

# Eleição para o governo do estado do Paraná (2010)

**Keila Miranda Tachevski<sup>1</sup>, Paulo Ernesto Lopes Rickli<sup>2</sup>, Alides Baptista Chimin Junior<sup>3</sup>**

## RESUMO

O artigo analisa as eleições para governador do estado do Paraná em 2010, destacando a disputa entre Beto Richa (PSDB) e Osmar Dias (PDT). Em um cenário de estabilidade econômica nacional, as eleições foram marcadas por estratégias de campanha inovadoras, especialmente pelo uso de redes sociais. Beto Richa, então prefeito de Curitiba, emergiu como vencedor, consolidando sua liderança política no estado. A análise inclui a dinâmica das disputas internas no PSDB, a influência das coligações e a importância das redes sociais na campanha eleitoral. O estudo também mapeou os padrões de votação e explorou as diferenças no perfil do eleitorado.

**Palavras-Chave:** Eleições 2010; Governador; Política Paranaense; Mapeamento Eleitoral; Paraná.

## ABSTRACT

This article analyzes the 2010 gubernatorial elections in the state of Paraná, highlighting the race between Beto Richa (PSDB) and Osmar Dias (PDT). In a context of national economic stability, the elections were marked by innovative campaign strategies, especially the use of social media. Beto Richa, then mayor of Curitiba, emerged as the winner, consolidating his political leadership in the state. The analysis includes the internal dynamics within the PSDB, the influence of political coalitions, and the significance of social media in the electoral campaign. The study also mapped voting patterns and explored differences in the voter profile.

**Keywords:** 2010 Elections; Governor; Paraná Politics; Electoral Mapping; Paraná.

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Geografia pela Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO

<sup>2</sup> Mestrando em Geografia pela Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO

<sup>3</sup> Doutor em Geografia pela Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG

O Brasil vivia um período de estabilidade econômica e crescimento, impulsionado principalmente pelo boom das commodities e pelas políticas econômicas implementadas durante os mandatos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010). No final de seu segundo mandato, Lula, do Partido dos Trabalhadores (PT), não poderia concorrer novamente devido às restrições constitucionais. Ele era uma figura extremamente popular, especialmente entre os mais pobres, graças aos programas sociais implementados durante seu governo, como o Bolsa Família.

As eleições de 2010 apresentaram uma série de candidatos de destaque. Dois dos principais candidatos à presidência foram Dilma Rousseff, do PT, apoiada por Lula como sua sucessora, e José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), ex-governador de São Paulo e ex-ministro da Saúde.

O ano de 2010 foi marcado pelas eleições ao nível estadual e federal, e nos primeiros meses, houve uma disputa interna no PSDB ao nível nacional e estadual (Paraná).

Essas disputas internas tinham como objetivo definir quem o partido lançaria como candidato tanto à Presidência da República quanto ao governo do estado do Paraná. Em nível Federal, o PSDB escolheu José Serra como candidato à presidência e Beto Richa como candidato ao governo do Paraná.

O PSDB desfrutava de uma posição de destaque na política paranaense, com uma forte base de apoio e uma história de governança no estado. No entanto, as eleições de 2010 foram marcadas por mudanças significativas dentro do partido. Beto Richa, então prefeito de Curitiba, emergiu como uma figura proeminente, desafiando as estruturas de poder estabelecidas dentro do PSDB estadual.

Segundo Silva (2011), nos primeiros meses de 2010, durante as disputas internas no PSDB, o partido realizou pesquisas de intenção de voto para definir a melhor opção de candidato, utilizando as mídias para divulgar essas informações, uma prática bastante comum nessa eleição.

A pesquisa de intenção de voto da população está prevista no Estatuto do PSDB e pode ser utilizado para definir um candidato:

Art. 151 - Os Diretórios Nacional, Estaduais e Municipais poderão aprovar, por proposta da respectiva Comissão Executiva, a realização de

eleições prévias para a escolha de candidatos a cargos eletivos majoritários sempre que houver mais de um candidato disputando a indicação do Partido.

Segunda a autora Avelar (1995, p.35), essas pesquisas de intenção de voto:

[...] servem, assim, a todos os candidatos, partidos, instituições governamentais e não governamentais, às mídias, e todos os interessados em informações básicas que lhes sirvam de referência para o desenvolvimento de ações eficazes e estratégicas no campo da política.

Desse modo, essas pesquisas forneceram informações básicas que auxiliaram os candidatos em suas campanhas eleitorais e ajudaram a resolver impasses dentro do PSDB.

A disputa interna no partido refletiu divergências ideológicas, estratégicas e pessoais entre seus membros. Enquanto alguns defendiam uma abordagem mais tradicional e conservadora, outros viam em Beto Richa uma oportunidade de renovação e rejuvenescimento do partido. Esses conflitos se manifestaram em debates acalorados, alianças políticas instáveis e manobras nos bastidores.

A candidatura de Beto Richa não foi aceita unanimemente no PSDB. Líderes e grupos políticos dentro do partido expressaram resistência à sua ascensão, preferindo apoiar candidatos que representassem interesses estabelecidos e alinhamentos políticos tradicionais. Isso levou a intensas negociações internas, com facções competindo pelo controle da candidatura e dos recursos do partido.

As disputas internas do PSDB nas eleições do Paraná em 2010 ilustram os complexos jogos de poder e as dinâmicas políticas que moldam o cenário eleitoral brasileiro. Mais do que simplesmente uma competição entre partidos, as eleições refletem as lutas internas e as negociações que ocorrem dentro das próprias legendas, destacando a importância do jogo político tanto nos bastidores quanto na arena pública.

Carlos Alberto Richa, popularmente conhecido como Beto Richa, foi prefeito de Curitiba, capital do Paraná, por dois mandatos consecutivos, de 2005 até 2010. Durante seu período à

frente da prefeitura, implementou políticas voltadas para infraestrutura e modernização da cidade. Ao concorrer pelo PSDB ao governo estadual, apresentou uma plataforma que enfatizava a continuidade dessas políticas, buscando capitalizar o histórico de sua gestão municipal.

As alianças políticas desempenham um papel crucial nas eleições brasileiras. Em 2010, Beto Richa formou uma coligação com diversos partidos, enquanto Osmar Dias, também candidato, articulou alianças para fortalecer sua candidatura.

Imagem 1 — Beto Richa.



**Fonte:** Wikipedia (2017).

As eleições para governador no Paraná em 2010 foram realizadas no contexto das eleições gerais brasileiras daquele

ano. Na disputa pelo governo do estado, os principais candidatos eram Beto Richa, do PSDB, e Osmar Dias, do PDT.

Osmar Dias, ex-senador e ex-ministro da Agricultura, representava uma alternativa ao governo estadual vigente, buscando apresentar-se como uma opção de renovação e mudança. Sua campanha focou em questões como o fortalecimento do agronegócio, a melhoria da infraestrutura rural e a promoção do desenvolvimento regional equilibrado.

Imagem 2 — Osmar Dias.



Fonte: Wikipedia (2007).

### **O uso das redes sociais nas eleições governamentais do Paraná em 2010**

Ao longo das últimas décadas, a tecnologia vem avançando cada vez mais estando presente em todas as esferas

no cotidiano da população. Consequentemente, as formas de propagação de informações e de comunicação também mudaram, com o uso das novas tecnologias, que facilitaram a comunicação e ampliaram seu alcance.

Com o surgimento de novas tecnologias analógicas, como tipos móveis, telégrafo, telefone, e de novos meios técnicos, como o jornal, rádio, televisão, a comunicação passou a exercer sobre a sociedade um papel mais importante do que apenas transmitir informações: ela se tornou o centro da esfera pública (Secco, 2011 p.2)

Porém, a comunicação realmente atingiu um novo nível com a popularização da internet em meados dos anos 2000, Segundo Secco (2011, p. 4):

[...] a internet representou a consolidação do rompimento das barreiras espaço-temporais em um meio onde a mensagem pudesse durar o bastante para a formação do processo de *feedback*, no qual que os usuários tratam de retroalimentá-la com informações

Ou seja, a internet se mostrou um ambiente mais amplo para a disseminação de informações e também aproximou o criador da mensagem do receptor, promovendo o debate e a continuidade da mensagem por um tempo maior.

Com o advento das redes sociais, era inevitável que a comunicação política fosse levada a esse espaço, principalmente ao microblog Twitter, hoje conhecido como X. Para Machado (2003), o ciberespaço marca a primeira vez em que novos atores políticos, como os movimentos sociais, conquistam independência da mediação das organizações jornalísticas para disseminar seus discursos. As redes sociais possibilitaram a popularização de novos atores políticos que, em outros meios de comunicação, como a televisão, teriam espaço limitado, permitindo-lhes maior independência dos veículos de comunicação em massa, além de uma aproximação dos eleitores, tornando o espaço político mais democrático.

O primeiro momento em que o Twitter foi usado de forma efetiva em uma campanha política foi nas eleições dos Estados Unidos em 2008, com o candidato Barack Obama utilizou a plataforma de maneira intensiva em sua campanha, o que se

mostrou um sucesso. Em julho de 2008, 35% da população em idade de votar havia assistido a vídeos online relacionados à campanha de Obama. Além disso, a campanha que iniciou a custo zero ao utilizar o Twitter, arrecadou U\$ 66 milhões em doações, permitindo ao Partido Democrata montar a maior estrutura de comitês eleitorais locais em 2008 (Vieira; Cervi, 2010).

No Brasil a utilização do Twitter em campanhas políticas ganhou destaque nas eleições para governador do Paraná em 2010, que são o foco da discussão deste artigo. Ambos os candidatos, Beto Richa (PSDB) e Osmar Dias (PDT), fizeram uso da plataforma durante suas campanhas. No entanto, a forma e a frequência de uso da ferramenta por cada candidato diferiram, assim como os discursos adotados.

As eleições de 2010, tanto em nível federal quanto estadual, fizeram amplo uso das mídias sociais, especialmente das redes sociais. Sobre isso, Rossini (p. 09, 2013) afirma:

As eleições brasileiras de 2010 marcaram a entrada das mídias sociais no rol de estratégias de campanha no país. Partidos e candidatos investiram fortemente na Internet, seguindo o exemplo da campanha que elegeu o presidente norte-americano Barack Obama em 2008, na qual a presença da campanha em variadas ferramentas sociais da *Web* foi considerada fundamental para as estratégias de mobilização e engajamento, propiciando a identificação do então candidato.

O primeiro dado apresentado por Cervi e Massuchin (2012) é o número de postagem de cada candidato. Beto Richa teve um total de 937 postagens durante o período analisado, de 1º de julho a 3 de outubro de 2010. Já Osmar Dias publicou um total de 2228 postagens, mais que o dobro de seu adversário, representando cerca de 70,40% do total. A média diária foi de 24 tweets por parte de Osmar Dias e 11 por parte de Beto Richa.

Tabela 1 – Quantidade de posts durante o período de campanha

Semana	Beto Richa		Osmar Dias	
	N	%	N	%
1 (julho)	57	6,1	238	10,7
2	62	6,6	337	15,1
3	58	6,2	145	6,5
4	68	7,3	176	7,9
5 (agosto)	64	6,8	167	7,5
6	53	5,7	113	5,1
7	52	5,5	88	3,9
8	45	4,8	140	6,3
9	79	8,4	201	9,0
10 (setembro)	106	11,3	200	9,0
11	119	12,7	160	7,2
12	68	7,3	123	5,5
13	106	11,3	140	6,3
Total	937	100,0	2228	100,0
% Candidato	937	29,6	2228	70,4

**Fonte:** Cervi e Massuchin (2012)

A campanha de Beto Richa no Twitter começou com uma quantidade menor de posts. No entanto, com o avançar da campanha, o número de publicações de Osmar Dias foi diminuindo, enquanto o de Beto Richa aumentou com a chegada do período de votação.

Em comparação às eleições presidenciais daquele ano, os candidatos ao governo do Paraná superaram o número de publicações dos candidatos à Presidência, que contabilizaram 71 postagem da candidata Dilma Rousseff, 501 de José Serra e 748 de Marina Silva. Ou seja, as eleições governamentais do Paraná

foram pioneiras no uso massivo do Twitter para campanhas políticas no Brasil.

Segundo Cervi e Massuchin (2012), o número de postagens de Beto Richa cresceu a partir do momento em que as intenções de voto de Osmar Dias aumentaram. Porém, os mesmos argumentam:

Isso não significa que foi a mobilização do Twitter que causou o aumento das intenções de voto no candidato, mas sim que a rede foi usada para mobilizar os líderes de opinião e se apresentar ‘publicamente’ aos eleitores, mostrando suas propostas de políticas e suas informações de campanha. (Cervi e Massuchin, 2012, p.7)

Ou seja, as interações nas redes sociais dos candidatos possibilitaram que os próprios eleitores fizessem a campanha, com os formadores de opinião facilitando a forma como as propostas políticas eram transmitidas ao público, assim como a interação dos candidatos com os eleitores. Beto Richa respondeu a 532 posts, enquanto Osmar Dias respondeu a 935.

Outro ponto a ser destacado foram os assuntos abordados por cada candidato. Para Beto Richa, os temas mais recorrentes foram relacionados à “Campanha”, que representou 44,9% das publicações; “Propostas de políticas públicas”, com 24,4%; e “Assuntos pessoais”, com 10,4%. Já para Osmar Dias, os temas mais utilizados foram “Campanha”, com 36,3%; “Propostas de políticas públicas”, com 16,3%, e “Conversa e agradecimento”, com 14,7% (Cervi, Massuchin, 2012).

Rossetto, Carreiro e Almada (2013), porém, ressaltam que o uso das redes sociais para comunicação política no Brasil ainda é limitado, principalmente em eleições majoritárias, pois o espaço para interação entre os candidatos e eleitores é reduzido. Grande parte dos perfis dos candidatos é utilizada mais para a divulgação da campanha do que para o engajamento com o eleitor.

O uso das redes nas eleições de 2010 demonstrou o rumo que a comunicação política tomaria nos anos seguintes. As eleições posteriores foram marcadas pelo uso expressivo dessas plataformas, principalmente nas campanhas presidenciais de 2018 e 2022, consolidando-as como uma das principais ferramentas para campanhas políticas.

## **Resultado das eleições para governador do Paraná em 2010**

Após uma campanha intensa e disputada, Beto Richa, do PSDB, saiu vitorioso nas eleições para governador no Paraná em 2010. Richa obteve uma margem de vitória significativa sobre seus oponentes, consolidando-se como uma das principais lideranças políticas do estado.

Segundo o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Beto Richa obteve 52,4% dos votos válidos, enquanto Osmar Dias ficou com 45,63%. Essa eleição foi marcada por uma disputa acirrada, com ambos os candidatos apresentando propostas e promessas para o desenvolvimento do Estado em áreas como educação, saúde, segurança e infraestrutura.

A ascensão de Richa marcou o início de uma nova era para o PSDB no Paraná, com o partido se adaptando às demandas de um eleitorado em evolução e a um cenário político em constante mudança. Sua gestão como governador, embora não isenta de controvérsias e desafios, deixou um legado no estado, moldando o curso da política paranaense nas décadas seguintes.

As eleições para governador no Paraná em 2010 representaram um momento crucial na história política do estado, destacando as questões e os atores que moldaram o cenário político regional naquele período. Ao mesmo tempo, essas eleições serviram como um lembrete do papel fundamental que os estados desempenham no contexto mais amplo da política brasileira, tanto influenciando quanto sendo influenciados por dinâmicas nacionais e regionais.

## **Mapeamento dos Padrões de Votação**

Para a análise espacial dos votos na eleição para governador do Paraná em 2010, foram utilizados dados do Tribunal Regional Eleitoral do Paraná (TRE-PR), que fornece uma visão detalhada dos resultados eleitorais por município. A elaboração dos mapas foi realizada pelo Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES).

De início, abordamos os candidatos ao cargo de governador. O quadro 1 mostra uma clara polarização entre dois principais concorrentes: Beto Richa, que venceu a eleição com 3.039.774 votos (52,44%), e Osmar Dias, que ficou em segundo lugar com

2.645.341 votos (45,63%). Beto Richa conseguiu mais de 50% dos votos válidos, garantindo a vitória no primeiro turno.

Os demais candidatos, incluindo Paulo Salamuni (1,41%), Luiz Felipe Bergmann (0,32%), Avanilson Araújo (0,07%), Amadeu Felipe Ferreira (0,07%) e Robinson de Paula (0,06%), tiveram votações insignificantes em comparação aos dois primeiros colocados. Isso reflete uma menor fragmentação entre as opções de escolha dos eleitores e uma clara concentração de votos nos dois candidatos principais.

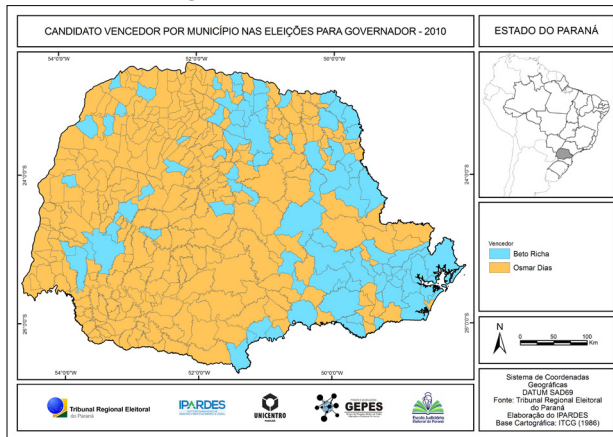
Quadro 1 - Relação de candidatos e seus votos e suas respectivas porcentagens

Chapa	Partido /Coligação	Votos	Porcentual
Beto Richa e Flávio José Arns	PSDB / PP / PTB / PSL / PTN / PPS / DEM/ PSDC / PHS / PMN / PTC / PSB / PRP /PRB	3.039.774	52,44%
Osmar Dias e Rodrigo Rocha Loures	PDT/PT/PMDB/PSC/PR/PCdoB	2.645.341	45,63%
Paulo Salamuni e Flávia Romagnole	PV	81.576	1,41%
Luiz Felipe Bergmann e José Elias Aiex Neto	PSOL	18.826	0,32%
Avanilson Araújo e Ivan Bernardo	PSTU	4.041	0,07%
Amadeu Felipe Ferreira e Gilberto Oliveira Gomes	PCB	3.826	0,07%
Robinson de Paula e Floresval Machado	PRTB	3.642	0,06%

Fonte: TRE-PR (2010)

Como vimos, a disputa pelo cargo de governador do estado do Paraná em 2010 ficou entre Beto Richa e Osmar Dias. A Figura 1, a seguir, revela que Beto Richa venceu em muitos municípios ao longo da região leste, além de algumas áreas centrais e do noroeste do estado, enquanto Osmar Dias teve um desempenho dominante na maioria dos municípios das regiões sul e oeste.

Figura 1 - Candidato vencedor por município nas eleições para governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

Beto Richa teve um desempenho destacado nas áreas litorâneas e em diversas regiões do centro-leste do estado, com uma concentração notável ao longo da fronteira leste. Essa distribuição sugere que ele conquistou a preferência em áreas urbanas e mais densamente povoadas, onde seu histórico como ex-prefeito de Curitiba provavelmente desempenhou um papel importante. Além disso, diversas pequenas regiões dispersas no centro do estado também optaram por Richa, evidenciando que ele conseguiu penetrar em redutos tradicionalmente mais rurais, embora em menor escala.

Na Região Metropolitana de Curitiba, percebe-se que a maioria dos municípios apoiou Beto Richa. Isso pode estar relacionado à sua forte atuação política na capital paranaense, onde foi prefeito antes de disputar o governo. Sua administração em Curitiba provavelmente consolidou uma base de apoio na região metropolitana, onde questões urbanas e a proximidade com a gestão da capital têm grande peso político.

Em Londrina, no norte do estado, Beto Richa também obteve maioria. A cidade, um dos principais polos urbanos do Paraná, tradicionalmente apresenta um perfil político mais alinhado ao PSDB e às figuras que representam a modernização e o agronegócio, setores nos quais Beto Richa tinha apoio significativo.

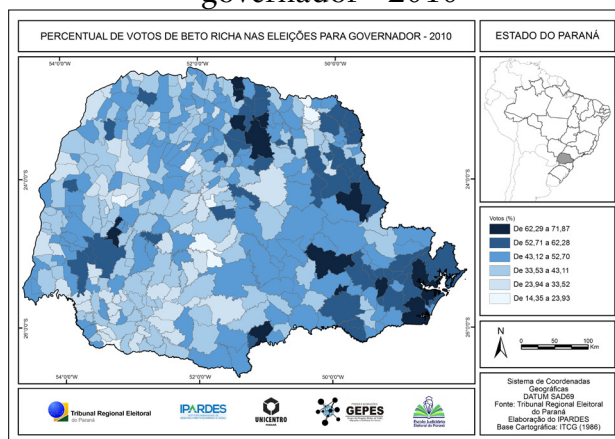
Osmar Dias, por sua vez, obteve melhores resultados em áreas predominantemente interioranas e rurais, especialmente na porção

oeste do Paraná. Sua presença era mais forte nas áreas centrais e ao longo da fronteira oeste, regiões conhecidas por sua base agrícola, o que pode indicar que suas propostas voltadas para o agronegócio e desenvolvimento rural ressoavam com o eleitorado dessas localidades. Dias também teve um desempenho consistente em algumas áreas do centro do estado, revelando uma disputa equilibrada em várias partes do Paraná.

A análise geográfica desses resultados reflete uma polarização regional, na qual Richa dominou as regiões urbanas e litorâneas, enquanto Dias conquistou a maioria dos votos em municípios ligados ao agronegócio. Essa divisão evidencia a importância de fatores econômicos e regionais nas decisões dos eleitores, uma vez que cada candidato conseguiu mobilizar apoios distintos com base nas características socioeconômicas e nas promessas de campanha voltadas para diferentes segmentos da população.

A Figura 2 mostra a porcentagem de votos que Beto Richa recebeu na eleição analisada. É possível notar uma variação significativa na distribuição desses votos. As áreas mais escuras na figura representam regiões onde ele recebeu uma maior porcentagem de votos (entre 62,29% e 71,87%), enquanto as áreas mais claras indicam regiões onde sua votação foi menor (entre 14,35% e 23,93%), conforme ilustrado na figura a seguir:

Figura 2 - Porcentual de votos de Beto Richa nas eleições para governador - 2010

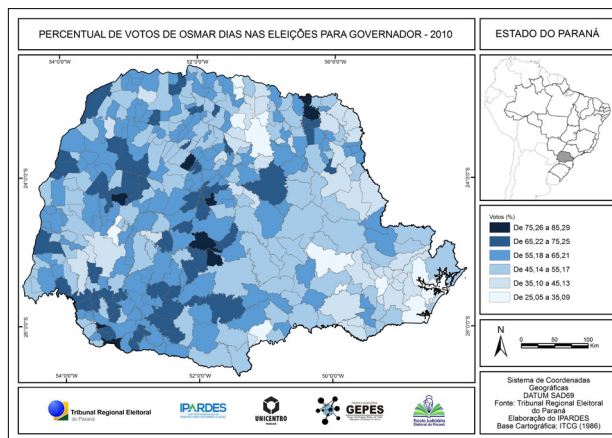


Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

As regiões do nordeste do Paraná, algumas partes do centro e o litoral parecem ter dado maior suporte a Beto Richa, como indicado pela figura. Por outro lado, as áreas mais claras, representando menor porcentagem de votos, estão concentradas principalmente no oeste e sudoeste do estado. Essa variação geográfica na distribuição dos votos sugere diferenças significativas no apoio a Beto Richa em diferentes partes do Paraná, sendo que na região metropolitana ele teve um apoio e votação maiores, muito devido ao seu período como prefeito de Curitiba.

O candidato Osmar Dias, assim como o candidato Beto Richa, também obteve votos de uma forma bem distribuída pelo estado, no entanto, como observado na Figura 3 a seguir, Osmar Dias recebeu mais votos no oeste e sudoeste do estado, enquanto as regiões Metropolitanas de Curitiba e Londrina foram determinantes para sua derrota.

Figura 3 - Percentual de votos de Osmar Dias nas eleições para governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

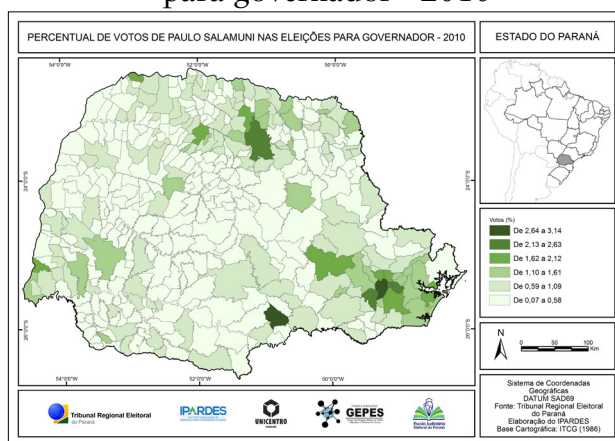
Por outro lado, as áreas com tons mais claros, indicando percentuais menores, estão concentradas nas regiões mais urbanizadas e ao longo da faixa litorânea, o que pode ser explicado pela maior influência de Beto Richa, que obteve maior aceitação em áreas urbanas devido ao seu histórico político como prefeito de Curitiba.

Essa distribuição reflete uma divisão entre o eleitorado urbano e rural, onde Osmar Dias obteve apoio massivo em áreas menos

urbanizadas, enquanto enfrentou maior resistência em centros urbanos.

A Figura 4, mostra a porcentagem recebida em cada município pelo candidato Paulo Salamuni (PV), o terceiro mais votado, mas ficou distante do segundo colocado, recebendo apenas 1,41% dos votos válidos. A maioria das áreas do estado apresenta percentuais menores, entre 0,07% a 2,63%, com poucos municípios mostrando percentuais mais elevados, entre 2,64% a 3,14%.

Figura 4 - Percentual de votos de Paulo Salamuni nas eleições para governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

Observa-se que Paulo Salamuni obteve percentuais mais altos de votos em regiões específicas do estado, especialmente na área metropolitana de Curitiba, cidade onde foi vereador, além de ter recebido votos em algumas regiões do leste e sul do Paraná. As áreas de maior percentual de votos estão distribuídas de forma fragmentada, sem uma continuidade geográfica clara, exceto pela concentração em torno da capital.

Outro candidato que recebeu sua maior porcentagem de votação em Curitiba foi o Luiz Felipe Bergmann (PSOL). Ao analisar a Figura 5, observa-se que seu desempenho também foi mais expressivo nos grandes centros urbanos do estado. Curitiba foi o município onde Bergmann recebeu o maior número de votos, com 7.507 votos (0,62 a 0,73% de votos no município). Londrina e Maringá aparecem em seguida, com 1.065 e 736

votos (0,41 a 0,61% de votos no município), respectivamente. Assim como no caso dos outros candidatos, sua votação foi concentrada nas principais cidades do estado, especialmente aquelas com maior população e influência política.

Em cidades médias, como Ponta Grossa, São José dos Pinhais e Colombo, a votação foi mais modesta, mas ainda relevante em comparação com os municípios menores. Nessas cidades, Bergmann obteve entre 400 e 900 votos.

Por outro lado, sua presença nos municípios menores foi bastante reduzida. Em várias cidades interioranas, o número de votos foi baixo, frequentemente inferior a 10 votos, como foi o caso de municípios como Itaperuçu, Ortigueira, Capitão Leônidas Marques entre outras. Em algumas localidades, o candidato obteve apenas 1 ou 2 votos, o que indica uma campanha menos impactante nessas regiões.

A distribuição dos votos de Luiz Felipe Bergmann segue um padrão típico de candidaturas que têm maior apelo em áreas urbanas, com menor penetração em regiões rurais ou de pequeno porte. Essa concentração urbana pode estar relacionada a um discurso voltado para pautas mais urbanas, o que pode ter limitado seu apelo nas áreas rurais e interioranas. Em seu site<sup>1</sup>, afirma ser o fundador do Partido PSOL, tanto ao nível nacional quanto estadual, o que ajuda a explicar a concentração de sua votação na região metropolitana de Curitiba, onde o PSOL tem uma base de atuação mais consolidada. Historicamente, o PSOL tem forte penetração em áreas urbanas e metropolitanas, onde questões como direitos sociais, justiça econômica e pautas progressistas ganham maior destaque entre os eleitores.

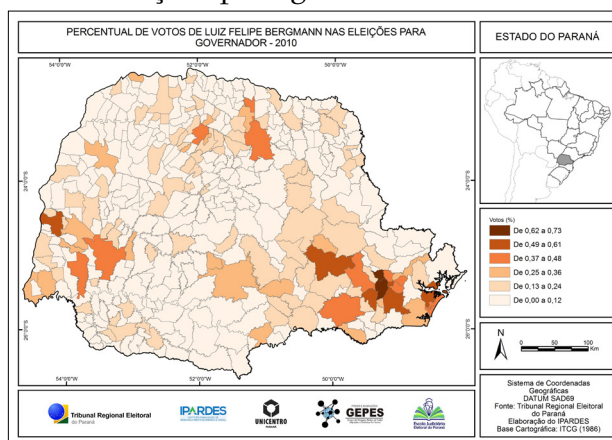
Em Curitiba e na Região Metropolitana, o percentual de votos de Bergmann foi superior em comparação a regiões predominantemente rurais. Por outro lado, a baixa votação de Bergmann em regiões rurais ou de municípios menores demonstra uma menor penetração em áreas onde as necessidades e prioridades dos eleitores estão mais voltadas a questões agrárias e sociais específicas, como subsídios agrícolas, saúde básica e infraestrutura local.

---

<sup>1</sup> Acessado no endereço eletrônico <https://luizfelipegovernador.wordpress.com/about/> em 08/10/2024.

Esse padrão de distribuição de votos revela não apenas o alcance geográfico limitado da candidatura, mas também uma segmentação do eleitorado no estado, onde as demandas urbanas e rurais se manifestam de maneira distinta, influenciando as estratégias e os resultados eleitorais.

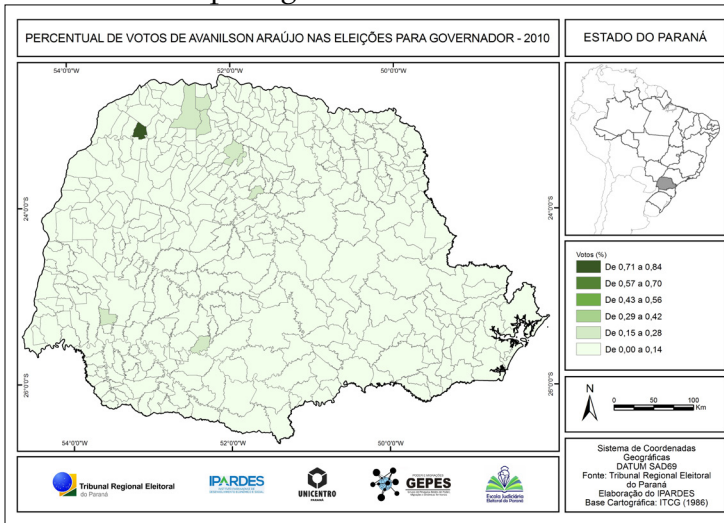
Figura 5 - Percentual de votos de Luiz Felipe Bergmann nas eleições para governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

Ao analisar a Figura 6, que mostra a porcentagem de votos de Avanilson Araújo (PSTU), destaca-se a concentração de votos em apenas nove cidades, a maioria delas registrando entre 0,15% e 0,28% dos votos. Essa distribuição é mais visível na região noroeste, com destaque para Alto Paraná e São João do Caiuá e Paranavaí. Santa Mônica, também no noroeste, chama ainda mais a atenção, com uma porcentagem de votos entre 0,71% e 0,84%. Essa variação sugere uma influência localizada, possivelmente relacionada a questões regionais ou redes de apoio específicas que explicam o desempenho relativamente mais expressivo em um grupo pequeno de municípios.

Figura 6 - Percentual de votos de Avanilson Araújo nas eleições para governador - 2010



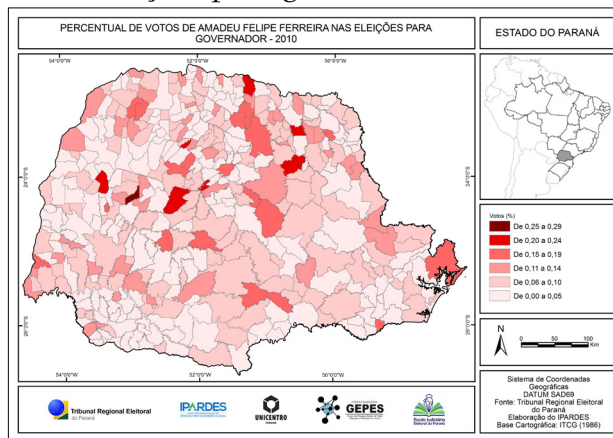
Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

Esses números indicam que a candidatura de Avanilson Araújo teve pouca expressão em todo o estado, refletindo uma distribuição de votos que não ultrapassou 1% em nenhum município relevante, exceto em exceções como Santa Mônica e Alto Paraná.

Já o candidato Amadeu Felipe Ferreira (PCB), a exemplo de Avanilson Araújo, apresentou percentuais baixos na maioria dos municípios. Apesar disso, teve uma votação mais bem distribuída, conseguindo votos em todas as regiões do estado, embora suas porcentagens não tenham ultrapassado 0,29%, como se observa na Figura 7.

Diferentemente de alguns candidatos, que receberam suas maiores votações em suas cidades, o ex-capitão do exército Amadeu Felipe Ferreira, não obteve a maior votação em Londrina (0,15 a 0,19% dos votos na cidade), onde residia e disputou a prefeitura em 2008.

Figura 7 - Percentual de votos de Amadeu Felipe Ferreira nas eleições para governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

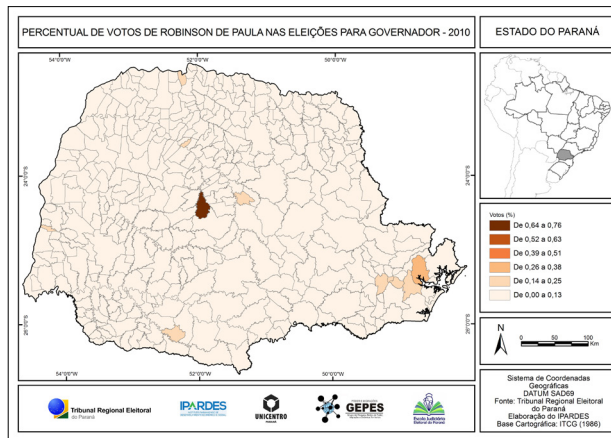
Em Curitiba, por exemplo, Amadeu Felipe Ferreira obteve 0,04% dos votos, enquanto em Londrina o percentual foi um pouco mais elevado, 0,14%. Em outras cidades, como Maringá e Ponta Grossa, os percentuais foram 0,06% e 0,10%, respectivamente. Esses valores indicam que a candidatura também não teve uma expressiva penetração em termos de votos.

Alguns municípios apresentam percentuais mais elevados, como Godoy Moreira (0,21%) e Rancho Alegre D'Oeste (0,25%). No entanto, esses valores ainda são bastante modestos quando comparados à maioria dos municípios.

A distribuição da votação do candidato Robinson de Paula (PRTB) foi bem semelhante à do candidato Avanilson Araújo. Sua votação não se distribuiu de forma homogênea pelo Estado, mas se concentrou em poucos municípios, recebendo uma votação mais expressiva em um único município. No caso de Robinson de Paula, ele recebeu mais votos na cidade de Novas Tebas, com um percentual entre 0,64% a 0,76%. Em outras cidades, seu percentual ficou entre 0,00 a 0,13% e de 0,14% a 0,25% dos votos válidos, como vemos na Figura 8 abaixo.

O candidato Robinson de Paula, também não recebeu a sua maior votação em seu município, embora tenha sido candidato a vereador de Curitiba em 2008 e não tenha sido eleito. Apenas dois anos antes de tentar o cargo para governador do estado, o qual também não obteve sucesso.

Figura 8 - Percentual de votos de Robinson de Paula nas eleições para governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

O candidato teve uma distribuição de votos variada nos municípios do Paraná. Em Curitiba, obteve 0,14% dos votos, o que indica uma participação relativamente baixa, considerando especialmente o tamanho da capital. No entanto, em Pinhais, um dos municípios da região metropolitana de Curitiba, Robinson teve um dos seus melhores desempenhos, com 0,149% dos votos. Paranaguá também se destacou, com 0,126% dos votos, o que mostra uma leve concentração de apoio na região litorânea.

O município onde Robinson de Paula obteve a maior porcentagem de votos foi Nova Tebas, com 0,6895%, sendo o ponto de destaque de sua campanha eleitoral no estado. Esse percentual elevado sugere uma base de apoio significativa ou uma campanha eficaz localmente, mesmo que, em termos absolutos, os números possam não ter sido expressivos.

Outro município de destaque foi Antonina, com 0,2689% dos votos. Antonina configura-se como outro local onde a candidatura de Robinson obteve um desempenho acima da média, possivelmente refletindo fatores regionais ou conjunturais específicos que favoreceram seu nome.

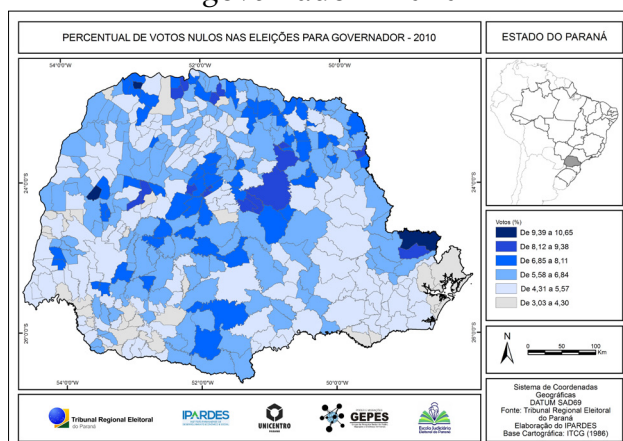
Além desses, podemos mencionar Rio Branco do Ivaí (0,21%) e Inajá(0,20%), municípios onde Robinson de Paula também conseguiu percentuais significativos, acima da barreira dos 0,20%,

sugerindo que ele tenha conseguido alguma penetração nas localidades menores e mais rurais.

A próxima figura aborda os votos nulos para o cargo de governador. Primeiramente, a figura mostra uma variação significativa no percentual de votos nulos entre diferentes regiões do Paraná. Observa-se uma concentração mais alta de votos nulos nas regiões norte e central do estado. Em contraste, algumas áreas no sul e no oeste do estado apresentam percentuais mais baixos de votos nulos.

Os votos nulos no Paraná, revelam uma variação significativa na porcentagem de votos entre os diversos municípios do estado. As áreas em azul mais escuro indicam os percentuais mais altos de votos nulos, variando de 9,39% a 10,55%, enquanto as áreas em azul-claro e cinza indicam percentuais mais baixos, de 3,03% a 4,30%. Isso sugere que a anulação de votos não ocorreu de maneira uniforme em todo o estado, como vemos na Figura 9:

Figura 9 - Porcentual de votos nulos nas eleições para governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

O município de Adrianópolis apresenta o maior percentual de votos nulos, com 10,65%, seguido por Brasilândia do Sul (10,19%), Itaúna do Sul (10,11%), Corumbataí do Sul (9,31%) e Ortigueira (9,12%), todos com percentuais superiores a 9%. Esses números sugerem um alto nível de insatisfação ou desinteresse dos eleitores em relação aos candidatos disponíveis nessas regiões.

Por outro lado, municípios como Bela Vista da Caroba (4,26%), Verê (4,24%), Chopinzinho (4,19%) e Dois Vizinhos (4,04%) apresentam percentuais de votos nulos mais baixos, abaixo de 5%, indicando que os eleitores dessas localidades, em geral, demonstraram maior engajamento ou contentamento com as opções de candidatos.

Observa-se um padrão regional nos dados, em que municípios menores e mais agrícolas tendem a apresentar percentuais mais elevados de votos nulos. Isso pode refletir tanto uma falta de representatividade política quanto uma maior insatisfação com os candidatos apresentados.

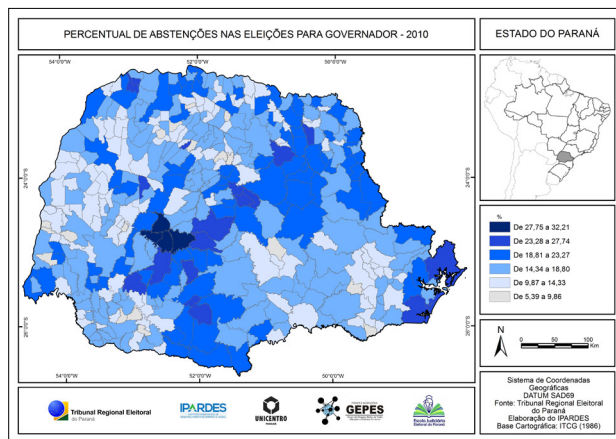
Em contraste, municípios urbanos e maiores, como Curitiba (4,66%), Londrina (5,79%) e Maringá (4,68%), exibem percentuais de votos nulos mais próximos da média estadual, embora ainda consideráveis.

Entre as possíveis razões para o elevado número de votos nulos em certas regiões estão o descontentamento com as opções de candidatos, a desinformação sobre o processo eleitoral ou sobre os próprios candidatos e o voto nulo como forma de protesto. Em muitos casos, eleitores podem optar por anular o voto como uma demonstração de insatisfação com a política local ou nacional.

Ao comparar esses dados com a média estadual, que geralmente varia entre 5% e 7%, percebe-se que a maioria dos municípios do Paraná está dentro desse intervalo. No entanto, algumas localidades, como Adrianópolis e Brasilândia do Sul, apresentam números significativamente superiores à média, o que sugere um problema específico nessas áreas.

Além do destaque dos votos nulos, também houve um percentual significativo de abstenções. A Figura 10 revela uma variação considerável nas taxas de abstenção entre os municípios do estado. As regiões centrais, particularmente algumas áreas no oeste e noroeste, apresentam as maiores taxas de abstenção, variando entre 22,21% e 27,75%. Por outro lado, o leste e algumas partes do sul do Paraná registram índices significativamente mais baixos, com alguns municípios apresentando taxas entre 5,39% e 9,86%, como ilustrado na Figura 10 abaixo.

Figura 10 - Percentual de abstenções nas eleições para Governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

As abstenções revelam um panorama de participação eleitoral bastante heterogêneo, com percentuais que variam significativamente entre os municípios. Em algumas cidades, os índices de abstenção são extremamente altos, como em Altamira do Paraná, onde 32,21% dos eleitores aptos a votar não compareceram às urnas, constituindo o maior índice de abstenção. Outros municípios com números elevados incluem Laranjal e Palmital, demonstrando uma considerável falta de engajamento com o processo eleitoral em determinadas regiões.

Os dados indicam que muitas das cidades com altos índices de abstenção são municípios de menor porte ou localizados em áreas mais rurais e afastadas, o que pode estar relacionado às dificuldades de acesso às urnas, descontentamento político local ou, em alguns casos, apatia em relação ao sistema eleitoral.

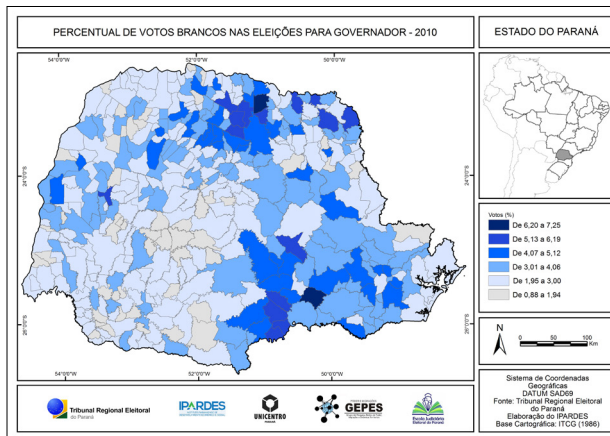
Por outro lado, há municípios em que a abstenção foi mais baixa, como Entre Rios do Oeste, com apenas 8,54% de abstenção, Balsa Nova (5,7%), e Enéas Marques (8,72%), onde a maioria dos eleitores compareceu para exercer seu direito de voto. Essas regiões, em comparação, mostram um maior engajamento com o processo eleitoral.

Essa variação pode refletir uma série de fatores, incluindo o nível de desenvolvimento regional, a eficácia das campanhas eleitorais

locais, as condições socioeconômicas e até mesmo a infraestrutura para facilitar o voto, como transporte e acessibilidade às seções eleitorais.

A análise dos votos em branco (Figura 11) nas eleições no estado do Paraná mostra variações significativas entre os municípios, refletindo diferentes níveis de engajamento e participação nas eleições. Os percentuais de votos em branco variam de 1,95% a 7,25%. A maioria das regiões do estado apresenta percentuais entre 3,95% e 6,12%, com poucas áreas excedendo 6,13%. Essa distribuição desigual sugere variações regionais significativas na tendência de votar em branco, como pode ser observado na figura abaixo.

Figura 11 - Percentual de votos brancos nas eleições para Governador - 2010.



**Fonte:** TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

O município com o maior percentual de votos em branco foi São João do Triunfo, onde 7,24% dos eleitores optaram por não votar em nenhum dos candidatos, o que pode indicar uma insatisfação com as opções disponíveis ou apatia em relação ao processo eleitoral.

Outros municípios que apresentaram elevados percentuais de votos em branco incluem Sertanópolis (6,3%), Rolândia (6,17%) e Ribeirão Claro (6,12%), evidenciando que, em várias regiões do estado, um número significativo de eleitores preferiu não escolher nenhum candidato. Essa tendência pode estar relacionada a fatores como o descontentamento com a política local, ausência de

candidatos que representem efetivamente os interesses da população ou falta de informação sobre os concorrentes.

Em contrapartida, há municípios com índices de votos em branco muito baixos, como Guaporema, que apresentou apenas 0,89% e Ariranha do Ivaí, com 0,88%. Esses baixos percentuais sugerem uma maior clareza na escolha dos eleitores ou uma menor insatisfação em relação às opções políticas oferecidas.

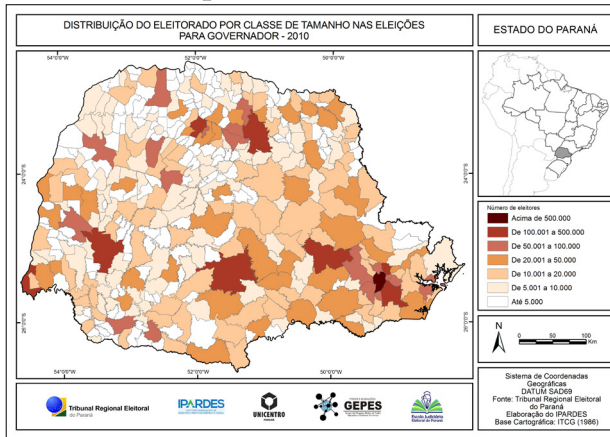
Em média, as cidades paranaenses apresentam percentuais de votos em branco que variam entre 2% e 5%, com exceção de alguns municípios que se destacam tanto pelos índices altos quanto pelos baixos. Esse comportamento eleitoral reflete a diversidade de opiniões políticas entre os diferentes municípios do estado e sugere a necessidade de uma análise mais aprofundada sobre os fatores que levam os eleitores a se absterem de escolher um candidato nas urnas.

Em suma, os votos em branco, assim como os nulos, podem ser interpretados como um indicador de insatisfação ou desengajamento em determinadas regiões, ao mesmo tempo, em que outros municípios demonstram uma escolha mais definida ou uma maior satisfação com as candidaturas apresentadas. Isso revela a complexidade do comportamento eleitoral no estado e a importância de compreender os contextos locais para interpretar adequadamente os resultados.

A respeito da distribuição do eleitorado por classe de tamanho (Figura 12) é possível observar as diferentes regiões do estado classificadas pelo número de eleitores, divididas em várias faixas de densidade eleitoral.

As áreas mais escuras, que correspondem a regiões com mais de 100.000 eleitores, concentram-se em torno das maiores cidades do estado. Curitiba, a capital, situada no leste do Paraná, destaca-se com mais de 500.000 eleitores. Essa concentração reflete a urbanização e a predominância de centros urbanos no comportamento eleitoral, uma vez que as grandes cidades são polos econômicos e populacionais.

Figura 12 - Percentual do eleitorado por classe de tamanho nas eleições para Governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

Já as regiões mais afastadas dos grandes centros, especialmente nas partes centro-oeste e sul do estado, apresentam tonalidades mais claras, indicando menos eleitores (até 5.000 ou de 5.001 a 10.000 eleitores). Isso sugere que áreas com menor densidade populacional tendem a ter menos influência eleitoral em termos de número de votantes.

A distribuição espacial do eleitorado no Paraná revela importantes dinâmicas demográficas, econômicas e políticas. A maior concentração de eleitores se encontra nas grandes áreas urbanas, especialmente em Curitiba, que, com 1.309.124 eleitores, é o maior polo eleitoral do estado. Esse dado reflete a importância da capital como centro político, econômico e administrativo. Outras cidades de grande porte, como Londrina (352.498 eleitores), Maringá (248.348 eleitores) e Ponta Grossa (219.734 eleitores), também apresentam eleitorados expressivos, demonstrando a força regional dessas áreas.

Além dessas grandes cidades, há também uma concentração significativa em municípios de médio porte. Cidades como Cascavel (193.813 eleitores), Foz do Iguaçu (183.789 eleitores) e Guarapuava (116.861 eleitores) desempenham um papel relevante na dinâmica eleitoral do estado. Esses municípios não apenas possuem peso político local, mas também atuam como centros

regionais que influenciam as eleições em suas áreas de abrangência. A agroindústria e o comércio são setores-chave que sustentam essas cidades, reforçando seu impacto econômico e social no Paraná.

Nas áreas rurais e em municípios menores, o número de eleitores é consideravelmente mais baixo, o que é esperado devido à menor densidade populacional. No entanto, mesmo nessas regiões menos populosas, alguns municípios mantêm relevância, como Porto Amazonas (3526 eleitores) e Ribeirão Claro (8690 eleitores), que demonstram a presença de uma população eleitoral ativa, embora mais dispersa. Nesses contextos, as pautas políticas locais tendem a estar mais voltadas para questões ligadas ao setor agrícola e à infraestrutura rural.

A Região Metropolitana de Curitiba concentra uma parte significativa do eleitorado do estado, cerca de aproximadamente  $\frac{1}{3}$  do total, com cidades como Colombo (133.379 eleitores), São José dos Pinhais (162.875 eleitores), Araucária (85.985 eleitores), Pinhais (82.957 eleitores) e Piraquara (52.936 eleitores), complementando o peso eleitoral da capital. Essa região tem grande importância política e econômica, pois abriga uma população considerável e concentra muitas indústrias e serviços que impulsionam a economia do Paraná.

Cidades de médio porte espalhadas pelo estado também possuem relevância eleitoral moderada. Municípios como Palmeira (24.925 eleitores), Castro (48.703 eleitores) e Irati (42.203 eleitores) exemplificam esse perfil. Esses centros regionais, embora não tão populosos quanto as grandes metrópoles, têm impacto relevante nas eleições locais e estaduais, principalmente em regiões com forte presença agroindustrial.

O Norte do estado, onde se situam cidades como Londrina e Maringá, apresenta alta concentração de eleitores, enquanto áreas rurais, como o Noroeste e o Sudoeste, têm eleitorado menor. Municípios como Loanda (15.421 eleitores) e Altônia (13.828 eleitores) no Noroeste, e Francisco Beltrão (55.998 eleitores) no Sudoeste, são exemplos de cidades que, embora não sejam tão populosas quanto as regiões metropolitanas, exercem influência significativa em suas respectivas regiões.

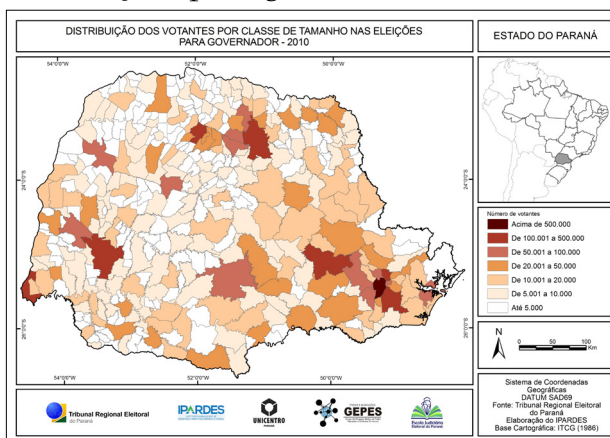
A distribuição espacial dos eleitores no Paraná segue padrões de urbanização e desenvolvimento econômico. As grandes áreas urbanas e as regiões metropolitanas concentram a maioria do

eleitorado, moldando de forma significativa o cenário eleitoral do estado. Entretanto, cidades de médio porte e pequenos centros rurais também desempenham papéis importantes, sobretudo em regiões onde o agronegócio tem destaque. Essa configuração implica que, apesar da concentração populacional em grandes centros, as questões políticas ligadas ao campo, à indústria agropecuária e à infraestrutura rural continuam sendo cruciais para grande parte da população do Paraná.

A Figura 13 mostra a distribuição dos votantes, ou seja, daqueles que compareceram para votar na eleição, por classe de tamanho nas eleições para governador no Paraná em 2010. A diferença entre o número de eleitores e o número de votantes reflete a relação entre as pessoas aptas a votar e aquelas que realmente compareceram às urnas.

A maior parte do território paranaense é composta por municípios com menor número de votantes, especialmente aqueles com até 5.000 eleitores, que estão representados nas tonalidades mais claras da figura. Esses municípios se distribuem de forma mais homogênea pelo interior, especialmente nas regiões centro-oeste e sudoeste do estado. Essas áreas tendem a ser mais rurais e possuem uma densidade populacional mais baixa, refletindo a estrutura territorial característica do Paraná, onde grandes centros urbanos estão cercados por vastas áreas rurais.

Figura 13 - Percentual dos votantes por classe de tamanho nas eleições para governador - 2010



Fonte: TRE-PR (2010). Organização: IPARDES (2024)

A Figura 13, também sugere que há uma disparidade entre o número de eleitores nas diferentes regiões, evidenciando desigualdades populacionais. Isso pode impactar diretamente as estratégias políticas, pois os candidatos ao governo precisam considerar essa distribuição para focar suas campanhas. As áreas mais populosas, como a região metropolitana de Curitiba, acabam recebendo mais atenção, enquanto as regiões com menos eleitores podem ser menos priorizadas, o que pode influenciar o resultado das eleições.

### **Considerações finais**

A análise das eleições para governador do Paraná em 2010 revela a intrincada dinâmica do processo eleitoral, profundamente marcado pela polarização entre Beto Richa (PSDB) e Osmar Dias (PDT). Nesse contexto, as eleições refletiram não apenas as questões políticas regionais, mas também o cenário econômico nacional de estabilidade e crescimento, que influenciou diretamente as estratégias adotadas por ambas as campanhas.

Talvez o aspecto mais marcante dessa campanha tenha sido o uso frequente das mídias sociais. Enquanto Osmar Dias era mais presente no meio digital, Beto Richa demonstrou ser capaz de usar as novas tecnologias com mais eficiência, concentrando seu apoio nas cidades e grandes centros econômicos do estado. Isso lhe garantiu uma vitória no primeiro turno. Esse resultado também pode ser explicado pelo histórico político de Richa, que soube extrair o máximo efeito do cargo quando foi prefeito de Curitiba, uma das principais cidades do estado.

Além disso, a eleição de 2010 evidenciou um nível gritante de distinção regional e de perfil entre os eleitores. Beto Richa concentrou seu apoio nas cidades (com estrato demográfico e classe econômica mais altos) mais do que Osmar Dias. Este último teve maior apoio nas regiões rurais e no interior, onde a agricultura tem mais peso e a densidade demográfica é menor do que nas cidades. Esse padrão de votação reflete não apenas a classe social, mas também de como as disparidades regionais condicionam o voto no estado.

Em suma, o processo eleitoral de 2010 no Paraná mostrou que os desequilíbrios regionais e os novos mecanismos tecnológicos, somados ao desenvolvimento de alianças partidárias, foram dois fatores fundamentais na determinação do resultado eleitoral final. A vitória de Beto Richa foi, no fim das contas, produto de sua capacidade de mobilizar os setores mais fortes do eleitorado, enquanto a força demonstrada por Osmar Dias no estado reforçou, mais uma vez, a necessidade de estar vinculado a algo concreto referente à evolução desses territórios. Isso reflete, portanto, o caráter multifacetado da política no Paraná, onde, mais uma vez, o regional e o cibernético se combinam decisivamente.

## REFERÊNCIAS

- AVELAR, L. M.. *Pesquisas Pré Eleitorais Em Questão: Teoria, Técnica e Ética e Sua Relação Com O Processo Democrático*. REVISTA DE CIÊNCIAS HUMANAS, v. 13, n.17, p. 29-50, 1995.
- BAPTISTA, Erica Anita. *Mídia e política: a construção da candidatura de Aécio Neves como presidenciável em 2010*. In: IV Encontro da Compolítica - Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2011, Rio de Janeiro. Anais do IV Encontro da Compolítica, 2011.
- CERVI, Emerson Urizzi, MASSUCHIN, Michele Goulart. *Redes sociais como ferramenta de campanha em disputas subnacionais: análise do Twitter nas eleições para o governo do Paraná em 2010*. Sociedade e Cultura. 2012, 15(1), 25-38 ISSN: 1415-8566. Disponível: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70324609004>
- MACHADO, Elias e PALÁCIOS, Marcos. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Edições GJOL/Calandra, 2003.
- PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA. Estatuto do PSDB. 2007. Disponível em: . Acesso em: 29 fev. 2024.
- ROSSETTO, Graça. CARREIRO, Rodrigo. ALMADA, Maria Paula. *Twitter e comunicação política: limites e possibilidades*. Revista Compolítica, n. 3, vol. 2, ed. jul-dez, ano 2013
- ROSSINI, Patrícia G. C.; LEAL, Paulo Roberto Figueira. *Efeitos da campanha virtual no universo das mídias sociais: o comportamento do eleitor no Twitter nas Eleições 2010*. Revista Compolítica, v. 3, p. 7-28, 2013.
- SECCO, Maicon Jeferson. *A interatividade entre o candidato a governador do Paraná Beto Richa e seus seguidores no Twitter*. VII Ciclo de Debates sobre Jornalismo – Curitiba, PR – 9 a 11 de novembro de 2011.
- VIEIRA Josiany Fiedler, CERVI Emerson Urizzi. *O twitter como pauta no jornalismo político do Paraná*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Novo Hamburgo – RS 17 a 19 de maio de 2010.