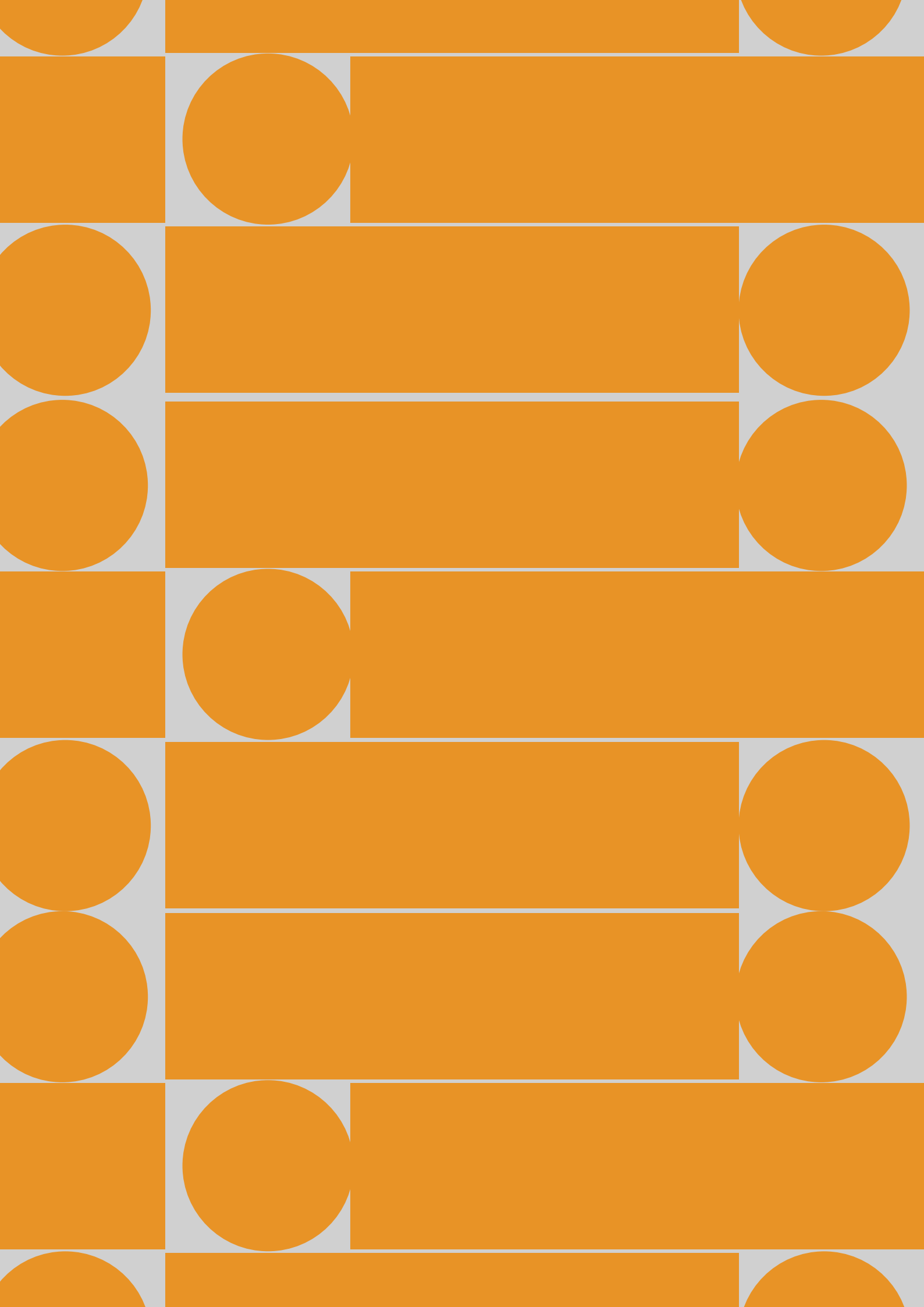


AS PREFERÊNCIAS

DO ELEITORADO:

ESCOLHA DO

VOTO



+REPRE SENTATI VIDADE

Principais aprendizados 04

Introdução 06

As preferências do eleitorado:
escolha do voto 09

Referências bibliográficas 30

Conheça a pesquisa completa 33

Apesar do posicionamento ofensivo de Jair Bolsonaro com relação a mulheres, pessoas negras, pessoas LGBTQIA+ e indígenas, quase 17% da população se considera muito bolsonarista, em comparação a 10% da população que se considera muito petista.

Aspectos ligados à política tradicional, como apoio do prefeito, continuam sendo fundamentais para a avaliação da força e viabilidade política das candidatas e candidatos. Por serem “outsiders”, é possível que candidatas e candidatos de grupos marginalizados tenham menos oportunidade de acesso a esses recursos e de sinalizar suas chances de serem eleitas e eleitos.

Eleitoras e eleitores demonstram preferência por candidatas mulheres. Essa preferência parece ser fruto da percepção de que mulheres são mais honestas e mais preocupadas com o bem-estar da população.

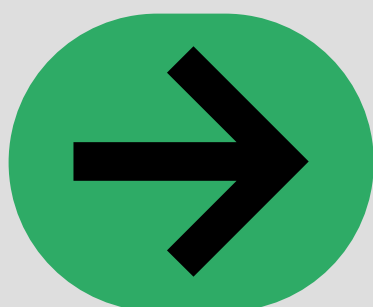
PRINCIPAIS APRENDIZADOS

Eleitoras e eleitores também demonstram preferência por candidatas e candidatos não-brancos: pessoas negras e indígenas.. A demanda por candidaturas não-brancas parece ser resultado de uma percepção da necessidade de mais representatividade.

A preferência por mulheres e pessoas não-brancas, no entanto, pode não se traduzir em voto para esses grupos, pois outros fatores, como a ideologia e a fonte de apoio da candidata ou candidato são mais importantes na hora do voto.

PRINCIPAIS APRENDIZADOS

1



INTRODUÇÃO

Nas democracias, as eleitoras e eleitores têm um papel fundamental na representação política, porque são as pessoas responsáveis pelo voto, quem elege de fato aquelas e aqueles que ocupam cadeiras no Executivo e nos parlamentos. A escolha da ou do governante é feita com base em uma série de questões que formam a visão de mundo do indivíduo, as quais se relacionam com sua construção familiar, sua visão econômica, seu entendimento sobre o público e o privado e a relação com o Estado, além de outros aspectos.

Este Relatório se debruça sobre como pensa o eleitorado brasileiro, principalmente no que diz respeito às suas preferências e atitudes no pleito de 2022, com o objetivo de mapear e elencar como essas preferências podem viabilizar ou servir de obstáculo para a representação de pessoas de grupos marginalizados na política – principalmente de mulheres, pessoas negras e indígenas.

DE ONDE VÊM OS DADOS E COMO FORAM ANALISADOS?

Para identificar as preferências do eleitorado, foi feita uma pesquisa de opinião pública online, com respondentes de todo o Brasil. As coletas de dados foram feitas pela empresa de opinião pública Netquest, no período pré-eleitoral de 23 a 30 de setembro de 2022, e, no período pós-eleitoral, de 22 de novembro a 5 de dezembro de 2022. As amostras de 2.318 (pré-eleitoral) e 2.526 (pós-eleitoral) respondentes refletem a população nacional em relação a gênero, idade, classe socioeconômica e distribuição geográfica.

Para compreender mais profundamente os diferentes elementos que constroem as opiniões do eleitorado, também foram conduzidos, antes e após as eleições, grupos focais online com um total de 80 eleitoras e eleitores em cinco municípios. Habitantes das cidades de Salvador (BA), São Gonçalo dos Campos (BA), São Paulo (SP), Montemor (SP) e Iranduba (AM) foram recrutados pela empresa de pesquisa Estimativa. Para garantir a representação do eleitorado de acordo com as características preestabelecidas, pesquisas curtas presenciais precederam o convite para participação nos grupos. O recrutamento dos par-

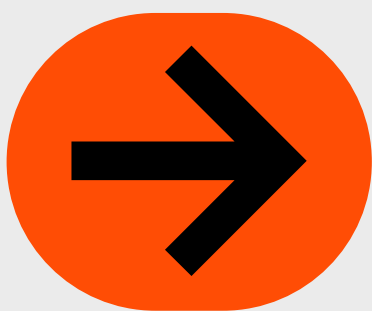
ticipantes e a condução dos grupos focais também foram realizados pela empresa Estimativa.

O QUE ESPERAR DESTE RELATÓRIO?

Analizamos, inicialmente, três aspectos que influenciam a decisão de voto das eleitoras e eleitores. São eles: 1) o alinhamento ideológico com o bolsonarismo e o petismo (os dois polos políticos atuais do Brasil, um fator também relevante na determinação do voto para cargos além da Presidência; 2) os principais fatores que a/o eleitora/o leva em consideração no momento de votar; e 3) a percepção sobre a viabilidade eleitoral de um candidato.

Por fim, pedimos que as pessoas respondentes participassem de uma atividade na qual deveriam escolher entre perfis de candidatas e candidatos com características diferentes em seis áreas: sexo, raça/etnia, posicionamento ideológico, experiência política, tipo de campanha e fonte de apoio. Pretendemos, com esse exercício, entender se o eleitorado, de fato, está – ou não – disposto a votar em representantes de grupos marginalizados na política, e em quais circunstâncias.

2



CONTEÚDO

AS PREFERÊNCIAS DO ELEITORADO: ESCOLHA DO VOTO

1. Quando se pensa na escolha do voto, é comum que venha à cabeça o alinhamento ideológico entre o eleitorado e a candidatura. Principalmente desde as eleições de 2018, debates mais acirrados sobre as divergências ideológicas do eleitorado vêm ganhando espaço. Ao falar sobre a escolha do voto, portanto, não poderíamos deixar de discutir as preferências ideológicas do eleitorado. Quais são elas?

Toda eleição é polarizada. Em democracias presidencialistas com disputas eleitorais que podem chegar a dois turnos, a segunda fase da disputa tende a ser protagonizada por candidatas e candidatos que representam projetos de governos distintos entre si, com suas diferenças reconhecidas pela população (CARREIRÃO; KINZO, 2004; SILVA, 2019). No caso do Brasil, em quase todas as eleições presidenciais após a redemocratização, houve 2º turno. Porém, desde 2018, a dinâmica da corrida presidencial, que antes se dava entre o Partido dos Trabalhadores (PT), de centro-esquerda, e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), de centro-direita, acabou, abrindo espaço para uma polarização mais extremista (HUNTER; POWER, 2019, 2023). O que começou com a rivalidade popularmente conhecida entre “coxinhas x mortadelas”, agora se apresenta pela dualidade entre bolsonaristas e petistas. Esta seção oferece respostas para perguntas que buscam justamente capturar os níveis da polarização entre as eleitoras e eleitores, no contexto da eleição presidencial de 2022¹.

Jair Bolsonaro, como liderança política da extrema-direita e presidente do Brasil entre 2019 e 2022, representou uma ameaça aos direitos de pessoas de grupos marginalizados. Por meio de uma longa lista de frases ofensivas e pejorativas sobre mulheres, pessoas negras, indígenas e LGBTQIA+ o ex-presidente deixou clara sua postura em relação a essas parcelas da população². Listamos algumas:

“Fica aí, Maria do Rosário, fica. Há poucos dias, tu me chamou de estuproador no salão verde e eu falei que não ia estuproar você porque você não merece.” (Discurso na Câmara dos Deputados direcionado à deputada Maria do Rosário, em 2003)

1. Como pode ser visto nos Apêndices 1 e 2, os dados de declaração de votos das/os respondentes que completaram a pesquisa de opinião se assemelham bastante aos resultados das urnas. Isso nos faz crer que os dados apresentados a seguir, além de serem representativos (ou seja, espelharem a sociedade) em aspectos sociodemográficos, também não estão enviesados por conta, por exemplo, de uma amostra que não espelha as preferências eleitorais da população.

2. Mais informações: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2016/06/bolsonaro-vira-reu-por-falar-que-maria-do-rosario-nao-merece-ser-estuproada.html>, <https://congressoemfoco.uol.com.br/projeto-bula/reportagem/bolsonaro-quilombola-nao-ser-ve-nem-para-procriar/>

“O filho começa a ficar assim meio gayzinho, [mas se] leva um coro, ele muda o comportamento dele.” (TV Câmara, em novembro de 2010)

“Você tem uma cara de homossexual terrível.” (Discurso direcionado a um repórter, em 20 de dezembro de 2019)

“Ela queria um furo, ela queria dar o furo.” (Discurso em que se refere a uma jornalista, em 18 de fevereiro de 2020)

“Tem que deixar de ser um país de maricas.” (Discurso sobre a pandemia de Covid-19, em 10 de novembro de 2020)

Jair Bolsonaro foi – e ainda é – responsável por influenciar as opiniões e comportamentos de parte da cidadania brasileira (PONTALTI MONARI; SANTOS; SACRAMENTO, 2020; SANTINI; SALLES; TUCCI, 2021). Ao ser eleito em 2018, Bolsonaro teve a oportunidade de colocar seus discursos em prática como representante máximo da população. Assim o fez. Seus quatro anos de governo foram marcados pelo desmantelamento de políticas públicas voltadas para mulheres, indígenas, povos quilombolas e proteção do meio ambiente (DOS SANTOS et al., 2021; IPEA, 2022; MILHORANCE, 2022). Ser Se uma eleitora ou eleitor alinhado ao ex-presidente, no atual contexto político, é um forte indício de como alguém lida com questões relacionadas a esses grupos. Entender melhor o nível de identificação das eleitoras e eleitores com Bolsonaro e o bolsonarismo é, portanto, uma das questões que exploramos neste relatório.

Medimos a polarização a partir dos candidatos à Presidência. Entretanto, essa polarização influencia a disputa de outros cargos, inclusive no Legislativo. Ou seja, em um contexto polarizado, o eleitorado tende a esperar que candidatas/os a outros cargos também se posicionem na disputa presidencial, escolhendo um lado. Candidatas e candidatos oriundos de grupos marginalizados com atuações políticas voltadas para as pautas direcionadas a esses grupos se alinham tendencialmente em oposição ao bolsonarismo. Por isso, é importante compreender a magnitude e capilaridade do petismo e do bolsonarismo na sociedade, cujos níveis podem repercutir no

sucesso eleitoral de candidaturas de mulheres, pessoas negras, indígenas e LGBTQIA+, com atuações que visam promover mais diversidade.

Começamos com a pergunta: qual é o grau de identificação da população brasileira com o bolsonarismo e com o petismo? Para encontrar essa resposta, pedimos para as pessoas respondentes se posicionarem, em uma escala de 0 a 10 – na qual 0 corresponde a “nem um pouco” e 10 a “muito” –, sobre o quão petistas ou bolsonaristas se consideravam.

Em termos comparativos, aqueles que responderam ao questionário se identificam mais fortemente como bolsonaristas do que como petistas: enquanto quase 10% da amostra se considera muito petista (valor 10, na escala de respostas), quase 17% se consideram muito bolsonaristas, ou seja, uma diferença de 7 pontos percentuais (p.p.) (Figura 1). Ao olhar o extremo oposto, 43% não se identificam nem um pouco como bolsonaristas (valor 0, na escala) e 41,5% não se identificam nem um pouco como petistas, ou seja, percentuais semelhantes.

Nota: Figura confeccionada a partir das respostas às seguintes perguntas: 1) Em uma escala de 0 a 10, na qual 0 corresponde a “nem um pouco” e 10 a “muito”, o quão petista você se considera? 2) Em uma escala de 0 a 10, na qual 0 corresponde a “nem um pouco” e 10 a “muito”, o quão bolsonarista você se considera?

12

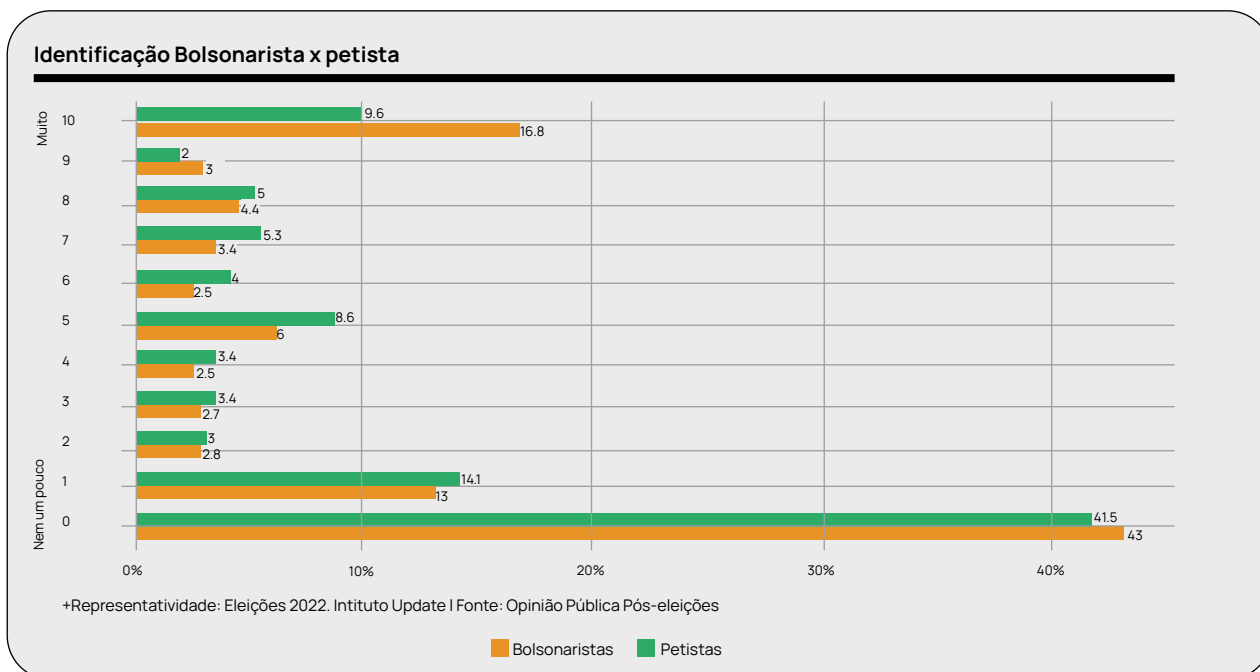


Figura 1. Você se identifica como bolsonarista ou como petista? (Em %)

Desde as eleições de 2006, o Brasil vivencia uma espécie de polarização social, em que as diferenças regionais e de renda, no que diz respeito à decisão de voto, se acentuaram. O caso exemplar, neste sentido, é a discrepância nas votações, em termos agregados, dos que moram na região Sul e dos que moram na região Nordeste do país. O Sul vota consistentemente no candidato de oposição ao PT, e o Nordeste, no candidato do PT.

Concomitantemente a essa polarização estabelecida desde 2018, outro tipo se apresentou com mais intensidade no cenário nacional: o da polarização afetiva. De forma simplificada, a polarização afetiva consiste no fato de as cidadãs e cidadãos terem dificuldade de tolerar os que pensam – neste caso, votam – de forma diferente (DRUCKMAN; LEVENDUSKY, 2019). O outro campo político é visto menos como um campo adversário, e mais como inimigo. Nesse cenário, os indivíduos tendem a ter uma relação conflituosa e serem refratários ao diferente.

Pensando nesta perspectiva, mensuramos o grau de identificação de bolsonaristas e petistas com pessoas que votam em Bolsonaro e com as que votam em Lula. Nosso objetivo é captar o grau de polarização afetiva durante a corrida eleitoral de 2022 entre os apoiadores dos dois principais candidatos. Para essa questão, consideram-se petistas os respondentes que têm uma identificação com o PT entre 6 e 10, e bolsonaristas os que têm uma identificação com com Bolsonaro entre 6 e 10 (na mesma escala analisada na Figura 1). Na Figura 2, o painel esquerdo mostra o grau de identificação dos bolsonaristas e dos petistas com aqueles que votam em Bolsonaro e o painel direito mostra o grau de identificação dos mesmos dois grupos com aqueles que votam em Lula.

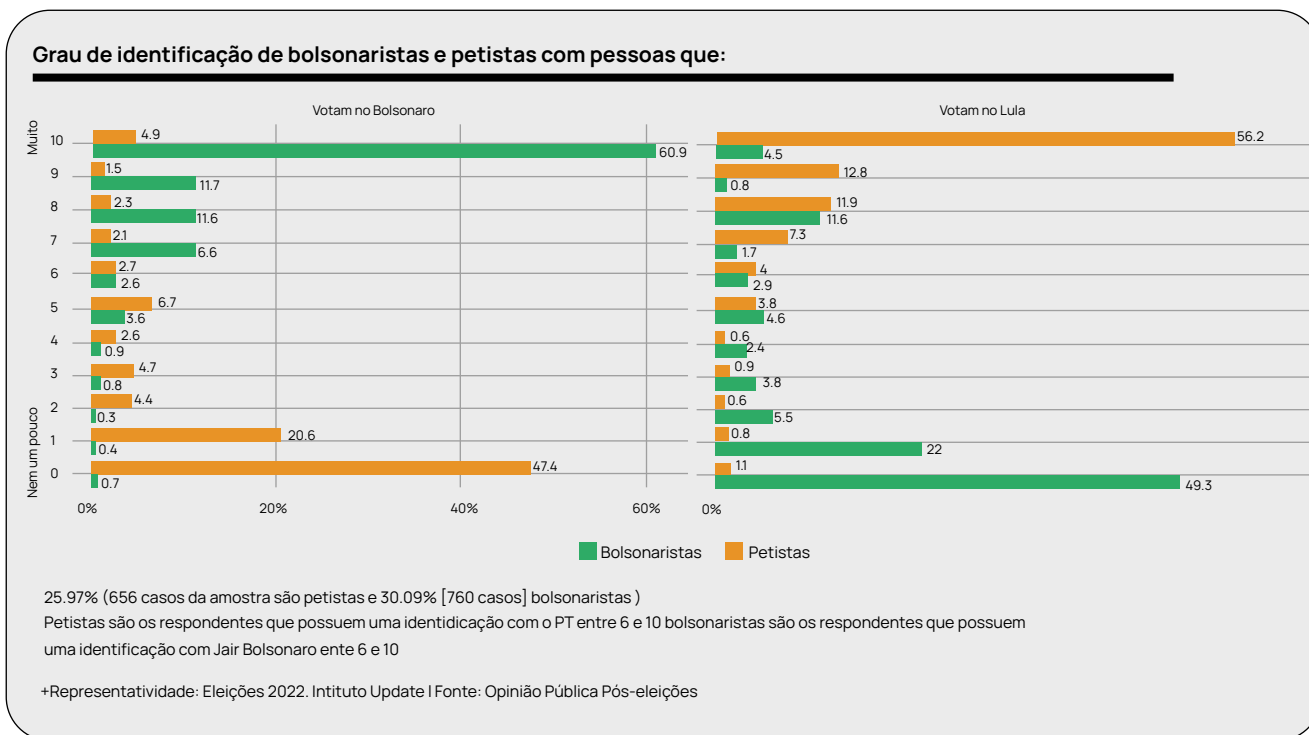


Figura 2. Identificação afetiva de bolsonaristas e petistas (em %).

Como esperado, os dois grupos apresentam pouca identificação mútua: 47% das e dos petistas não se identificam nem um pouco com as pessoas que votam em Bolsonaro, e 49% das/os bolsonaristas não se identificam nem um pouco com as que votam em Lula. Na outra ponta, acontece um movimento contrário: bolsonaristas se identificam muito com as pessoas que votam em Bolsonaro e petistas se identificam muito com as que votam em Lula. Nesse aspecto, há algo que chama atenção: os bolsonaristas têm um grau maior de identificação com as pessoas que votam em Bolsonaro, quando comparamos com o grupo petista e sua identificação com as que votam no Lula. Em resumo: quase a metade das pessoas que votam em Lula ou em Bolsonaro não se identificam nada (0, na escala) com bolsonaristas ou petistas, respectivamente.

2. Quais os fatores as eleitoras e eleitores levam em consideração na hora de votar? E como esses fatores podem atrapalhar as chances de eleição de de candidatas e candidatos de grupos marginalizados?

Como apontamos no relatório +Representatividade: Eleições 2020, a percepção, por parte do eleitorado, de que uma candidata ou candidato tem chances concretas de ser eleita ou eleito é um aspecto de suma importância ao longo

Nota: Figura confeccionada a partir das respostas às seguintes perguntas: 1) Em uma escala de 0 a 10, na qual 0 corresponde a "nem um pouco" e 10 a "muito", o quanto petista você se considera? 2) Em uma escala de 0 a 10, na qual 0 corresponde a "nem um pouco" e 10 a "muito", o quanto bolsonarista você se considera? 3) Como se sente em relação a quem vota em Lula? 4) Como se sente em relação a quem vota em Bolsonaro?

de uma campanha (GATTO; RUSSO; THOMÉ, 2021, p. 92). Se notada pela eleitora ou eleitor como uma candidatura viável potencializa as chances de obter mais votos, ou seja, quanto maior é a percepção de viabilidade, maiores são as chances de uma candidatura ser, de fato, viável e vitoriosa; afinal, ninguém gosta de “desperdiçar votos”. Já ter sido eleita ou eleito, por exemplo, é um dos fatores considerados importantes para sinalizar a chance de vitória de uma candidata ou candidato (MAISEL, 1990). No entanto, para formar opinião sobre se uma candidata ou candidato tem chance de vencer, as eleitoras e eleitores usam várias informações de que dispõem previamente como atalhos. Perguntamos às pessoas respondentes, portanto, o que entendem como evidência de que uma candidata ou candidato tem chance de se eleger.

Nota: Figura confeccionada a partir da resposta à seguinte pergunta: Dos sinais abaixo, quais você acha que indicam de forma mais evidente que uma/um candidata/o tem mais chances de ganhar uma eleição? Nota 2: Baseado no percentual de vezes que cada tema foi ordenado como o de maior importância para a/o respondente.

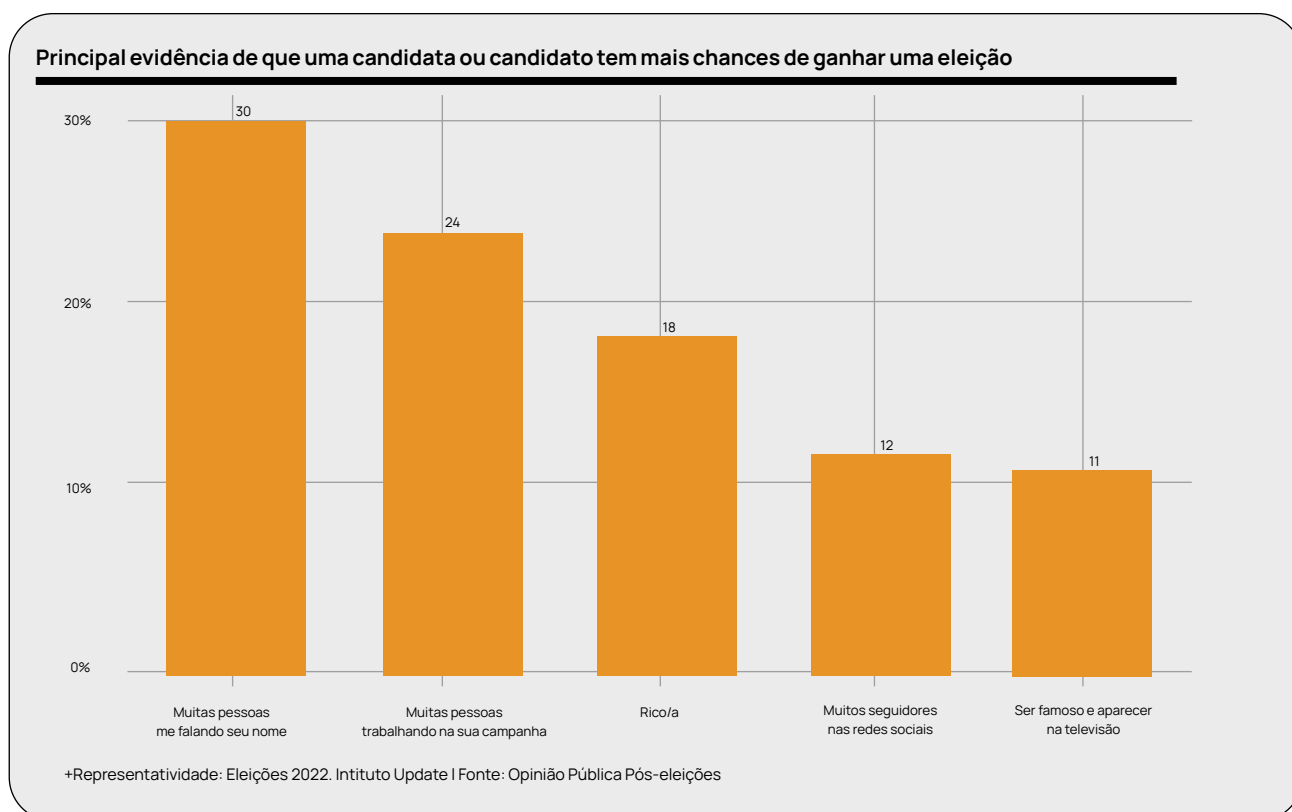


Figura 3. Principal evidência de que uma/um candidata/o tem mais chances de ganhar uma eleição (em %).

Como podemos notar na Figura 3, os principais fatores que as eleitoras e eleitores levam em conta ao avaliar se uma candidata ou candidato é eleitoralmente viável são:

- 1) o fato de ter muitas pessoas falando seu nome (30%);
- 2) muitas pessoas trabalhando em sua campanha (24%);

- 3) visão sobre a sua capacidade financeira fora da vida pública (ser rica ou rico), com 18%.

Ter muitas pessoas em suas redes sociais (12%) e ser famosa/o (11%) foram os fatores citados como menos relevantes para a identificação da viabilidade eleitoral das candidatas e candidatos.

Temos aqui um cenário importante quando observados os dados a partir da perspectiva da conjuntura política. Nas últimas eleições, precisamente desde as eleições municipais de 2016, a discussão da política no meio virtual ganhou muita proeminência.

Por serem menos custosas do que as campanhas de rua, as campanhas virtuais se tornaram importantes, sobretudo, para candidatas e candidatos de grupos marginalizados, que costumam menos recursos financeiros para as suas campanhas eleitorais (BORGES MARTINS DA SILVA; GATTO, 2021).

Os resultados indicam que aspectos ligados à política tradicional continuam sendo fundamentais para a avaliação da força política das candidatas e candidatos. É possível que essas sejam, justamente, prerrogativas candidatas e candidatos de grupos marginalizados na política tenham menos chances de atingir.

Para além dos fatores analisados anteriormente, receber a indicação de pessoas específicas também tende a sinalizar viabilidade eleitoral e, portanto, costuma influenciar o eleitorado no processo de escolha do voto (GATTO; RUSSO; THOMÉ, 2021, p. 109).

Mas, qual tipo de apoio sinaliza, de forma mais contundente, a chance de determinada candidata ou candidato ser eleita ou eleito?

Como mostramos na Figura 4, o apoio da prefeita ou prefeito da cidade é o tipo de apoio mais impactante, com 42%

3. Esta metodologia é conhecida como um experimento de tipo conjoint, que apresenta às pessoas pares de perfis de candidatas/os com características diferentes e aleatórias quanto a gênero, raça/etnia, experiência eleitoral, ideologia e indicação.

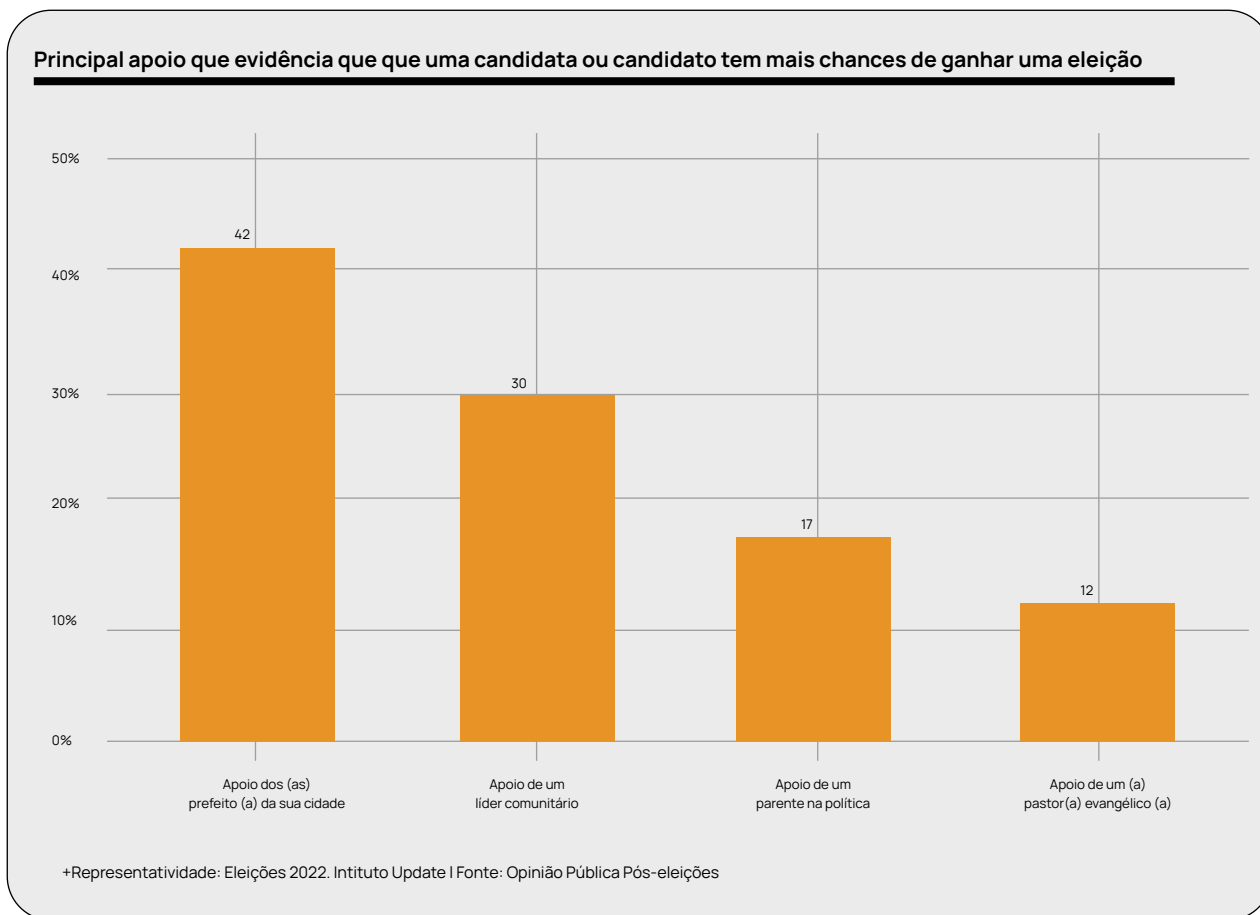


Figura 4: Principal apoio que evidencia um/a candidato/a com mais chances de ganhar uma eleição (em %).

das pessoas respondentes indicando que esse tipo de apoio sinaliza que uma candidata ou candidato tem mais chance de ganhar uma eleição. Por serem “outsiders” ou novatas e novatos os na política, é provável que candidatas e candidatos de grupos marginalizados tenham menos acesso a esse tipo de apoio. De qualquer modo, o apoio de uma liderança comunitária também é relevante, tendo sido mencionado por 30% das pessoas respondentes. Como mostra nosso relatório sobre o tema, essa é uma fonte de apoio a que candidatas e candidatos novatos podem ter acesso (GATTO; RUSSO; THOMÉ, 2021, p. 132).

3. O gênero e a raça das candidatas e candidatos são fatores que as eleitoras e eleitores levam em consideração na hora de votar?

Durante o período de campanha eleitoral, o eleitorado têm a difícil tarefa de avaliar as muitas candidaturas e escolher uma para cada cadeira entre as opções disponíveis. Dada a variação de preferências ideológicas do eleitorado, seria esperado que, ao avaliar as candidatas e candidatos, o elei-

Nota 1: Figura confeccionada a partir das respostas à seguinte pergunta: Dos tipos de apoio abaixo, quais você acha que indicam de forma mais evidente que um/a candidato/a tem mais chances de ganhar uma eleição?

Nota 2: Baseado no percentual de vezes que cada tema foi ordenado como o de maior importância para a/o respondente.

torado leva em consideração suas propostas e posicionamentos políticos.

Como já mencionado, por meio das campanhas e tipos de apoio, eleitoras e eleitores também podem estimar se uma candidata ou candidato tem mais ou menos chance de vencer. Entretanto, seriam a proximidade ideológica e a viabilidade eleitoral os únicos fatores que importam na hora de decidir em quem votar? Como já foi apontado na pesquisa +Representatividade: Eleições 2020, as eleitoras e eleitores também parecem se importar com outros aspectos, inclusive com as características sociodemográficas das candidatas e candidatos, como gênero e raça/etnia. Então, como entender o peso desses diferentes fatores na decisão do voto?

Com o objetivo de entender melhor sobre o eleitorado leva em consideração esses diferentes fatores e equilibra suas diferentes demandas para selecionar a candidata ou candidato mais próximo de suas preferências, pedimos para as pessoas respondentes participarem de uma atividade³, na qual deviam escolher entre perfis de candidatas/os com características diferentes, em seis tópicos: 1) sexo; 2) raça/etnia; 3) posicionamento ideológico; 4) experiência política; 5) tipo de campanha; e 6) tipo de apoio – Os três últimos tópicos com diferentes tipos de atributos relacionados à viabilidade eleitoral. Mais do que compreender o papel (ou seja, o peso) de cada um desses fatores para a decisão do voto, esse exercício também nos permite entender se o eleitorado, de fato, está disposto a votar em pessoas representantes de grupos marginalizados na política, e em quais circunstâncias.

3. Esta metodologia é conhecida como um experimento de tipo conjoint, que apresenta às/aos respondentes pares de perfis de candidatas/os com características diferentes e aleatórias quanto a gênero, raça/etnia, experiência eleitoral, ideologia e indicação.

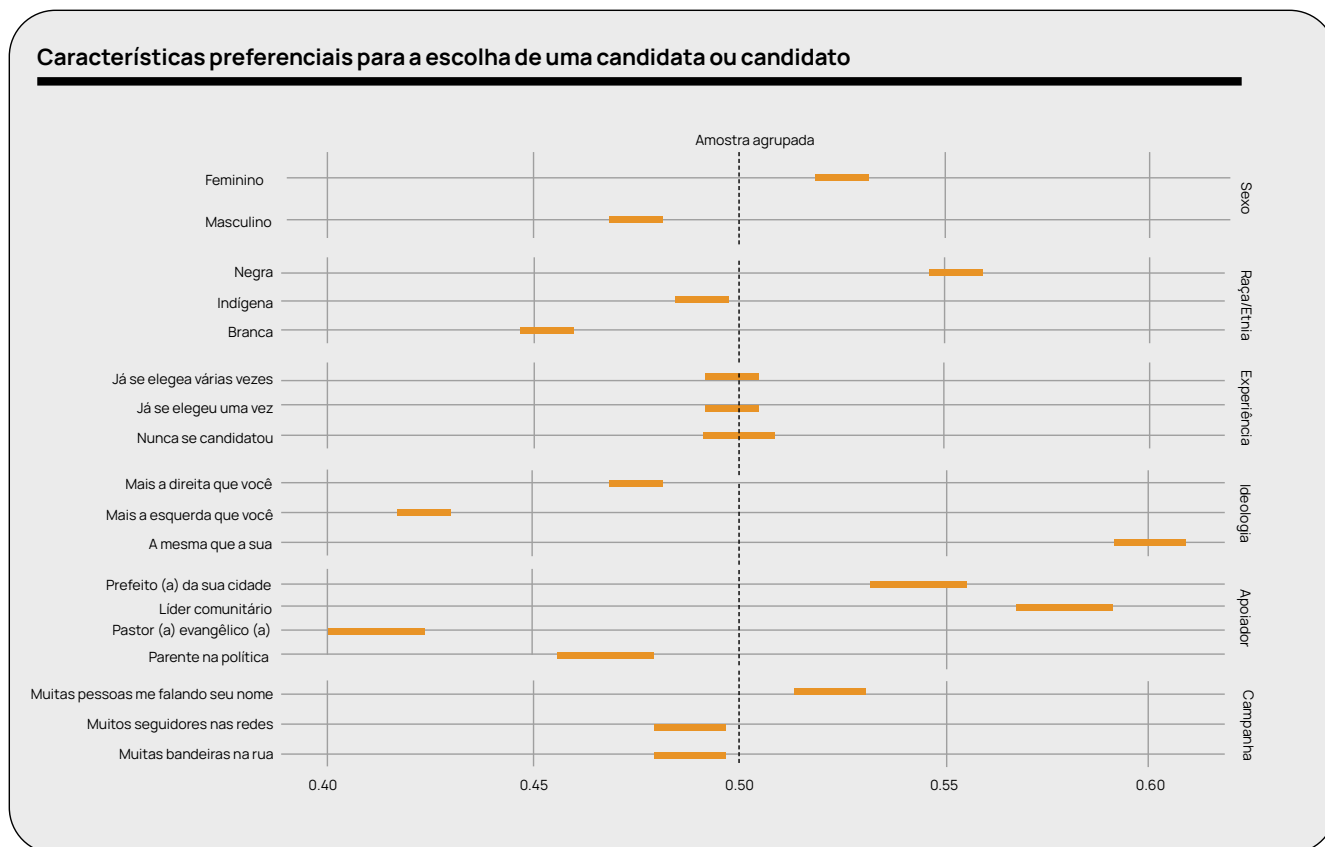


Figura 5. Características preferenciais para a escolha de uma/um candidata/o

Na Figura 5, os pontos (estimativas) à direita da linha pontilhada indicam características priorizadas pelas eleitoras e eleitores na seleção dos perfis das candidatas e candidatos, e os pontos à esquerda da linha pontilhada indicam características que foram selecionadas com menos frequência. Pontos que cruzam a linha pontilhada indicam preferência neutra (ou seja, nem fortemente positiva, nem fortemente negativa). Como mostra a figura 5, as pessoas respondentes declaram maior preferência por mulheres e pessoas não-brancas. Isto é, os resultados mostram que há mais probabilidade de candidaturas mulheres serem escolhidas do que candidaturas de homens. Nesse exercício de escolha de perfis de candidatas e candidatos, também encontramos uma inclinação para o voto em pessoas negras e indígenas, em comparação com pessoas brancas.

Como já apontado nos grupos focais conduzidos no período das eleições de 2020 e reiterado nos grupos focais realizados durante as eleições de 2022, percepções sobre o que acreditam ser características femininas parecem explicar a preferência eleitoral por candidatas mulheres.

Já em 2020, eleitoras e eleitores afirmavam que as mulheres tendem a ser mais cuidadosas, honestas e atentas às necessidades da população do que os homens – fazendo-as, assim, pessoas mais desejáveis para a política (GATTO; RUSSO; THOMÉ, 2021, p. 130).

Quando o assunto é a preferência por pessoas negras e indígenas, a motivação do eleitorado é diferente e parece ser justificada não por uma percepção dos atributos dessas pessoas, mas de seu potencial para representar suas respectivas causas e grupos. Por exemplo, a/o eleitora/or parece entender que existem pautas, como a da preservação do meio ambiente e dos territórios indígenas, que pessoas indígenas estariam mais aptas a representar do que candidatas e candidatos de outros grupos⁴.

Com relação às pessoas negras, algumas/uns participantes dos grupos focais também reiteraram a importância da presença de pessoas negras na política para a visibilidade e representatividade do grupo.

Ou seja, mesmo com um novo desenho de pesquisa e uma metodologia diferente, os resultados da pesquisa realizada em 2022 convergem com aqueles encontrados em 2020 e, portanto, reforçam que o eleitorado tem preferência por mulheres e pessoas não brancas. A pergunta que se repete, portanto, é: por que essa preferência não se concretiza em votos? Dito de outra forma, por que não vemos mais mulheres e mais pessoas não brancas sendo votadas e eleitas, ocupando mais espaços na política institucional?

Como mencionamos anteriormente e está ilustrado na Figura 5, gênero e raça da candidata ou candidato não são os únicos fatores considerados na hora de escolher em quem votar. Outros fatores são tão – ou mais – importantes. Ter a mesma ideologia da eleitora ou eleitor, ser indicada ou indicado pela prefeita ou prefeito da cidade ou por uma liderança comunitária são aspectos que aumentam as chances de uma candidata ser escolhida. Mas qual o peso de cada um desses aspectos?

4. Vale ressaltar que a preferência pelo voto em candidatas/os indígenas aparece de maneira mais intensa nos grupos focais conduzidos em São Paulo, não sendo um destaque nos dois grupos focais da Bahia ou no Amazonas.

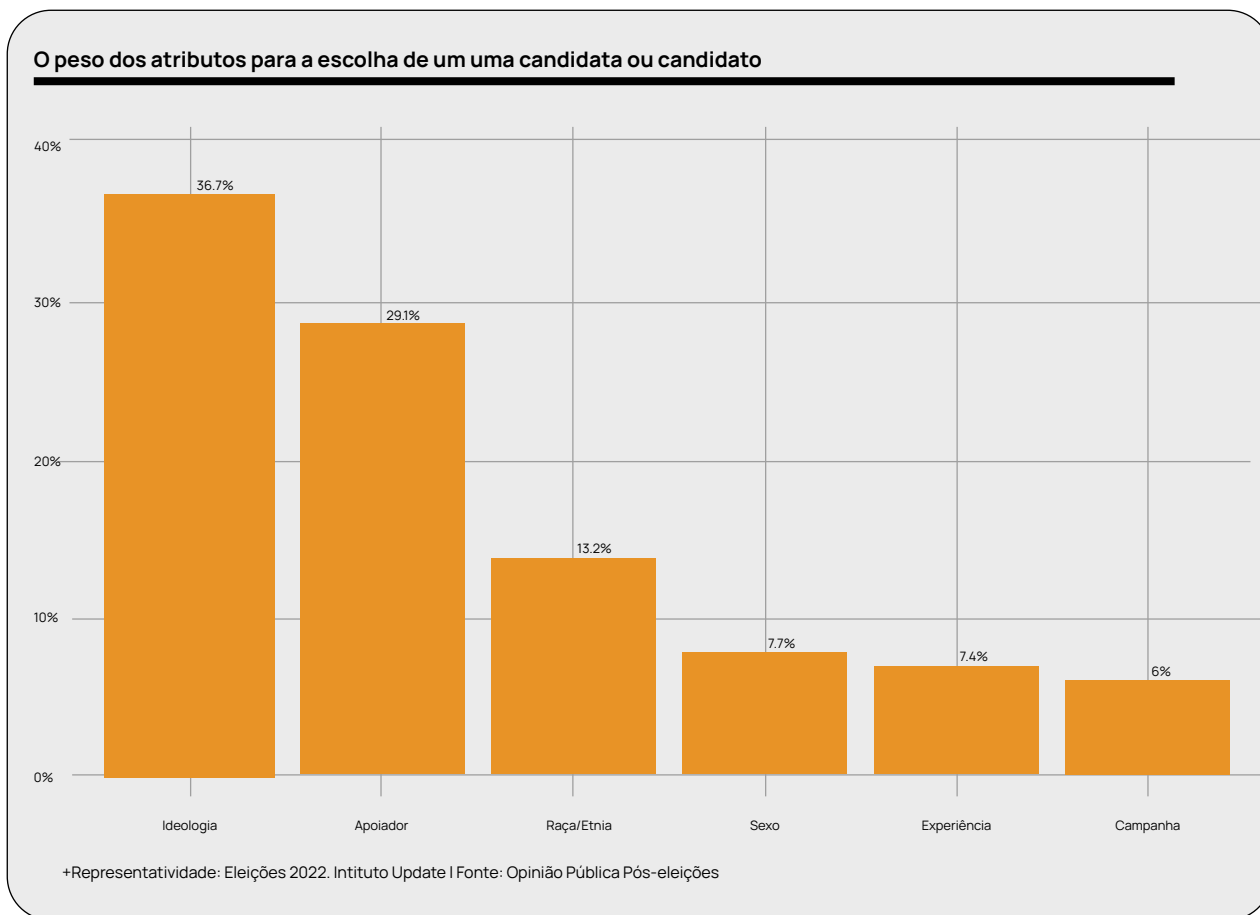


Figura 6. O peso diferentes aspectos para a escolha de uma/um candidata/o (em %).

tos na hora da decisão?

Como é possível visualizar na Figura 6, apesar da preferência do eleitorado por mulheres e pessoas negras, gênero e raça são fatores que têm menos peso na hora da decisão do voto, comparados a outros fatores, como posicionamento ideológico e apoiadora ou apoiador da candidatura.

Das seis características, raça/etnia é a terceira (13,2%), e gênero a quarta (7,7%). Os dois primeiros aspectos são ideologia e ter uma/um apoiadora/or. É importante ressaltar que a diferença em pontos percentuais das duas primeiras categorias em relação aos demais aspectos é expressiva. Dessa forma, os dados nos permitem afirmar que, embora a população tenha propensão a escolher mulheres e pessoas não brancas, esses dois aspectos são consideravelmente menos relevantes que ideologia e apoio.

Tais resultados foram reiterados nos grupos focais. A maioria dos participantes dos grupos manifestou a preferência

por votar em mulheres e pessoas negras, mas os grupos se dividiram quanto à perspectiva de votar em mulheres ou homens, mesmo quando estivessem em partidos de que não gostassem. Outro ponto relevante mencionado diz respeito à preocupação do eleitorado de que mulheres e pessoas negras defendam apenas agendas de seu perfil identitário.

Além desses, um ponto que sobressai, segundo as/os participantes dos grupos focais, é a importância de “não desperdiçar o voto” (expressão bastante mencionada). Quando perguntadas sobre quem tinha mais chances de se eleger, as respostas eram unânimes: homens brancos. Isso nos leva a crer que deve haver uma decisão de voto baseada neste segundo aspecto, ou seja, no entendimento de que um candidato homem branco é mais viável, evitando o “desperdício do voto”.

Ou seja, as cidadãs e cidadãos querem ser representadas e representados por mulheres e por pessoas não brancas; porém, querem ainda mais ser representadas e representados por quem tem a mesma ideologia que a sua, e por candidatas e candidatos indicados pela prefeita ou prefeito e por lideranças comunitárias.

No contexto do Brasil polarizado, o alinhamento da candidatas e candidatos a outros cargos com as candidatas e candidatos à Presidência e a proximidade ideológica com a eleitora ou eleitor foram fatores também bastante mencionados pelas candidatas e candidatos que entrevistamos, o que reforça a importância da aproximação ideológica entre o eleitorado e a candidatura, principalmente em um contexto de polarização.

Para concluir, com base nas duas pesquisas de abrangência nacional e nos dez grupos focais, ao analisarmos os três aspectos propostos – polarização, decisão de voto e preferências por representantes de grupos marginalizados na política – entendemos que existe uma combinação de fatores que, por um lado, não favorece candidatas e candidatos de grupos marginalizados, mas, por outro, apresenta uma preferência expressiva no que diz respeito aos do eleitorado.

Se, por um lado, os opositos bolsonaristas e petistas têm feito da política um campo de inimigos (e não de adversários), há uma preferência do eleitorado por votar em candidatas mulheres e em pessoas não brancas, algo que acaba sendo sobreposto pelo interesse em votar em alguém que represente sua ideologia e que demonstre viabilidade eleitoral, por meio de um apoio. Essas informações são inéditas, pois comparam as preferências de gênero e ideologia, sendo possível identificar caminhos plausíveis para fortalecer as mulheres candidatas e pessoas candidatas de outros grupos marginalizados na política.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGES MARTINS DA SILVA, M.; GATTO, M. A. Stigmatized campaign practices and the gendered dynamics of electoral viability. *Journal of Politics in Latin America*, v. 13, n. 3, p. 376-399, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/toc/plaa/13/3>. Acesso em: 24 ago. 2023.

CARREIRÃO, Y. DE S.; KINZO, M. D. G. Partidos políticos, preferência partidária e decisão eleitoral no Brasil (1989/2002). *Dados*, v. 47, p. 131-167, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0011-52582004000100004>. Acesso em: 24 ago. 2023.

DAHL, R. A. *Poliarquia: participação e oposição*. São Paulo: Edusp, 2005.

DOS SANTOS, A. A. et al. Ameaças, fragilização e desmonte de políticas e instituições indigenistas, quilombolas e ambientais no Brasil. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 29, n. 3, p. 669-698, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.36920/esa-v29n3-7>. Acesso em: 24 ago. 2023.

DRUCKMAN, J. N.; LEVENDUSKY, M. S. What do we measure when we measure affective polarization? *Public Opinion Quarterly*, v. 83, n. 1, p. 114-122, 2019. Disponível em: <https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/what-do-we-measure-when-we-measure-affective-polarization>. Acesso em: 24 ago. 2023.

GATTO, M. A. C.; RUSSO, G. A.; THOMÉ, D. *+Representatividade: relatório*. São Paulo: Instituto Update, 2021. 214 p., il.

HUNTER, W.; POWER, T. J. Bolsonaro and Brazil's illiberal backlash. *Journal of Democracy*, v. 30, n. 1, p. 68-82, 2019. Disponível em: <https://www.journalofdemocracy.org/articles/bolsonaro-and-brazils-illiberal-backlash/>. Acesso em: 24 ago. 2023.

HUNTER, W.; POWER, T. J. Lula's second act. *Journal of Democracy*, v. 34, n. 1, p. 126-140, 2023. Disponível em: <https://journalofdemocracy.org/articles/lulas-second-act/>. Acesso em: 24 ago. 2023.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). Desmonte de políticas federais no Brasil. Em *Questão*, IPEA, n. 21, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/11636>. Acesso em: 24 ago. 2023.

MAISEL, L. S. The incumbency advantage. In: *Money, elections, and democracy: reforming congressional campaign finance*. 1st ed. New York: Routledge, 1990. p. 20.

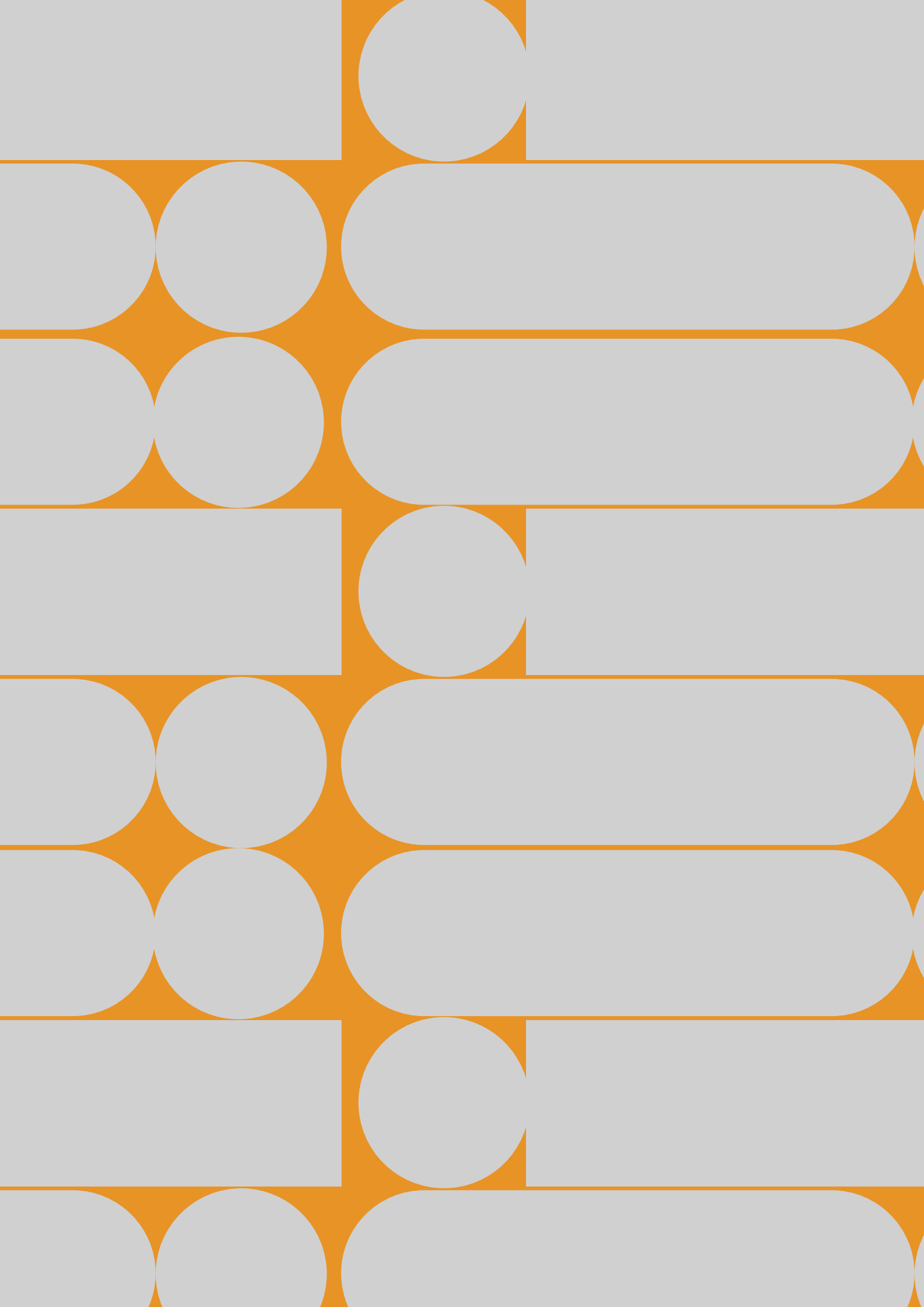
MILHORANCE, C. Policy dismantling and democratic regression in Brazil under Bolsonaro: coalition politics, ideas, and underlying discourses. *Review of Policy Research*, v. 39, n. 6, p. 752-770, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/ropr.12502>. Acesso em: 24 ago. 2023.

PONTALTI MONARI, A. C.; SANTOS, A.; SACRAMENTO, I. COVID-19 and (hydroxy) chloroquine: a dispute over scientific truth during Bolsonaro's weekly Facebook live streams. *Journal of Science Communication*, v. 19, n. 7, p. A03, 2020. Disponível em: https://jcom.sissa.it/article/pubid/JCOM_1907_2020_A03/. Acesso em: 24 ago. 2023.

PRZEWORSKI, A. *Por que eleições importam?* Rio de Janeiro: EdUERJ, 2021.

SANTINI, R. M.; SALLES, D.; TUCCI, G. When machine behavior targets future voters: the use of social bots to test narratives for political campaigns in Brazil. *International Journal of Communication*, v. 15, n. 0, p. 1220-1223, 2021. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14803>. Acesso em: 24 ago, 2023.

SILVA, T. M. DA. Nem tão "Flamengo": questões de posição e o voto no Brasil. *Revista de Sociologia e Política*, v. 27, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-987319276905>. Acesso em: 24 ago. 2023.



PESQUISA

Coordenação geral da pesquisa e texto

Débora Thomé

Malu A. C. Gatto

Assistentes de pesquisa - sênior

Caroline Caldas

Flavia Bozza Martins

Assistentes de pesquisa - júnior

João Gabriel Leal

Mayres Pequeno

Coordenação de pesquisas - Instituto Update

Marcelo Bolzan

PUBLICAÇÃO

Redação/ Edição

Débora Thomé

Malu A. C. Gatto e

Pesquisa/ Redação

João Gabriel Leal

Mayres Pequeno

Revisão

Claudia Cavalcanti

Produção editorial

Dany Fioravanti

Marcelo Bolzan

Projeto gráfico e diagramação

Tamires Mazzo

EQUIPE UPDATE

Alejandra Parra

Carolina Althaller

Dany Fioravanti

Dardo Ceballos

Ingrid Farias

Nadja Aguiar

Suane Barreirinhas

Resumo Executivo

Relatório 01 - Diversidade nas eleições: pessoas candidatas e eleitas

Relatório 02 - As preferências do eleitorado: diversidade

Relatório 03 - As preferências do eleitorado: escolha do voto

Relatório 04 - Iniciativas de apoio à candidatas e candidatos

Relatório 05 - Iniciativas de lideranças indígenas

Relatório 06 - O que nos contam as candidatas e candidatos

Relatório 07 - O que nos contam as lideranças partidárias

**+REPRE
SENTATI
VIDADE**

INSTITUTO **UPDATE**