2006.

institucionais ocorridas nas últimas duas décadas têm dado lugar a estruturas formais de participação e ao envolvimento da sociedade civil no processo de formulação de políticas públicas<sup>21</sup>.

Neste sentido, a linha argumentativa central diz respeito às possibilidades democratizantes destes novos espaços, diante do diagnóstico de déficit democrático da representação tradicional. Em linhas gerais, o que se pretende é desvendar estes relacionamentos representativos, buscando oferecer modelos analíticos para se pensar a representação democrática que contemplem a representação política não eleitoral<sup>22</sup>.

Tendo em vista o crescimento de questões desterritorializadas, a desconcentração de alguns poderes e a globalização de outros e o aumento da importância da influência discursiva e simbólica, a legitimidade democrática precisa ser analisada para além do padrão eleitoral territorial. Cada um destes desenvolvimentos introduz novos domínios para a representação política que estão se expandindo em duas dimensões. Por um lado, a política está se movendo amplamente da política eleitoral para as formas não eleitorais e informais, por outro lado, modos de influência estão se expandindo para além do poder baseado no Estado, incluindo também a influência pública e o poder econômico<sup>23</sup>.

Todavia, também apontamos que, faltam a estes espaços a legitimidade formal e a clara relação entre representantes e representados, geralmente, associada à presença do mecanismo eleitoral, pois é preciso considerar que os conselhos estabelecem um tipo de relacionamento representativo muito peculiar e por isso, desafiante do ponto de vista da teoria da representação.

Diante da ausência de mecanismos formais de autorização, poder-se-ia cogitar que a legitimidade democrática dos conselhos repousaria em um importante postulado deliberativo, qual seja: “os resultados são legítimos na medida em que recebam o assentimento refletido por meio da participação em uma deliberação autêntica da parte de todos aqueles sujeitos à decisão em questão<sup>24</sup>.”

O que está em jogo é a reformulação de um conceito de representação política que possa abarcar o relacionamento representativo que se desenvolve externamente ao sistema político tradicional, pois, estamos diante de uma visão alternativa da representação não como um fato que resulta das eleições, mas como um processo de fazer reivindicações que também pode ser encontrado em muitos outros contextos.

É o surgimento de uma variedade de experimentos de tomada de decisão coletiva em algumas áreas e questões políticas, tanto no nível nacional quanto supranacional, que estão sob o controle de corpos especializados e experts, com perda de conexão com as instituições tradicionais de representação política, e onde não há lugar para a voz, a influência e o controle dos cidadãos.

---

<sup>21</sup> Mansbridge, 2003; Avritzer, 2007.

<sup>22</sup> Saward, 2008.

<sup>23</sup> Castiglione e Warren, 2006, p. 14.

<sup>24</sup> Dryzek, 2004, p. 41.

## **Bibliografia**

AUGUSTO, D. C. *Comportamento geográfico do voto: a identificação pessoal e a identificação partidária em Portugal e no Brasil*. Maringá: UEM, 2017. (Tese de doutorado em Geografia).

AVELAR, L.; CINTRA A. O (org.). *Sistema político brasileiro: uma introdução*. São Paulo. Editora Unesp, 2007, 303- 349.

AVRITZER, Leonardo. Sociedade civil, instituições participativas e representação: da autorização à legitimidade da ação. In: *Dados – Revista de Ciências Sociais*. Rio de Janeiro, 2007, v. 50, n. 3, p. 443-464. Disponível em <<http://www.scielo.com.br>> Acesso em 13/04/2018.

BARNETT, C; LOW, M. Spaces of democracy: geographical perspectives on citizenship, participation and representation. London: *SAGE Publications*, 2004, 45-66.

BARTON, J. *A political geography of Latin America*. London and New York: Routledge, 1997.

BORBA, J. Participação política: uma revisão dos modelos de classificação. *Sociedade e Estado*, 2012, v. 27, n. 2.

BRAGA, M. S. S.; PIMENTEL, J. Os partidos políticos brasileiros realmente não importam? *Opinião Pública*, Campinas, 2011, v. 17, p. 271-303.

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

CASTIGLIONE, Dario & WARREN, Mark E. Rethinking democratic representation: eight theoretical issues. *Paper presented at the “Rethinking Democratic Representation Workshop”*, University of British Columbia, 2006.

CASTRO, I. E. *Geografia e Política*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

CODATTO, A. N.; SANTOS, J. S. (eds.). *Partidos e eleições no Paraná: uma abordagem histórica*. Curitiba: Edição do TRE-PR, 2006.

DRYZEK, John S. Legitimidade e economia na democracia deliberativa. In: COELHO, Vera Schattan P. & NOBRE, Marcos (orgs.). *Participação e deliberação: teoria democrática e experiências institucionais no Brasil contemporâneo*. São Paulo, 2004, Editora 34, p. 41-62.

FERNANDES, I. F. A. L.; FERNANDES, G. A. A. L. O voto econômico no Brasil: evidências com dados em painel e em multinível. In: *III Seminário Discente da Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade de São Paulo*, São Paulo, 2013.

JACOB, C. R.; HEES, D. R. WANIEZ, P.; BRUSTLEIN, V. A eleição presidencial de 2010 no Brasil: continuidade política e estabilidade na geografia eleitoral. *Alceu*, 2011, v. 12, n. 23, 189- 229.

KINZO, M. D. Os partidos no eleitorado: percepções públicas e laços partidários no Brasil. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 2005, 20 (57), p. 65-81.

LAGO, I. C. *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).

MANSBRIDGE, Jane. Rethinking representation. In: *American Political Science Review*. 2003, v. 97, n. 4.

PIQUET, G. MOISÉS, J. A. Sobre o enraizamento dos partidos políticos na sociedade brasileira. *Revista Interesse Nacional.*, 2015, n. 20.

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

RAFFESTIN, C. Crítica da Geografia Política clássica. In RAFFESTIN, C. *Por uma Geografia do Poder*. São Paulo: Ática, 1993, p. 5-29.

SAWARD, Michael. Representation and democracy: revisions and possibilities. In: *Sociology Compass*. 2008, p. 1000-1013.

TOLEDO JUNIOR, Rubens de. O lugar e as eleições: a expressão territorial do voto no Brasil. *GeoTextos*, 2007, v. 3, n. 1 e 2, p. 171-183.

WARF, B & LEIB, J. *Revitalizing electoral Geography*. England: Published by Ashgate Publishing Limited, 2011.

YOUNG, Íris Marion. Representação política, identidades e minorias. In: *Revista Lua Nova*. São Paulo, 2006, n. 67, p. 139-190.