

# SÍNTESE DA PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA

PERCEPÇÃO DOS JOVENS 16-20  
SOBRE ELEIÇÕES, POLÍTICA E  
DEMOCRACIA

Brasília  
Mar/2017

Agência



MULLENLOWE  
BRASIL

Cliente



# Introdução e objetivos

- O presente trabalho foi desenvolvido pela Opinião – Informação Estratégica que, entre os dias 10 de janeiro e 4 de fevereiro de 2017, investigou a opinião de mais de 2.600 pessoas das mais diversas regiões escolhidas para representar população brasileira jovem de 16 a 20 anos.
- Entre os temas abordados no estudo, destacaram-se:
  - Eleições e democracia: percepção do jovem, importância do voto para a democracia, organização e execução das eleições nos municípios;
  - Sistema eletrônico de votação (urna, apuração): percepção sobre a segurança e a funcionalidade do sistema como um todo;
  - Biometria: percepção sobre a importância da ferramenta, qualidade do serviço prestado e sua função de segurança;
  - Aplicativos e ferramentas digitais da Justiça Eleitoral: percepção sobre funcionalidade, funcionamento e atendimento às expectativas;
  - Comunicação da Justiça Eleitoral: percepção sobre os serviços de comunicação da Justiça Eleitoral;
  - Propagandas da Justiça Eleitoral: percepção da mensagem e avaliação de seu impacto na sociedade; e
  - Abstenção / voto nulo / voto branco: compreensão da população sobre contagem de votos e percepção sobre o impacto da abstenção e votos nulo/branco no processo eleitoral.

# Introdução e Objetivos

- Este trabalho foi desenvolvido em duas etapas: uma qualitativa, por meio de grupos de discussão e, outra, quantitativa, por meio de entrevistas aplicadas pela *web* e realizadas com amostras representativas do jovem brasileiro de 16 a 20 anos.
- Na etapa qualitativa, foram realizados 15 grupos de discussão, representativos do universo em questão e distribuídos por região geográfica, sexo e faixa etária. Das sessões realizadas, 5 foram efetuadas em capitais, sendo uma em cada região. Nestas capitais foram executados dois grupos na faixa entre 16-17 anos e outros três na faixa entre 18-20 anos. Os demais grupos foram distribuídos em municípios de até 200 mil habitantes, sendo pelo menos um grupo em município de até 50 mil habitantes.
- A etapa quantitativa foi realizada por meio de entrevistas aplicadas pela *web* junto a amostras representativas do universo de jovens 16-20 anos. Ao todo foram entrevistados 2.511 indivíduos com representatividade proporcional à distribuição geográfica, faixas etárias e sexo.

# Metodologia

- Do ponto de vista analítico, os resultados aqui apresentados tem por premissa a representatividade dos jovens brasileiros entre 16 e 20 anos. Neste sentido, o *design* metodológico permite deduções acerca da opinião pública deste perfil, respeitando-se as devidas limitações e níveis de confiança preconizados pelas boas práticas da pesquisa.
- O trabalho foi desenvolvido em conformidade com a norma ABNT NBR ISO 20.252:2012, que estabelece as diretrizes para a condução de projetos de pesquisa de opinião pública, e com o Código de Ética adotado pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep) e Associação Mundial de Profissionais de Estudos de Mercado (Esomar).



# Qualitativa

GRUPOS DE DISCUSSÃO

# Metodologia

- Objetivo específico: gerar *insights* e aprofundamento das questões abordadas.
- Abrangência: Guarapuava/PR, Maceió/AL, Palmeira dos Índios/AL, Belém/PA, Curitiba/PR, Hortolândia/SP, Várzea Paulista/SP, Lauro de Freitas/BA, Alagoinhas/BA, Jaraguá do Sul/SC, Diamantina/MG, Curvelo/MG, Belo Horizonte/MG, Goiânia/GO e Rio Verde/GO.
- Método de investigação: grupos de discussão.
- Método de recrutamento: os participantes dos grupos foram recrutados pessoalmente por profissionais homologados pela Opinião – Informação Estratégica.
- Instrumento de investigação: roteiro de discussão semiestruturado.
- Período de realização: 10 a 27 de janeiro de 2017.
- Citações: as entrevistas foram gravadas na íntegra e, por isso, o relatório está ilustrado com citações dos entrevistados, admitindo-se coloquialismos e erros de português.



# Quantitativa

ENTREVISTAS PESSOAIS

# Metodologia

- Objetivo específico: mensurar e estimar estatísticas da opinião dos jovens acerca dos temas e questões abordados.
- Abrangência: Brasil.
- Amostragem: não probabilística com seleção criteriosa das unidades amostrais e controle de cotas por sexo, idade e região geográfica.
- Amostra: 2.511 jovens de 16 a 20 anos de idade.
- Método de investigação: web survey junto a painel representativo do universo em questão.
- Instrumento de investigação: questionário estruturado com questões objetivas de múltipla ou única escolha.
- Período de realização: 21 de janeiro a 4 de fevereiro de 2017.



# Esclarecimentos

- Ponderação: Para corrigir distorções entre a amostra planejada e a executada, foi aplicado um fator de ponderação (base ponderada). Tal procedimento tem o objetivo de resgatar a distribuição do universo representado na amostra pesquisada e os subtotais apresentados nas tabelas de resultados traz as bases não ponderadas.
- Parâmetros amostrais: Para efeitos de cálculo do tamanho da amostra, o intervalo de confiança foi de 95%, e a margem de erro de 2%. Por tratar-se de método não probabilístico, o erro estimado pode sofrer alterações em função do critério de amostragem utilizado.
- Questões de múltiplas respostas: Na apresentação dos resultados, as questões de múltipla resposta, que permitiam a opção por mais de uma categoria, podem ultrapassar a soma dos 100%. Isso ocorre pois o denominador empregado nestas análises reflete o número de entrevistados e não o número total de respostas à questão. Além disso, por causa do arredondamento das casas decimais, pequenas divergências na soma dos percentuais podem ocorrer, inclusive com a apresentação de valores zerados.

# Prólogo

Grupos de Discussão



# Contexto

- Estes jovens e seus ideais: acreditam que pelo próprio esforço podem alcançar as estrelas, até se depararem com os encargos que o passar da idade fatalmente irá cobrar. Quanto mais jovem, mais sonhador. Mas a responsabilidade há de um dia bater à porta, a começar pelo primeiro emprego, principalmente entre aqueles menos privilegiados socialmente. À medida que entrevistamos pessoas de classes sociais mais altas, as ambições também mudam e entrar na faculdade é o objetivo de curto prazo. Neste ínterim, as paixões são incontáveis e muitas vezes com elas, os filhos, que mudam todo o escopo traçado.
- Outras preocupações são as festas do fim de semana, as amizades, as pessoas novas que irão conhecer. O futuro do País, a conjuntura política, participar da democracia por meio do voto, são preocupações que podem ser adiadas.
- Para eles, “políticos são todos iguais”: decepcionam a cada ação, são desonestos, corruptos e não apresentam sinal de que irão mudar suas personalidades.
- Eleição! “Para que votar se na verdade nada vai mudar?” O voto muda apenas a vida do político. Para melhor.

# Contexto

- Avaliações que fogem à regra, demonstrando um maior conhecimento e consciência política e um desejo real de participar das decisões do país, possuem relação com classe social, amadurecimento pessoal, nível de renda e de escolaridade – e, outra variável, a origem da escola – pública ou particular: percebe-se nas escolas particulares maior qualidade no nível de conhecimento e consciência política.
- É preciso ainda separar a teoria da prática: entre as exceções, ou seja, aqueles com maior consciência política, observa-se um discurso literalmente “politicamente correto”, que caminha na direção da consciência democrática cidadã. Mas a prática nem sempre condiz com a teoria.
- Este é o cenário inicial com o qual nos deparamos neste estudo. Um jovem esperançoso de que ele próprio pode fazer a diferença para a vida pessoal, mas desestimulado no que diz respeito a participar, de forma ativa ou mesmo passiva, de uma mudança mais profunda para o País. Um jovem, em sua maioria, cada vez mais egoísta e com pouca preocupação com o coletivo.

# Contexto

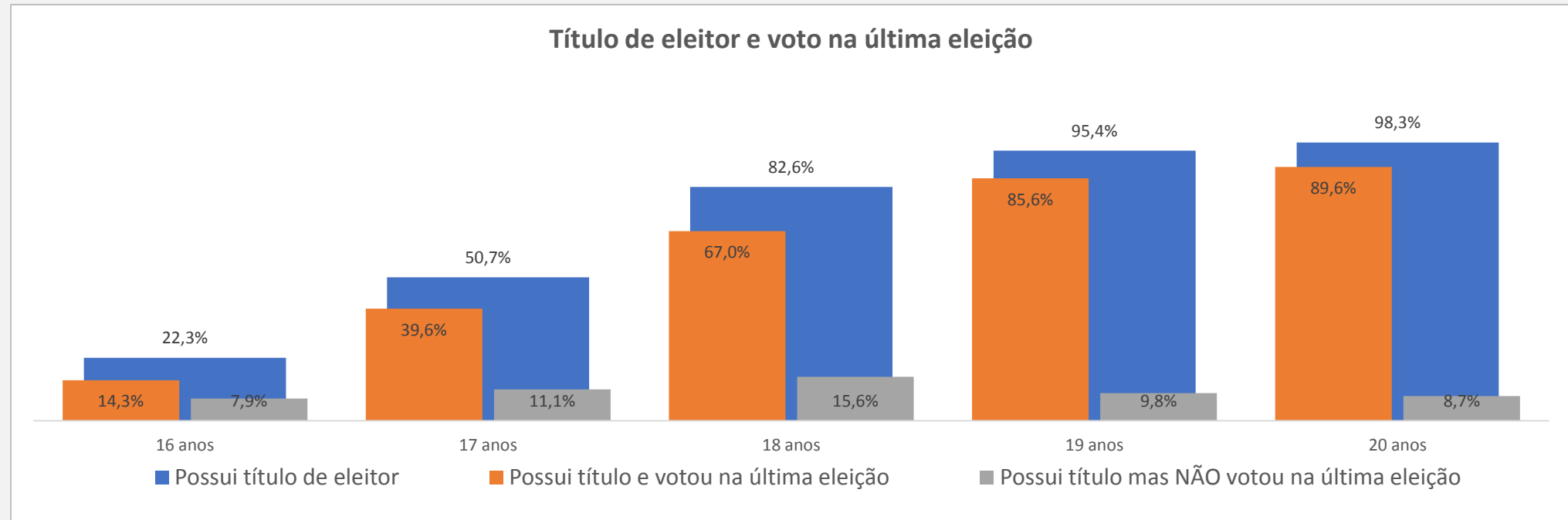
*“...não quero depender deles (dos políticos), sendo que a gente tem que depender deles. Todo mundo quer trabalhar para não precisar de nada de política, de governo. Uns querem ser jogador para ter seu dinheiro, nesta parte excluída de Lauro de Freitas. Outros querem buscar outra profissão que seja melhor remunerada, por conta disso, o mundo está assim: eu vou correr atrás do meu.” (Lauro de Freitas, classe C, 16 a 20 anos, 50% não eleitor e 50% eleitor)*

# RETROSPECTIVA

Nível de conhecimento e  
envolvimento na última eleição



# Título e eleição



- Na etapa quantitativa deste projeto, 59,6% dos entrevistados encontram-se na faixa etária de 18 a 20 anos, quando o voto já é obrigatório. Por este motivo, os resultados mostram que de um modo geral a maioria dos jovens possui título de eleitor e votou na última eleição. A relação da idade com este comportamento é efetiva, pois as taxas de entrevistados com título de eleitor e, entre esses, com voto na última eleição, são menores entre os mais jovens.

# Envolvimento com o processo

## Baixo envolvimento e pouco estímulo com o processo eleitoral

- Embora um grande contingente de pessoas tenha votado nas últimas eleições, **a regra é pouco se envolver com o pleito**: a maioria dos pesquisados não participou, não embarcou no processo e nem discutiu com familiares ou amigos os rumos eleitorais do passado.

### A maioria

*"Têm muitas pessoas, tenho uns colegas que votaram, mas foi assim – "véio", vou votar neste cara, vamos votar neste cara? Vamos votar. Foi na onda. Sem procurar saber o que ele é, se ele já fez algo para melhorar, o bairro onde ele mora, a cidade, e acaba votando por votar e não muda em nada, só um voto perdido." (Lauro de Freitas, classe C, 16 a 20 anos, 50% não eleitor e 50% eleitor)*



# Envolvimento com o processo

- **As exceções, ou seja, aqueles que se envolveram com as eleições, dizem respeito a um perfil específico:** a tendência é que mantenham algum tipo de diálogo com a família, professores, ou círculo de amigos, ou ainda que atuem como voluntários em ONG(s) ou movimentos sociais / comunitários.
- Na etapa quantitativa, obteve-se como resultado que 31% dos jovens pesquisados têm envolvimento com projetos de cunho social.

## A minoria

*"Votei pelo partido, não pela questão do que o partido tem feito, mas pelo que é o partido aqui em Goiânia. Não foi pela candidata em si, eu votei pelos militantes do PT de Goiânia, porque o PT de Goiânia tem um movimento social muito forte, então a tendência seria que ela agisse de acordo com as ideologias do partido ou das pessoas que são do partido." (Goiânia, classes B2/C, 16 a 20 anos, 50% não eleitor e 50% eleitor)*

# Contexto da Informação



# Fontes de Informação

## Debate entre familiares e amigos é a principal fonte de informação

- Do total, 55,9% têm o hábito de debater assuntos referentes à política com outras pessoas.
- Jovens com nível superior debatem mais.
- Esta é uma característica mais comum entre os homens (60,6% contra 51% entre mulheres).

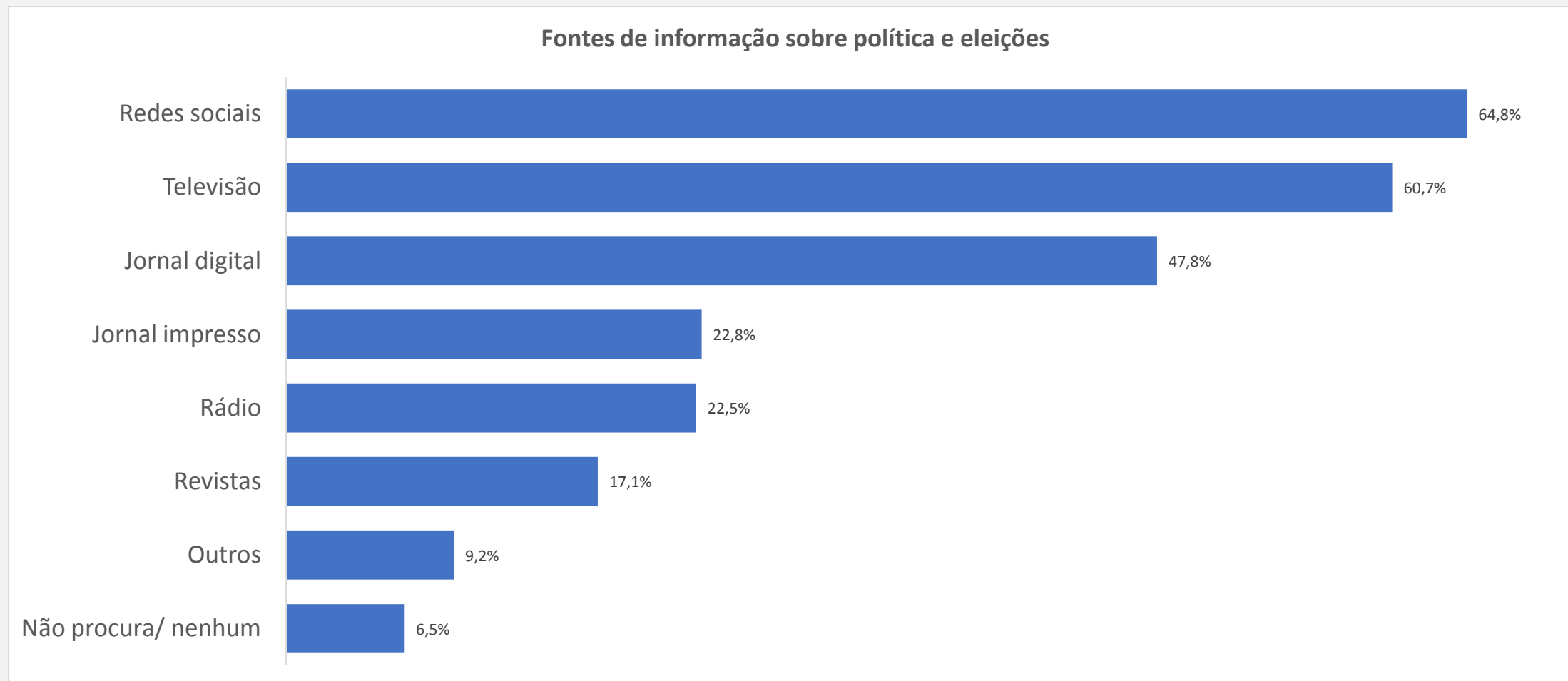
## E quando se inicia a busca por informações?

- Procurar informações sobre os candidatos antes das eleições é a realidade de 82% dos entrevistados.
- 49,5% manifestam que este processo se inicia entre um e dois meses antes das eleições.

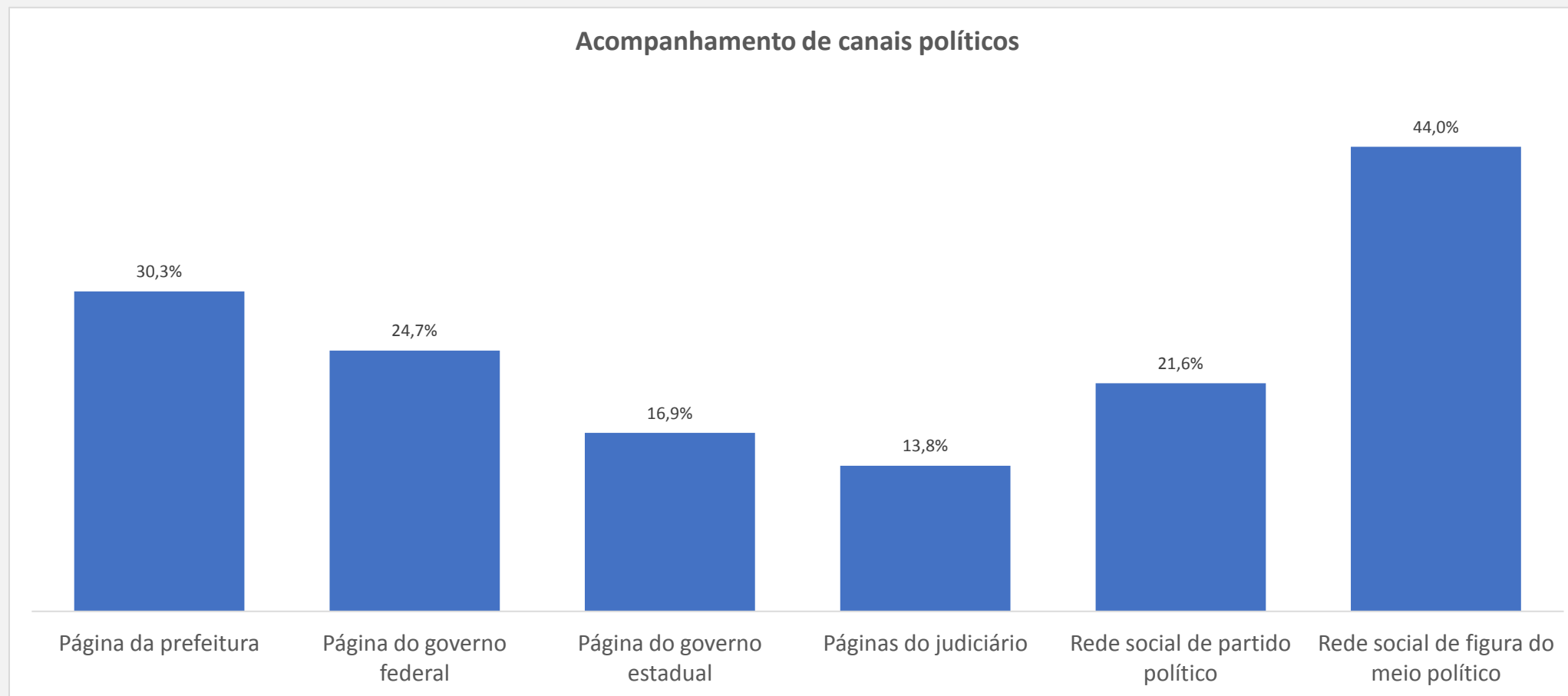
## Informações mais procuradas

- No rol das informações mais procuradas, destacaram-se o histórico dos candidatos como o principal interesse dos jovens, seguido pelas propostas de governo e pela ficha criminal dos candidatos.

# Fontes de Informação



# Canais políticos



E quem não  
votou



# Quem não votou

## O voto não é obrigatório

- Entre aqueles que não votaram, principalmente os menores de 18 anos, a justificativa mais simplória é: “não era obrigatório”. A condição facultativa os coloca em uma posição confortável de adiar ao máximo assumir as responsabilidades como eleitor e cidadão.
- Chega a ser um alento não votar. As desmotivações são tantas que assuntos que envolvem política são mantidos a distância, pois remetem a algo que somente beneficia o político ou que podem causar arrependimentos, caso vote em alguém que não atenda as expectativas mínimas.
- Entre os maiores de 18 anos é mais comum encontrar pesquisados que não votaram por motivos alheios à sua vontade: uma viagem de última hora, dificuldade de deslocamento, doenças etc. Mas o pano de fundo é a desmotivação: preferem pagar a multa à se darem ao trabalho de se deslocarem até as urnas.

# Citações

*“Perante a lei não sou obrigado, por isso não votei.” (Belém, classe C, 16 a 17 anos, misto, 100% não eleitor)*

*“Eu não vou lá perder o meu tempo enquanto não for obrigado a fazer isso. Eu não vou perder o meu tempo.” (Várzea Paulista, classe B2/C, 16 a 17 anos, 100% não eleitor)*

*“Eu não votei porque não sei em quem votar, vai que entra um cara no poder lá, que eu ajudei entrar e ele só faz porcaria.”*

*“É difícil porque além de ser muitos, você não sabe em quem confiar, você não conhece, tem que pesquisar bastante e não dá muito interesse.” (Curitiba/PR, classe A/B1, 16 a 17, mista, não eleitor)*

*“Porque se a gente vai lá fazer nossa parte, os políticos não vão lá fazer a parte deles, então isso não me interessou, por isso não tive vontade de ir lá tirar o título e votar em alguém ainda.” (Curitiba, classe AB1, 16 a 17 anos, misto, 100% não eleitor)*

*“...mas não adianta nada eu votar numa pessoa que não está fazendo nada, ou que está roubando, então prefiro votar em branco, ou não votar, e não me arrepender.” (Hortolândia, classe B2/C, 16 a 20 anos, 50% não eleitor e 50% eleitor)*



# EXPECTATIVAS E MOTIVAÇÕES DO JOVEM COM O PROCESSO ELEITORAL



# As desmotivações

Por tudo que se observa,  
não existe uma motivação  
para que o jovem participe  
da eleição...

- ... ao contrário, além de sentirem que não foram convidados para o processo, eles são continuamente desestimulados a participar e, quando participam, vivem o dilema de escolher entre o menos pior.
- Primeiro, na lista das desmotivações, as idealizações pessoais: como as prioridades dos jovens são outras, a eleição está em outro plano.
- Depois, a sensação de que, quantitativamente ou qualitativamente, o voto (ou *um* voto) não vai fazer a diferença: eles não percebem mudança de maior impacto em suas vidas, principalmente, com a eleição dos candidatos que “tinham/tem à disposição”.

# Citações

*“Eu votei porque tinha que votar, porque se fosse do meu gosto, assim, para escolher votar, eu não votaria. Porque a gente vota numa pessoa tentando ver se vai mudar e acaba piorando, entendeu? Aí não votei muito empolgado não, votei por votar mesmo.” (Alagoinhas, classe D, 18 a 20 anos, 100% eleitor)*

*“Se eu não quisesse participar de concurso e outras coisas, por mim eu nem participava, nem votaria, mas é obrigatório, eu tenho que votar.” (Maceió, classe B2/C, 18 a 20, 100% eleitor)*

*“Eu conheço muita gente que pensa assim: “Eu só sou mais um, não vai adiantar”. Eu também não cheguei a votar por causa disso. Eu pensava: “Poxa! Eu vou chegar lá, vou votar e vai ser mais um voto e o que eu votei, não vai se eleger e vai ser só mais um.” (Belo Horizonte, classes B2/C, 18 a 20 anos, 100% eleitor)*

# As desmotivações

- **A falta de renovação dos quadros dos atores políticos**, a repetição das “oligarquias familiares” (marido, esposa, filho) todos eles “fazendo carreira na política” e a alternância de poder entre “feudos familiares”, especialmente no interior. Sentem-se como se já soubessem dos resultados, eliminando o fator surpresa e as expectativas de mudanças e reais melhorias.

## As lista das desmotivações

*“Aqui em Guarapuava é pequeno, não tem muitos habitantes, sempre tem a mesma família, a mesma disputa. Aí isso é uma democracia? Eu tenho que escolher sempre entre uma família ou outra? Uma hierarquia política disfarçada de democracia.”  
(Guarapuava, classe AB1, 18 a 20 anos, misto, 100% eleitor)*

# As desmotivações

## As lista das desmotivações

- **As práticas políticas.** Estamos falando da compra explícita do voto ou de benefícios indiretos concedidos e capazes de conquistar novos eleitores ou de manter um eleitorado cativo.

*“Aqui em Belém tem muita compra de voto. Isso desanima a gente, porque não vai mudar, são sempre os mesmos.” (Belém, C, 16 a 17 anos, misto, 100% não eleitor)*

# As desmotivações

## As lista das desmotivações

- **A decepção com o candidato** também é outro fator: eles são uma coisa em campanha, mas no exercício do mandato desaparecem e passam a governar para um grupo. Esquecem das promessas e deixam de ser acessíveis. Decepcionam e repetem um enredo já conhecido: a falta de concretização do “discurso de campanha”.

*“Quando chegam lá, acabou a conexão que têm com a população. Você só vê eles em tempo de eleição mesmo, eles vão lá no seu bairro, passam, isso, aquilo, tal, as pessoas segurando faixa, acabou a eleição, sumiu, você não vê mais ninguém, nem as mudanças, você não vê nada disso.” (Diamantina, classe C, 18 a 20 anos, 100% eleitor)*

# As desmotivações

- há uma diversidade de fatores que corroboram para a desmotivação. No entanto, verifica-se a convergência para um ponto: **a ausência de boas perspectivas alimentadas pela falta de mudanças e melhorias.** É a dureza da realidade imposta pelo cotidiano contrastando com a frágil esperança de dias melhores.

Em suma...

*“Quando você vê que você vota e nada está acontecendo e nada muda. Está sempre a mesma coisa. Isto é o que me desmotiva.”  
(Belo Horizonte, classes B2/C, 18 a 20 anos, 100% eleitor)*

E as motivações...





# As Motivações

## A obrigatoriedade

- As motivações para o voto invariavelmente passam pelo crivo da obrigatoriedade. *“Se não fosse obrigatório eu não votaria”* – esta é uma frase repetida quase como um mantra.
- Apesar da obrigatoriedade, encontra-se um discurso sinalizando que o entendimento do eleitor é enxergar o voto como um instrumento de mudança. Entretanto, é incomum que esta teoria esteja casada com a prática. Fala-se da importância do voto, mas pratica-se pouco.

*“O voto é uma arma que o cidadão tem para poder fazer a diferença no País.”*

**- Vocês acreditam nisso?**

*“Com certeza. Sim.”*

**- E praticam isso?**

*“...Não.”*

*(Alagoinhas, classe D, 18 a 20 anos, 100% eleitor)*

## Esperança

- Mas na esfera das exceções, em que o estímulo para o voto não foi a obrigatoriedade, nasce a esperança. Essa é a melhor palavra que define, motiva e justifica atualmente o comparecimento do jovem às urnas.
- Esperança de ver uma cidade melhor. Um estado e um país melhor. Esperança de ver um estado onde os serviços públicos funcionem com qualidade.

*"A minha motivação vem daquele pontinho de esperança que eu ainda tenho, aquele brasileirismo, que uma hora ele precisa que apareça alguém bom, capacitado para fazer uma melhora."  
(Guarapuava, classe AB1, 18 a 20 anos, misto, 100% eleitor)*

# A percepção do voto



# Como o voto é percebido

O voto é encarado como um instrumento inócuo, especialmente porque não enxergam mudanças pós-eleição

- Envolvidos pela decepção, pelo contexto político e pela pouca eficiência do instrumento enquanto catalizador de mudanças, a atitude é de acomodação e de desmotivação em relação ao ato eleitoral. Ou seja, não percebemos, neste estudo, um movimento espontâneo no sentido de abarcar o voto como saída democrática.

*"As pessoas estão percebendo que o voto dela não vale nada."  
(Goiânia, classes B2/C, 18 a 20 anos, 50% eleitor e 50% não eleitor)*

# Como o voto é percebido

- Entretanto, se por meio de estímulos e intervenção do mediador a questão da importância das eleições for aprofundada, percebe-se que principalmente entre os jovens de 18 a 20 o voto ganha *status* e passa a ser percebido como uma decisão que impacta na condução da cidade e do país, e interfere na vida das pessoas.

*"Ele pode melhorar as coisas, melhorar os postos de saúde, a questão da saúde. Pode ajudar financeiramente. Por exemplo, o posto de saúde, se fosse bom e tal, ao contrário de você pagar um plano de saúde que é caro e tudo, você estaria economizando."* (Belo Horizonte, classes B2/C, 18 a 20 anos, 100% eleitor)

- Ou seja...
- AO QUE TUDO INDICA, O JOVEM ESTÁ COLOCADO A MARGEM DAS DECISÕES POLITICAS E CONVIDÁ-LO A PARTICIPAR É UM PRIMEIRO PASSO PARA A SUA INSERÇÃO.

# Como o voto é percebido

No ambiente da pesquisa quantitativa...

- A importância das eleições alcança patamar 8 em uma escala de 0 a 10, sendo: 8,2 na avaliação da importância para o entrevistado, como cidadão e, 8,5 na avaliação da importância para a cidade.
- E, apesar da associação espontânea do tema “eleição” à conteúdos preponderantemente neutros ou negativos, 50,4% dos entrevistados ainda acreditam que “o seu voto pode criar um futuro melhor para ele e para o país” e 57% discordam totalmente de que “vão votar apenas porque o voto é obrigatório”.
- Mas esses dados devem ser avaliados com as devidas ressalvas observadas na etapa qualitativa, quando teoria e prática estão dissociadas.

# Como o voto é percebido

- **Em decorrência do estímulo ao debate, o jovem sente-se inserido dentro de um contexto. Ou seja: verifica-se que, se convidado a debater e refletir sobre o tema, o jovem desperta sua consciência política democrática cidadã, e mostra-se predisposto, em tese, a atuar ativamente.**

*“Ou seja, não adianta a gente sair reclamando dos políticos se a gente também não faz a nossa parte. (...) se você acha que esta pessoa corrupta está ganhando, por que não votar numa que você sabe que talvez possa ajudar, e possa competir com esta pessoa?” (Hortolândia, classe B2/C, 16 a 20 anos, 50% não eleitor e 50% eleitor)*

*“Deixar uma herança melhor para quem está vindo e da mesma forma de mudar quem está lá, porque a juventude eu vejo que assim, como nós que somos jovens, é uma forma de combater quem está lá, tirando as pessoas corruptas e colocando, digamos assim, as menos piores.” (Guarapuava, classes AB1, 18 a 20 anos, misto, 100% eleitor)*

E por que o voto vem sendo percebido como um instrumento inócuo?

Porque votar é um ato político.



# O voto: um ato político

- O que vemos por trás desta lógica do pesquisado é que todos os caminhos do voto promovem apenas os interesses dos políticos.
- A lógica é:

No exercício do mandato ele beneficia somente a si próprio, a seus pares ou o setor que ele representa.

“Todo político é corrupto ou ladrão”, ponto de vista que reforça a tese de que os agentes eleitos pelo voto advogam para o enriquecimento próprio.

Uma vez conquistado o objetivo de ganhar a eleição o político desaparece, e com ele as promessas de campanha e as expectativas de mudanças.

Na maioria das vezes, a população é excluída de debates que se referem a aprovação de leis, emendas e outras questões importantes para o País.

# O voto: um ato político

- A união da ideia de que o voto **não** beneficia o indivíduo e a consolidação da imagem de que o político é o principal favorecido com as eleições, leva a um ponto de inflexão:

A democracia está fragilizada no momento em que é entendida como ato político.

- Assim, o que em tese deveria ser uma oportunidade de mudança vem gradativamente deixando de ser percebido como um instrumento democrático e se tornando uma ação autômata, em que o eleitor não pensa no que está fazendo. Vota-se por exclusão na esperança de que o candidato, no mínimo, mantenha a cidade como está. Vota-se pela obrigatoriedade ou para fugir das sanções. Vota-se, mas, se precisar clamar por mudanças, utilizará outros meios.

*“Eu acho que votar consciente hoje, principalmente no cenário atual do país, é muito difícil, principalmente para nossa idade, porque o quadro que a gente vê tem que saber se realmente o candidato cumpre. Então, eu procurei o candidato menos pior que estava no dia a dia, “-Olha, esse aqui não vai estragar tanto.” (...) E aí quando você pega o voto e banaliza, você perde o direito, uma arma que você tem de fazer a diferença.”(Alagoinhas, classe D, 18 a 20 anos, 100% eleitor)*

# O voto: um ato político

O voto é um ato político, manifestar é um ato democrático.

- Para os pesquisados, é imperativo que cesse o *modus operandi* da administração da coisa pública e a atuação dos políticos no Brasil, mas, com raríssimas exceções, no que concerne às avaliações espontâneas, os pesquisados **não relacionam estas mudanças com o voto. A transformação idealizada pode até vir, mas por outras vias, como a pressão social. Que possui potencial para substituir o voto enquanto instrumento democrático.**

*“O impeachment, nós já estávamos insatisfeitos desde 2014, com as pessoas indo para a rua. Então, isso é uma forma de democracia. O pessoal saiu de casa e interveio. Entendeu? Foi uma insatisfação, o pessoal não estava satisfeito com a situação e por nossa causa que conseguimos tirar a presidente.”*  
*(Belo Horizonte, classes B2/C, 18 a 20 anos, 100% eleitor)*

O DESPERTAR DA  
CONSCIÊNCIA  
POLÍTICA  
DEMOCRÁTICA  
CIDADÃ



# Educação política: uma demanda

- Uma conclusão quase unânime é que o despertar da consciência política democrática cidadã passa necessariamente pela maior abordagem do assunto e por mudanças estruturais.

É preciso que o voto tenha valor agregado, notadamente no que concerne à sensação de mudança.

- Outro ponto é que a política precisa deixar de ser um tabu e preferencialmente que seja um tema abordado nas escolas. As discussões invariavelmente caminham para esta demanda:

A incorporação de uma disciplina no ensino médio que contemple a inclusão do jovem no contexto político.

- A etapa quantitativa corrobora para estas sugestões: as maiores incidências de demanda para a Justiça Eleitoral são campanhas nas escolas (11,5%) e ouvir mais os jovens (10%).

# Educação política: uma demanda

*“Eu acho que deveria incentivar em colégios, em faculdades, ter palestras, chegar mais junto da população, apresentar as propostas desde o começo, ter conversas com o cidadão, o que a população está precisando, o que pode fazer para melhorar, quais as propostas.” (Guarapuava, classes A/B1, 18 a 20 anos, 50% não eleitor e 50% eleitor)*

*“Quando fala de política a gente nunca deu conversa, ninguém gosta de política, quando marcou a reunião, ninguém quer saber, ninguém se interessa, ninguém se aprofunda no assunto política”.*

*“Quando vota, vota errado”.*

*“Também a população tem sua parcela de culpa, porque se procurasse saber mais. Se estivesse interessado...”*

*“Acho que também é necessário que os professores abordem sobre política em sala de aula, porque as crianças estão lá, adolescentes, e são elas que vão mudar o futuro do nosso país. São elas que futuramente vão estar votando em nosso lugar.” (Lauro de Freitas, classe C, 16 a 20 anos, 50% não eleitor e 50% eleitor)*

# Gatilhos Eleitorais

- São, também, gatilhos que despertam a consciência político democrático cidadã:
  - Forte insatisfação com a administração local;
  - Possibilidade de perda de benefícios;
    - As diretrizes nacionais que impactam a macroeconomia.
  - Possibilidade de mudanças;
    - Troca dos atores políticos.
  - Ingresso em faculdades ou atuação em ONG(s)/ sindicatos/ movimentos sociais;
    - Atuações que naturalmente são um celeiro para as discussões políticas.
  - Professores, principalmente no ensino médio, que estimulam os debates, sem no entanto, partidarizar a discussão.

# O processo eleitoral Brasileiro





# As Intuições

- Embora o TRE e o TSE sejam as instituições que se destacam em nível de conhecimento dos entrevistados da etapa quantitativa, como aqueles responsáveis pela realização das eleições (ambos mais mencionados por homens do que por mulheres, tal como identificado em pesquisas anteriores), o processo eleitoral brasileiro, os bastidores de uma eleição, bem como as instituições que fazem parte do processo são temas que pouco chamam a atenção.
- Os nomes dos órgãos podem até ser mencionados, mas predomina o desconhecimento acerca das competências de cada um.
- Mas vale chamar atenção. É comum a avaliação de que os órgãos que compõem a justiça eleitoral são entendidos como instituições políticas, o que corrobora a tese de que a eleição é um ato político.

*“TSE, TRE, eu ouço falar só na época de eleição, passa na TV.” (Lauro de Freitas, classe C, 16 a 20 anos, 50% não eleitor e 50% eleitor)*

*“É um órgão que fiscaliza a questão política.” (Jaraguá do Sul, classes B2/C, 18 a 20 anos, 100% eleitor)*

# A urna eletrônica

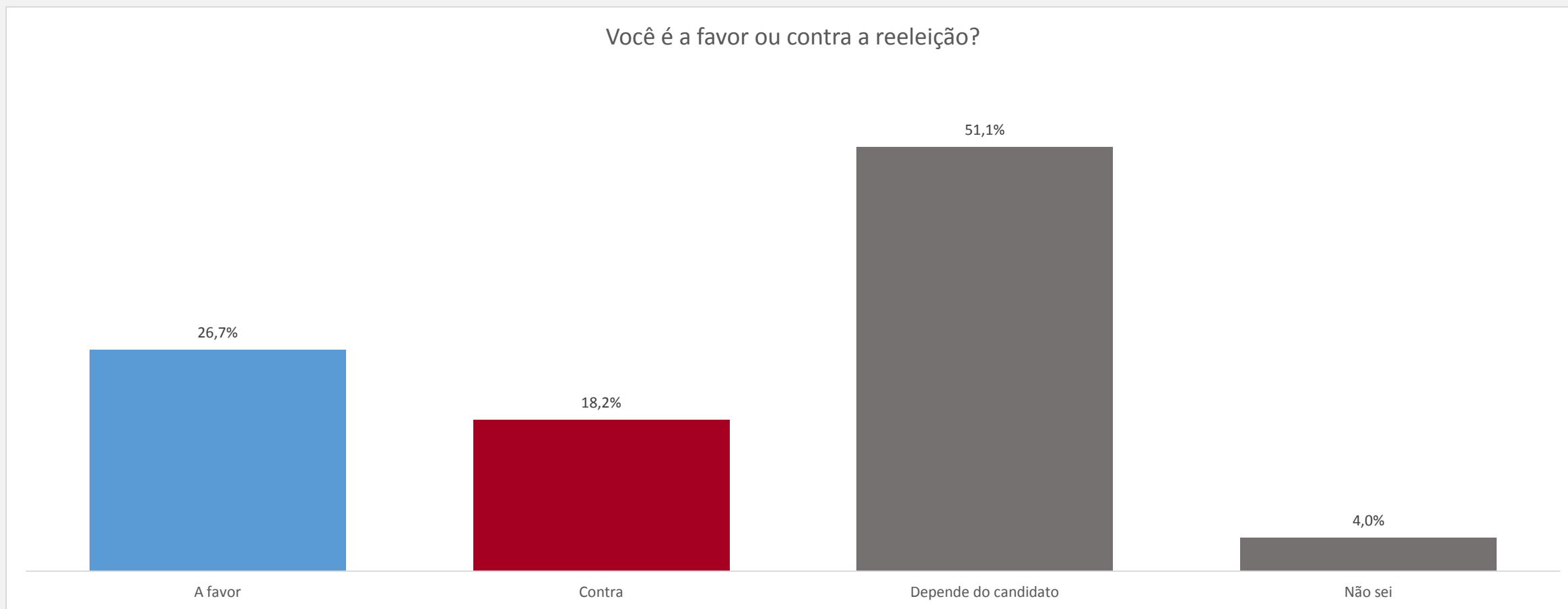
- A urna eletrônica é apontada como segura por 40,1% dos entrevistados da etapa quantitativa (contra 34,5% que não a consideram segura e 25,4% que não sabem).
- A confiabilidade dos resultados pode variar de acordo com a percepção do pesquisado. Tende-se a confiar quando os resultados de uma eleição estão coerentes com as pesquisas de opinião pública realizadas no período pré-eleitoral. E tende-se a desconfiar quando as lendas urbanas vêm à tona, como o aparecimento de urnas abandonadas em terrenos baldios, números digitados na urna que não batem com a foto do candidato, etc.
- Nesse quesito, 76,8% dos jovens entrevistados na etapa quantitativa desconfiam do processo, sem diferenças significativas entre idade ou sexo.

*“Já houve boatos também que deixa com pé na frente e outro atrás. Será que meu voto foi realmente para esta pessoa?” (Palmeira dos Índios, classe C, 18 a 20 anos, 100% eleitor)*

# Demandas

- A falta de conteúdo para avaliar o sistema eleitoral impede que os pesquisados emitam opiniões “o que gostariam que fosse mudado no sistema eleitoral?”. De toda forma, percebe-se que as demandas estão em níveis de reformas estruturais.
  - Deseja-se mais qualificação dos políticos, o que inclui escolaridade mínima para ocupação de um cargo público.
  - Redução do número de políticos, e redução salarial dos mesmos.
  - Menor número de partidos e de representantes no legislativo também faz parte do rol desejado.
  - O fim da obrigatoriedade do voto é outro ponto polêmico, visto que é difícil entender como a democracia exige que o voto seja obrigatório e “ainda por cima diz que é um direito”.
  - Outro aspecto que se mostra conveniente explicar refere-se ao voto branco/nulo. É quase unânime: os jovens não sabem qual a dinâmica deste tipo de voto.
    - Aqueles que se arriscam em alguma definição estão presos as lendas e ao desdobramento da disseminação destas lendas. É a concepção de que optar pelo branco ou nulo favorece quem está na frente.
  - A reeleição é outro assunto que movimentava os pesquisados pontualmente em algumas praças. A tendência é se posicionarem contrários à reeleição sob o argumento de que o político se acomoda em seu segundo mandato.

# Demandas



**Comunicação**



# Avaliação geral

- A desinformação é uma das matrizes do desinteresse dos jovens em relação aos aspectos pertinentes à eleição e ao voto. **O conhecimento sobre os serviços** – virtuais e presenciais –, aplicativos *mobile* e presença nas redes sociais **é quase que completamente ignorado**. Consequentemente, inexistem avaliações a este respeito.
- Os comerciais veiculados na tevê aberta são mencionados pontualmente, mas, uma vez lembrado por uma pessoa, desencadeia a memória dos outros participantes acerca da peça mencionada.
- As propagandas que são mencionadas dizem respeito à importância do voto, principalmente aquelas em formato de diálogo, que são recorrentemente lembradas. Na etapa quantitativa, os resultados convergem: **a importância do voto foi a campanha da Justiça Eleitoral mais lembrada**, ainda que o índice seja de apenas 6,8%. **De outro lado, 77,2% dos entrevistados não lembraram de forma espontânea de qualquer campanha veiculada.**
- Ressaltam ainda: **a veiculação está restrita ao período eleitoral**, demandando-se mais intensidade e continuidade das propagandas.

# Avaliação geral

Principal canal de comunicação



Vídeos curtos e bem humorados, como a propaganda das forças armadas convocando para o alistamento militar.

- O ponto positivo é que este pesquisado demonstra interesse em participar deste processo democrático. Este convite pode ser feito pelos canais virtuais, principalmente o YouTube, por meio de vídeos curtos, bem-humorados e de linguagem leve.
- Vídeos autoexplicativos, que despertem a curiosidade chamando para o novo *link* e com possibilidade de se tornarem virais, é outro modelo que atrai o público entrevistado. Contudo, é conveniente que o jovem seja surpreendido por este vídeo (os cinco segundos de propaganda que antecedem um vídeo do YouTube). Identificamos nesta pesquisa que os entrevistados não fazem busca por assuntos que dizem respeito à eleição.

# Avaliação geral

- O Facebook e outras redes sociais também podem se tornar um forte aliado na comunicação com o jovem. Mas, mais uma vez, é importante entender que este jovem não atuará de forma ativa na busca da informação. Ele é um agente passivo neste processo de se informar sobre um assunto que não desperta o seu interesse.
- Na comunicação, também existe a demanda sobre “o que está escrito na Constituição”, quais os direitos e os deveres do cidadão e do político, qual o papel e a atuação do político, principalmente, vereadores, deputados e prefeitos.





# Considerações finais



# Avaliação geral

- Independentemente da idade e classe social, nos deparamos com dois perfis psicológicos: o primeiro é um jovem absorto em seu mundo e com dificuldade em expandir seus conhecimentos e assumir responsabilidades. O segundo perfil é o jovem que está sendo inserido na vida adulta, preocupado com seu futuro pessoal, profissional e imediato e, desta forma, distante dos processos que envolvem a coisa pública, a democracia e o exercício da cidadania. Este esboça algum desejo de lutar por um futuro melhor, o que, em outras palavras, pode ser traduzido como o despertar da consciência política democrática cidadã, mas com grande dificuldade de sair da teoria e entrar na prática.
- Na teoria, o exercício da cidadania do voto é importante como instrumento de mudança coletiva. Mas, na prática, as mudanças não são concretizadas. Na teoria, ele faz parte do processo, mas, na prática, ele não foi convidado a participar do processo democrático. Por enquanto ele é somente um voto, de alto valor para o político na época da eleição. Na teoria, ele sabe todo o discurso, mas na prática não exerce seu direito de cidadão.
- E ao se deparar com este ponto de inflexão, com certa revolta, prefere admitir que o voto, que deveria ser um instrumento de mudança, serve apenas para satisfazer objetivos de curto prazo para a sociedade – quer seja a troca do voto pelo emprego, pelo cimento, pelo telhado ou pelo dinheiro (aspectos fisiológicos) – e de longo prazo para o político que se perpetua no cargo.

# Avaliação geral

- Mais uma vez é a dureza da realidade imposta pelo cotidiano contrastando com a frágil esperança de dias melhores e deixando questionamentos acerca da importância do voto como instrumento democrático.
- Por outro lado, este jovem quando chamado a participar, tende a demonstrar interesse no que diz respeito a assuntos que tratam das diretrizes e políticas públicas da sua cidade, estado e país. Mas ainda com uma atitude passiva, sendo, portanto, imperativo que o mesmo receba “estímulos” a fim de despertar seu interesse e sua consciência cidadã, não esquecendo a necessidade de adequação da comunicação e da linguagem para com este jovem.
- É conveniente que o posicionamento da Justiça Eleitoral, no que diz respeito à interface com o jovem eleitor comum, seja intensificado, tanto em forma quanto em conteúdo, independentemente de ser ano eleitoral.
- Neste sentido cabe também à Justiça Eleitoral o papel ativo por meio da comunicação institucional, de que a cidadania é um exercício a ser praticado diariamente, inclusive em anos não eleitorais, para que o jovem entenda que, assim, ele é convocado a ser protagonista da construção de um futuro melhor. Estes jovens podem e devem ser ouvidos com maior constância. Tem muito a contribuir com ideias para comunicação e peças publicitárias que pretendem estreitar e aprofundar a relação entre eles e a Justiça Eleitoral.