

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

RICARDO GAZOLA HELLMANN

GEOMARKETING ELEITORAL:  
UMA ANÁLISE ESPACIAL DOS RESULTADOS DAS  
ELEIÇÕES 2008 EM PORTO ALEGRE - RS

PORTO ALEGRE

JULHO DE 2009.

RICARDO GAZOLA HELLMANN

**GEOMARKETING ELEITORAL:  
UMA ANÁLISE ESPACIAL DOS RESULTADOS DAS  
ELEIÇÕES 2008 EM PORTO ALEGRE - RS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial  
para a obtenção do título de  
Bacharel em Geografia, pelo Curso  
de Geografia da Universidade  
Federal do Rio Grande do Sul

Orientador: Prof. Dr. Laurindo  
Guasselli

PORTO ALEGRE

JULHO DE 2009.

# Agradecimentos

Gostaria de agradecer, primeiramente, aos meus pais Sérgio e Vera Rejane e aos meus irmãos Aline e Eduardo por toda a força e atenção dispensada.

Aos meus padrinhos Maria da Conceição e Sérgio Marinho pelo apoio e presença sempre que possível.

Por toda atenção e companheirismo que se pode esperar, agradeço à minha namorada Luana e a sua família, que me apoiaram direta e indiretamente.

Ao meu orientador Laurindo, que aceitou trabalhar comigo e que demonstra ser uma das pessoas mais atenciosas e corretas para se trabalhar. Obrigado por tudo mesmo.

Aos meus amigos e parentes, que estiveram juntos nesses anos todos de luta por três universidades diferentes.

Aos meus colegas da extinta Geotec, posteriormente aos colegas da Neocorp e agora, aos meus companheiros do dia a dia da Ecoplan Engenharia. Esses três lugares serviram como base de toda a minha formação técnica e serviram para eu ver o quanto é importante e necessário o uso do Geógrafo.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pelo ensino de qualidade e público.

E, por última, mas o mais importante é o agradecimento à minha avó Amarah. Dedico todo o esforço dispensado para aquela que me criou e me apoiou incondicionalmente sem nunca duvidar ou discutir, que me fez entrar pela primeira vez na faculdade e que faz uma enorme falta aqui com a gente. Obrigado vó!

## Resumo

Temos como objetivo nesse trabalho buscar uma análise comparativa entre os resultados obtidos pelos candidatos à Prefeitura de Porto Alegre José Fogaça, Maria do Rosário, Manuela d'Ávila e Luciana Genro no primeiro turno do processo eleitoral de 2008, utilizando técnicas de Geomarketing Político. Analisando informações acerca do perfil econômico, social e de infra-estrutura do município, tentamos identificar aonde os candidatos obtiveram suas maiores vantagens contra seus concorrentes. Foram gerados mapas temáticos com as informações obtidas junto ao Tribunal Regional Eleitoral (TRE) e ao Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE) que possibilitaram a elaboração de análises espaciais, buscando identificar as áreas de influência ou poder político de cada candidato. A representação espacial mostrou o desempenho dos candidatos e também suas áreas de influência e poder político.

**Palavras Chaves:** Eleições 2008 Porto Alegre; Geomarketing Político; Geomarketing Eleitoral; Poder Político.

# Conteúdo

1	INTRODUÇÃO.....	9
1.1	Justificativa.....	11
1.2	Objetivo Geral .....	11
1.2.1	Objetivos Específicos .....	12
2	A ÁREA DE ESTUDO: Município de Porto Alegre.....	13
2.1	Aspectos Geográficos .....	13
2.2	Aspectos populacionais.....	13
2.3	Situação do Município .....	14
2.4	Panorama Político .....	19
3	METODOLOGIAS DE PESQUISA .....	22
3.1	Revisão Bibliográfica.....	22
3.2	Pesquisa de dados quantitativos.....	23
3.3	Pesquisa de dados históricos.....	23
3.4	Elaboração de Mapas temáticos .....	23
3.5	Análise espacial dos resultados obtidos:.....	28
4	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA: .....	29
4.1	A Geografia e o Poder Político.....	29
4.2	Sistema de Informações Geográficas .....	30
4.3	Geomarketing.....	32
4.4	Geomarketing Político e Geomarketing Eleitoral.....	34
5	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	37
5.1	Os candidatos .....	37
5.1.1	José Fogaça .....	37
5.1.2	Maria do Rosário .....	38
5.1.3	Luciana Genro .....	39
5.1.4	Manuela.....	40
5.2	Percentual de votos obtidos .....	40
5.2.1	José Fogaça .....	41
5.2.2	Maria do Rosário .....	44
5.2.3	Manuela.....	46

5.2.4	Luciana Genro .....	48
5.3	Confrontos Diretos .....	50
5.3.1	José Fogaça x Maria do Rosário .....	50
5.3.2	Maria do Rosário x Manuela .....	52
5.3.3	Manuela x Luciana Genro.....	54
5.4	Educação .....	56
5.4.1	Infra-estrutura .....	58
5.5	Rendimento.....	61
5.5.1	CLASSE A .....	63
5.5.2	CLASSE B .....	65
5.5.3	CLASSE C.....	67
5.5.4	CLASSE D.....	69
6	RESULTADOS E CONCLUSÕES .....	71
7	REFERÊNCIAS .....	73

# Lista de Figuras

FIGURA 1 – Os FUNDAMENTOS DO GEOMARKETING: CARTOGRAFIA, GEOGRAFIA E MARKETING .....	10
FIGURA 2 - <i>SHAPE FILE</i> COM AS RUAS E SUA NUMERAÇÃO .....	24
FIGURA 3 – EXEMPLO DE DIVERSOS LOCAIS DE VOTAÇÃO NO BAIRRO CENTRO.....	27
FIGURA 4 – ARQUITETURA DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA.....	32
FIGURA 5 – INTERAÇÃO DAS DAS DISCIPLINAS QUE GERAM O GEOMARKETING.....	33

## Lista de Mapas

MAPA 1 – LOCALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE .....	16
MAPA 2 – LOCALIZAÇÃO DOS LOCAIS DE VOTAÇÃO DE PORTO ALEGRE .....	25
MAPA 3 – PERCENTUAL DE VOTOS OBTIDOS DO CANDIDATO JOSÉ FOGAÇA NAS ELEIÇÕES DE 2008 – PORTO ALEGRE, RS .....	43
MAPA 4 – PERCENTUAL DE VOTOS OBTIDOS DA CANDIDATA MARIA DO ROSÁRIO NAS ELEIÇÕES DE 2008 – PORTO ALEGRE, RS .....	45
MAPA 5 – PERCENTUAL DE VOTOS OBTIDOS DA CANDIDATA MANUELA D´ÁVILA NAS ELEIÇÕES DE 2008 – PORTO ALEGRE, RS .....	47
MAPA 6 – PERCENTUAL DE VOTOS OBTIDOS DA CANDIDATA LUCIANA GENRO NAS ELEIÇÕES DE 2008 – PORTO ALEGRE, RS .....	49
MAPA 7 – RELAÇÃO ENTRE O PERCENTUAL DE VOTOS OBTIDOS PELOS CANDIDATOS JOSÉ FOGAÇA E MARIA DO ROSÁRIO NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	51
MAPA 8 – RELAÇÃO ENTRE O PERCENTUAL DE VOTOS OBTIDOS PELAS CANDIDATAS MARIA DO ROSÁRIO E MANUELA D´ÁVILA NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	53
MAPA 9 – RELAÇÃO ENTRE O PERCENTUAL DE VOTOS OBTIDOS PELAS CANDIDATAS MANUELA D´ÁVILA E LUCIANA GENRO NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	55
MAPA 10 – MAPA PERCENTUAL DE RESPONSÁVEIS PELO DOMICÍLIO QUE NÃO SÃO ALFABETIZADOS E VOTOS ABSOLUTOS DOS CANDIDATOS NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	57
MAPA 11 – MAPA DE NÚMERO DE DOMICÍLIOS SEM ABASTECIMENTO DE ÁGUA ADEQUADO E VOTOS ABSOLUTOS DOS CANDIDATOS NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	60
MAPA 12 – MAPA DE CLASSES SOCIAIS NO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE - RS .....	62
MAPA 13 – MAPA DE CLASSE SOCIAL A E PROPORÇÃO DOS VOTOS DOS CANDIDATOS NAS ELEIÇÕES 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	64
MAPA 14 – MAPA DE CLASSE SOCIAL B E PROPORÇÃO DOS VOTOS DOS CANDIDATOS NAS ELEIÇÕES 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	66
MAPA 15 – MAPA DE CLASSE SOCIAL C E PROPORÇÃO DOS VOTOS DOS CANDIDATOS NAS ELEIÇÕES 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	68
MAPA 16 – MAPA DE CLASSE SOCIAL D E PROPORÇÃO DOS VOTOS DOS CANDIDATOS NAS ELEIÇÕES 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	70



## Lista de Tabelas

TABELA 1 – NÚMERO DE HABITANTES DOS CINCO BAIRROS MAIS POPULOSOS, PORTO ALEGRE - RS .....	14
TABELA 2 – INDICADORES MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE - RS. ....	17
TABELA 3 – EXEMPLO DE DADOS SOBRE O LOCAL DE VOTAÇÃO .....	24
TABELA 4 – EXEMPLO DE TABELA CONTENDO O SOMATÓRIO DE VOTOS DOS CANDIDATOS	25
TABELA 5 – EXEMPLO DE TABELA COM AS INFORMAÇÕES DO IBGE.....	27
TABELA 6 – EXEMPLO DA TABELA COM AS INFORMAÇÕES FINAIS .....	28
TABELA 7 – RESULTADO FINAL DAS ELEIÇÕES 2008, PORTO ALEGRE - RS .....	41
TABELA 8 – DISPUTA ENTRE LUCIANA GENRO E MANUELA NAS ELEIÇÕES DE 2008, PORTO ALEGRE, RS .....	54
TABELA 9 – PERCENTUAL DE VOTO DE CADA CANDIDATO EM CADA CLASSE SOCIAL .....	61

# 1 INTRODUÇÃO

O comportamento político da população, ao longo do tempo, tem sido objeto de estudo de cientistas de diversas áreas de atuação, já que tal comportamento é de interesse político e social, afinal, é ele que determina o destino de uma sociedade e pode identificar as áreas de influências de partidos políticos ou de candidatos. Devido ao advento das tecnologias e o avanço da globalização, essas informações chegam cada vez mais rápido até nós e dessa forma são cada vez melhor e mais profundamente analisadas. No Brasil como em outros lugares do mundo, as urnas eletrônicas possibilitam a divulgação dos resultados em poucas horas após o término das eleições. Podem-se analisar os resultados e entender as espacializações e os diferentes espaços dos candidatos e dos partidos.

Nessa pesquisa, utilizando técnicas de Geomarketing Político, analisamos o desempenho dos candidatos José Fogaça do PMDB, Luciana Genro do PSOL, Manuela d'Ávila do PC do B e Maria do Rosário do PT, que concorreram nas eleições de 2008 no município de Porto Alegre. Os candidatos analisados concorreram ao cargo de Prefeito obtendo significativos resultados. Pretende-se aqui, visualizar os resultados dos candidatos e estabelecer uma análise comparativa da espacialização entre seus resultados.

Por se tratar de uma metodologia que possui o propósito de conhecer e compreender a realidade de cada local a partir da observação dos dados produzidos entre o homem e o seu espaço, como proposto na Figura 1 (CAVIRON; JÜRGEN, 2006), julgamos o Geomarketing uma metodologia que pode ser apropriada para tal análise. De aplicação bastante comercial, o Geomarketing ganha espaço na política por ser excelente ferramenta de apoio nas campanhas políticas.



FIGURA 1 – Os Fundamentos do Geomarketing: Cartografia, Geografia e Marketing

Com o auxílio do Sistema de Informações Geográficas são elaborados mapas temáticos, que auxiliam a tomada de decisão através da espacialização dos votos obtidos em eleições anteriores assim como, também, outros dados referentes aos eleitores (número de domicílios com abastecimento de água não adequado, número de homens e mulheres analfabetos em cada bairro e número de rendimento médio dos responsáveis pelo domicílio em salários mínimos entre as principais), além da localização (divisões políticas, estradas e acessos) e demais informações cabíveis. Essas informações podem ser de diversas naturezas, desde que se julgue necessário e são determinadas de acordo com o espaço e o tempo em questão em cada campanha política.

Nas análises de resultados obtidos através do Geomarketing Político, são considerados apenas casos de sucesso, em sua maioria. Segundo Costa (2005), o Geomarketing Político é uma poderosa ferramenta na campanha política, como por exemplo, a eleição de Bill Clinton nos Estados Unidos em 1992, e de Pedro Santana Lopes em Lisboa, Portugal nas eleições de 2001, onde através dos dados obtidos com o Geomarketing foi traçado um plano de campanha que fez a diferença nas urnas. Viegas (2007) comparou candidatas à deputada em Porto Alegre e pôde verificar as áreas onde elas tinham maior influência política.

Nesta pesquisa utilizaremos os dados obtidos apenas identificar diferenças entre os desempenhos dos candidatos, sugerindo também que uma análise

posterior aos resultados obtidos nas urnas poderão ser utilizados pelos candidatos para planejamento de uma futura campanha política e para a elaboração de planejamentos estratégicos em seus mandatos.

## **1.1 Justificativa**

A pesquisa proporcionou a representação visual dos votos obtidos pelos candidatos à Prefeitura, a partir dos limites por bairros, no município de Porto Alegre, possibilitando identificar o comportamento dos eleitores, identificando as principais diferenças de resultados obtidos pelos candidatos bem como o comportamento político da população.

Para isso foram investigados dados como renda, nível de alfabetização dos responsáveis pelo domicílio e quantidade de domicílios sem abastecimento de água adequado da população de Porto Alegre juntamente com a quantidade de votos absolutos obtidos por cada candidato. O cruzamento desses dados foi realizado através da ferramenta SIG gerando mapas temáticos que identificaram o desempenho de cada candidato, suas diferenças e o eleitor que mais votou em cada participante.

Estes resultados poderão servir para auxiliar os candidatos a direcionarem suas futuras campanhas políticas, podendo também ser úteis aos mesmos para gestão de suas áreas de influência (preparação de discursos, campanhas, projetos, dentre outros), e nesse trabalho de pesquisa são fundamentais às nossas análises espaciais e a definição de suas áreas de poder político.

## **1.2 Objetivo Geral**

Estabelecer uma análise comparativa entre os quatro primeiros colocados candidatos a prefeito de Porto Alegre: José Fogaça do PMDB, Maria do Rosário do PT, Manuela d'Ávila do PC do B e Luciana Genro do PSOL. Identificar suas áreas de poder político nos bairros de Porto Alegre através de seus desempenhos nas eleições de 2008 com base no Geomarketing Político. Essa análise toma como base o perfil socioeconômico de cada um dos bairros analisados para identificação do público alvo de cada um dos candidatos.

### 1.2.1 Objetivos Específicos

Para cumprir o objetivo geral, temos de estabelecer os seguintes objetivos específicos:

- a) Elaborar mapas temáticos dos dados de educação, infra-estrutura e renda de cada bairro do município de Porto Alegre;
- b) Elaborar mapas temáticos do número de votos obtidos pelos candidatos em cada bairro;
- c) Elaborar mapas temáticos a partir do cruzamento dos dados obtidos nos itens “a” e “b”;
- d) Análise comparativa através de seus objetos geográficos (polígonos que limitam os bairros do município) através dos quais será espacializado o desempenho dos candidatos;
- e) Identificar as áreas de influência ou poder político.

## **2 A ÁREA DE ESTUDO: Município de Porto Alegre**

A cidade de Porto Alegre, capital do Estado do Rio Grande do Sul, integra a Região Metropolitana de Porto Alegre e o COREDE (Conselho de Regional de Desenvolvimento) Delta do Jacuí. Junto com Rio Grande, Rio Pardo e Santo Antônio da Patrulha, foi uma das primeiras cidades na formação do Estado.

A partir da década de 1990, a cidade recebeu reconhecimento nacional pela sua qualidade de vida. Hoje, a cidade ocupa a 11ª posição no ranking das cidades Brasileiras, sendo a primeira entre as cidades com mais de um milhão de habitantes.

No índice desenvolvido pela FEE (Fundação de Economia e Estatística do Estado do Rio Grande do Sul) - Idese (Índice de Desenvolvimento Socioeconômico), Porto Alegre está em 5º lugar entre os municípios do Rio Grande do Sul nos anos de 2001 e 2002; em 2000, ocupava o 4º lugar.

### **2.1 Aspectos Geográficos**

O município de Porto Alegre tem uma área de 496,1 km<sup>2</sup> distribuída entre a parte continental e um conjunto de ilhas. A parte continental é circundada por 40 morros que abrangem 65% da extensão territorial limitada por uma orla fluvial de 72 km. O ponto culminante localiza-se no Morro Santana, região leste da cidade, atingindo 311,2 metros de altitude. Os pontos mais baixos situam-se, na área continental, no Aeroporto Salgado Filho, com 1,1 metros e, no Arquipélago, na Ilhas das Flores, aonde chega a apenas 0,1 metros. O município é limitado ao sul e oeste pelo Lago Guaíba; a leste, pelos municípios de Alvorada e Viamão; e ao norte pelo rio Gravataí.

### **2.2 Aspectos populacionais**

A população porto-alegrense, conforme censo demográfico do IBGE de 2000 é 1.360.590 habitantes. A população cresceu a uma taxa média geométrica anual de 0,93%, no período de 1991-2000, enquanto que o Brasil cresceu 1,63% e o Rio Grande do Sul 1,22%. Ressalta-se que este fenômeno, crescimento menos acentuado, ocorreu com as principais capitais brasileiras neste período.

A população da cidade corresponde a 13,4% da população do Estado do Rio Grande do Sul, que é de 10.187.842 habitantes. E corresponde a 0,8% da população país, que é de 169.8722.856 habitantes.

Os cinco bairros mais populosos de Porto Alegre segundo dados do censo do IBGE 2000 são mostrados na Tabela 1.

TABELA 1 – Número de habitantes dos cinco bairros mais populosos, Porto Alegre - RS

<b>NOME DO BAIRRO</b>	<b>NÚMERO DE HABITANTES</b>
Partenon	47.430
Restinga	53.764
Santa Teresa	59.222
Rubem Berta	68.536
Sarandi	90.665

Porto Alegre é a 10<sup>o</sup> cidade do país em população, onde dos mais de 5.500 municípios do país, somente 13 tem mais de um milhão de habitantes e estes atingem 21,4% da população do país.

Mesmo com o reconhecimento e sucesso da gestão do município a informalidade e a pobreza são evidentes. Porém cabe ressaltar que todos os avanços que ocorreram nos anos de participação popular e mesmo os que permanecem acontecendo na gestão atual, tendem a melhorar principalmente o problema de habitação nas áreas irregulares, bem como os problemas ambientais e sociais.

### **2.3 Situação do Município**

A gestão política e ambiental, em Porto Alegre, nos últimos anos, tem dado especial atenção ao Guaíba e sua orla. O processo de ocupação desordenado causa uma enorme carga de dejetos vindos dos rios que nele deságuam, além da constante deterioração de sua orla. Esses fatores comprometem a qualidade da água que abastece a população, o aspecto ambiental e urbanístico da orla e a própria existência do lago que se encontra sob ameaça de assoreamento.

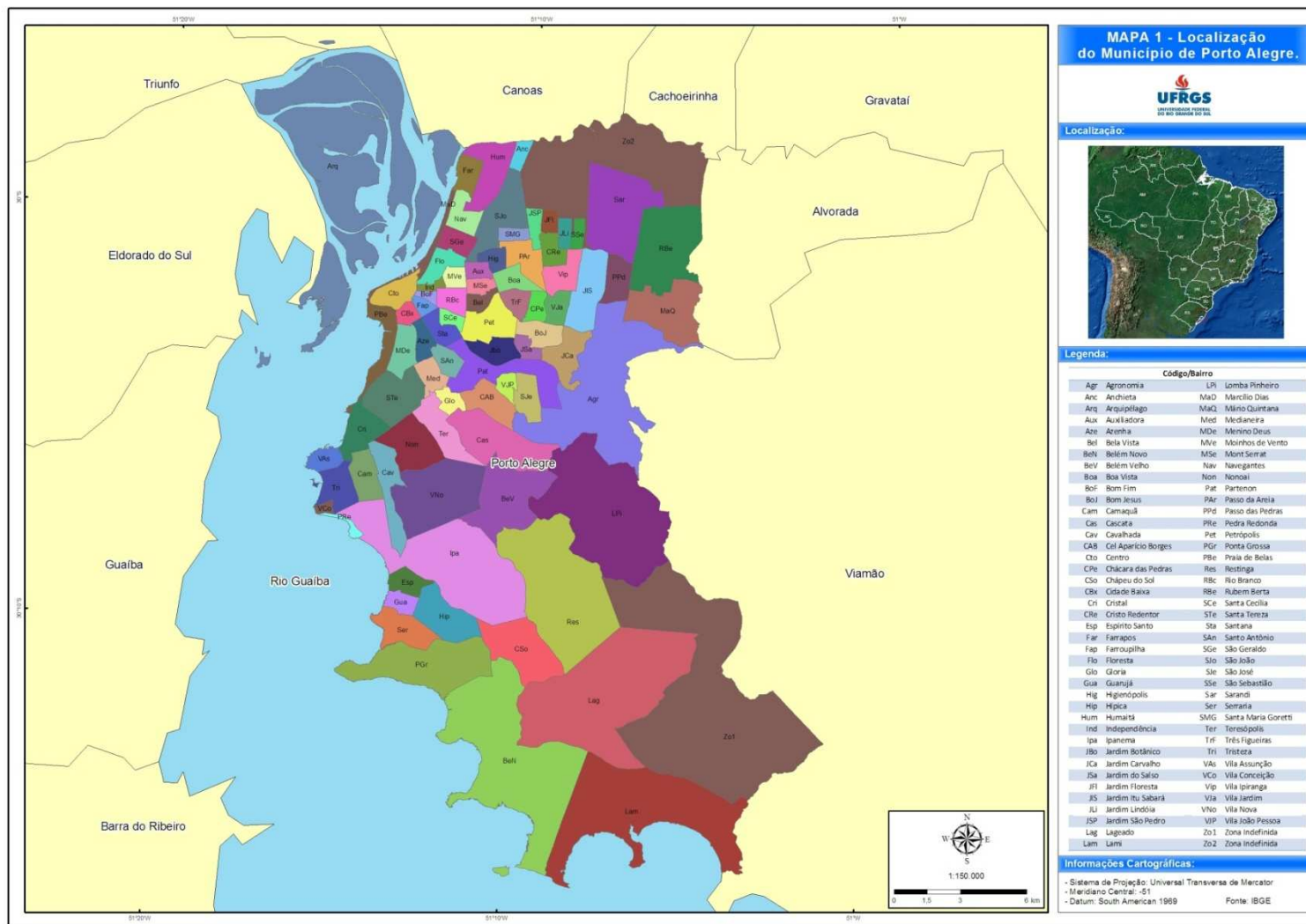
No município ocorre uma série de problemas ambientais, como ocupação de áreas de risco (principalmente encostas), poluição dos principais corpos d'água (vide Guaíba, arroio Dilúvio e arroio Cavalhada), comprometimento da qualidade do ar, predominantemente nas regiões centrais e norte do município, desmatamento na região sul e expansão desordenada das áreas urbanas, entre os principais. Segundo

Damásio (2006) de forma contraditória, o território pertencente ao município guarda as marcas de uma urbanização informal extremamente significativa que se reproduz alcançando números alarmantes.

Porto Alegre conta com um Plano de Desenvolvimento Local composto por um conjunto de diretrizes para conservação dos valores naturais, adequada distribuição dos elementos estruturadores capazes de garantir a densificação do território e o fortalecimento dos espaços considerados centralidades do bairro. Também foram agregadas propostas referentes às políticas complementares, em especial quanto à necessidade e capacidade de suprir a área de infra-estrutura e estruturação urbana. (Prefeitura Municipal de Porto Alegre - Secretaria do Planejamento, Plano de Desenvolvimento Local).

Com base no Mapa 1, de localização e situação de Porto Alegre, é possível identificar a divisão dos bairros do município bem como a localização dos bairros, do lago Guaíba e os municípios em seu entorno.





MAPA 1 – Localização do Município de Porto Alegre - RS

Conforme a Secretaria de Turismo do Município, Porto Alegre conta com indicadores que ressaltam qualidades importantes em se tratando de uma metrópole<sup>1</sup> (Tabela 1)

TABELA 2 – Indicadores Município de Porto Alegre - RS.

INDICADOR	ÍNDICE
IDH – Índice de desenvolvimento Humano	0,865 (Capital com os melhores índices de educação, longevidade e renda o Brasil/ONU 2000)
Expectativa de vida	71,59 anos
Crescimento da população	1,25% ao ano
População alfabetizada	96,55%
Coleta de esgoto	87%
Abastecimento de água	100%
Abastecimento de energia elétrica	99,8%

FONTE: Secretaria Municipal do Turismo de Porto Alegre, 2009

Em relação à qualidade de vida do município podemos destacar mais alguns dados sobre o município:

- 1ª cidade da América Latina a possuir um Plano Diretor de Drenagem Urbana.
- 2ª Melhor Cidade Brasileira para Investimentos, pela Revista Exame 2000.
- Capital Cultural do MERCOSUL 2000.
- Carris, a melhor empresa de transporte urbano do país, Top de Marketing e Top Of Mind, segundo a Associação Nacional dos Transportadores de Passageiros/ANTP-1999, 2001 e 2002.
- Cidade Educadora, prêmio conquistado na Espanha.
- Destaque na categoria Controle da Poluição no 12º Prêmio Expressão de Ecologia/Revista Expressão/2004, com o case Os Ares de Porto Alegre-Campanha Cidades pela Proteção Climática.
- Escolhida pela ONU, junto com outras três da América Latina (Lima, Loja e San Salvador) para integrar experiência piloto sobre Cooperação Intermunicipal, dentro do Projeto Apoio de Voluntariado

<sup>1</sup> Inicialmente, o conceito de metrópole está ligado à etimologia da palavra, que em grego significa cidade-mãe e estava associado com o de cidades-satélite. Assim como as cidades, atualmente o conceito abriga várias configurações espaciais bastante distintas, mas talvez a essência esteja ligada à primazia de uma cidade em relação a outras, geralmente conurbadas, nas quais os problemas devem ser pensados e solucionados através de uma política integrada, de maneira democrática, tantos em termos sociais como econômicos, isto é, embasada numa justa distribuição dos bônus e ônus do processo de desenvolvimento.

das Nações Unidas à Solidariedade Internacional Municipal.

- Está entre as cidades mais arborizadas do mundo, com mais de um milhão de árvores, 409 praças, reserva biológica, nove parques urbanos e a maior concentração de pássaros do país.
- Hospital de Pronto-Socorro - referência nacional em pronto-atendimento.
- Localiza-se no centro do MERCOSUL, posição privilegiada em relação a outras cidades brasileiras.
- Melhor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) entre as metrópoles nacionais, segundo dados da ONU e do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada/IPEA, 2001.
- Metrópole nº1 em qualidade de vida do Brasil (Organização das Nações Unidas/ONU 1996, 1998, 2002).
- Orçamento Participativo, um dos 40 melhores modelos de Gestão Pública Democrática/Programa Habitat da ONU.
- Possui afinidade cultural, comercial e idiomática com os países do Prata, fato relevante na integração do Estado ao MERCOSUL.
- Possui o maior índice brasileiro de creches comunitárias.
- Prêmio Prefeito Criança 1999, 2000, 2001/ABRINQ.
- Primeira cidade a implantar os Conselhos Tutelares e o Estatuto da Criança e do Adolescente.
- Referência nacional na Coleta Seletiva de Lixo, com 100% de recolhimento.
- Uma das cidades com maior potencial de crescimento mundial e uma das mais preparadas para receber investimentos nos próximos dez anos, segundo o levantamento *World Winning Cities*, da consultoria inglesa Jones Lang LaSalle que analisou mais de cem municípios em todo o mundo. Porto Alegre é a única brasileira entre as 24 recomendadas no estudo/2004.

## 2.4 Panorama Político

Trabalhando com a idéia de que aqui será dada apenas uma visão geral do atual panorama político no município de Porto Alegre e, com isso, fazer com que seja possível uma compreensão da realidade local, achamos desnecessário discutir mais profundamente as propostas e políticas empregadas pelos políticos analisados. A idéia é mostrar principalmente como se deu a evolução do modo de governar da prefeitura nos últimos anos.

Seguindo essa linha, remete-se à aproximadamente dezenove anos atrás, quando o governo do PT (Partido dos Trabalhadores) assumiu a prefeitura de Porto Alegre implantando um modelo inovador que contava com a participação popular. Sua gestão ficou conhecida como “Administração Popular”. Dentro de pouco tempo a nova gestão começou a mudar a “cara” do município e contar com alto índice de satisfação popular devido ao fato da população participar de importantes decisões a cerca dessas mudanças.

Com dez anos de administração popular (pois os prefeitos do PT foram sendo eleitos seqüencialmente) Porto Alegre passou a ser considerado o maior exemplo de orçamento participativo no país. Para entender o porquê de tanto sucesso, é preciso examinar alguns acontecimentos anteriores à administração popular<sup>2</sup>.

No início da década de 1980 começa o processo de formação da União de Associações de Moradores de Porto Alegre – UAMPA sob influência do PDT e do PT e em 1985 graças ao apoio da UAMPA o candidato do PDT, Alceu Collares, é eleito prefeito do município. Porém seu governo fica muito abaixo das expectativas não atendendo as necessidades das comunidades carentes, representadas pela UAMPA, somando-se a isso ainda enfrenta denúncias de corrupção.

Posteriormente em 1989 o candidato do PT, Olívio Dutra, assume a prefeitura e um ano depois a situação política e fiscal do município, abalado pela gestão anterior, já se encontrava estabilizada. É quando começam as primeiras reuniões com representantes de comunidades e os representantes da prefeitura que vão dar em seguida origem ao orçamento participativo.

A partir daí, e até os dias de hoje, o município foi dividido em 16 regiões

---

<sup>2</sup> Os prefeitos do PT que atuaram nestes dezesseis anos foram Olívio Dutra (1988), Tarso Genro (1992), Raul Pont (1996) e Tarso Genro novamente em 2000. Cabe salientar que diversas coligações foram realizadas no decorrer desses 16 anos de hegemonia do PT na prefeitura de Porto Alegre.

utilizando critérios geográficos, demográficos e econômicos. Dessa forma, cada região deveria fazer assembleias abertas onde escolheria prioridades a serem atendidas com o orçamento do próximo ano.

A administração popular caiu no gosto do povo e na gestão seguinte, eleições de 1992, outro prefeito do PT, Tarso Genro, foi eleito. Em seguida no ano de 1996 foi eleito Raul Pont. Todos eles deram prioridade à politização, melhorias e consistência ao orçamento participativo e essa provavelmente foi a receita de sucesso.

No ano de 2000 o orçamento participativo chega ao que foi considerado, pela prefeitura e pela população, de ideal (CHAVES, 2000). Melhorias são visíveis no cenário do município durante o governo da participação popular: aumento das moradias populares, revitalização e criação de parques e praças, aumento do número de escolas municipais e melhoria da qualidade de ensino das mesmas, melhoria e aumento dos postos de saúde e revitalização da orla do Guaíba, estão entre as principais.

Apesar desse cenário favorável, as atividades informais e as áreas irregulares representam percentagens significativas dos números totais e crescem em número preocupante. Esses dados configuram uma contradição entre a realidade conhecida e o que realmente acontece.

A hegemonia do PT teve fim nas eleições municipais de 2004. José Fogaça do PPS (Partido Popular Socialista) assume a prefeitura e promete continuar o orçamento participativo e gerar mais melhorias como a conclusão da restauração da orla do Guaíba e projeto de reurbanização da entrada do município que estão entre suas propostas. No primeiro turno, José Fogaça, da Coligação PPS-PTB, obteve 28,3% dos votos (contra 37,6% de Raul Pont, candidato da coligação PT-PCdoB-PL-PSL-PMN-PTN). No segundo turno, recebendo o apoio de diversos partidos, Fogaça elegeu-se com cerca de 53% dos votos válidos contra 47% de Pont, encerrando assim um longo ciclo de administrações petistas na capital gaúcha, iniciado em 1988.

Depois do PPS anunciar a candidatura de José Fogaça à reeleição, no pleito de 2008, Fogaça acabou deixando o partido, retornando à sigla em que se iniciou na política, o PMDB. Em 2008, concorreu à reeleição pela coligação PMDB-PDT-PTB, tendo José Fortunati como candidato a vice, e enfrentou vários partidos que

estiveram na sua administração, como o PP, PSDB e o próprio PPS que o elegeu quatro anos antes.

Demonstrando nas eleições os resultados de seu primeiro mandato, Fogaça se torna o mais votado entre os oito candidatos, vencendo o primeiro turno. No segundo turno, disputado com Maria do Rosário, do PT, se reelegeu com 468.773 votos (58,95% dos votos válidos), quase 39 mil votos a mais do que no segundo turno de 2004, confirmando seu favoritismo e sua administração respeitada pela população.

### 3 METODOLOGIAS DE PESQUISA

Para poder desenvolver o trabalho, fez-se necessário compreender os conceitos de SIG, Geomarketing, Geomarketing Político e Geomarketing Eleitoral. A partir daí, buscou-se os dados necessários para a obtenção dos resultados esperados neste tipo de pesquisa.

Para a elaboração desta pesquisa, seguiram-se as seguintes etapas:

- revisão bibliográfica;
- pesquisa de dados censitários de 2000;
- pesquisa dos dados do processo eleitoral de 2008;
- obtenção do mapa digital de ruas e bairros do município de Porto Alegre para poder localizar os dados;
- edição dos dados coletados e geração de um banco de dados;
- definição de dados a serem analisados;
- elaboração de mapas temáticos e análises finais.

Estabelecemos nessa pesquisa relação entre os conceitos de Geomarketing Político e de Geomarketing Eleitoral para direcionar as campanhas eleitorais dos partidos políticos em Porto Alegre. Para tanto, realizou-se também a revisão bibliográfica destes conceitos. Este capítulo foi elaborado de maneira bastante sintética buscando a compreensão às duas áreas que compreendem este tema: a política eleitoral e o geoprocessamento<sup>3</sup>.

Para descrevermos as etapas sem comprometer a qualidade dos dados da pesquisa e facilitar o entendimento da mesma, organizamos a revisão bibliográfica e as etapas que se realizaram da seguinte forma:

#### 3.1 Revisão Bibliográfica

Traçamos nesse item a revisão bibliográfica sobre os temas SIG,

---

<sup>3</sup> O termo *Geoprocessamento* denota a disciplina do conhecimento que utiliza técnicas matemáticas e computacionais para o tratamento da informação geográfica e que vem influenciando de maneira crescente as áreas de Cartografia, Análise de Recursos Naturais, Transportes, Comunicações, Energia e Planejamento Urbano e Regional. (CÂMARA; DAVIS, 2001).

Geomarketing, Geomarketing Político e Geomarketing Eleitoral que dão suporte e fundamentam este trabalho de pesquisa.

### **3.2 Pesquisa de dados quantitativos**

Aqui foram coletados os dados seguindo três temas sempre presentes nas propostas dos políticos para vencer as eleições: habitação, educação, e economia. Em habitação, procurou-se enfatizar a infra-estrutura, por isso foi escolhido o número de domicílios com abastecimento de água não adequado. Para a educação, utilizou-se o número de responsáveis por domicílios que são não alfabetizados e os que são alfabetizados. Em economia, utilizo no presente a média dos rendimentos dos responsáveis pelo domicílio. Estes dados foram coletados via *internet* do site do Observatório POA, *site* onde se concentram informações do município em diferentes formatos, todos subsidiados por órgãos municipais.

Para a análise dos votos, buscaram-se junto ao *site* do TRE (Tribunal Regional Estadual do Rio Grande do Sul) os resultados absolutos nas eleições de 2008 para os quatros primeiros colocados no primeiro turno (José Fogaça, Luciana Genro, Manuela e Maria do Rosário).

### **3.3 Pesquisa de dados históricos**

Breve pesquisa sobre as características de cada candidato fornecidas via *internet* e também uma pesquisa sobre a história de formação e origens do município de Porto Alegre.

### **3.4 Elaboração de Mapas temáticos**

Os mapas temáticos usados nesse estudo foram elaborados através do *software* ArcGis, versão 9.3. Esse *software* foi escolhido, pois possibilita a compilação de dados quantitativos aos objetos geográficos de forma bastante acessível e, além disso, os resultados obtidos possuem um excelente resultado visual.

Para chegarmos à produção dos mapas, foi-se necessário passar por diversas etapas, dentre elas:

- 1. Modelagem do banco de dados:** preparação dos dados oriundos do Observatório POA e do TRE no *software* Microsoft Excel para posterior



compilação com os objetos geográficos como descrito abaixo:

O primeiro passo dado na modelagem de dados foi transformar os locais de votação em um formato *Shape File* de pontos utilizando o nome da rua e o número do estabelecimento para identificar no eixo de ruas sua exata localização. Na Tabela 2, um exemplo com os dados contendo o endereço do local e na Figura 1, o *Shape File* com as ruas e sua numeração.

TABELA 3 – Exemplo de dados sobre o local de votação

LOCAL	ENDEREÇO	ELEITORES
COLEGIO LA SALLE DORES	RUA RIACHUELO, 800	5821
COLEGIO NOSSA SENHORA DE LOURDES	RUA MARCILIO DIAS, 1201	3218
COLEGIO SEVIGNE	RUA DUQUE DE CAXIAS, 1443	3545
COLEGIO UNIFICADO	AV ALBERTO BINS, 467	1960

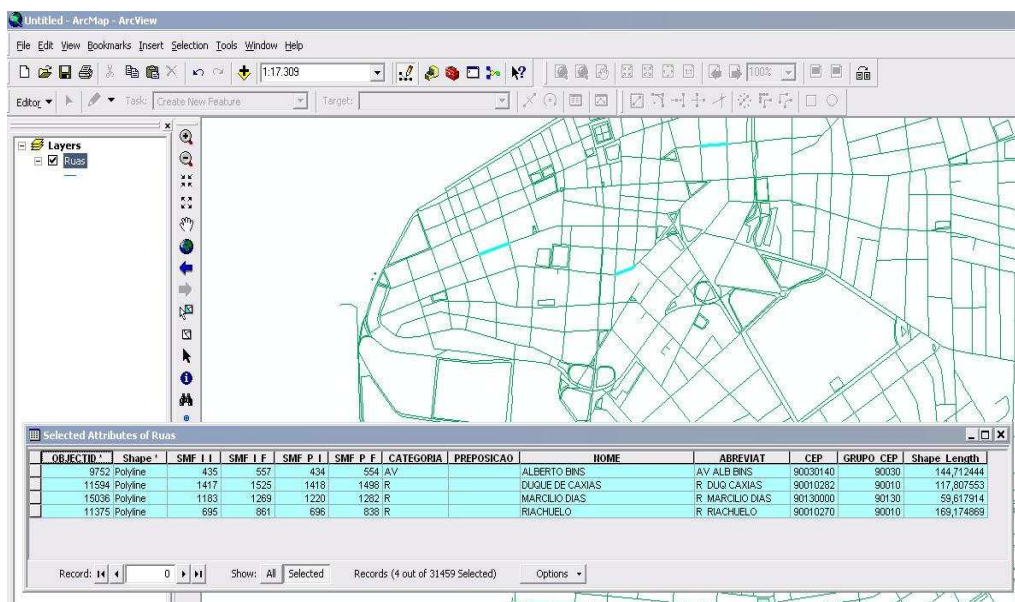
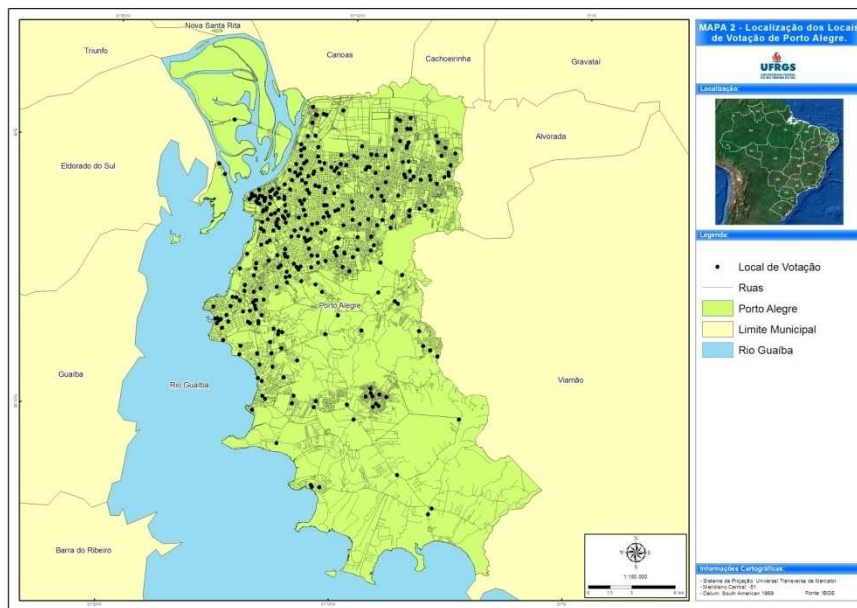


FIGURA 2 - *Shape File* com as ruas e sua numeração

Após essa localização, criaram-se os pontos contendo a localização dos locais de votação, como mostra o Mapa 2.



MAPA 2 – Localização dos Locais de Votação de Porto Alegre

**2. União dos dados:** compilação das tabelas em um arquivo formato *Shape File* (ArcGis versão 9.3) contendo os objetos geográficos e as informações do estudo.

Em um primeiro momento, uniram-se em uma única planilha todas as informações de número de votos obtidas por cada candidato (Tabela 3).

TABELA 4 – Exemplo de tabela contendo o somatório de votos dos candidatos

ESCOLA	FOGACA	MARIA DO ROSARIO	MANUELA	LUCIANA GENRO
COLEGIO LA SALLE DORES	2016	922	492	457
COLEGIO NOSSA SENHORA DE LOURDES	1144	525	281	307
COLEGIO SEVIGNE	1330	524	283	266
COLEGIO UNIFICADO	656	281	171	116

Para cada local de votação, estabelecemos um número como código de união para ligar as informações do TRE da tabela com o *shape file*.

Terminada a edição de informações sobre eleições, partiu-se para a edição dos dados oriundos do IBGE, captados no Observatório POA por bairros. Como base *shape file* de bairros para análise foi utilizado o trabalho desenvolvido no Laboratório de Geoprocessamento do Departamento de Ecologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que transformou a base cartográfica municipal do

datum OCCG para o datum SAD69. Essa transformação resultou em planos de informação referidos inicialmente ao sistema WGS 1984. Posteriormente, os planos foram convertidos para a projeção UTM referidos ao datum SAD 1969, utilizando os parâmetros divulgados pelo IBGE em 2005. A qualidade da transformação dos sete parâmetros não é conhecida, mas assegura-se a compatibilidade com a escala 1:15.000 ou menor. Apesar de não ser oficial, apresenta uma boa atualização, sendo necessária apenas a edição de dois bairros para que se pudessem ter informações a todos os locais de votação.

Para estabelecer esta edição, foi consultado o Observatório POA e também o site dos correios para identificar a que bairro pertencia cada local de votação. Ao analisar, percebeu-se que o bairro Aberta Morros, por exemplo, não existia mais e que este tinha seus limites, atualmente, pertencendo ao bairro Ipanema. No mesmo caso, o bairro Protásio Alves, que hoje faz parte do bairro Agronomia.

Os dados do IBGE (2000) para análise foram definidos os seguintes parâmetros:

- a) Infra-estrutura: número de domicílios com abastecimento de água não adequado;
- b) Educação: número total de responsáveis pelo domicílio não alfabetizados em cada bairro;
- c) Rendimentos: número de rendimento médio dos responsáveis pelo domicílio em salários mínimos;

De posse dessas informações, agruparam-se os valores em uma única planilha (Tabela 4), facilitando a união com a base de bairros. A partir daí, gerou-se um código para unir com o *shape file* de bairros, que também recebeu o código equivalente permitindo utilizar a ferramenta “join” por atributos, ligando a informação espacial (vetor de bairros) com a informação tabular (planilha) através deste campo (COD\_BAIRRO).

TABELA 5 – Exemplo de tabela com as informações do IBGE

	<b>COD_BAIRRO</b>	<b>DOMICILIO</b>	<b>EDUCACAO</b>	<b>RENDIMENTO</b>
Agronomia	1	228	259	4,228482
Anchieta	2	28	52	4,923821
Arquipélago	3	924	311	3,146831
Auxiliadora	4	0	9	19,84672
Azenha	5	1	62	11,50443
Bela Vista	5	3	4	34,45043
Belém Novo	6	169	273	4,798568

Estabelecida a união de dados do IBGE com os bairros e as informações do TRE com o arruamento, chegou o momento de unir essas duas informações. O primeiro passo para isso foi perceber que para um mesmo bairro, existiam diversos locais de informação (Figura 3).

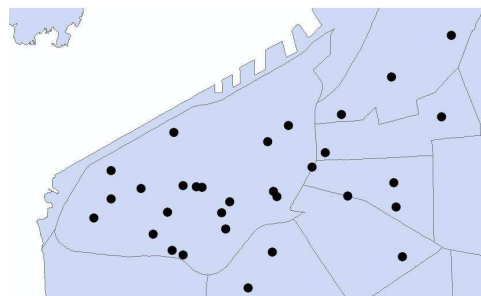


FIGURA 3 – Exemplo de diversos locais de votação no bairro Centro

Percebendo essa dinâmica espacial, buscou-se a ferramenta *intersect* do Arc Gis, ela possibilitou identificar a que bairro cada local de votação pertencia, gerando uma tabela com as informações já existentes para cada local mais a informação do bairro pertencente. Tendo posse desse resultado, foi só usar a ferramenta *Summarize* no campo BAIRRO da tabela resultante que obtivemos uma nova tabela, com a informação de cada bairro com o somatório de votos de cada candidato e o número de eleitores de cada bairro a partir do local de votação, conforme exemplifica a Tabela 5.

TABELA 6 – Exemplo da tabela com as informações finais

NOM_BAIRRO	DOMICILIO	EDUCACAO	RENDIMENTO	SOM_FOG	SOM_MAR	SOM_LUCIA	SOM_MANU	SOM_ELEIT	NUMERO
Agronomia	228	259	4,228482	5102	4072	1286	2898	19007	1
Anchieta	28	52	4,92382	317	180	39	134	1026	2
Arquipelago	924	311	3,146831	1000	600	440	671	3086	3
Auxiliadora	0	9	19,846724	3770	958	457	536	8178	4
Azenha	1	62	11,504428	5276	2475	1325	1287	14788	5
Bela Vista	0	0	0	0	0	0	0	0	6

Conforme metodologia utilizada no mapeamento dos locais de votação e, posteriormente, a relação destes com os bairros, pode-se perceber que os bairros Bela Vista, Vila Conceição e Zona Indefinida não possuem informações sobre o processo eleitoral.

O resultado dessa união de informações do TER e do IBGE é o *shape file* com toda a base da análise apresentada nesta pesquisa, a partir dela é que foram feitas as análises espaciais e as conclusões do trabalho.

### 3.5 Análise espacial dos resultados obtidos:

Neste ponto elaboramos uma análise comparativa a cerca dos resultados obtidos através da pesquisa dos dados e seu comportamento espacial no município de Porto Alegre, tentando também, ressaltar as potencialidades e fragilidades do desempenho dos candidatos.

## **4 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA:**

Para dar embasamento à pesquisa, foram coletadas referências sobre os métodos e propósitos utilizados para a realização desta pesquisa.

Para tanto, serão abordados os seguintes conceitos: A Geografia e o Poder Político, o SIG e o Geomarketing, Geomarketing Político e Geomarketing Eleitoral. Buscando assim, mostrar as relações existentes entre estes conceitos.

### **4.1 A Geografia e o Poder Político**

Nos tempos atuais podemos dizer que poder político perdeu força devido ao processo da globalização que enfraquece o Estado, diminuindo, conseqüentemente, a força do poder político. Porém é esse poder, exercido por pessoas como nós, que pode mudar o destino de uma sociedade, que é o caso de um político que se elege.

Isso nos remete a investigar os motivos que levam um indivíduo a tal situação: lutar para possuir ou adquirir determinado poder. Segundo Sánchez (2002), em Geografia e Política, ao observarmos os seres humanos verificamos que eles se relacionam com os outros e com o espaço em que estão para garantir sua sobrevivência. Porém, alguns de nós (os políticos), encontram-se inseridos nas relações políticas veículo através do qual podem impor seus interesses em um determinado território.

Isso ocorre porque eles adquirem poder político, que se trata de um poder que um político exerce sobre as pessoas de determinado território. Isso começa, em uma democracia, no processo da campanha eleitoral onde através da aceitação de suas propostas, suas atitudes e seu discurso à população de determinado território que elege determinado candidato acreditando que ele irá lutar por seus interesses.

Passadas as eleições os mesmos políticos que se elegeram, graças à aceitação da população, possuem o poder de impor uma série de outras atitudes. Na maioria das vezes, suas atitudes não condizem com o discurso de campanha feito para conquistar seus eleitores, aí temos a imposição do poder político que lhes foi adquirido.

Em Geografia e Política, Sánchez (2002) citando o autor Max Weber,

concorda com uma definição de poder dada por este último, mesmo sendo o poder um termo bastante ambíguo. Entendemos que para nosso objetivo este seja um conceito de poder bastante pertinente, pois nos remete as relações políticas já que trata da obediência como sendo subsídio para este conceito:

Por poder deve entender-se (...) a probabilidade de que uma ordem concreta seja obedecida por um determinado grupo de homens (WEBER 1922, Cap. 1, § 16 apud SÁNCHEZ, 2002).

É fato que as decisões políticas nos são, na maioria das vezes, impostas e que pouco fazemos para contestá-las, quando algo fazemos. Afinal precisamos trabalhar (grande maioria da população) para tornar possível nossa sobrevivência com uma jornada de trabalho que não nos dá muita alternativa para, até mesmo, entender as imposições do poder político. Por isso podemos admitir que literalmente obedecemos aos mandos e desmandos do poder político.

Já Raffaestein (1993) em “Por uma geografia do poder”, acredita que o poder pode se constituir em atos e decisões que devido a determinadas situação nem sempre é a suprema força de imposição. Por este ângulo nos parece que o poder político pode ser contestado e nem sempre deve ser obedecido, depende apenas da atitude de quem a ele está submetido.

Mais adiante o mesmo autor ainda diz que o primeiro domínio do poder ocorre no momento em que ele representa a população, ou seja, a população é o poder, porém quem a representa toma para si só todo o poder político, econômico e social que ela junta possui. A definição de mais adequada de poder para o autor dá-se da seguinte forma:

Conjunto de instituições e aparelhos que garantem a sujeição dos cidadãos a um estado determinado (RAFFAESTEIN, 1993).

Porém, nesta visão, temos um poder político mais voltado para o Estado que, como já foi citado anteriormente, perde muito poder devido ao processo de globalização que privatiza cada vez mais os bens do Estado exercendo, conseqüentemente, maior poder sobre os cidadãos. Porém é ainda o poder político quem decide os rumos de sociedade.

## **4.2 Sistema de Informações Geográficas**

O termo sistemas de informação geográfica (SIG) é aplicado para sistemas

que realizam o tratamento computacional de dados geográficos. Sua principal característica é sua capacidade de armazenar tanto os atributos descritivos como as geometrias dos diferentes tipos de dados geográficos.

Assim, para cada lote num cadastro urbano, um SIG guarda, além de informação descritiva como proprietário e valor do IPTU, a informação geométrica com as coordenadas dos limites do lote. A partir destes conceitos, é possível indicar as principais características de SIGs:

- Inserir e integrar, numa única base de dados, informações espaciais provenientes de meio físico-biótico, de dados censitários, de cadastros urbanos e rurais, e outras fontes de dados como imagens de satélite, e GPS.
- Oferecer mecanismos para combinar as várias informações, através de algoritmos de manipulação e análise, bem como para consultar, recuperar e visualizar o conteúdo da base de dados geográficos.

Os componentes de um SIG estão mostrados na Figura 4. No nível mais próximo ao usuário, a interface homem-máquina define como o sistema é operado e controlado. Um SIG deve ter mecanismos de processamento de dados espaciais. A entrada de dados inclui os mecanismos de conversão de dados (Hohl, 1998). Os algoritmos de consulta e análise espacial incluem as operações topológicas (Egenhofer e Franzosa, 1991), álgebra de mapas (Tomlin, 1990), estatística espacial (Druck et al., 2004), modelagem numérica de terreno (Li et al., 2004) e processamento de imagens (Mather, 2004). Os mecanismos de visualização e plotagem devem oferecer suporte adequado para a apreensão cognitiva dos aspectos relevantes dos dados pesquisado (MacEachren, 2004) (Tufte, 1983) (Monmonier, 1993). No nível mais interno do sistema, um sistema de gerência de bancos de dados geográficos oferece armazenamento e recuperação dos dados espaciais e seus atributos. Cada sistema, em função de seus objetivos e necessidades, implementa estes componentes de forma distinta, mas todos os subsistemas citados devem estar presentes num SIG.



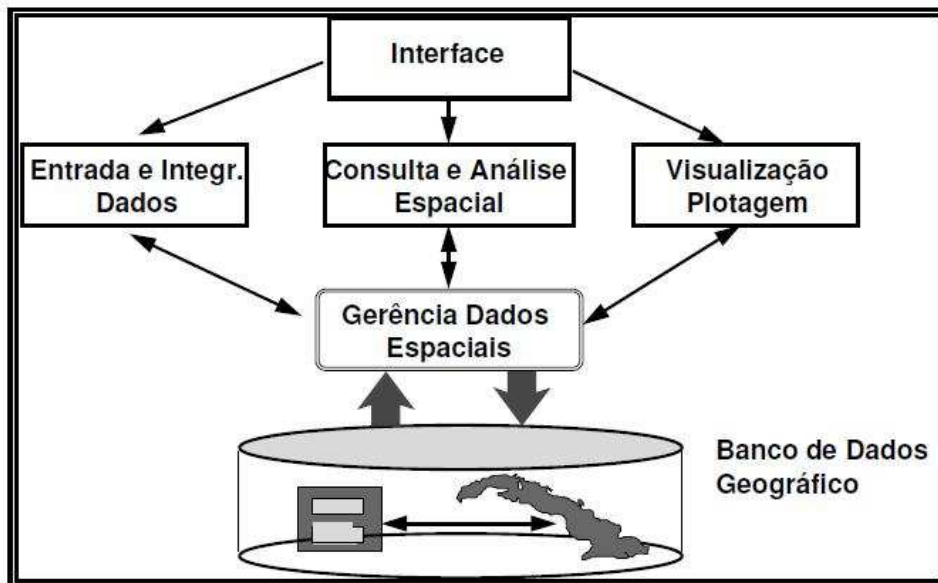


FIGURA 4 – Arquitetura de sistemas de informação geográfica

Do ponto de vista da aplicação, o uso de sistemas de informação geográfica (SIG) implica em escolher as representações computacionais mais adequadas para capturar a semântica de seu domínio de aplicação.

Do ponto de vista da tecnologia, desenvolver um SIG significa oferecer o conjunto mais amplo possível de estruturas de dados e algoritmos capazes de representar a grande diversidade de concepções do espaço.

### 4.3 Geomarketing

Sendo o Marketing um conjunto de técnicas e métodos para a definição de estratégias comerciais e, a Geografia, a ciência que estuda e analisa a distribuição e relação de todo e qualquer fenômeno na superfície da terra, as metodologias do Geomarketing assumem-se como sendo a espacialização dos conceitos e análises do Marketing, podendo esta ser realizada a qualquer escala, de global a local (LOPES, R e SILVA, R 2002).

Ele auxilia a tomada de decisões dentro de determinado domínio específico de mercado, permitindo levantar as características de uma determinada região e analisar seu potencial sócio-econômico.

Segundo os autores Caviron e Philips (2006) os propósitos do Geomarketing e as principais disciplinas que o fundamentam, já que se trata de uma metodologia multidisciplinar, são os seguintes:

Um dos propósitos do Geomarketing é conhecer e compreender a realidade de cada local a partir da observação dos dados produzidos pelos vínculos entre o homem e seu espaço. Esse objetivo exige que o Geomarketing assuma a multidisciplinaridade, relacionando e coordenando três disciplinas e suas técnicas de pesquisa sobre o indivíduo: a cartografia, a geografia e o marketing. Essas disciplinas são responsáveis pelos estudos e pela representação dos fenômenos que interagem no meio físico, cultural, econômico e comportamental, fundamentais para as análises de Geomarketing. (CAVIRON; PHILIPS, 2006)

O desenvolvimento de estudos econômicos sobre os fenômenos humanos dentro do espaço geográfico datam do final do século XIX.

Um dos primeiros estudos baseados em localização foi desenvolvido por Von Thünen. Sua obra, de 1895, propunha a releitura da análise econômica sobre o espaço geográfico a partir dos estudos da localização dos principais tipos de culturas agrícolas, distâncias dos mercados e custos dos transportes. Do enfoque desenvolvido dentro de um espaço indiferente, Thünen avançou sua teoria ao considerar os obstáculos geográficos, a fertilidade dos solos, etc. (CLIQUET; FLOCH, 2001).

Apesar da sua explosão apenas nos dias atuais o surgimento do Geomarketing está relacionado a aspectos como o desenvolvimento das teorias econômicas, aparecimento das filosofias de marketing e da colaboração dada pela geografia com o sistema de informações geográficas (SIG).

A cartografia, a geografia e o marketing são as disciplinas em que o Geomarketing está fundamentado. Cada uma delas interage com as outras, conforme o exemplo na Figura 5 contribuindo de forma determinante nas atividades estratégicas e operacionais que envolvem o Geomarketing.



FIGURA 5 – Interação das disciplinas que geram o Geomarketing

A história da cartografia mostra suas bases culturais, científicas e sua

importância econômica através de suas duas funções: a comunicação e análise. A cartografia como “comunicação” reside nos processos de elaboração dos mapas, enquanto que a cartografia como “análise” – ligada à cartografia geográfica - concentra-se no estudo espacial dos fenômenos a serem mapeados.

A união destas duas funções da cartografia oferece ao analista de Geomarketing a correta representação e localização dos fenômenos que incidem dentro do espaço e que são essenciais para os seus estudos.

O avanço da cartografia digital tornou possível a visualização e o tratamento estatístico dos dados procedentes de distintas zonas geográficas, em distintas escalas ou âmbitos geográficos (YRIGOYEN, 2003). Este foi um dos progressos fundamentais que colaboraram para o desenvolvimento do Geomarketing.

Cabe salientar que nos dias de hoje o Geomarketing não corresponde mais a apenas uma coleção de mapas. Com as suas diversificadas aplicações foram cada vez mais detalhadas e qualificadas as análises espaciais a cerca dos resultados. Essa diferença pode ser observada pelo conceito de Marketing Geográfico ou Geomarketing de FIGOLI (2001) que salienta a importância de conhecimentos nas áreas de planejamento urbano, marketing, planejamento estratégico, estatística e geografia para o resultado de um estudo ou pesquisa de Geomarketing.

Por fim, o assume, nos dias de hoje, um papel preponderante no planejamento e desenvolvimento de uma empresa e/ou na melhoria de serviços prestados, assim como na rentabilização dos investimentos, pois atravessa diversas áreas das empresas e organizações (técnica, comercial, marketing, estudos de mercado, entre outros), aliadas à sua fácil capacidade de ligação e integração com diversas bases de dados.

#### **4.4 Geomarketing Político e Geomarketing Eleitoral**

A cada campanha, vemos cada vez mais os partidos políticos procurando eleitores chave, com determinadas características para se direcionar a busca por votos. Sendo o Geomarketing Político, com apoio de ferramentas de Sistemas de Informação Geográfica (SIG), uma das principais ferramentas para que isso ocorra.

Uma das primeiras campanhas que utilizou os SIG como suporte à mesma foi a eleição de Bill Clinton nos Estados Unidos em 1992. Em Portugal, a primeira foi a do Dr. Pedro Santana Lopes para a Câmara Municipal de Lisboa em 2001. Ambos

foram casos de sucesso pelo que se pode afirmar que esta caminhada conjunta das ciências políticas com a geografia é proveitosa (COSTA 2005). Para Viegas (2007), através do Geomarketing Político, conseguiu-se “[...] estabelecer uma análise comparativa entre as candidatas Maria do Rosário e Manuela, identificando suas áreas de poder” em sua pesquisa sobre candidatos a deputado em Porto Alegre.

Não se pode concluir que o Geomarketing Político é o caminho para um partido ganhar uma campanha eleitoral, mas sim, mais um instrumento ao serviço desta e que pode levar à mudança do modo operacional das campanhas, aumentando o rigor da informação atribuída a ela.

As propostas de cada partido têm de ser suficientemente generalistas para serem pertinentes, ao mesmo tempo em que têm de responder às aspirações de cada indivíduo. Deste modo, o processo eleitoral surge dependente de um conhecimento da matriz territorial, nas suas diferentes combinações multidimensionais, e a uma escala variável de acordo com as unidades geográficas em que se organizam cada ato eleitoral. A necessidade de compatibilizar, organizar e, acima de tudo, disponibilizar em tempo real elevado volumes de informação, provenientes de inúmeras fontes, formais ou não, leva a que a utilização dos SIG seja vista como uma ferramenta de elevado valor em contextos eleitorais.

O Geomarketing Político surge da necessidade de inovar e de fazer a diferença no âmbito de uma campanha política. Com o apoio de ferramentas SIG é possível direcionar a campanha política numa opção estratégica com foco na opção de quantificação dos problemas do espaço, em vez da sua simples quantificação; pela escolha da demonstração, ao invés de especulação; pelo pensar do território num todo olhando para problemas individualizados, pois estes são claramente localizados, quantificáveis e, acima de tudo, demonstráveis (COSTA 2005).

De fato, esta aplicação constitui um meio de visualizar os resultados eleitorais e de efetuar análises, de forma fácil e clara, sobre a evolução da votação de uma ou mais forças políticas, ao longo de um período definido pelo próprio utilizador, sendo também possível fazer pesquisas tendo em conta dados geográficos. Deste modo, no espaço de segundos é possível cruzar os micro-problemas dos eleitores, o perfil sócio-econômico dos mesmos e os resultados eleitorais, obtendo uma análise da população e, principalmente, dos eleitores chave.

Para Lopes e Silva (2002), a definição de Geomarketing Político surge como

“[...] sendo a operacionalização de análises territoriais que visam suportar o Marketing Político”.

Nesse contexto então, o Geomarketing Político acaba funcionando como ferramenta integradora que utiliza os conceitos geográficos como denominador comum às diversas análises e ações realizadas no âmbito de uma campanha eleitoral e é indispensável no Marketing Político, tornando a campanha eleitoral um dos processos mais territorializados na nossa sociedade – nas ações, nas motivações e nos objetivos – mostrando que a Geografia vem a dar uma contribuição determinante.

Já o Geomarketing Eleitoral é definido como sendo a utilização de ferramentas e modelos de Geomarketing ao serviço de uma campanha eleitoral. Uma campanha eleitoral é por si só, um processo em que a componente territorial assume uma elevada importância. Quando analisada uma campanha eleitoral para os órgãos municipais, essa componente territorial torna-se ainda mais definida, quer pelas competências do poder local, quer pela multiplicidade de combinações que os fenômenos geográficos assumem.

O Marketing Eleitoral é uma subárea do Marketing Político, atuando confinado à conjugação de técnicas, ferramentas e operacionalizações, orientadas para a movimentação da máquina partidária e do candidato, para a sua eleição. Paralelamente, entendemos o Geomarketing Eleitoral como sendo a operacionalização de análises territoriais, orientadas estas para uma eleição.

O Geomarketing Eleitoral não compete com os serviços de comunicação e imagem, nem com os estudos de opinião tampouco substitui o Marketing Político. Integra-se neste, devendo funcionar como ferramenta integradora que utiliza os conceitos da Geografia como denominador comum às diversas análises e ações realizadas no âmbito de uma campanha, eleitoral ou outra.

Sendo uma campanha eleitoral um dos processos mais territorializados na nossa sociedade – nas ações, nas motivações e nos objetivos – a Geografia vem desempenhar um papel determinante. As eleições locais, pelas decisões políticas reservadas às autarquias, são um campo de aplicação privilegiado para o Geomarketing, no qual este não se extingue.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo realizamos as análises espaciais referente aos resultados dos candidatos à Prefeitura de Porto Alegre no primeiro turno do processo eleitoral ocorrido em 2008. Para subsidiar essa análise, introduzimos um pequeno resumo da trajetória dos candidatos até as eleições e também mostramos um pequeno panorama sobre a situação do município conforme os objetivos pré-estabelecidos.

### 5.1 Os candidatos

Apresentamos um breve resumo do histórico dos candidatos analisados neste trabalho.

#### 5.1.1 José Fogaça

Formado em Direito pela PUC-RS, atuou como professor de Literatura em curso pré-vestibular e, durante algum tempo, foi professor de direito constitucional nas Faculdades Rio-Grandenses (FARGS).

Foi apresentador de televisão e rádio. Na televisão apresentou, a partir de 1974, o programa Portovisão, da TV Difusora de Porto Alegre. Na Rádio Continental, de 1974 a 1976, apresentou o programa Opinião Jovem, ao lado do professor Clóvis Duarte. Foi também articulista do jornal Zero Hora, do grupo RBS.

José Fogaça iniciou sua vida política pelo MDB sendo eleito deputado estadual em 1978 e após ingressar no Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) galgou um mandato de deputado federal em 1982. Coordenador da campanha das *Diretas Já* em 1984 foi candidato a vice-prefeito na chapa liderada por Francisco Machado Carrion Júnior.

Em 1986 foi eleito senador pelo Rio Grande do Sul e na Constituinte defendeu a adoção do parlamentarismo, sendo um dos responsáveis pela elaboração do texto final da Constituição de 1988. Também atuou como relator dos projetos do Código Civil, do Estatuto da Criança e do Adolescente e da emenda constitucional que criou os juizados especiais.

Em 1990, foi lançado como candidato do PMDB à sucessão do governador

Pedro Simon, àquela altura já substituído por Sinval Guazzelli ficou apenas em terceiro lugar. Reeleito senador em 1994, entrou em colisão com Simon e em 2001 acompanhou o ex-governador Antônio Britto ao deixar o PMDB e ingressar no PPS, pelo qual tentou obter um terceiro mandato como senador, no ano seguinte. Não tendo sido reeleito, abandonou temporariamente a vida política.

Fogaça foi lançado como candidato à prefeitura de Porto Alegre pela coligação PPS-PTB em 2004. Apresentando-se como "candidato da mudança", Fogaça comprometeu-se, no entanto, a manter alguns projetos da administração petista, como o Orçamento Participativo.

No primeiro turno, obteve 28,3% dos votos (contra 37,6% de Raul Pont, candidato da coligação PT-PCdoB-PL-PSL-PMN-PTN). No segundo turno, recebendo o apoio de diversos partidos, Fogaça elegeu-se com cerca de 53% dos votos válidos contra 47% de Pont, encerrando assim um longo ciclo de administrações petistas na capital gaúcha, iniciado em 1988.

Depois do PPS anunciar a candidatura de José Fogaça à reeleição, no pleito de 2008, no dia 23 de março de 2007, Fogaça acabou deixando o partido, no dia 29 de setembro, retornando à sigla em que se iniciou na política, o PMDB.

Em 2008, concorreu a reeleição pela coligação PMDB-PDT-PTB, tendo José Fortunati como candidato a vice, e enfrentou vários partidos que estiveram na sua administração, como o PP, PSDB e o próprio PPS que o elegeu quatro anos antes. No primeiro turno foi o mais votado entre oito candidatos, com 346.427 votos (43,85% dos votos válidos). No segundo turno, disputado com Maria do Rosário, do PT, se reelegeu com 468.773 votos (58,95% dos votos válidos), quase 39 mil votos a mais do que no segundo turno de 2004.

### **5.1.2 Maria do Rosário**

Maria do Rosário é professora da rede pública, com especialização em estudos sobre violência doméstica, pela Universidade de São Paulo (USP). É acadêmica de mestrado na temática de gênero, educação e sexualidade, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Atualmente, exerce a função de segunda vice-presidente nacional do PT.

Iniciou sua militância no movimento estudantil secundarista e no Centro dos Professores do Estado do Rio Grande do Sul – CPERS/Sindicato. Foi vereadora de

Porto Alegre por dois mandatos (1993-1999), tendo presidido as comissões de Educação e de Direitos Humanos, além de ser líder do PT e do governo municipal na Câmara. Como deputada estadual (1999-2003), Maria do Rosário foi presidente da Comissão de Cidadania e Direitos Humanos e vice-presidente da Assembléia Legislativa gaúcha por dois anos.

Em 2002, Maria do Rosário foi eleita deputada federal. Durante o primeiro mandato, foi relatora da CPI Mista que investigou as redes de exploração sexual de crianças e adolescentes. Ela coordena a Frente Parlamentar de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente e integra as comissões de Educação e Cultura, e Constituição, Justiça e Cidadania. Além disso, já integrou as comissões de Direitos Humanos e Minorias, Seguridade Social e Família, e representou a Câmara na Comissão de Mortos e Desaparecidos Políticos durante a Ditadura Militar. Foi ainda presidente da Comissão Especial da Lei Nacional da Adoção.

Reeleita para o segundo mandato na Câmara em 2006, Maria do Rosário prioriza a articulação com os movimentos sociais e a apresentação de projetos e ações que garantam o direito de crianças e adolescentes, mulheres, homossexuais, negros, jovens, idosos, portadores de deficiência, trabalhadores e trabalhadoras, do campo e da cidade.

### **5.1.3 Luciana Genro**

Luciana Genro é conhecida por apoiar movimentos sociais, greves e organizações de trabalhadores e de jovens. Faz parte da corrente trotskista Movimento da Esquerda Socialista, tendência interna do PSOL. Iniciou sua trajetória política aos 14 anos, quando se filiou ao Partido dos Trabalhadores. Exerceu o cargo de deputada estadual no Rio Grande do Sul de 1995 a 2002. Durante seus dois mandatos na Assembléia Legislativa do Estado, apontou irregularidades no governo do PMDB (1995-1998) e cobrou coerência do governo petista (1999-2002), chegando a ser punida por seu próprio partido ao recusar-se a votar conforme orientação da bancada. Em 2003, foi eleita deputada federal pelo PT do Rio Grande do Sul.

Luciana, juntamente com a senadora Heloísa Helena e os deputados Babá e João Fontes, foram expulsos do Partido dos Trabalhadores em dezembro de 2003. Em junho de 2004, Luciana fundou com os parlamentares expulsos o esquerdista



Partido Socialismo e Liberdade-PSOL.

Em outubro de 2006, Luciana Genro foi reeleita deputada federal pelo Rio Grande do Sul, dessa vez concorrendo pelo PSOL. Recebeu 185.031 votos, sendo a deputada mais votada na capital Porto Alegre e a quarta mais votada no estado.

Em 2008 foi candidata à prefeitura de Porto Alegre, recebendo 72.863 votos (9,22% dos votos válidos), ficando em quarto lugar.

#### **5.1.4 Manuela**

Manuela d'Ávila é deputada federal, jornalista formada pela PUC-RS, foi conselheira do Conselho Universitário da UFRGS, coordenadora do Centro de Estudantes de Ciências Sociais, vice-presidente da União Nacional dos Estudantes, presidente estadual e diretora nacional da União da Juventude Socialista, e foi a mais jovem vereadora eleita em Porto Alegre. É dirigente municipal, estadual e nacional do PCdoB.

Na Câmara Municipal de Porto Alegre foi presidente da Comissão de Educação, Cultura, Esporte e Juventude, líder da bancada do PCdoB, membro da Frente Parlamentar em Defesa da Criança e do Adolescente e vice-presidente da Comissão Especial de Políticas Públicas para Pessoas Portadoras de Deficiências.

Em 2006 foi eleita a deputada mais votada do Brasil e do Rio Grande do Sul, com 271.939 votos, em 493 municípios.

Na Câmara dos Deputados é membro da Comissão de Trabalho, Administração e Serviço Público, da Comissão de Turismo e Desporto, presidente da Frente Parlamentar do Esporte, da Comissão Especial da Lei Pelé, da Comissão Especial sobre o Atendimento Socioeducativo e da Comissão Especial do Estatuto da Juventude.

Foi relatora da nova lei que regulamentou os estágios. Tem um mandato dedicado ao desenvolvimento do país, e reconhecido no Brasil e na América Latina pela defesa dos interesses da juventude.

Nas eleições de 2008, sendo candidata a Prefeita, obteve a 3ª colocação, com 121.232 votos obtidos (11,70%).

## **5.2 Percentual de votos obtidos**

Conforme o TRE, Porto Alegre teve, em 2008, 1.038.885 eleitores aptos a

votar. Destes, 869.077 comparecem as urnas (representando 83,65% do total) e 169.808 (16,35% do total) abstiveram do processo eleitoral. A Tabela 6 a seguir retrata como foi o resultado final do processo eleitoral e mostra o grande somatório de votos que os quatro candidatos escolhidos para essa pesquisa representaram no processo como um todo.

TABELA 7 – Resultado final das Eleições 2008, Porto Alegre - RS

POSIÇÃO	CANDIDATO	NÚMERO	PARTIDO	VOTAÇÃO
1	JOSÉ FOGAÇA	15	PMDB	346427
2	MARIA DO ROSÁRIO	13	PT	179587
3	MANUELA	65	PC do B	121232
4	LUCIANA GENRO	50	PSOL	72863
5	ONYX	25	DEM	38803
6	NELSON MARCHEZAN JUNIOR	45	PSDB	22365
7	VERA GUASSO	16	PSTU	6174
8	CARLOS GOMES	31	PHS	2548
	Branços			40460
	Nulos			38618

Fonte: TRE 2008

Com ampla vantagem, o candidato do PMDB José Fogaça obteve um grande somatório de votos, chegando à quase o dobro da segunda colocada, a candidata Maria do Rosário do PT. A disputa mais acirrada ficou por conta da segunda e terceira colocada no certame, Maria do Rosário obteve 58.355 votos a mais que a candidata Manuela do PC do B, representando um pouco mais de 5,5% do total de votos de diferença. Essa diferença pequena também aparece na disputa de Manuela com a candidata Luciana Genro do PSOL, com 48.369 votos, Luciana acabou ficando em quarto lugar.

Esse primeiro panorama retrata que as eleições de Porto Alegre têm candidatos muito fortes. José Fogaça, que buscava a reeleição acabou se mostrando imbatível enquanto os outros candidatos obtiveram uma quantidade significativa de votos, sendo bastante competitivos entre si.

### 5.2.1 José Fogaça

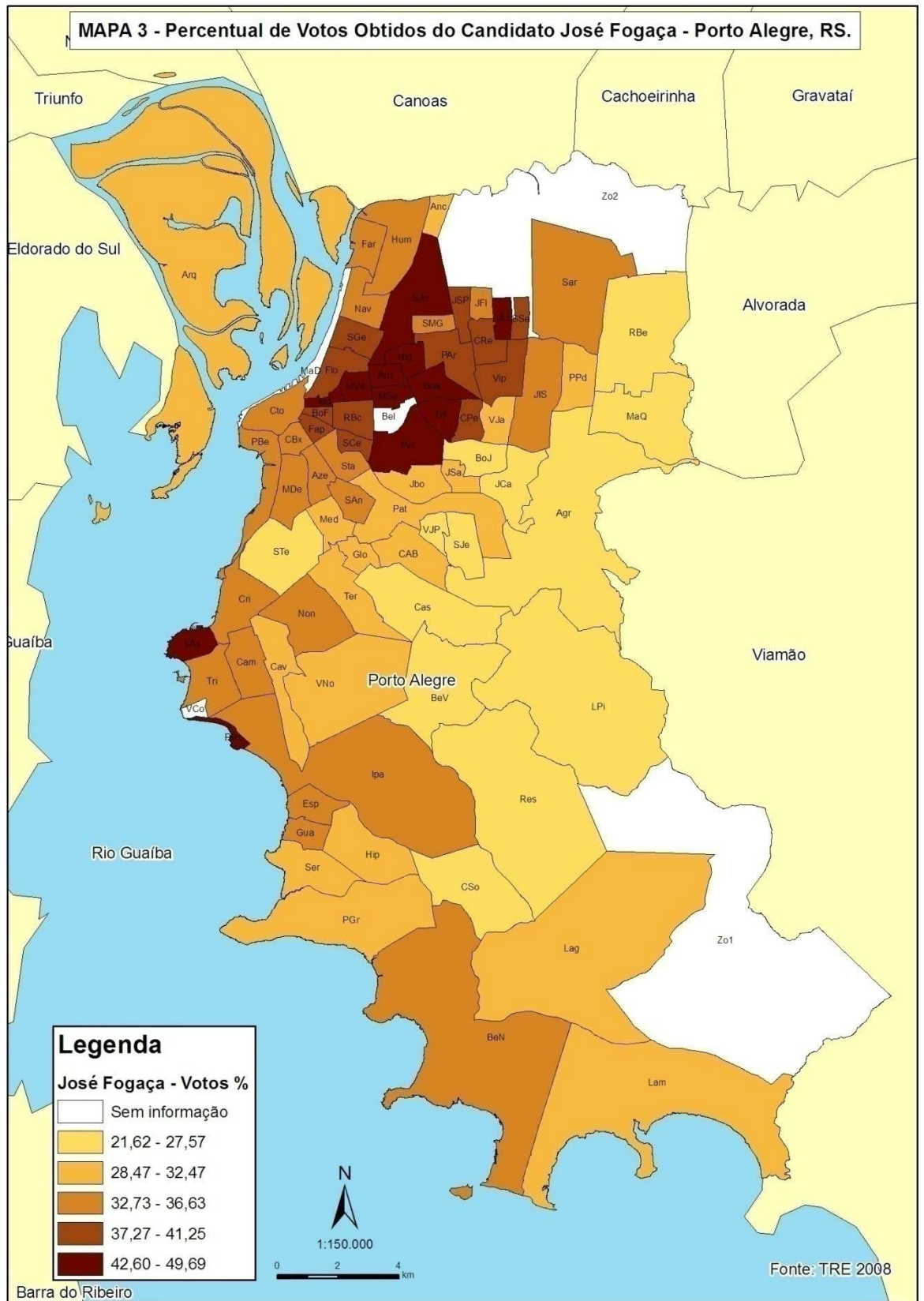
Nessa análise, discutimos os resultados do desempenho do candidato José Fogaça para as eleições de 2008, retratando de que forma se deu a conquista do primeiro turno e a posterior reeleição.

Nessas eleições, ele obteve um expressivo número de votos, chegando a obter 49,69% do total de eleitores no bairro Moinhos de Vento, sua melhor marca.

Podemos observar, com base no Mapa 3 que o candidato obteve percentual superior a 21% em todos os bairros, tendo nas regiões mais afastadas do centro e em direção ao município de Viamão, seus menores percentuais.

Variando entre 28% e 36% dos votos, o candidato também obteve uma boa resposta do eleitorado nos bairros que margeiam o Guaíba.

Destaca-se a região central de Porto Alegre, por apresentar uma concentração espacial de eleitores do Fogaça, com percentuais superiores a 37% em 21 bairros.



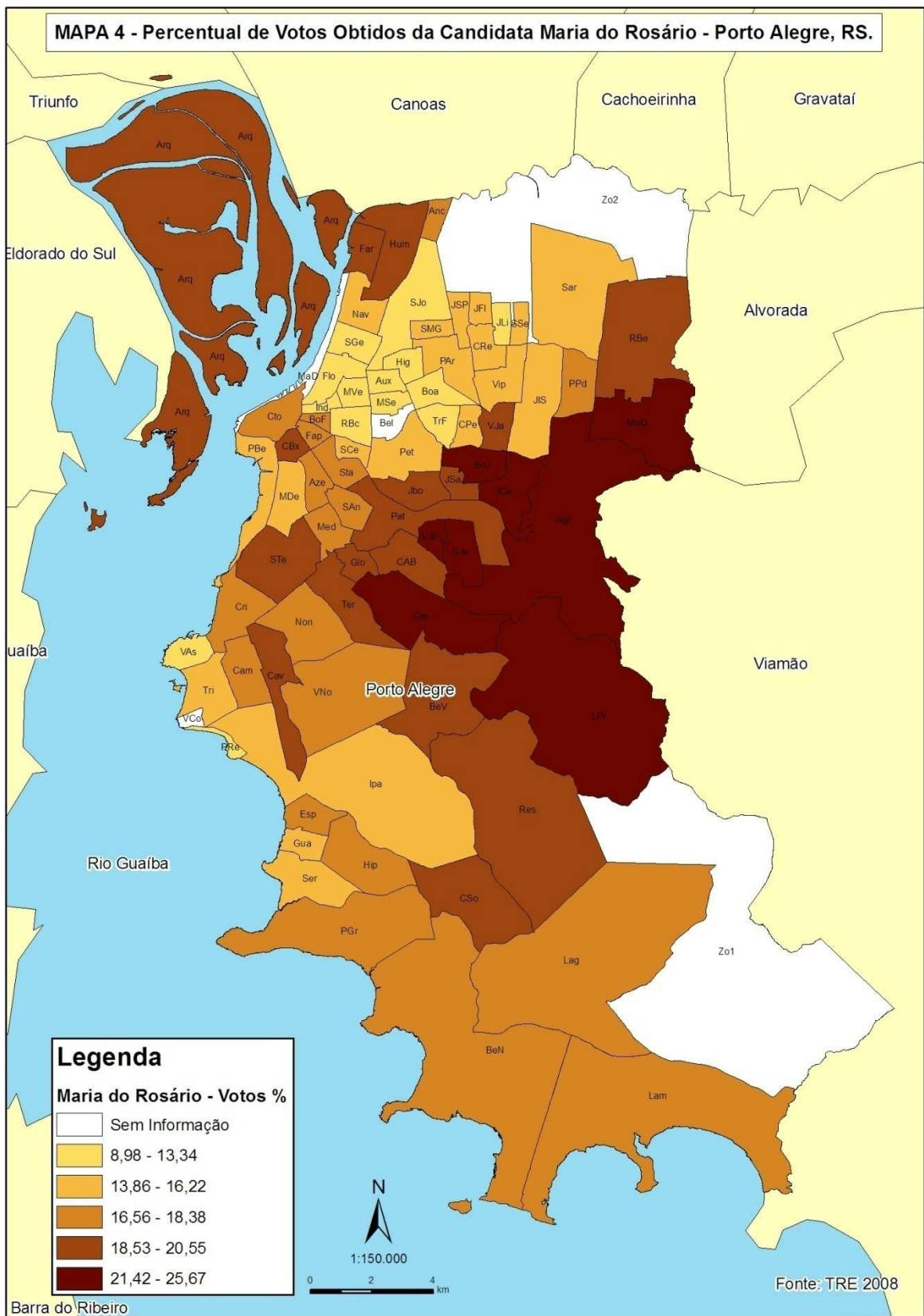
MAPA 3 – Percentual de Votos Obtidos do Candidato José Fogaça nas Eleições de 2008 – Porto Alegre, RS

### 5.2.2 Maria do Rosário

A candidata Maria do Rosário tem um público mais disperso com relação ao centro da cidade. Podemos observar no Mapa 4 que a região Leste da cidade, divisa com o município de Viamão, é uma das regiões que mais apoiou a candidata, tendo média superior a 21% do total de eleitores.

É de se perceber também, que seu público é bem marcante na região centro sul, tendo como exemplo os bairros Teresópolis, Glória, Jardim Botânico entre outras médias superiores a 18%. Mostra-se aqui, uma diferença do candidato José Fogaça, pois este obteve um percentual muito maior na região central enquanto que para as periferias, seu percentual diminuiu.

Outros bairros relevantes para Maria do Rosário encontram-se na região norte da capital, representados pelo bairro Arquipélago, Farroupilha e Humaitá, onde os eleitores apoiaram bastante a candidata.

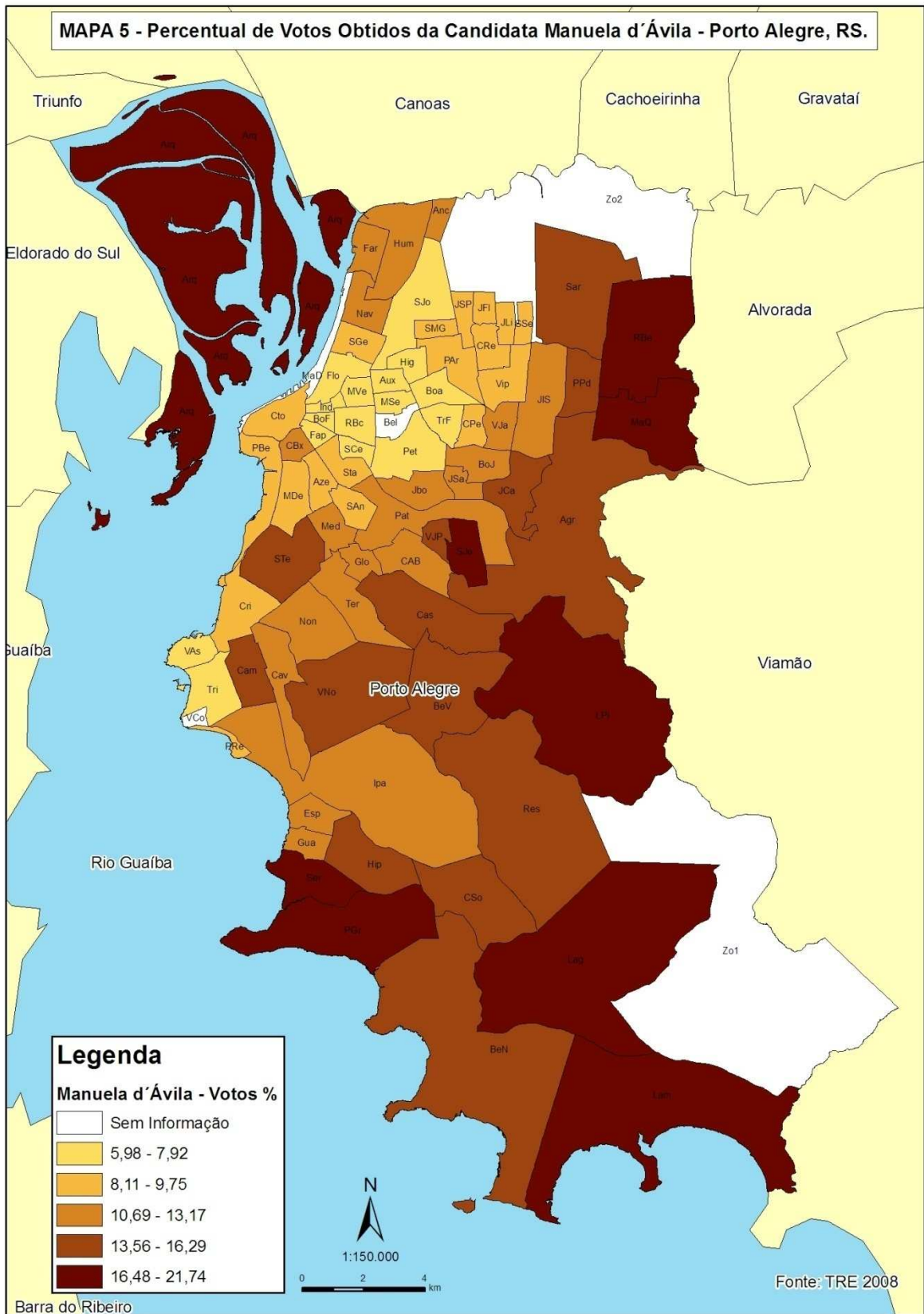


MAPA 4 – Percentual de Votos Obtidos da Candidata Maria do Rosário nas Eleições de 2008 – Porto Alegre, RS

### 5.2.3 Manuela

Manuela apresenta uma distribuição de votos bastante concentrada na periferia de Porto Alegre, Mapa 5. Observa-se que nos bairros Lami, Lageado, Lomba do Pinheiro, Rubem Berta, Mário Quintana, Ponta Grossa, Serraria e Arquipélago, a candidata obteve seus maiores índices percentuais sobre os votos dos bairros, com uma média superior a 16%.

Muito perceptível também o fato de que a candidata obteve baixo percentual de votos na região central, justamente onde se concentra o maior número de locais de votação e, por conseqüência disso, o maior número de eleitores. Essa dispersão em relação em relação aos bairros com maior percentual de eleitores, trouxe em grande diferencial dessa candidata em relação aos dois primeiros colocados, que obtiveram justamente nesses bairros um bom somatório.



MAPA 5 – Percentual de Votos Obtidos da Candidata Manuela d'Ávila nas Eleições de 2008 – Porto Alegre, RS

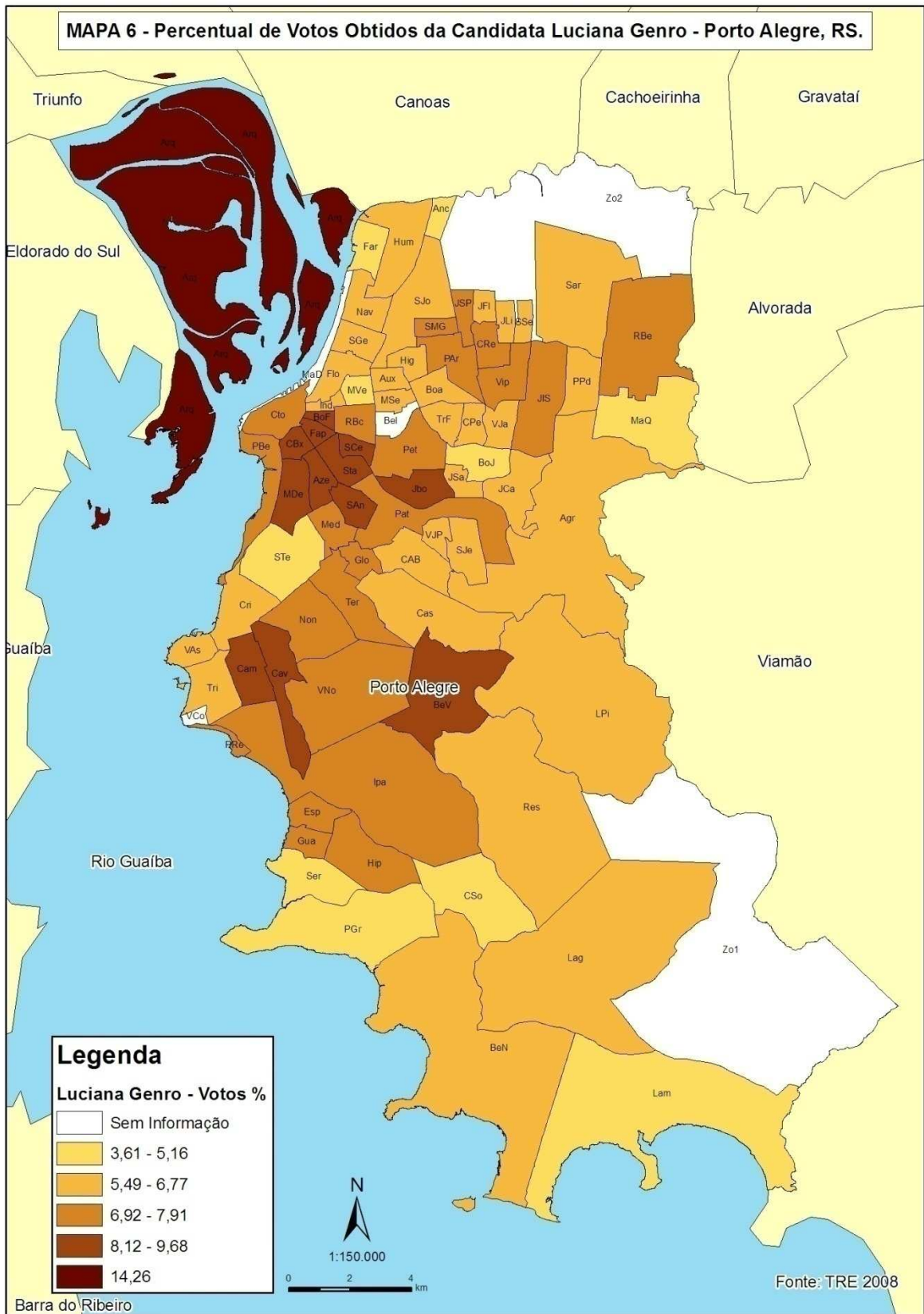


#### **5.2.4 Luciana Genro**

Dos quatros candidatos analisados, Luciana Genro ocupa a última posição. Percebe-se analisando o Mapa 6 que Luciana obteve um percentual de votos considerável apenas no bairro Arquipélago, ainda assim, com aproximadamente 14% do total de eleitores aptos a votar neste bairro.

Luciana Genro também não teve força nos bairros com maior número de eleitores da zona central. Apesar de que, comparando com ela mesma, é ali que ela obtém a melhor resposta depois do Arquipélago, com média variando entre 8,12% e 9,68% nos bairros Camaquã, Cavalhada, Belém Velho, Jardim Botânico, Santo Antônio, Azenha, Menino Deus, Santana, Santa Cecília, Bom Fim, Cidade Baixa e Farroupilha.

Seu percentual mais baixo gira em torno de 3% e 5% em bairros diversos, não definindo um padrão espacial regular.



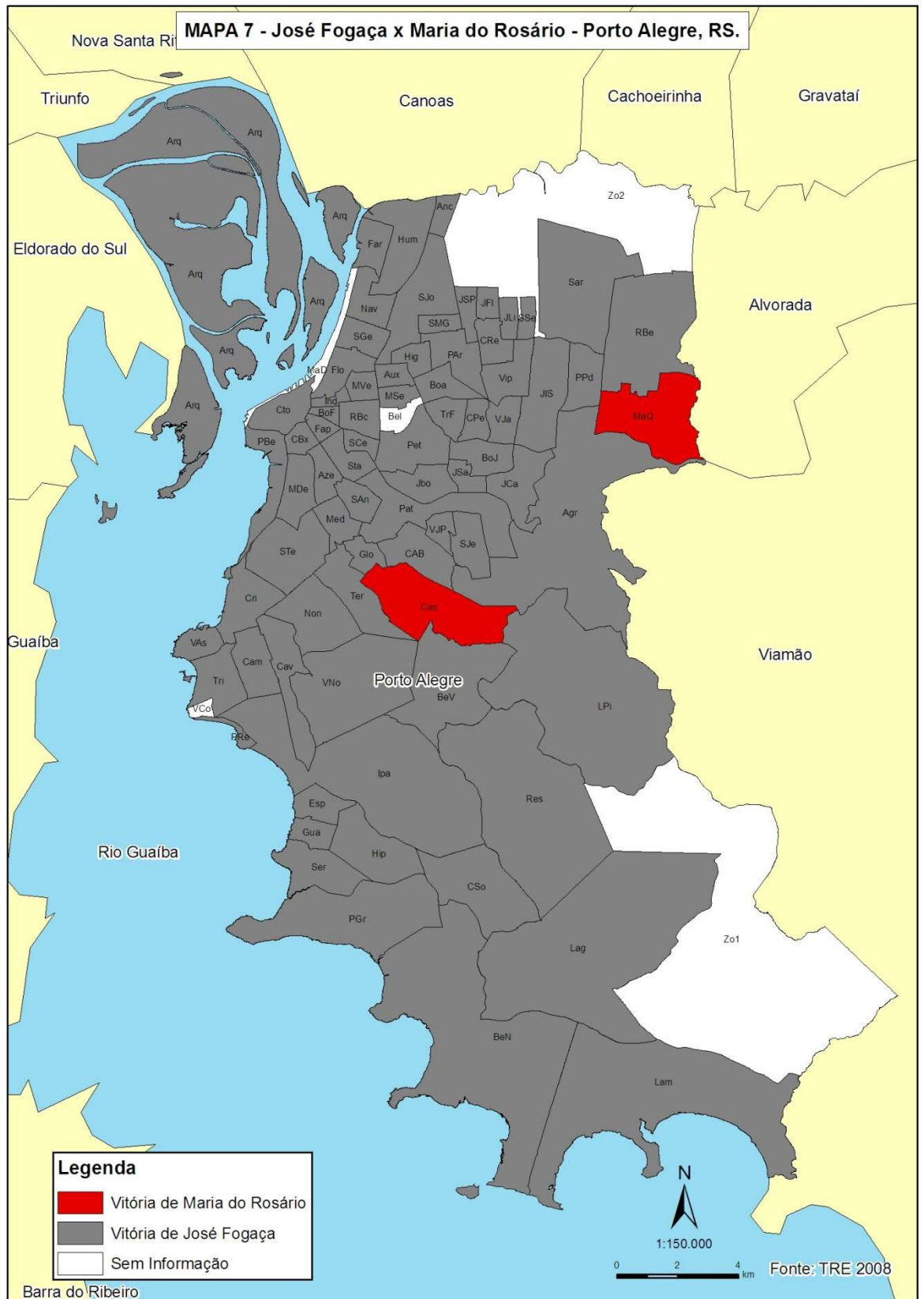
MAPA 6 – Percentual de Votos Obtidos da Candidata Luciana Genro nas Eleições de 2008 – Porto Alegre, RS

### **5.3 Confrontos Diretos**

Nesse item, estabelecemos uma relação espacial entre pares de candidatos. O primeiro cruzamento estabelecido é entre os dois candidatos mais votados José Fogaça e Maria do Rosário. O segundo cruzamento é entre Maria do Rosário e a terceira colocada Manuela. Por fim, o confronto entre a candidata Manuela e a quarta colocada Luciana Genro. Para estabelecermos essa relação espacial, analisamos unicamente os percentuais totais de cada candidato em cada bairro.

#### **5.3.1 José Fogaça x Maria do Rosário**

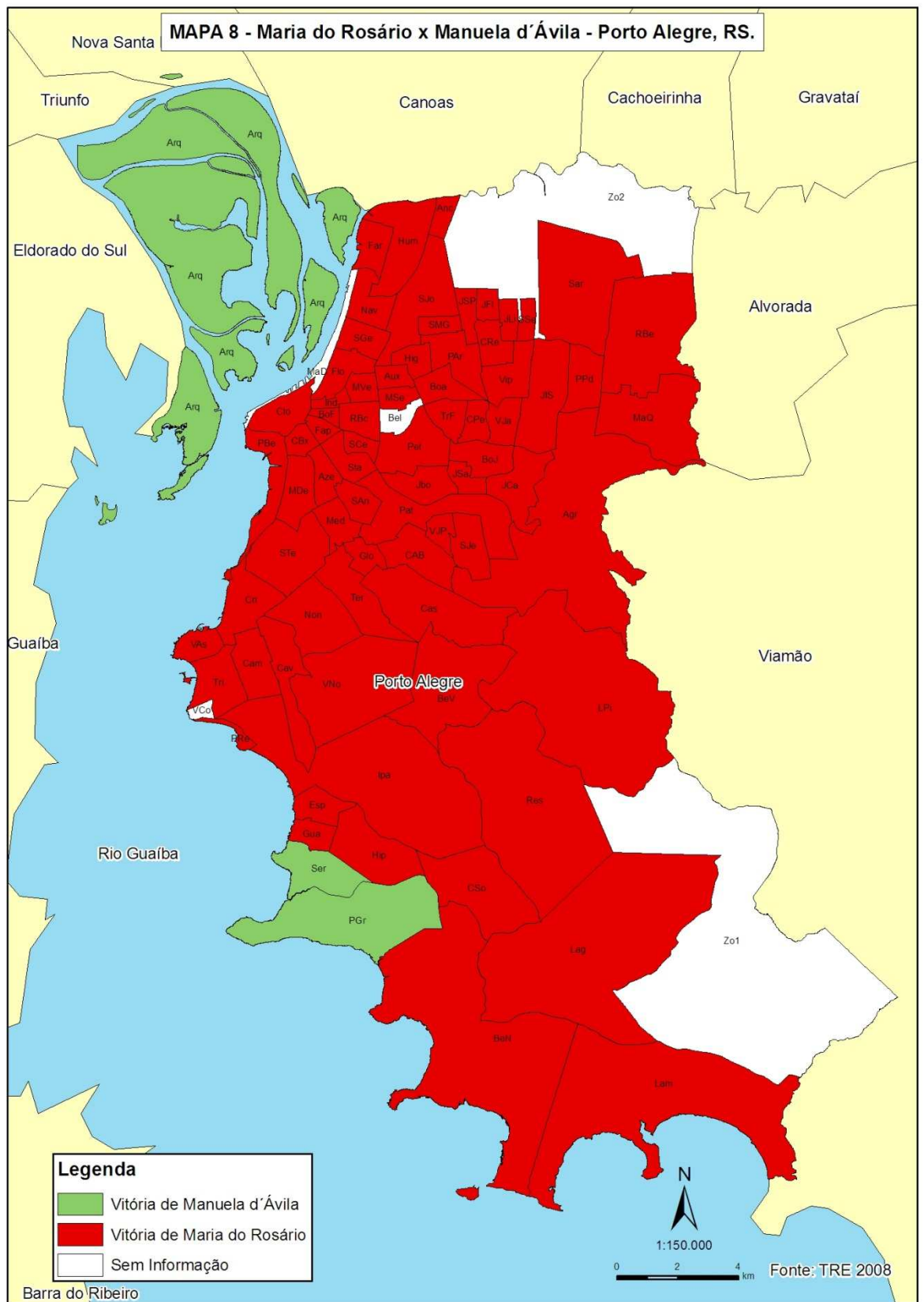
Conforme o Mapa 7, podemos observar que José Fogaça foi superior em praticamente todos os bairros do município, perdendo terreno apenas nos bairros Cascata, por uma diferença de apenas 183 votos de um total de 5.446 eleitores e no bairro Mário Quintana, pela diferença de 277 votos em um total de 12.310 eleitores, ou seja, uma diferença muito pequena.



MAPA 7 – Relação entre o percentual de votos obtidos pelos candidatos José Fogaça e Maria do Rosário nas eleições municipais de 2008, Porto Alegre - RS

### **5.3.2 Maria do Rosário x Manuela**

Não muito diferente do que aconteceu no caso anterior, o embate entre a candidata Maria do Rosário e Manuela se mostrou bem dominado pela candidata do PT. Mesmo com uma diferença de 58.355 votos, nos três bairros representados no Mapa 8, Manuela obteve vitória no bairro Arquipélago de apenas 71 votos, no bairro Ponta Grossa com 19 votos e, por fim, no bairro Serraria com 66 votos de diferença, ou seja, mesmo tendo perdido para Maria do Rosário, Manuela, nos bairros em que teve vantagem sobre a concorrente, seu número de votos foi muito pequeno.



MAPA 8 – Relação entre o percentual de votos obtidos pelas candidatas Maria do Rosário e Manuela d'Ávila nas eleições municipais de 2008, Porto Alegre - RS

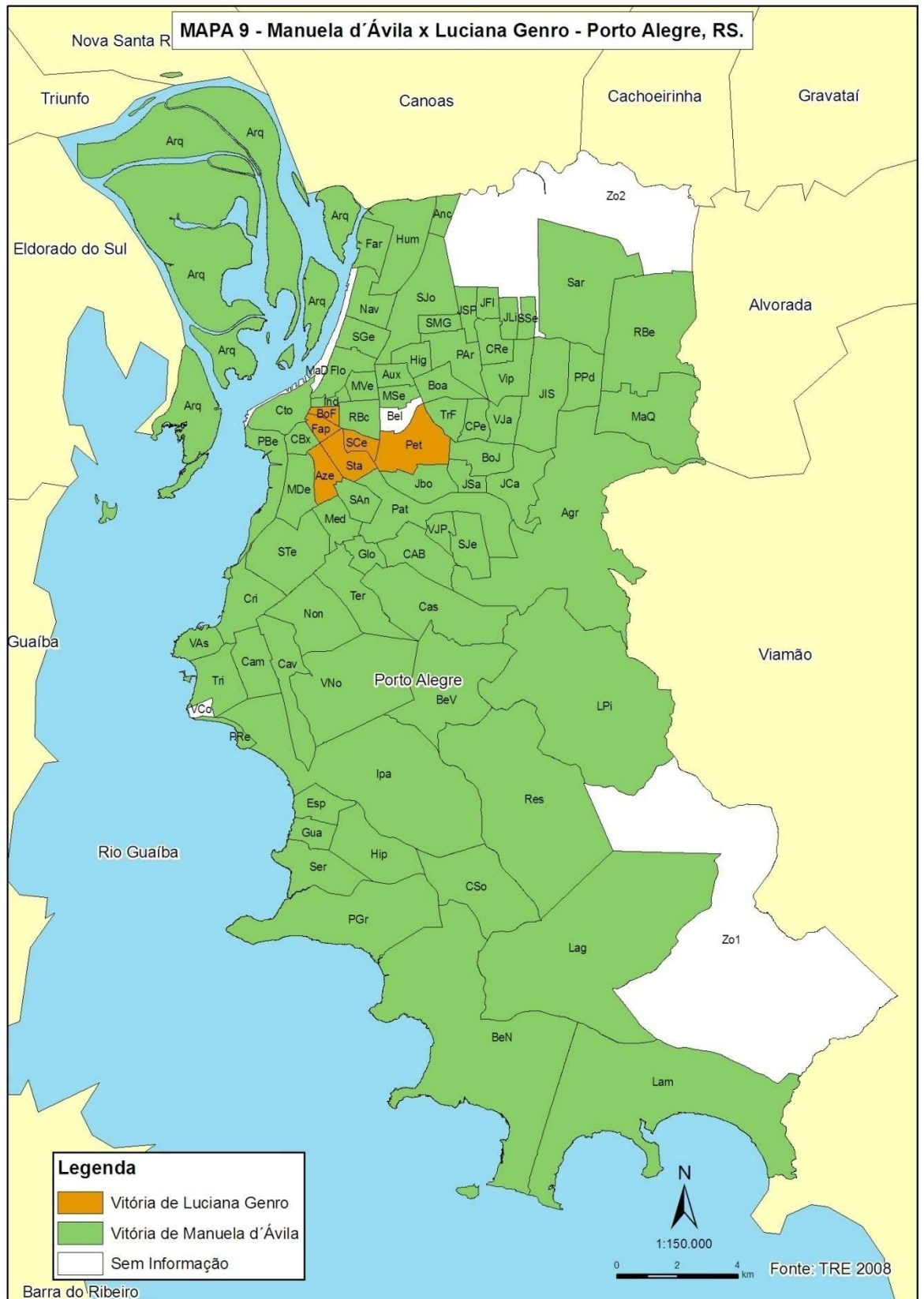
### 5.3.3 Manuela x Luciana Genro

Entre as candidatas Manuela e Luciana Genro é onde obtivemos a maior diferença na disputa nos bairros no primeiro turno das eleições de 2008. Mesmo sendo pequena a diferença, foi só entre essas duas candidatas que podemos perceber uma vantagem da candidata derrotada em alguns bairros. A Tabela 7 mostra os bairros onde se deu essa diferença.

TABELA 8 – Disputa entre Luciana Genro e Manuela nas eleições de 2008, Porto Alegre, RS

<b>BAIRRO</b>	<b>Votos Luciana Genro</b>	<b>Votos Manuela</b>	<b>Total Eleitores</b>	<b>Votos a mais de Luciana Genro</b>
<b>Azenha</b>	1325	1287	14788	38
<b>Bom Fim</b>	622	443	7028	179
<b>Farroupilha</b>	520	410	5772	110
<b>Petropolis</b>	2321	2292	33552	29
<b>Santa Cecilia</b>	628	604	7729	24
<b>Santana</b>	1334	1287	15860	47
			<b>Total</b>	<b>427</b>

É perceptível que ocorre uma concentração espacial na região mais ao centro sul de Porto Alegre, como mostra o Mapa 9, dos locais onde Luciana Genro venceu estão bem.



MAPA 9 – Relação entre o percentual de votos obtidos pelas candidatas Manuela d'Ávila e Luciana Genro nas eleições municipais de 2008, Porto Alegre - RS



## 5.4 Educação

Conforme a Prefeitura de Porto Alegre, a cidade conta com 93 escolas públicas municipais, sendo 39 delas de ensino infantil, 51 de ensino fundamental (sendo quatro delas de educação especial), duas de ensino médio e uma de ensino básico; e 258 escolas públicas estaduais, além de 4 escolas públicas federais. O município também dispõe de algumas dezenas de escolas particulares, sendo que grande parte delas pertencem a congregações religiosas católicas.

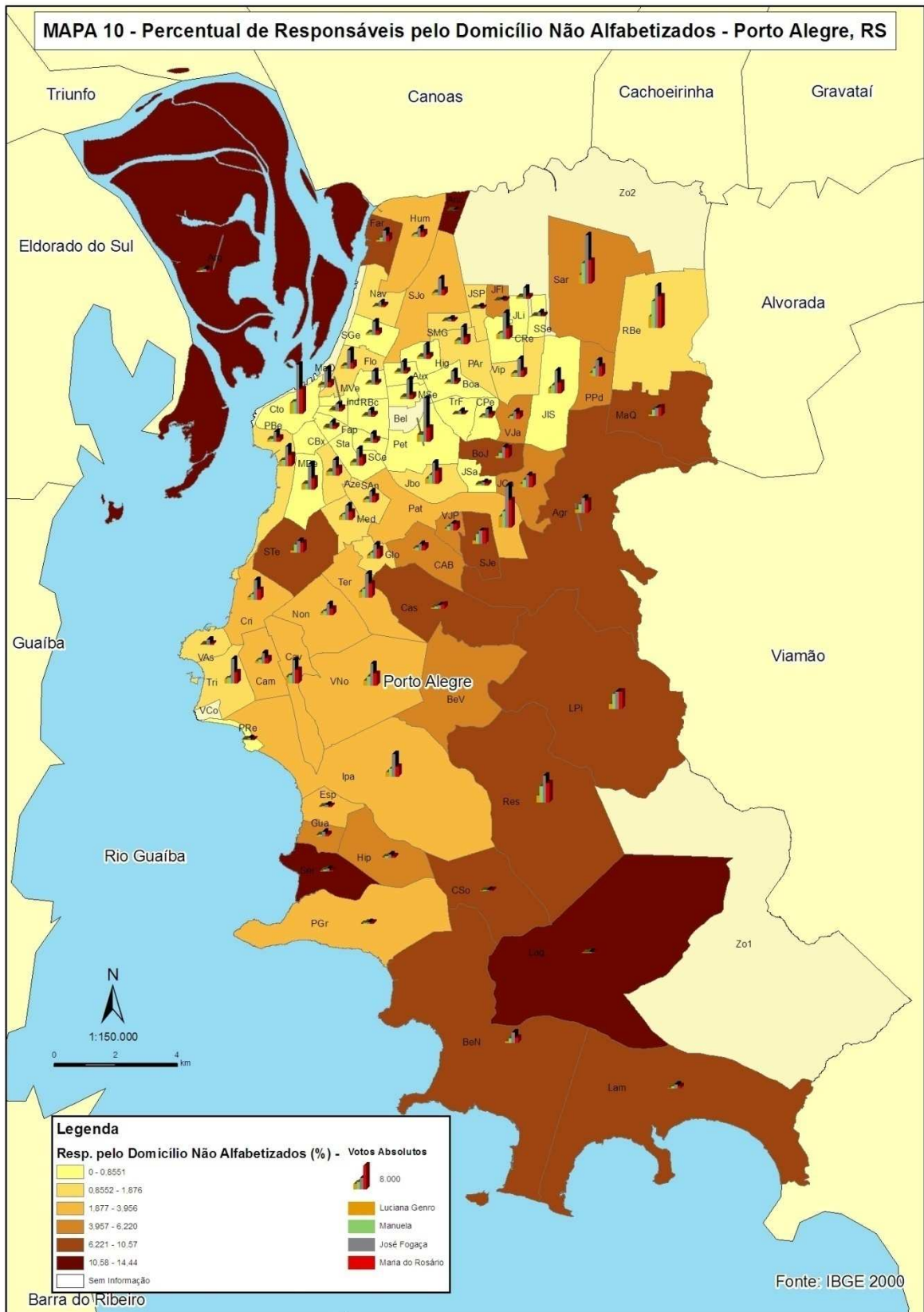
No ensino médio Porto Alegre possui uma escola entre as melhores instituições do Brasil. No ENEM 2007 o Colégio Militar de Porto Alegre ficou em 14º lugar entre as escolas públicas.

Porto Alegre conta com diversas faculdades e algumas universidades. A cidade possui duas universidades federais, a UFCSPA e a UFRGS, e uma estadual, a UERGS. A maior universidade privada de Porto Alegre é a PUCRS, que também é a maior universidade privada do Sul do país.

Mesmo tendo uma rede de ensino bastante grande, a cidade conta com um número grande de adultos analfabetos, problema este encontrado em diversas cidades do país. Nesse parâmetro, resolvemos coletar as informações pertinentes aos responsáveis pelo domicílio onde vivem que não tenham sido alfabetizados, para verificar em que tipo de educação cada candidato exerce maior poder em obter votos.

No Mapa 10, temos o percentual de responsáveis pelo domicílio que não são alfabetizados. Como pode perceber-se, Porto Alegre tem chegado a ter até 14,44% de responsáveis pelo domicílio que não sabem ler nem escrever. O percentual mais alto aparece nos bairros Arquipélago, Serraria, Lageado e Anchieta, variando entre 10,58% e 14,44%.

Nesses bairros é visível que a diferença entre todos os candidatos não é tão sobressalente, apesar da vitória do candidato José Fogaça em quase todos os bairros, nota-se aqui, que os outros candidatos possuem um poder de obter votos nessas regiões. No bairro Lageado, Fogaça obteve 330 votos, contra 201 de Maria do Rosário, 69 de Luciana Genro e 199 de Manuela, já no bairro Jardim Botânico os votos são, 7018, 4330, 1872 e 2865 respectivamente.



MAPA 10 – Mapa percentual de responsáveis pelo domicílio que não são alfabetizados e votos absolutos dos candidatos nas eleições municipais de 2008, Porto alegre - RS

### 5.4.1 Infra-estrutura

Segundo informações da Prefeitura, Porto Alegre conta com um índice 100% da população atendida com água, sendo que a população residente em loteamentos irregulares, áreas de risco ou zonas de preservação ambiental é atendida pelo serviço gratuito de carros-pipas. O município conta com uma capacidade de tratamento do esgoto coletado de até 27%, porém, 20% do esgoto coletado atualmente na cidade são tratados.

O Departamento Municipal de Água e Esgoto (DMAE) capta a água bruta do Lago Guaíba e, em pequena quantidade, da Represa da Lomba do Sabão (na divisa entre Porto Alegre e Viamão). A água bruta passa por um gradeamento, que retém os sólidos de maior volume, para depois ser conduzida às estações de tratamento de água.

Para atender à população, O DMAE criou, em abril de 2005, o Programa Água Certa. Com o objetivo de corrigir as ligações de água irregulares que põem em risco a saúde e a qualidade de vida dos usuários de áreas populares, além de provocar desperdício de água. A iniciativa conta com a parceria da Secretaria Municipal de Coordenação Política e Governança Local e das associações de bairros. O Água Certa também realiza mutirões de parcelamento de dívidas de água direto nas comunidades. Nesses mutirões o Dmae oferece condições facilitadas para os moradores parcelarem as suas dívidas de água - o pagamento é sem entrada e o número de prestações varia conforme o valor da conta.

Em 2007 o DMAE recebeu o certificado ISO 9001:2000 pela boa qualidade de seus serviços, apresentando os seguintes números:

- Extensão da rede distribuidora de água: 3.615,35 km
- Número de ligações de água: 271.282
- Economias atendidas: 581.101 (economias não ligadas à rede pública são atendidas gratuitamente com carros-pipa)
- Índice de hidrometração: 96,69%
- Estações de tratamento de água (ETAs): 8
- Estações de bombeamento de água bruta (EBABs): 8
- Estações de bombeamento de água tratada (EBATs): 92
- Reservatórios: 99
- Capacidade total de armazenamento dos reservatórios: 193.890 m<sup>3</sup>

- Carros-pipa: 13
- Volume médio de água distribuída pelos pipas: 172.297m<sup>3</sup>/ano (2006)
- Índice da população com esgoto coletado: 85%

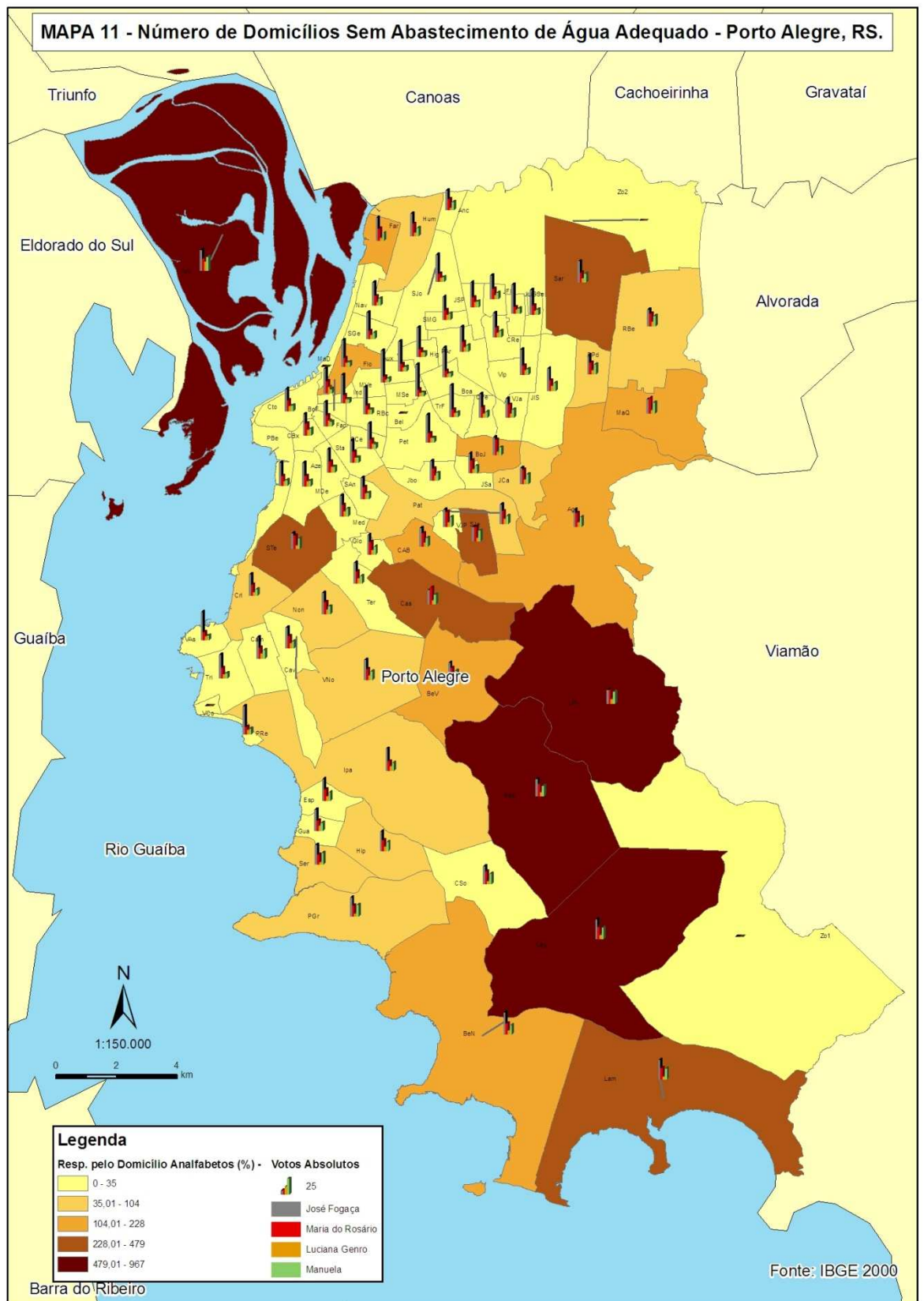
Julgamos interessante analisar como se comportam os candidatos nos bairros sem abastecimento de água adequado para poder perceber que tipo de público eles atingiram e se suas futuras campanhas deverão ser repensadas para atingir o eleitorado necessitado desse tipo de serviço.

Porto Alegre apresenta uma distribuição bem difusa com relação aos bairros com grande número de domicílios sem abastecimento de água adequado. Percebe-se visualizando o mapa 11 que temos quatro bairros com mais de 479 domicílios em situação irregular, sendo o bairro Lageado, mais ao sul do município, o bairro com 967 domicílios sem abastecimento de água adequado.

Lomba do Pinheiro, Restinga e o bairro Arquipélago também apresentam elevada taxa de domicílios. No Bairro Lomba do Pinheiro, o candidato José Fogaça obteve um resultado inferior ao de Maria do Rosário (diferença de 94 votos) e também obteve pouca vantagem sobre a candidata Manuela (apenas 39 votos a mais).

O melhor desempenho da candidata Luciana Genro nesse item refere-se aos bairros Rubem Berta, Centro e Partenon, obtendo, respectivamente 3.908, 3.643 e 3552 votos, Luciana mostra que seu poder político está em bairros com maior grau de infra-estrutura. A candidata Manuela também teve seu maior número de votos no bairro Rubem Berta, mas nos bairros Sarandi e Partenon, Manuela conseguiu obter um total de 12.121 votos em bairros com uma menor infra-estrutura de abastecimento de água.

Percebemos que as candidatas Maria do Rosário e Manuela obtêm um desempenho semelhante em bairros que possuem maior número de domicílios sem abastecimento de água adequado. Luciana Genro apresentou um comportamento padrão nesse item, tendo apenas no bairro Arquipélago um grande percentual de votos. José Fogaça obteve um bom desempenho em todos os bairros, apresentando uma pequena queda apenas na Lomba do Pinheiro, mas teve seu público alvo em bairros com quase nenhum registro de casa sem abastecimento de água, como por exemplo, o bairro Moinhos de Vento, que, segundo o IBGE, apresenta apenas dois domicílios em tais condições.



MAPA 11 – Mapa de número de domicílios sem abastecimento de água adequado e votos absolutos dos candidatos nas eleições municipais de 2008, Porto alegre - RS

## 5.5 Rendimento

O município de Porto Alegre apresenta uma renda média familiar de R\$ 2.172,00 reais, sendo que 27% da população são pertencentes às classes A e B (IBGE, 2000; Urban Systems, 2004). Para definir quais classes existem, utilizamos a metodologia do IBGE, que define assim:

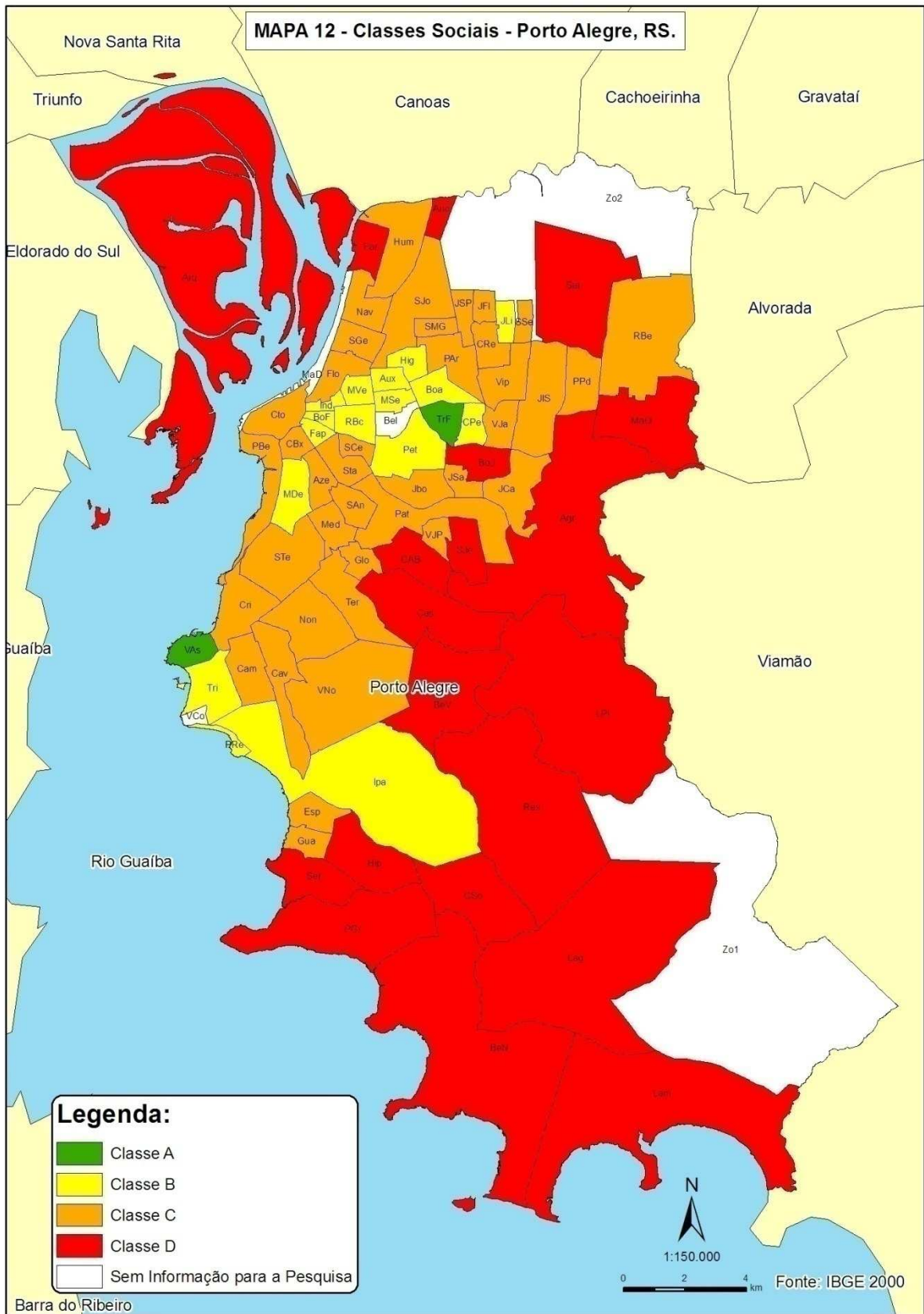
- Classe A: Acima de 30 salários mínimos
- Classe B: De 15 a 30 salários mínimos
- Classe C: De 6 a 15 salários mínimos
- Classe D: De 2 a 6 salários mínimos
- Classe E: Até 2 salários mínimos

Os bairros com maior renda média familiar são: Três Figueiras, Bela Vista (este não faz parte da pesquisa, pois não possui local de votação) e Moinhos de Vento. Estão localizados próximo ao centro da cidade e contam com facilidades como boas escolas, universidades, hospitais, shopping Center e diversificadas áreas de comércio em geral. Na Tabela 8 são apresentados os percentuais de votos obtidos de cada candidato em cada classe e o número de bairros que abrangem e o Mapa 12 faz a espacialização geográfica destes dados.

TABELA 9 – Percentual de Voto de Cada Candidato em Cada Classe Social

CLASSE SOCIAL	NÚMERO DE BAIROS	FOGAÇA (%)	MARIA DO ROSÁRIO (%)	LUCIANA GENRO (%)	MANUELA (%)
Classe A	2	45,43	12,54	6,29	7,35
Classe B	16	41,09	13,64	6,79	7,86
Classe C	39	32,76	17,67	7,40	11,57
Classe D	20	27,82	19,59	6,21	15,35

Os mapas a seguir são as representações espaciais dos dados apresentados na tabela anterior através dos objetos geográficos correspondentes aos bairros de Porto Alegre (Mapa 12).



MAPA 12 – Mapa de classes sociais no município de Porto Alegre - RS

### 5.5.1 CLASSE A

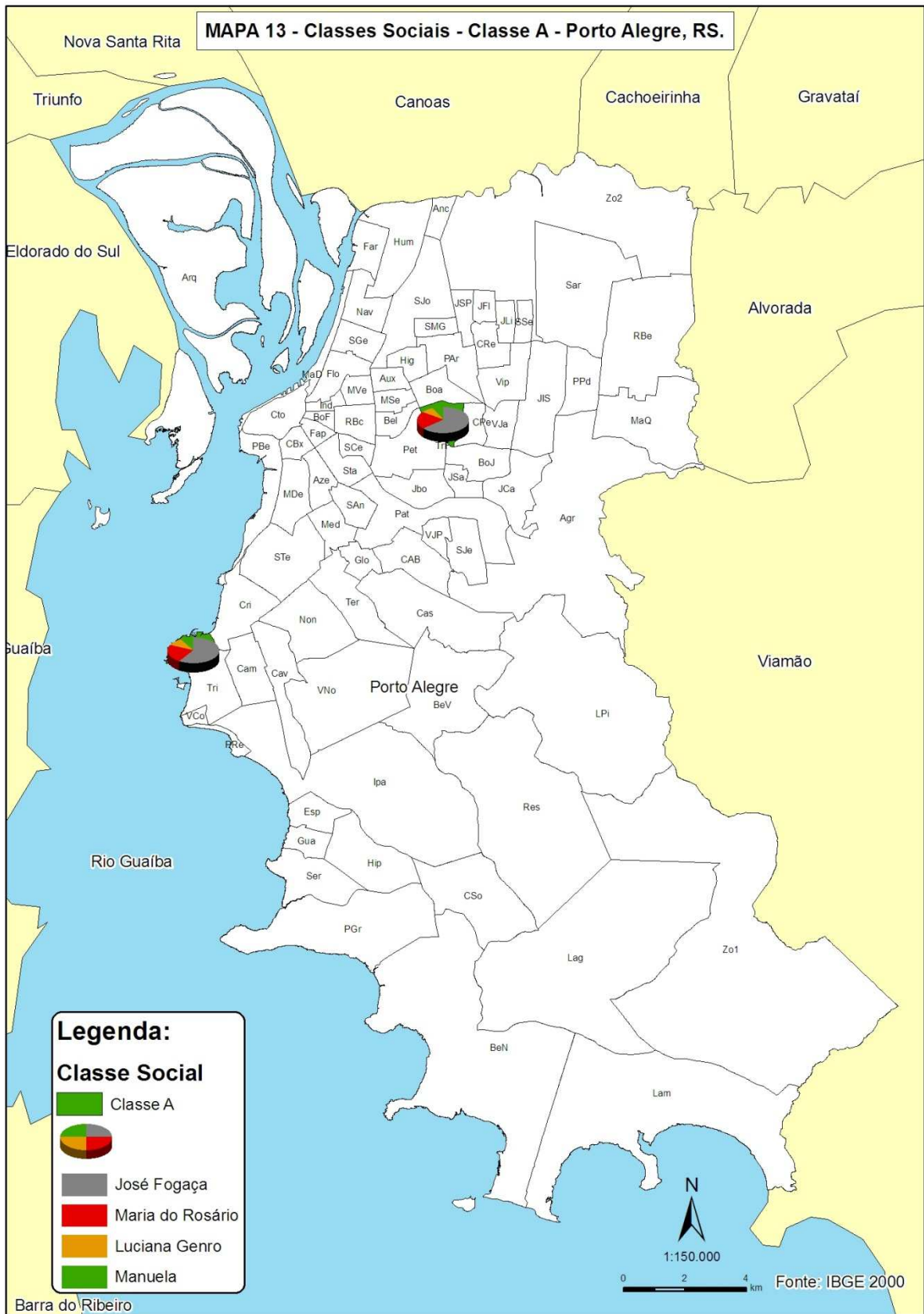
Com apenas dois bairros nessa classe, Três Figueiras e Vila Assunção, percebe-se que o candidato José Fogaça apresenta, aqui, grande vantagem sobre os demais concorrentes na classe mais alta segundo os padrões do IBGE (Mapa 13)

Para o bairro Vila Assunção, Maria do Rosário apresenta um total de 512 votos (13,01%) contra 302 votos (7,67%) da candidata Manuela e 257 votos (6,53%) da candidata Luciana Genro, traduzindo-se uma vantagem considerável desta candidata perante as outras. Já José Fogaça obteve 1722 votos, perfazendo 43,75% do total de votos do bairro.

No bairro Três Figueiras, José Fogaça chegou aos 1184 votos, com 48,13% do total possível, Maria do Rosário obteve 290 votos (11,79%), Manuela chegou aos 168 votos (6,83) e Luciana Genro ficou na casa dos 145 votos (5,89).

Percebe-se então que José Fogaça domina amplamente a classe A do município de Porto Alegre, classe essa que é composta, normalmente, por pessoas influentes e que podem participar das campanhas dos candidatos.





MAPA 13 – Mapa de Classe Social A e Proporção dos Votos dos Candidatos nas Eleições 2008, Porto Alegre - RS

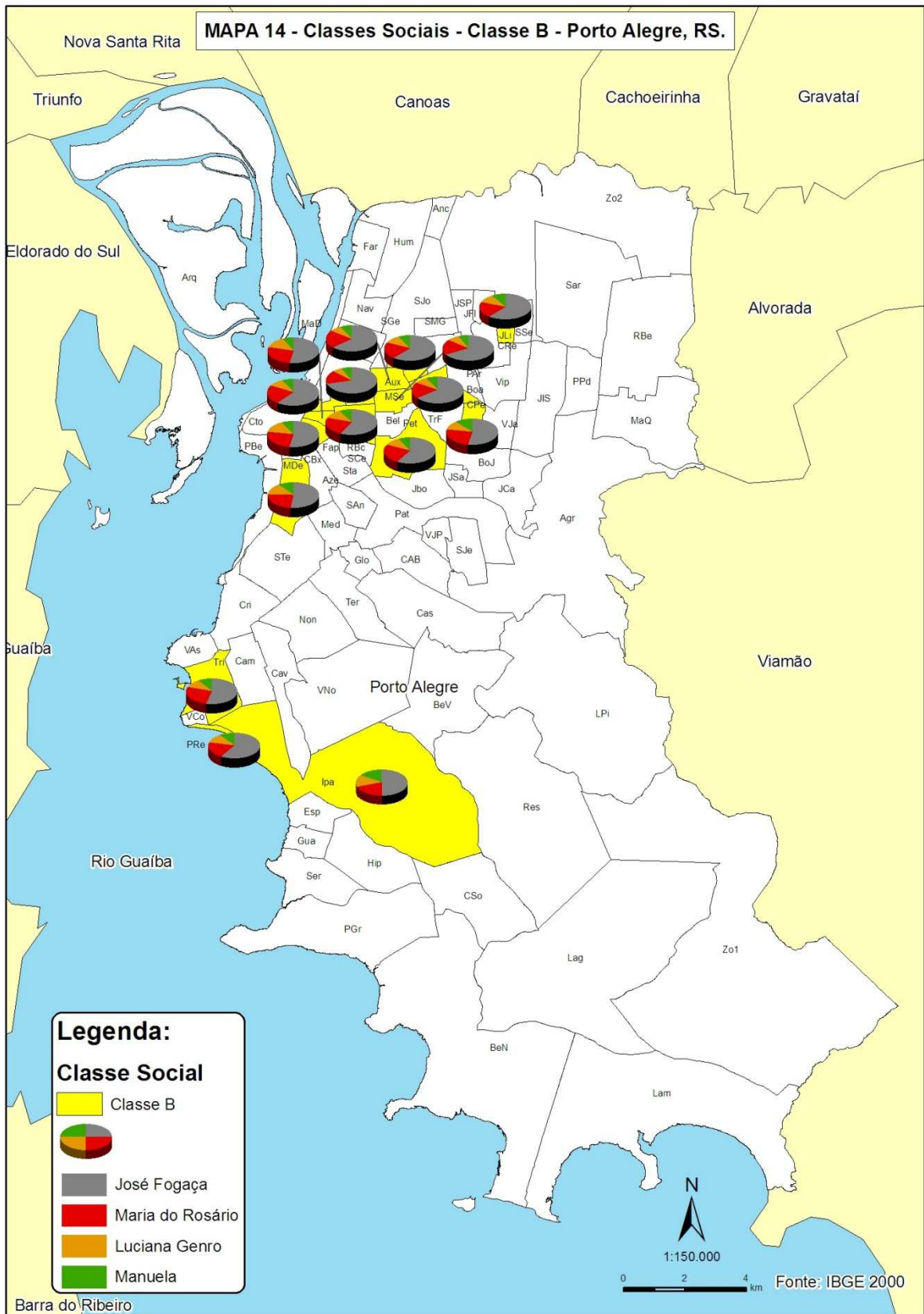
### 5.5.2 CLASSE B

Para a classe B, Porto Alegre apresenta 16 bairros, sendo eles: Auxiliadora, Boa Vista, Bom Fim, Chácara das Pedras, Farroupilha, Higienópolis, Independência, Ipanema, Jardim Lindóia, Menino Deus, Moinhos de Vento, Mont Serrat, Pedra Redonda, Petrópolis, Rio Branco e Tristeza.

No bairro Mont Serrat é curioso verificar que, para esta classe, José Fogaça obteve o seu maior percentual de votos totais (49,69%), enquanto Maria do Rosário, Manuela e Luciana Genro obtiveram, respectivamente, 8,98%, 6,25% e 4,36%, seus menores resultados para a classe B.

Já o bairro onde José Fogaça obteve menor percentual foi o bairro Ipanema, com 34,70% do total de votos. Para a candidata Manuela, este bairro foi o que ela mais se sobressaiu, tendo conquistado 12,78% dos votos.

O melhor desempenho de Maria do Rosário se deu no bairro Bom Fim com 17,42% dos votos e o da candidata Luciana Genro se deu no bairro Farroupilha com 9,01% dos votos.



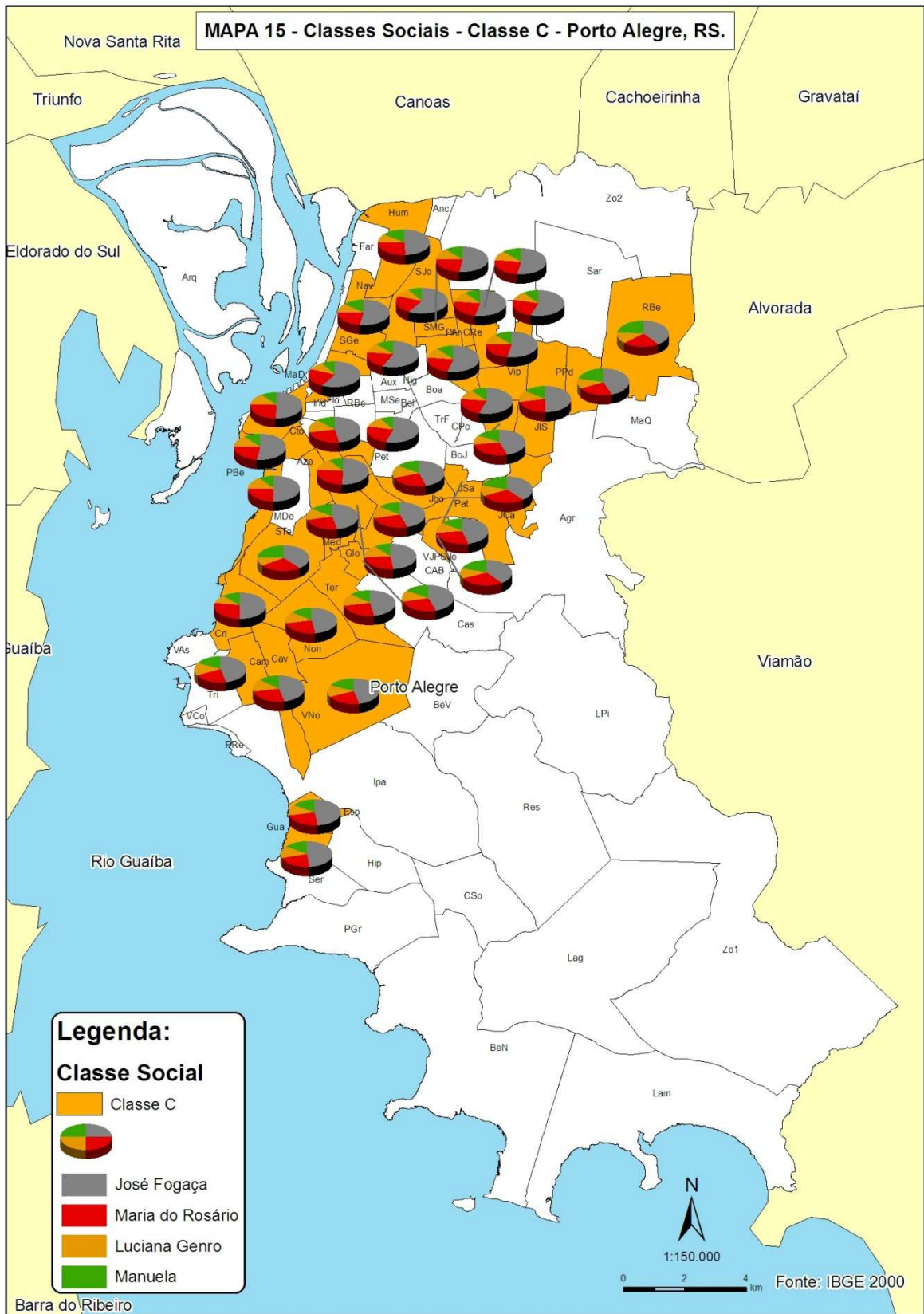
MAPA 14 – Mapa de Classe Social B e Proporção dos Votos dos Candidatos nas Eleições 2008, Porto Alegre - RS

### 5.5.3 CLASSE C

Bem concentrada na região Central de Porto Alegre, a classe C é a que se faz mais presente, tendo 39 bairros com esse padrão de rendimento, mapa 15.

José Fogaça apresenta sua maior representatividade de votos obtidos no bairro São João, com 5.723 votos de um total de 13.433 votos e sua menor representatividade ficou no bairro Santa Tereza, com 3.957 de 16.346 votos.

Maria do Rosário teve seu melhor desempenho nessa classe no bairro Vila João Pessoa, com 1.957 votos de um total de 8.564 votos, já Luciana Genro obteve maior vantagem no bairro Cidade Baixa, conquistando 1.759 dos 19.553 votos dos locais de votação e a candidata Manuela deteve seu melhor resultado no bairro Rubem Berta, com 8.865 de 53.783 votos. Os piores desempenhos destas candidatas se deram nos bairros São Geraldo (Maria do Rosário), Santa Tereza (Luciana Genro) e Floresta (Manuela).



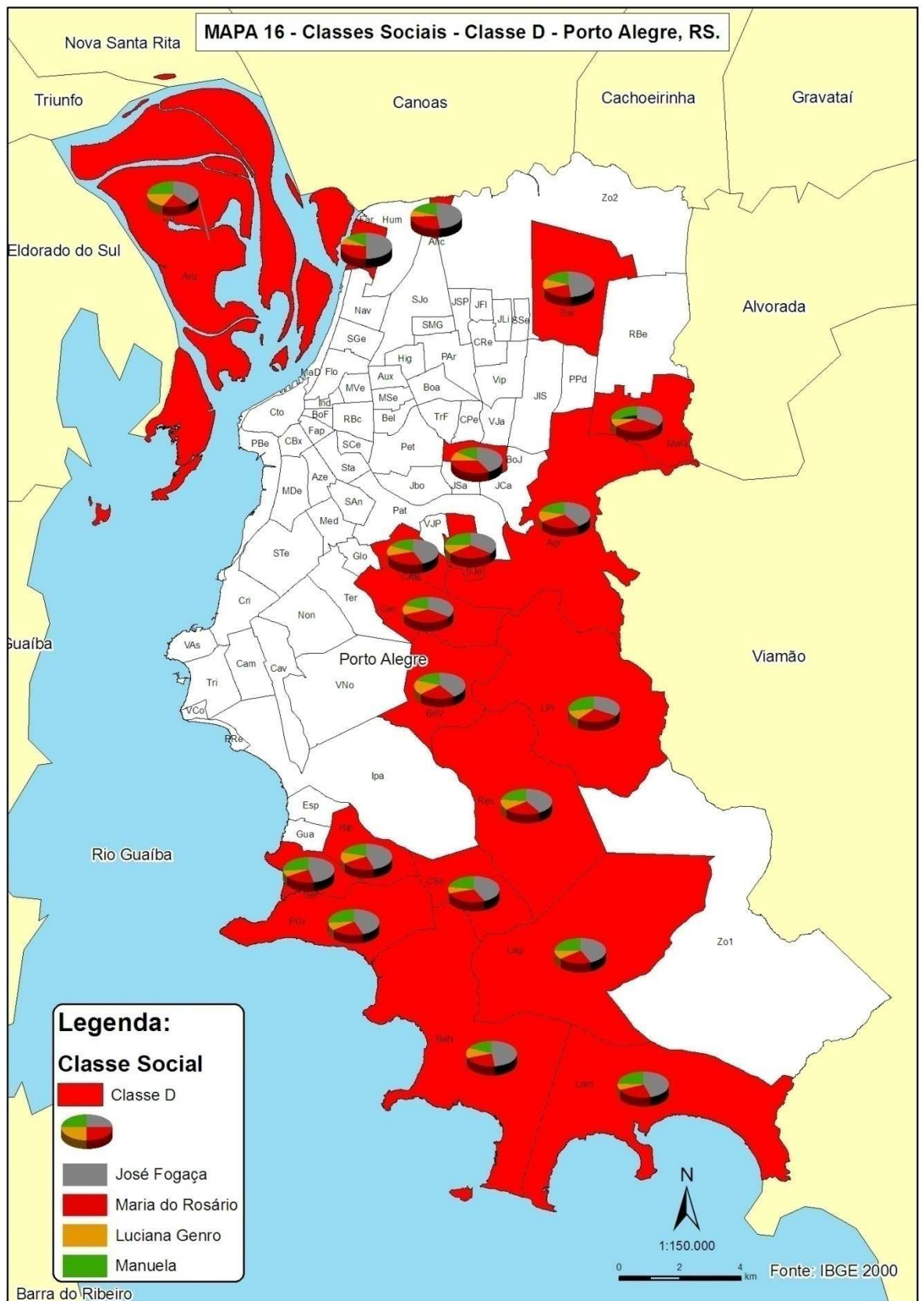
MAPA 15 – Mapa de Classe Social C e Proporção dos Votos dos Candidatos nas Eleições 2008, Porto Alegre - RS

#### 5.5.4 CLASSE D

A classe D apresenta uma configuração bem interessante em Porto Alegre, aparecendo, principalmente, nas zonas periféricas do município. Presente nos bairros Agronomia, Anchieta, Arquipélago, Belém Novo, Belém Velho, Bom Jesus, Cascata, Coronel Aparício Borges, Chapéu do Sol, Farrapos, Hípica, Lageado, Lami, Lomba do Pinheiro, Mário Quintana, Ponta Grossa, Restinga, São José, Sarandi e Serraria.

Fogaça tem o menor percentual de votos no bairro Lomba do Pinheiro, com 21,62% do total de votos, Maria do Rosário tem seu pior desempenho no bairro Serraria com 15,29% dos votos, Manuela apresenta sua pior marca no bairro Bom Jesus com 11,69% e Luciana Genro apresenta sua mais fraca campanha eleitoral também no bairro Serraria, apresentando apenas 3,61% dos votos.

Já nos bairros que os candidatos apresentaram maior vantagem, destaca-se para Luciana Genro e Manuela o bairro Arquipélago, com, respectivamente, 14,26% e 21,74% dos votos; para Maria do Rosário, o bairro Cascata é o que se mostra mais fiel à sua campanha, com 25,67% dos votos e para José Fogaça, na classe D, o bairro Farrapos é o que se mostrou mais apoiador das suas idéias, dando-lhe 35,67 % do total de votos.



MAPA 16 – Mapa de Classe Social D e Proporção dos Votos dos Candidatos nas Eleições 2008, Porto Alegre - RS

## 6 RESULTADOS E CONCLUSÕES

O objetivo deste trabalho consistiu em obter uma análise entre os candidatos à Prefeitura de Porto Alegre nas Eleições de 2008 utilizando como metodologia o Geomarketing Político e o Geomarketing Eleitoral e tendo como área de estudo os bairros do município para observar qual foi o desempenho dos candidatos José Fogaça, Maria do Rosário, Manuela d'Ávila e Luciana Genro e suas áreas de maior poder político.

Essa análise comparativa entre os quatro candidatos nos remeteu a outras diversas possibilidades de se espacializar os votos e dados de diversas naturezas (economia, educação, infra-estrutura etc.) fazendo cruzamentos destes dados e obtendo outras análises para, posteriormente, representá-los espacialmente.

Os números finais e os mapas produzidos refletiram como foram as Eleições de 2008. José Fogaça foi o grande vencedor do primeiro turno, tendo sido derrotado apenas em dois bairros (Cascatinha e Mário Quintana) para a segunda colocada, a candidata Maria do Rosário. Já na segunda disputa analisada, Maria do Rosário obteve, também, um grande resultado se comparado com a sua rival Manuela d'Ávila, perdendo apenas nos bairros Arquipélago, Ponta Grossa e Serraria. E, por último, no confronto entre Manuela e Luciana Genro, a primeira teve de disputar mais bairros, pois perdeu nos bairros Bom Fim, Farroupilha, Santa Cecília, Santana, Azenha e Petrópolis.

Devido ao conceito de poder que está ligado à obediência e a forma de domínio de certo partido ou candidato, os eleitores de Porto Alegre acabaram por aprovar, para o segundo turno, os candidatos José Fogaça e Maria do Rosário, pois as áreas de melhor desempenho dos candidatos são também suas áreas de maior influência e poder político.

O candidato José Fogaça obteve um desempenho superior em todos os bairros, talvez por estar em condição de candidato à reeleição e a população já o ter recebido com certo favoritismo talvez explique suas áreas de influência e de poder político, que nesse caso abrange todos os quesitos estudados (educação, infra-estrutura e economia).



No que tange a candidata Maria do Rosário seu melhor desempenho encontra-se associado às regiões mais centrais do município. Nessas regiões, predominantemente, temos bons volumes de infra-estrutura, educação e renda. Trabalhando principalmente pelo bem-estar da população, sendo ela através da educação ou de classes menos favorecidas, obteve seus melhores desempenhos junto a bairros com características que demonstram isso. Acreditamos que as áreas de melhor desempenho da candidata são também suas áreas de influência e poder político, porém, ainda não é suficiente para poder vencer José Fogaça, devendo, deste modo, rever sua campanha e seu eleitorado alvo.

Tendo um melhor desempenho em suas áreas de influência e poder político, a candidata Manuela obteve seu maior número de votos junto aos bairros que possuem menos infra-estrutura, onde se têm maior número de responsáveis por domicílio não alfabetizados e onde nas classes C e D, fazendo sentido com sua campanha de trabalhar com os menos favorecidos. Manuela parece levar consigo os votos que já a fizeram deputada, pois, nas eleições de 2006 obteve 271.939 votos e para a prefeitura, recebeu 121.232 votos.

Participando de uma ala mais radical da política gaúcha, Luciana Genro teve um desempenho fraco se confrontada diretamente com os outros três primeiros colocados no primeiro turno. Seus principais eleitores apareceram nas regiões menos dotadas de infra-estrutura, maior pobreza e menor educação, fazendo jus à sua campanha socialista, refletindo nessa pesquisa, que tem por objetivo mostrar as áreas de influência e poder político, que a candidata teve seu melhor desempenho nas áreas de sua campanha.

Percebemos que os candidatos conseguem maior número de votos juntos as populações que se identificam com suas propostas de trabalho.

Mesmo com um favoritismo explicado por já possuir um mandato como prefeito, José Fogaça teve concorrentes fortes, Manuela e Maria do Rosário se mostraram passíveis de, nas próximas eleições, captar mais votos junto aos eleitores com mais qualidade de vida e assim, ocupar a Prefeitura. Dos quatro candidatos estudados, apenas a Luciana Genro está mais longe de conseguir seus objetivos, pois obteve um número pequeno de votos, devendo focar sua campanha em bairros com maior número de eleitores.

## 7 REFERÊNCIAS

CÂMARA, Gilberto; DAVIS, Clodoveu. **Introdução ao geoprocessamento**. Disponível em: <<http://www.dpi.inpe.br/gilberto/livro/>>. Acesso em: 20 maio 2009.

CAVIRON, Renata; PHILIPS, Jürgen. Os fundamentos do geomarketing: cartografia, geografia e marketing. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CADASTRO TÉCNICO MULTIFINALITÁRIO, 2006, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2006. Disponível em: <[http://geodesia.ufsc.br/Geodesia-online/arquivo/cobrac\\_2006/244.pdf](http://geodesia.ufsc.br/Geodesia-online/arquivo/cobrac_2006/244.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2009.

CHAVES, João Freitas de Castro. Orçamento Participativo em Porto Alegre. **Jus Navegandi**, Recife, 2000. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=1278>>. Acesso em: 12 mar. de 2009.

COSTA, Cláudia. **O geomarketing político: uma nova forma de fazer política**. [S.l.]:CIARI, 2005. Disponível em: <[http://www.ciari.org/opiniaao/o\\_geomarketing\\_politico.htm](http://www.ciari.org/opiniaao/o_geomarketing_politico.htm)>. Acesso em: 15 de maio 2009.

DAMASIO, Cláudia. **Urbanizador social, da informalidade a parceria**. Porto Alegre: Livraria do Arquiteto, 2006.

DRUCK, S.; CARVALHO, M. S.; CÂMARA, G.; MONTEIRO, A. M. V. **Análise Espacial de Dados Geográficos**. Brasília: EMBRAPA (ISBN 85-7383-260-6), 2004.

EGENHOFER, M.; FRANZOSA, R. **Point-Set Topological Spatial Relations**. **International Journal of Geographical Information Systems**, v. 5, n.2, p. 161-174, 1991.

FIGOLI, Júlia Suzana *et. al.* Além do simples mapeamento. In: **Geomarketing: Memórias de Viagem**. Disponível em: [http://www.fgvsp.br/academico/professores/Francisco\\_Aranha/memorias.PDF](http://www.fgvsp.br/academico/professores/Francisco_Aranha/memorias.PDF). Acessado em: 20 de maio de 2009. p.3

HOHL, P. GIS Data **Conversion: Strategies, Techniques, and Management**. Clifton Park, NY: OnWorld Press, 1998.

JOSÉ FOGAÇA do PMDB. **Perfil**. [S.l.: s.n.], 2009. Disponível em: <[http://www.senado.gov.br/sf/senadores/senadores\\_biografia.asp?codparl=44&li=50&cab=1995-1999&lf=50](http://www.senado.gov.br/sf/senadores/senadores_biografia.asp?codparl=44&li=50&cab=1995-1999&lf=50)>. Acesso em: 10 de abr. 2009.

KOTABE, Masaaki. In: CAVIRON, Renata; PHILIPS, Jürgen. Os fundamentos do geomarketing: cartografia, geografia e marketing. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CADASTRO TÉCNICO MULTIFINALITÁRIO, 2006, Florianópolis. **Anais...**

Florianópolis: UFSC, 2006. Disponível em: <[http://geodesia.ufsc.br/Geodesia-online/arquivo/cobrac\\_2006/244.pdf](http://geodesia.ufsc.br/Geodesia-online/arquivo/cobrac_2006/244.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2009.

LATOURE; FLOU' (2001) *et. al.* In: CAVIRON, Renata; PHILIPS, Jürgen. Os fundamentos do geomarketing: cartografia, geografia e marketing. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CADASTRO TÉCNICO MULTIFINALITÁRIO, 2006, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2006. Disponível em: [http://www.fgvsp.br/academico/professores/Francisco\\_Aranha/memorias.PDF](http://www.fgvsp.br/academico/professores/Francisco_Aranha/memorias.PDF) <[http://geodesia.ufsc.br/Geodesia-online/arquivo/cobrac\\_2006/244.pdf](http://geodesia.ufsc.br/Geodesia-online/arquivo/cobrac_2006/244.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2009.

LI, Z.; ZHU, Q.; GOLD, C. **Digital Terrain Modeling: Principles and Methodology.** London: Taylor and Francis, 2004.

LOPES Rui; SILVA, Rodrigo. Geomarketing Eleitoral: Aplicação de metodologias e ferramentas de Geomarketing na campanha eleitoral das eleições municipais de 2001. In: ENCONTRO DE UTILIZADORES DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA USIG, 7.,2002, Lisboa. **Anais...** Lisboa: USIG, 2002. Disponível em: <[http://www.igeo.pt/servicos/CDI/biblioteca/PublicacoesIGP/esig\\_2002/papers/p006.pdf](http://www.igeo.pt/servicos/CDI/biblioteca/PublicacoesIGP/esig_2002/papers/p006.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2009.

LUCIANA GENRO do PSOL. **Perfil.** [S.l.: s.n.], 2009. Disponível em: <<http://www.lucianagenro.com.br/secao/perfil/>>. Acesso em: 10 abr. 2009.

MANUELA do PC do B. **Quem sou eu.** [S.l.: s.n.], 2009. Disponível em: <<http://www.eaibeza.com.br/quemsou.php>>. Acesso em: 10 abr. 2009.

MACEACHREN, A. M. **How Maps Work : Representation, Visualization, and Design.** New York: Guilford Press, 2004

MARIA DO ROSÁRIO do PT. **Perfil.** [S.l.: s.n.], 2009. Disponível em: <<http://www.mariadorosario.com.br/perfil.php>>. Acesso em: 10 de abr. 2009.

MATHER, P. M. **Computer Processing of Remotely-Sensed Images : An Introduction** (3rd ed). New York: John Wiley, 2004.

MONMONIER, M. **Mapping It Out: Expository Cartography for the Humanities and Social Sciences.** Chicago: University of Chicago Press, 1993.

PORTO ALEGRE. **Secretarias do Planejamento e Turismo.** Porto Alegre: PROCEMPA, 2007. Disponível em: <<http://www.procempa.com.br>>. Acesso em: 20 maio 2009.

OBSERVATÓRIO POA. **Censo demográfico IBGE 2000, dados de renda, alfabetização e infra-estrutura dos bairros de Porto Alegre.** Porto Alegre: Procempa, 2009. Disponível em: < <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/observatorio/>>. Acesso em: 20 maio. 2009.

RAFFAESTEIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. Tradução de Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

RAMONET, Ignácio. **Porto Alegre**. [S.l.: s.n.], 2009. Disponível em: <[http://www.dhnet.org.br/w3/fsmrn/biblioteca/43\\_ignacio\\_ramonet.html](http://www.dhnet.org.br/w3/fsmrn/biblioteca/43_ignacio_ramonet.html)>. Acesso em: 23 maio 2009.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal Regional Estadual. **Desempenho dos candidatos José Fogaça, Maria do Rosário, Manuela e Luciana Genro em Porto Alegre nas eleições de 2008 – RS. Endereço das seções de porto Alegre – RS**. Porto Alegre: TRE-RS, 2009. Disponível em: < <http://www.tre-rs.gov.br/index.php?nodo=676>>. Acesso em: 10 abril 2009

SÁNCHEZ, Joan-Eugeni. **Geografía Política**. 23. ed. Madrid: Síntesis, 2002. (Espacios y Sociedades).

SOARES, P. R. R. y UEDA, V. **Outra metropolização es posible? Porto Alegre: uma metropoli entre lo local y lo global**. In: **El desafio de las áreas metropolitanas em um mundo globalizado**. Uma mirada a Europa y América Latina. Barcelona: Institut d'Estudis Territorials/Institut Catalá de Cooperació Iberoamericana, 2002, p. 505-526.

TOMLIN, C. D. **Geographic Information Systems and Cartographic Modeling**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1990

TORRES MONTEIRO, MARCUS. **Dados de emplacamento como diferencial para a inteligência competitiva de marketing no setor automobilístico. Estudo de caso na fiat automóveis S. A**. Universidade Federal de Santa Catarina programa de pós-graduação em engenharia da produção. Florianópolis, 2002. Disponível em <http://teses.eps.ufsc.br/Resumo.asp?4043>. Acessado em 12 maio de 2009.

TUFTE, E. **The Visual Display of Quantitative Information**. Chesire, CT: Graphics Press, 1983.

URBAN SYSTEMS BRASIL. **Flash do setor imobiliário de Porto Alegre**: maio de 2004. São Paulo: USB, 2007. Disponível em: <<http://www.urbansystems.com.br>>. Acesso em: 15 maio 2009

VIEGAS, Daniela. **Análise comparativa entre os resultados obtidos pelas deputadas federais Manuela do PC do B e Maria Rosário do PT nas eleições de 2006, no município de Porto Alegre, utilizando técnicas de Geomarketing Político**. Porto Alegre, 2007.

YRIGOYEN, Coro C. **El geomarketing y la distribución comercial**. Investigación y Marketing. Madrid, n. 79,p.6-13, jun. 2003.