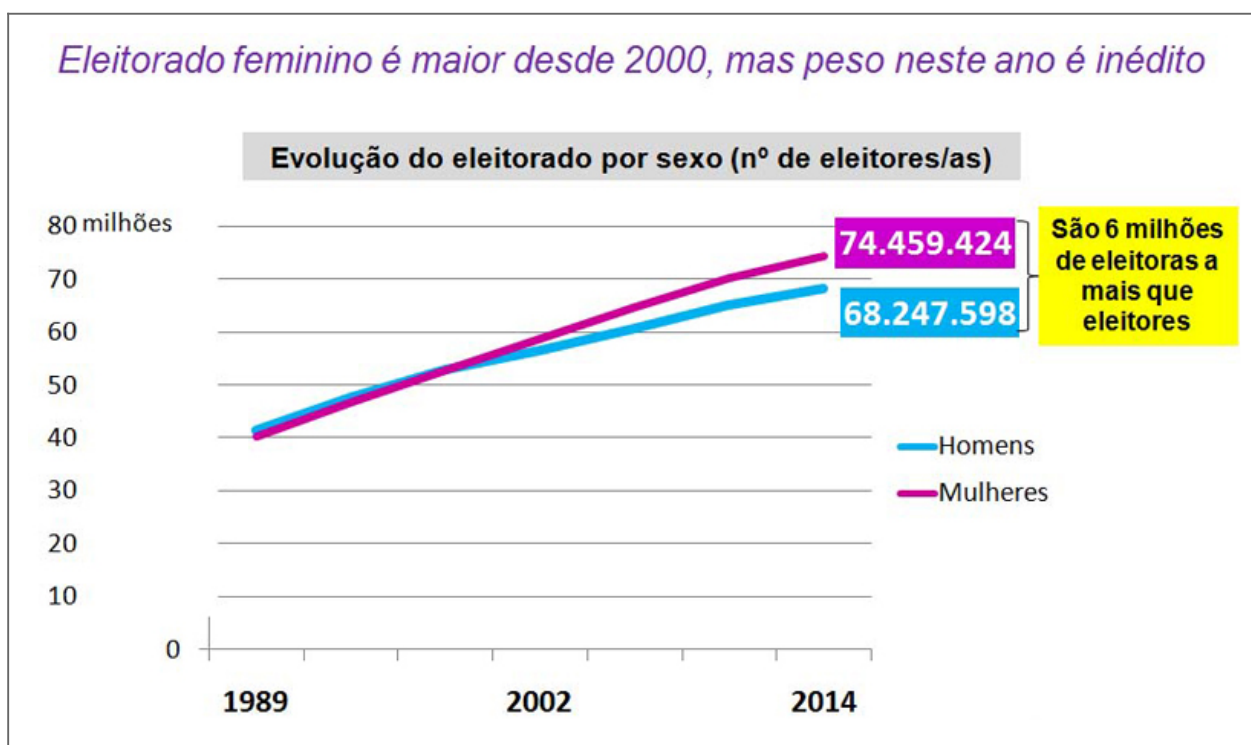


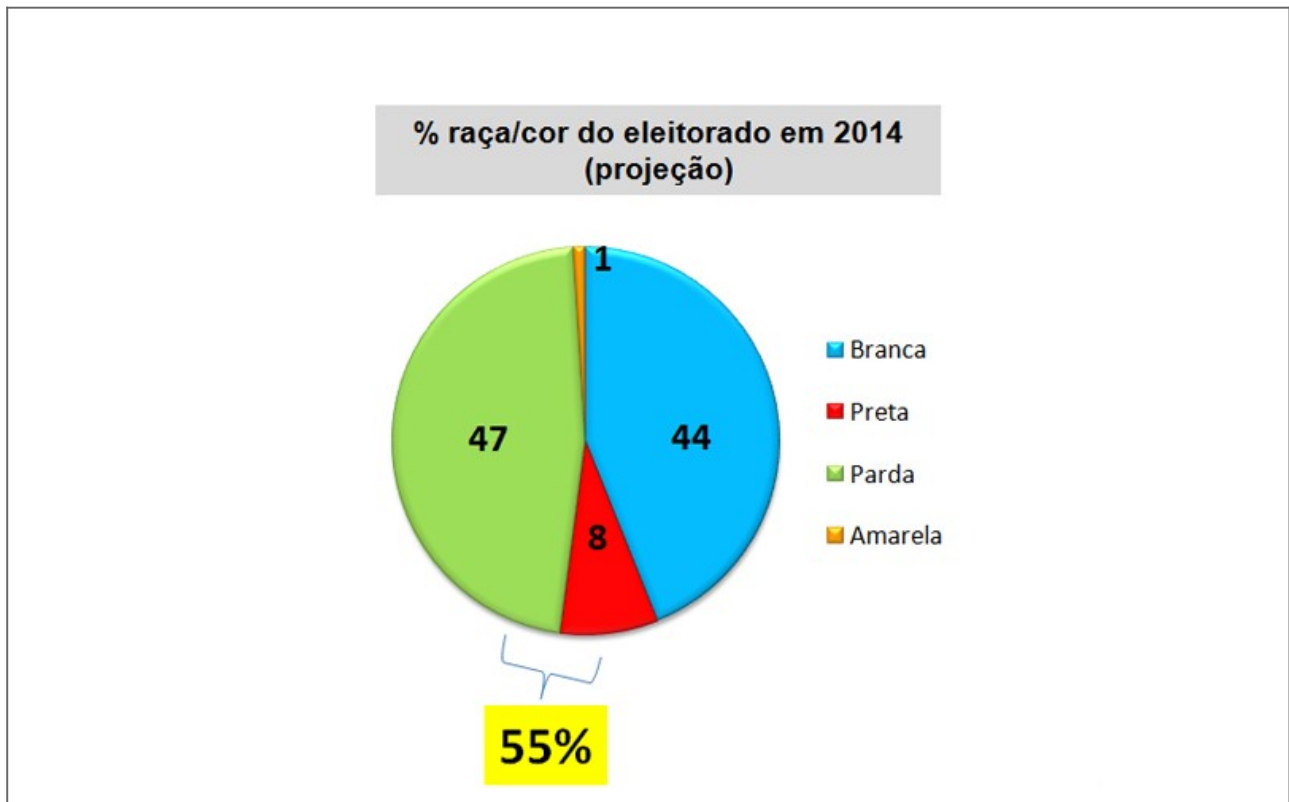
Eleições presidenciais 2014: mulheres e negros serão decisivos

(*Agência Patrícia Galvão, 05/09/2014*) O Instituto Patrícia Galvão disponibiliza a partir de agora a série de análises [Gênero e Raça nas Eleições Presidenciais 2014: A força do voto de mulheres e negros](#). O trabalho reúne análises exclusivas da socióloga e especialista em pesquisa de opinião Fátima Pacheco Jordão sobre o comportamento eleitoral de mulheres e negros brasileiros, a partir de dados do Ibope e Datafolha. Confira abaixo os principais destaques sobre a intenção de voto dos segmentos sociais decisivos neste pleito:

Eleitoras superam eleitores em 6 milhões e negros são maioria do eleitorado pela primeira vez

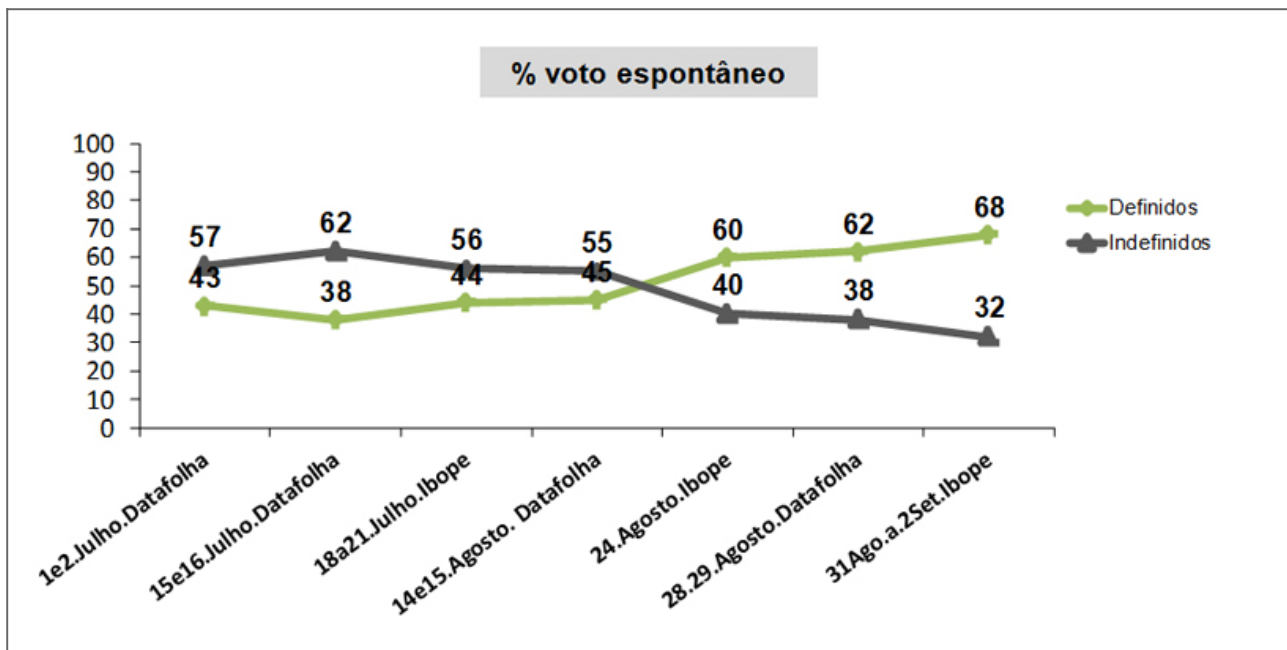


Pela primeira vez, negros são 55% do eleitorado



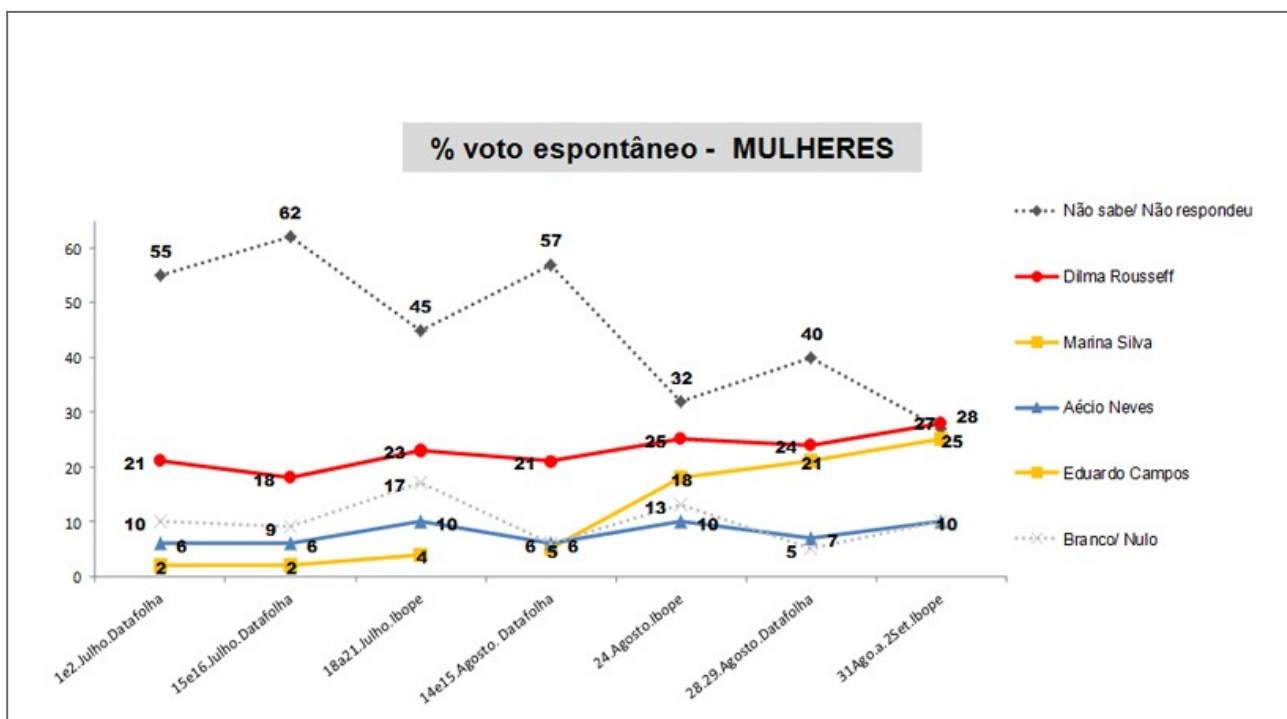
[Acesse o capítulo 'Evolução do eleitorado no Brasil por sexo e raça/cor'](#)

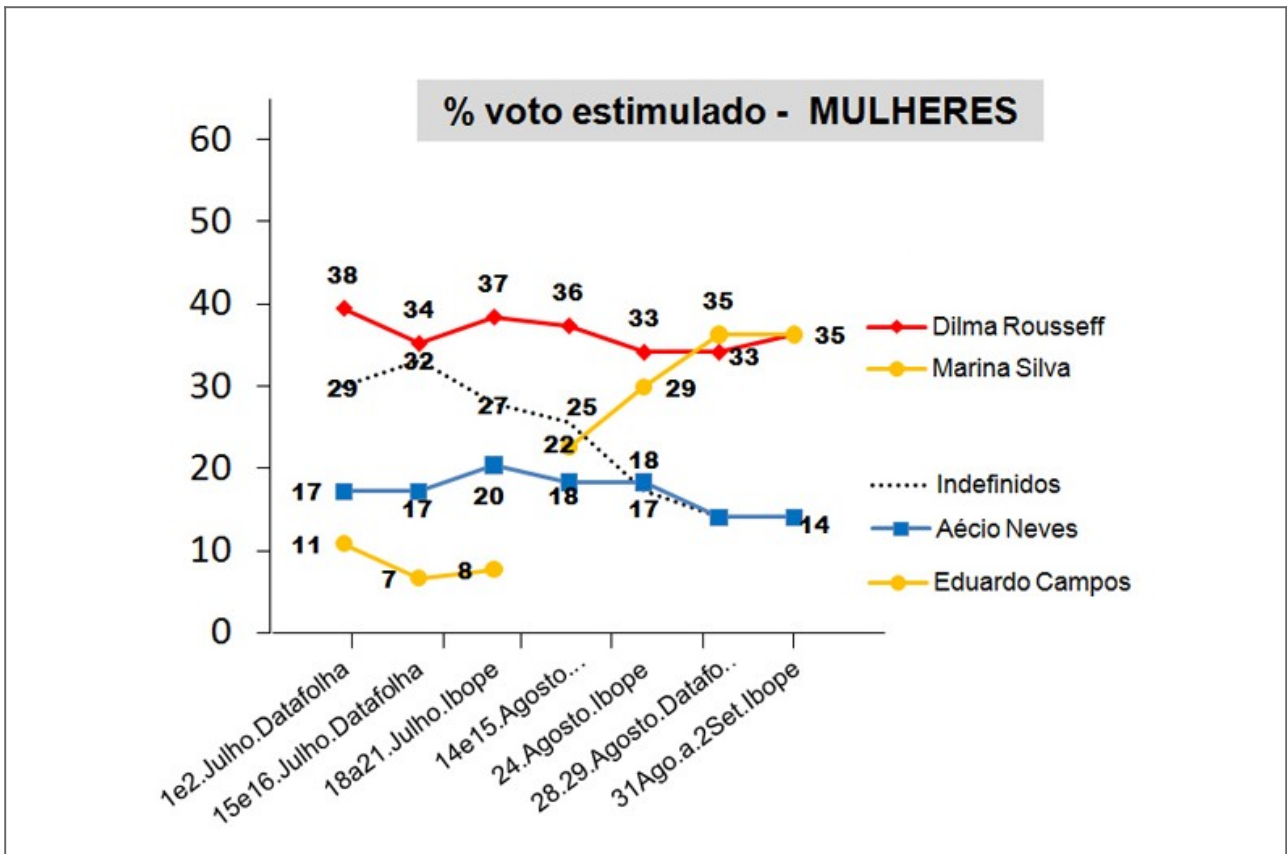
32% ainda não apontam em quem vão votar



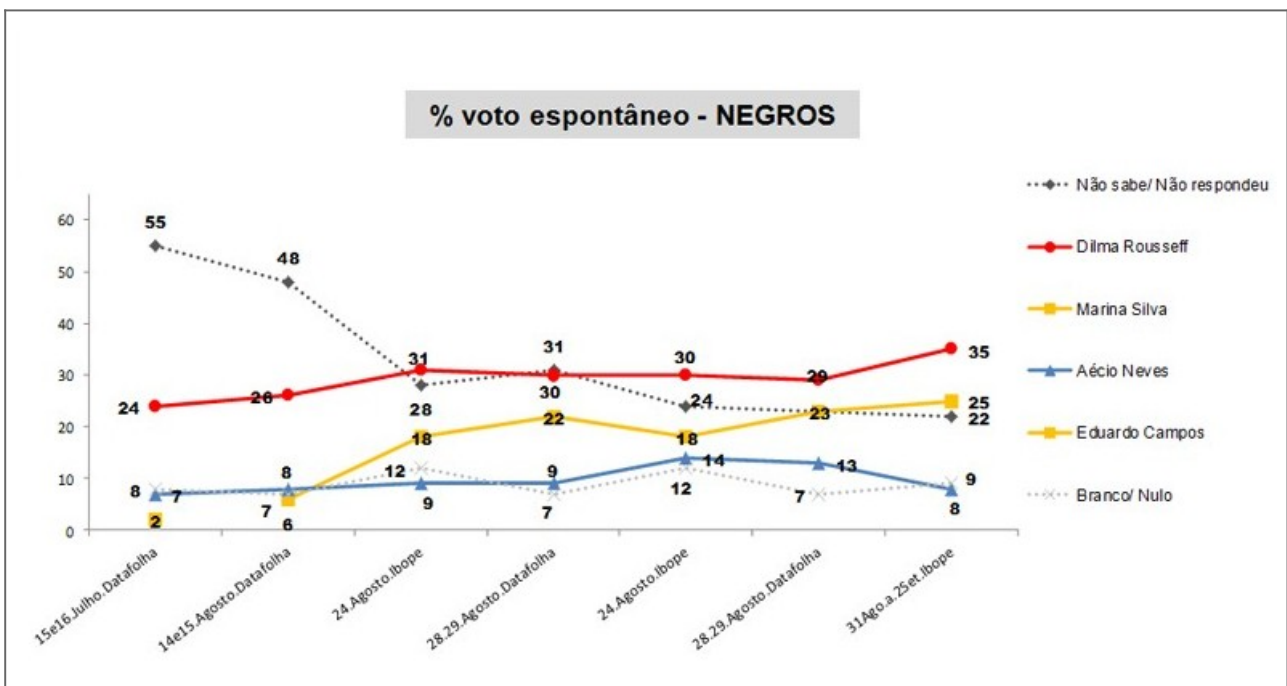
[Acesse o capítulo 'Intenção do voto espontâneo por sexo e raça/cor'](#)

Dilma e Marina mantêm empate entre as mulheres

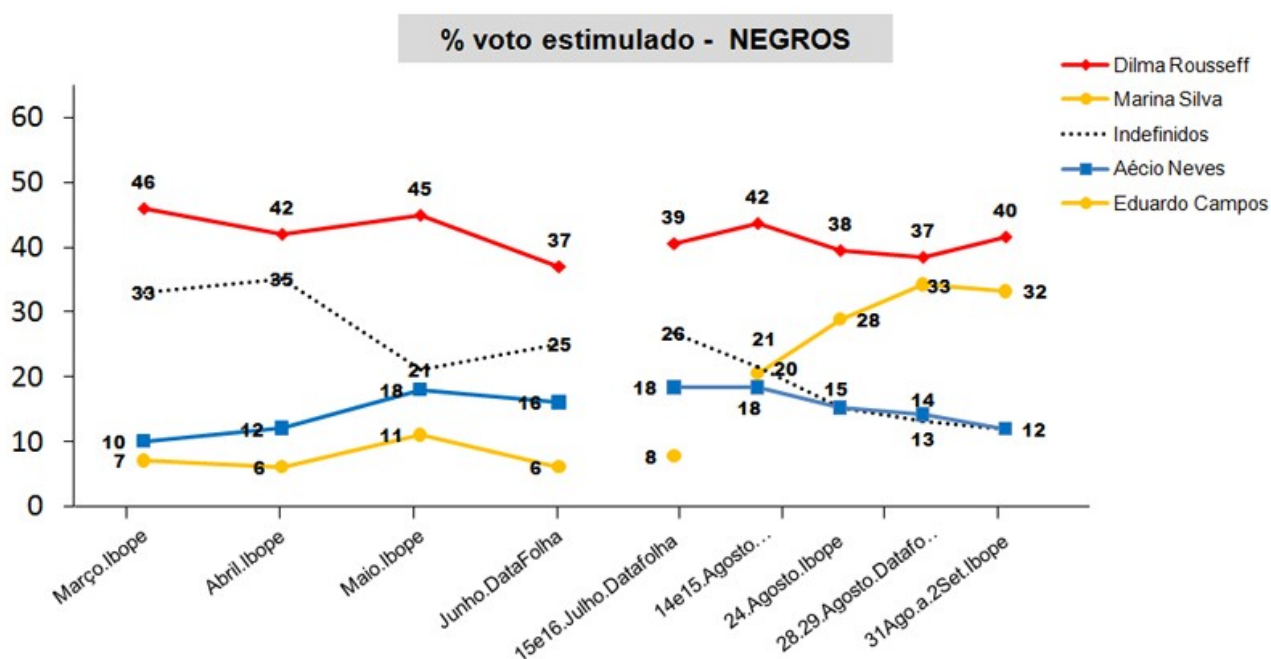




Dilma amplia liderança no eleitorado negro



Voto estimulado: Dilma abre 8 pontos na liderança entre os negros



[Acesse o capítulo 'Intenção do voto estimulado por sexo e raça/cor'](#)

Análise

As mulheres são mais reflexivas na decisão do voto

A socióloga Fátima Pacheco Jordão destaca que “há importantes novidades nesta eleição, que são as seis milhões de mulheres a mais que homens e a maioria de eleitores autodeclarados negros”. Outro destaque é o crescimento da intenção de voto em candidatas mulheres. “Saltou de 60% para 69% essa manifestação de voto, que em números absolutos dá algo próximo a 13 milhões a mais de pessoas que passaram a declarar intenção de votar numa mulher. É um crescimento considerável para nossa sociedade”.

A especialista em pesquisas de opinião aponta também a “alta volatilidade” ainda verificada no eleitorado a pouco mais de um mês do pleito. “A entrada de Marina ampliou significativamente o percentual de eleitores definidos, no entanto, 32% ainda não mencionam nenhum candidato espontaneamente”.

Além disso, frisa, “37% do eleitorado feminino ainda não definiu se vai votar em alguém e, em caso positivo, em qual candidata ou candidato. Os dados mostram como o eleitorado ainda está avaliando e, nesse quadro, as mulheres continuam levando mais tempo para definir seu voto. Assim como nas eleições anteriores, o voto feminino continua sendo um voto mais reflexivo”. Fátima Jordão explica que o processo de amadurecimento da escolha eleitoral tem um recorte de gênero e, em diferentes graus, perpassa geografia, escolaridade e ciclos de vida. Ou seja, as mulheres aguardam mais informações para definir seu voto e observam com maior rigor as propostas e promessas de políticas públicas, dado que são as principais usuárias dos serviços.

Autodeclaração de raça/cor como expressão de cidadania

Em relação à evolução do eleitorado negro, a socióloga destaca que a população negra brasileira cada vez mais se reconhece na sua identidade racial. “A autodeclaração é uma questão de identidade enquanto cidadão e cidadã”. No Brasil, o Ibope e o Datafolha incluem a variável raça/cor. Contudo, a significativa expressão eleitoral desse segmento nas pesquisas eleitorais ainda não conta com a atenção da imprensa e das campanhas. Diante do poder de voto de mulheres e negros, o Instituto Patrícia Galvão pretende contribuir para colocar em primeiro plano no debate o comportamento eleitoral desses segmentos, que representam 52% e 55% do eleitorado, respectivamente.

A influência da comunicação no voto


No que diz respeito às campanhas no horário eleitoral, as duas candidatas que estão na dianteira recebem avaliação similar da população. “O eleitor continua precisando da informação do horário eleitoral. Chama a atenção o distanciamento dos autodeclarados pretos em relação ao programa, que pode ser explicado pelo fato de a questão racial não aparecer com ênfase nas


campanhas. A não ser na exibição de alguns e algumas modelos negros ou negras, a população negra não se vê representada nos programas”, aponta Fátima.

Acesse a íntegra do estudo
[Eleição Presidencial 2014: Um olhar sobre a força do voto de mulheres e negros](#)

Realização: Instituto Patrícia Galvão **Parceria:** Data Popular, Ibope e Datafolha

Sugestão de fontes:

Fátima Pacheco Jordão  Socióloga especialista em pesquisas de opinião
fpjordao@uol.com.br
(11) 96063.5445 / 3824.0695

Renato Meirelles  Diretor do Data Popular
Ascom: (11) 3218.2222/ 2950.2849
Jornalistas Responsáveis: Ana Paula Soares
(ana@encasocomunicacao.com.br) e Luciana Silva
(luciana@encasocomunicacao.com.br)

Para mais informações à imprensa

Instituto Patrícia Galvão (11) 3262.2452 / 3266.5434 / 97619.8964
Géssica Brandino (gessicabrandino@patriciagalvao.org.br)
Luciana Araújo (luciana.araujo@patriciagalvao.org.br)