

**Mulheres**

**nas**

**eleições**

**2010**

**José Eustáquio Diniz Alves**  
**Céli Regina Jardim Pinto**  
**Fátima Jordão**  
Organizadores

# O “gênero”, os “elegíveis” e os “não-elegíveis”: uma análise das candidaturas para a Câmara Federal em 2010

Clara Araújo\*  
Doriam Borges\*\*

Este trabalho objetiva analisar o processo eleitoral de 2010, para o cargo de deputado federal, sob o ângulo das candidaturas. A unidade de análise privilegiada são os próprios candidatos ao cargo em foco.<sup>1</sup> O principal e mais emblemático déficit de participação feminina no espaço da representação política no Brasil tem sido o do acesso à Câmara Federal. Tal constatação é praticamente um consenso na literatura que se dedica ao estudo do tema (ALVARES, 2004; ALVES, 2005; ARAÚJO, 2001, 2009; ARAÚJO; ALVES, 2007; SACHETT, 2009) e igualmente é demonstrada em outros artigos desta coletânea.

Embora guarde suas peculiaridades, o caso brasileiro também se insere em percursos mais gerais, que envolvem as democracias representativas contemporâneas, com seus dois atores centrais envolvidos nas competições legislativas: candidatos e partidos. Tais percursos passam pelas trajetórias e perfis de carreiras que formarão os potenciais competidores (MIGUEL, 2009; ARAÚJO, 2010) e pelas estratégias de recrutamento político levadas em conta no ambiente sistêmico e político das competições (NORRIS; LOVENDUSKY, 1995), os quais se relacionam com os processos eleitorais, ou seja, com os recursos de campanha, variáveis do sistema eleitoral e contextos políticos nos quais se está competindo.

---

\* Doutora em Ciências Sociais. Professora do Departamento de Ciências Sociais (DPCIS) e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPCIS) da UERJ. Coordenadora do NUDERG – Núcleo de Estudos em Desigualdades Contemporâneas e em Relações de Gênero/UERJ.

\*\* Doutor em Sociologia. Professor do Departamento de Ciências Sociais (DPCIS) e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPCIS) da UERJ.

<sup>1</sup> Para este nível eleitoral, a pesquisa do Consórcio foi dividida em dois blocos: a análise dos candidatos e a análise dos partidos. Os artigos de Santos, Paula e Seabra e de Barreira e Nillin, neste livro, tratam dos partidos como unidade de análise. Agradecemos a Karolyne Romero, assistente de pesquisa, e aos bolsistas que trabalharam na organização dos dados.

Em geral, todos esses fatores são condensados em três grandes dimensões sistematizadas inicialmente por Norris (1993), ampliadas e revistas recentemente por Krook (2011) e, de algum modo, usadas por vários estudos sobre o tema: os fatores socioeconômicos, os culturais e os do sistema político propriamente dito. Sob diferentes ângulos, tais fatores vêm sendo investigados, seja como dimensões autônomas, seja em suas interdependências (ALVARES, 2004; ARAÚJO; ALVES, 2007; BOLOGNESI; COSTA, 2009; BALDEZ, 2008). Na perspectiva de Norris, assim como de outros autores (MATLAND, 2002; KROOK, 2010) também considerados nesta análise, estes fatores têm sido tratados como duas dimensões relacionadas a um mesmo processo, denominadas pelo autor de: “demanda” (dos partidos com vistas à composição de suas listas) e de “oferta” (aqueles indivíduos disponíveis e/ou potencialmente elegíveis).

De modo sucinto, porque já analisadas em vários trabalhos, pode-se dizer que *demanda* e *oferta* são faces do recrutamento eleitoral que ocorre e se realiza em cenários mais amplos do sistema político, envolvendo cultura política, sistema partidário e competição legislativa em si, ou seja, o contexto específico de cada disputa eleitoral. Do lado da *oferta*, tal processo está relacionado com os indivíduos/candidaturas, suas motivações, capital político e trajetórias, sendo atinente ou englobando os seguintes aspectos: a *trajetória social*; as *motivações*; os *recursos* (compreendidos como um conjunto que transcende a dimensão financeira e envolve tudo o que pode se constituir em “capital político”); e, por último, o que se define como o “*pool*” de *elegíveis*, ou seja, um grupo de competidores que reúnem mais condições e mais chances de serem eleitos dentro desse vasto conjunto. Do lado da *demanda*, estão os partidos políticos e os aspectos relevantes na engenharia eleitoral dos partidos em determinado contexto.

Nas pesquisas do Consórcio Bertha Lutz, os lados da *demanda* e da *oferta* foram explorados de modo paralelo – embora analiticamente conectados.<sup>2</sup> Neste trabalho, tomou-se a perspectiva de Norris como referência mais geral, por permitir perguntas centrais relacionadas à temática e possibilitar o trabalho com diversos níveis analíticos, sob o ângulo da “oferta”, ou seja, dos candidatos.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Vale registrar que estudos recentes, contudo, não só ampliam essas dimensões como também questionam certo estreitamento da construção da representação legislativa ao seu próprio campo, propondo a incorporação de outras dimensões. Ver, por exemplo, Celis et al. (2008).

<sup>3</sup> Para o estudo das candidaturas tendo como informantes os candidatos, foi construído um questionário em que se buscou contemplar ao máximo as dimensões propostas no modelo de Norris. O questionário tomou por base, também, outros já aplicados nesta mesma perspectiva (MARX et al., 2007; ARAÚJO, 1998, 2008).

O presente estudo foi estruturado no sentido de obter elementos e tentar responder a algumas perguntas consideradas centrais, referentes a aspectos relacionados com as dimensões mencionadas anteriormente e que: influenciam as decisões dos indivíduos de se tornarem candidatos; podem determinar a viabilidade e o acesso de suas candidaturas; e operam para viabilizar ou obstaculizar o ingresso de mulheres nesses cargos legislativos, quando observados na perspectiva de gênero. O objetivo, portanto, consistiu em tentar identificar, via candidatos, possíveis mediações pelo gênero e as principais barreiras e estímulos que acompanham o percurso desde as potencias candidaturas, o “*pool*” de elegíveis até a eleição efetiva. Um elemento adicional considerado na análise foi a nova Lei de Cotas e o que mudou na sua implantação e em seus possíveis impactos. Em seguida, procurou-se identificar agregações de indivíduos cujas trajetórias, perfis e/ou capitais se aproximassem ou se distanciassem de perfis vencedores ou perdedores. Posteriormente, buscou-se acrescentar e entender como certas características encontradas se aproximam ou se distanciam e interagem com outras características identificadas via análise da literatura – particularmente a magnitude dos partidos aos quais pertencem – e/ou por meio de dados fornecidos por esses mesmos candidatos ao TSE, neste caso, os gastos declarados de campanha.<sup>4</sup> Isto foi feito a partir das informações fornecidas pelos candidatos no questionário e, posteriormente, em articulação com dados empíricos coletados no TSE. Esta segunda parte tem como fontes centrais dados oriundos do TSE. O tratamento de muitas dessas questões em pesquisas no Brasil não é novo. O que há de novo neste trabalho é a amplitude da investigação com candidatos, além dos caminhos usados para verificar possíveis agregações de perfis de acordo com a discussão anterior.<sup>5</sup>

### **Procedimentos metodológicos**

Construiu-se uma articulação de procedimentos e das seguintes fontes: uma pesquisa amostral baseada em questionário estruturado aplicado junto a candidatos ao cargo de deputado federal em 14 Estados do país; dados fornecidos pelos candidatos ao Tribunal Superior Eleitoral ou produzidos pelo próprio TSE, sobre o perfil sociodemográfico, o pertencimento parti-

---

<sup>4</sup> O financiamento de campanha é objeto de estudo detalhado de Sachett e Speck, no âmbito desta coletânea.

<sup>5</sup> Esta segunda parte toma como referência o trabalho de Araújo e Alves (2007), buscando ampliar as variáveis e verificar seus pesos a partir de outro ângulo de análise

dário, os resultados eleitorais traduzidos em votos e condição de eleição e as informações relativas à prestação de contas de campanha oficialmente informada ao TSE pelos candidatos; dados obtidos pelo TSE referentes a votos, cargos e coligações desses candidatos, bem como de todos os candidatos registrados no TSE; e, por fim, dados de campanha obtidos pelo próprio Consórcio relacionados com o acompanhamento do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral – HGPE.<sup>6</sup> Neste artigo, utilizou-se apenas a informação referente ao tempo total de aparição dos candidatos no HGPE, como uma variável importante para se pensar o item dos “recursos” e relacionar com indivíduos que formarão o *grupo de potenciais elegíveis*. Sem considerar uma relação causal, o intuito foi identificar se havia interação entre a aparição e o tempo de exposição no HGPE e a maior potencialidade de eleição.

O trabalho está dividido em duas partes. A primeira expõe e discute a pesquisa amostral com candidatos, analisando, de maneira sintética, os dados do *survey* considerados centrais na perspectiva multidimensional tratada.<sup>7</sup> São descritos os traços gerais encontrados nas respostas de candidatos e candidatas em cada uma das dimensões e, em seguida, apresentam-se os resultados de uma análise de *cluster* construída com as mesmas variáveis e algumas obtidas diretamente do TSE, cujo intuito foi identificar aspectos comuns ou que estão mais presentes nos candidatos, segundo o sexo e traços que compõem o que seria um *cluster* de eleitos. O objetivo de articular os dois movimentos foi o de mapear características mais presentes e constantes nesses três blocos de indivíduos. Busca-se, com isso, pensar sobre os obstáculos e incentivos encontrados nos caminhos que os indivíduos percorrem ao tentarem ou se tornarem parte da *elite política*.<sup>8</sup>

A segunda parte toma como fontes as informações do TSE e do HGPE. Aqui, procurou-se identificar o peso de algumas das variáveis relacionadas ao processo eleitoral e sistema partidário, tendo por base dados socioeconômicos dos candidatos. Considerando-se que os candidatos amostrados no *survey* também estavam contidos nesse universo, buscava-se relacionar as informações discutidas na primeira parte com o contexto mais geral no

<sup>6</sup> Sobre o HGPE, há um artigo específico nesta coletânea.

<sup>7</sup> Por razões de espaço, são apresentadas apenas as considerações principais sobre os dados encontrados na pesquisa com candidatos. A apresentação dos mesmos em termos estatísticos, bem como sua análise, está disponível no Relatório do Consórcio. Aqui serão feitas breves referências a dados estatísticos, apontando-se, sobretudo, o que tais dados sugerem.

<sup>8</sup> Numa acepção mais geral do uso do termo na literatura das Ciências Políticas.

qual tais candidatas se encontram. Pretendeu-se, então, analisar o mesmo universo da pesquisa amostral, ou seja, dados dos candidatos ao cargo de deputado federal nos 14 Estados, observando-os, porém, sob dois novos ângulos: o das informações censitárias e o de variáveis ligadas ao processo eleitoral *strictu senso* e mensuráveis por meio de dados estatísticos. A questão mais geral que orientou esta parte da análise foi a de saber em que medida fatores indicados pelos candidatos em suas respostas ao *survey*, e passíveis de identificação em dados mais gerais, surgem como padrões mais consistentes para predizer a elegibilidade. Para tanto, foram consideradas apenas as variáveis disponíveis nos dados do TSE. Muitas delas, de forma diferenciada e mais desagregada, também foram incluídas no questionário. Em seguida, aplicou-se o mesmo modelo para os dados referentes ao total do Brasil, a fim de verificar se e em que medida aspectos mencionados por um grupo de informantes se repetem e se configuram como um conjunto de características mais gerais de candidatos e/ou de candidatos potencialmente elegíveis. Por fim, procedeu-se a uma regressão logística, no sentido de identificar os perfis dos candidatos com maior probabilidade de serem eleitos.

## **Parte I - As barreiras, as brechas e a reconstituição dos lugares de gênero – uma análise dos candidatos e de suas informações**

### **Informações metodológicas**

As informações metodológicas básicas sobre a amostra de entrevistados encontram-se no Anexo 1 deste artigo.<sup>9</sup> Na análise realizada a seguir, para efeito didático, foram selecionadas e agregadas em grupos perguntas do questionário que se aproximam dos objetivos delineados anteriormente (Anexo 2). Algumas dessas questões cabiam múltiplas respostas e outras apenas uma escolha. Embora com universo limitado e, em muitos casos, números estatisticamente pouco robustos, destaca-se aqui o sentido indicativo das respostas e suas possibilidades como novos pontos de partida para futuras investigações.

---

<sup>9</sup> O informe detalhado da construção da amostra, assim como as tabelas com os dados, é apresentado no Relatório de Pesquisa do Consórcio Bertha Lutz, disponível em PDF.

### *Perfil sociodemográfico e vínculos sociais dos entrevistados*

Entre os entrevistados, 19% são mulheres e 81% homens. Assim como no universo de candidatas, a escolaridade é bastante elevada. Mais de 50% possuem curso superior e as mulheres apresentam nível de instrução mais elevado, sobretudo entre eleitos.

Em relação ao estado civil, a distribuição de casados e solteiros é equilibrada em ambos os sexos, mas entre as mulheres há mais solteiras do que casadas. Já a faixa etária que mais concentra pessoas é a de 18 a 39 anos, sendo que as mulheres são um pouco mais representativas nesta faixa do que os homens, ao passo que eles são mais do que o dobro das mulheres no grupo de 60 anos.

A maior parte dos entrevistados tem filhos, mas a média de filhos é mais elevada entre os homens (2,46) do que entre as mulheres (1,59). Os católicos concentram os percentuais mais elevados em ambos os sexos (41,5% para as mulheres e 58,3% para os homens). Há uma diferença considerável entre homens e mulheres na segunda religião mais escolhida (31% delas se disseram pentecostais, contra 8,1% dos homens).

No quesito cor ou raça, a maioria se identificou como branca, seguida por parda e preta (respectivamente, 49,2%, 36,1% e 13,4%, entre as mulheres, e 37,8% e 37,0% e 7,3%, entre os homens). Em se tratando de ocupação atual, a maior parte das mulheres estava inserida no setor público, vindo, a seguir, o trabalho por conta própria, emblemático da concentração de mulheres nesse setor, em geral, informal. Os homens exercem mais profissões vinculadas ao setor privado. Agregando-se as ocupações atuais, visando identificar quem possuía e quem não possuía cargo político, constatou-se que a maioria não exercia esse tipo de cargos na época da entrevista. Entre os que ocupavam, a proporção de homens (19%) é ligeiramente mais elevada do que a de mulheres (16%).

No que diz respeito ao perfil partidário, segundo agregação por tamanho (pequeno, médio e grande),<sup>10</sup> a maior parte dos entrevistados pertencia aos partidos pequenos, seguidos pelos partidos grandes e depois os médios (respectivamente, 49,3%, 29,5% e 21,2%, na população feminina, e 48,2%, 32,3% e 19,5%, na masculina).

<sup>10</sup> Grandes: DEM, PMDB, PT e PSDB; médios: PR, PSB, PP, PTB e PDT; pequenos: demais

### *Motivações nos caminhos da inserção partidária e eleitoral*

Por que determinadas pessoas se motivam a disputar um processo eleitoral e outras não? E por que, proporcionalmente, menos mulheres se dispõem a fazê-lo? Tomou-se como pressuposto o percurso histórico já bastante registrado e discutido na literatura, mas o interesse foi identificar, em um leque de possibilidades apresentadas, quais as motivações e razões centrais que marcam *esse grupo em particular* e como isto se insere na interação com as demandas partidárias. As questões selecionadas buscaram identificar aspectos das trajetórias pessoais e públicas que levaram esse grupo a se interessar pela política.

As principais motivações para o ingresso *na carreira política*, para ambos os sexos, foram *ideológicas*, seguidas por *experiência de militância e participação anterior em outras organizações*. Porém, observou-se pequeno índice de respostas de *motivações coletivas*. Os estímulos advindos de familiares políticos são baixos para ambos, mas homens explicitam mais do que as mulheres este tipo de estímulo, mais precisamente o dobro. Na motivação política para *se tornar candidato*, as opções mais escolhidas foram *militância no partido* e vontade própria de transformar a ação política em atuação no Legislativo ou no Executivo. Proposta de organização social e de movimentos nos quais participava veio em seguida. Em terceiro lugar foi mencionado o convite de pessoas do partido e, em quarto, o fato de já ser ou ter sido parlamentar. Quando se observa por sexo, nota-se que, em ambos, há predominância de uma motivação orientada pela *militância* e a vontade de transformá-la em atuação parlamentar. Entre os homens, o motivo *participação em uma organização* vem logo em seguida com mais peso. Convite de pessoas do partido se apresentou com peso. Só posteriormente surgiu a participação em uma organização coletiva. O convite em função da Lei de Cotas também foi razoavelmente mencionado, o que sugere que a segunda alternativa também pode ser derivada do estímulo/necessidade das cotas. A influência político-familiar para candidaturas, ainda que *residual* no número de respostas, é mais citada pelas mulheres do que pelos homens.

Tanto para homens como para mulheres, trajetórias públicas individuais e liderança pessoal constituíram as principais motivações. As *motivações pessoais* mesclam-se com as *trajetórias políticas*. Ter *liderança no local ou região onde moram* foi bem mencionada pelas mulheres e obteve menção bem elevada entre os homens. Isto sugere que *o peso de uma base local para estímulo à competição pode ser relevante não só para os*



*níveis mais locais de disputa. O tempo de vivência partidária é importante. Entre as razões para se candidatar, destacaram-se, também, a ocupação de cargos públicos ou partidários e o fato de ser figura pública conhecida. Motivos associados à atuação coletiva ou vínculos associativos só vieram posteriormente. Os homens representam 33% dos que atribuíram a candidatura a projetos pessoais e as mulheres respondem por 56%, ou seja, mais da metade.*

Mais uma vez, a existência de outras experiências familiares na política demonstrou ter peso bem menor, mas, ainda assim, é o dobro para os homens em comparação com as mulheres. Razões éticas e altruístas são pouco mencionadas por ambos os sexos. O histórico de *inserção política anterior* surge como elemento importante para estimular a inserção partidária, e mesmo as candidaturas. *As trajetórias públicas que conferem liderança pessoal se destacaram entre as motivações. O peso do histórico familiar parece estar se reduzindo, sugerindo maior institucionalização e diversificação de caminhos.*<sup>11</sup>

### *Recursos como trajetórias e experiências públicas*

Seguindo o fio condutor anterior, procurou-se verificar os traços centrais das trajetórias individuais associadas à ocupação *de cargos públicos e que se transformam em potenciais capitais eleitorais*. Considerou-se, também, que familiares que exerceram ou exercem cargos públicos operam como canais de acesso e estímulo ao ingresso na política. A maior parte dos entrevistados não havia exercido esse tipo de cargo. Entre os que ocuparam, a proporção é um pouco maior para homens (36%) do que para mulheres (30%). A ocupação de *cargos públicos por familiares* é reveladora do traço de gênero na política: seis em cada dez homens responderam afirmativamente à pergunta; ao passo que, entre as mulheres, cerca de quatro em cada dez afirmaram tal situação. A maior parte diz já ter alguma experiência de participação pública em cargos, sejam estes associativos ou privados, mas também aqui isso é mais comum entre os homens do que entre as mulheres. Sobre a ocupação de cargos no Legislativo ou no Executivo, bem mais homens (48,4%) do que mulheres (30,1%) tiveram tal experiência. As trajetórias de homens e mulheres em relação à ocupação

<sup>11</sup> Em um exercício exploratório dos dados, visando identificar onde estão as mulheres vencedoras, verificou-se que estas se aproximam mais dos perfis encontrados para os homens, sobretudo em se tratando da ocupação dos cargos. A trajetória parlamentar se confirmou entre os eleitos. Ser ou já ter sido parlamentar praticamente se mantém estável e quase empata com as motivações de experiência de militância.

de cargos públicos revelam um padrão interessante: os homens possuem mais experiência em todos os tipos de cargos mencionados.<sup>12</sup>

### *Recursos como inserção e experiência partidária*

Como a vida e as organizações partidárias se relacionam com as motivações, possibilidades de candidaturas e de formação de capitais eleitorais? Saber como se constroem essas trajetórias internas, em que medida os candidatos têm uma inserção que lhes garante apoio e qual o peso desta relação na eleição foram aspectos explorados.

Os candidatos têm um tempo razoável de filiação. A maior parte (65% dos homens e 56% das mulheres) possui mais de oito anos de vida partidária. Na média, os homens possuem mais tempo de militância partidária do que as mulheres (8,16 e 7,48 anos, respectivamente) e, entre aqueles com mais de dez anos, os homens são também maioria. O percentual de mulheres é ligeiramente maior do que o de homens entre aqueles com até dois anos de filiação, o que sugere que as mulheres estão começando a ingressar de modo mais sistemático nestas organizações.

A maioria não ocupa cargos partidários, mas, entre os que ocupam, as mulheres são um pouco menos (33%) do que os homens (38%). Ser dirigente partidário pode constituir importante estímulo e base para a disputa eleitoral. Os cargos considerados mais relevantes por homens ou por mulheres podem ser emblemáticos dos espaços ocupados pelos mesmos. Homens destacaram, sobretudo, os cargos de presidente e coordenador executivo, enquanto as mulheres mencionaram, principalmente, a condição de fundadoras e, entre os cargos, os de secretária, tesoureira e conselheira. Quatro em cada cinco eleitos ocupavam cargos no partido, o que reforça a relação constatada. Experiência eleitoral, familiaridade com campanhas e, por consequência, com a dinâmica partidária são aspectos mais presente entre os homens (64%) em comparação com as mulheres (43%).

A percepção de *resistência à candidatura* pode ser considerada elevada entre respondentes, correspondendo a cerca de 1/3 do total – 38,5% de mulheres e 30% de homens. Como objetos da *resistência*, o próprio partido foi o mais mencionado por ambos os sexos, mas homens citaram bem mais este fator em relação às mulheres. Aqui, é possível especular

---

<sup>12</sup> A pergunta 19 foi agregada dado o pequeno número de resposta em cada subitem. Assim, em alguns casos, como associações de moradores, mulheres tinham experiência maior, porém no agregado essa experiência é maior entre os homens.

sobre o caráter intrapartidário da competição e as expectativas internas associadas com o apoio solicitado ou esperado, por um lado, e o apoio recebido, por outro. Ou ainda que os atores do jogo já estariam definidos, de modo que tanto a demanda ao partido como as respostas destes às mulheres tenderiam a ser menos conflituosas. Em outras palavras, ao não ser mencionada tanta resistência partidária, parece mais apropriado pensar em termos de vulnerabilidade ou exterioridade ao jogo da competição pelas mulheres do que propriamente apoio às mesmas.

O processo de formação das chapas para dirigentes internos/partidários é conhecido por mais da metade dos entrevistados (54%), sendo que a proporção de mulheres informadas (57%) é maior do que a de homens (53%). Embora numericamente poucos, entre os eleitos quatro em cada cinco disseram conhecer esse processo. Para a maior parte dos homens (44%), as decisões para o processo de formação das chapas para dirigentes internos são mais informais. Já para as mulheres, a maioria (53,7%) apontou que essas são decisões formais, realizadas por meio de assembleias e votações prévias, contra 35% dos homens que consideram o processo formal.

Outro tópico foi o conhecimento sobre o processo de formação de chapas eleitorais no partido. Esta questão, de algum modo, observa a familiaridade com o recrutamento eleitoral. A maior parte (seis em cada dez entrevistados) disse conhecê-lo. O índice de respostas por sexo é idêntico. Contudo, entre os eleitos, essa percepção de conhecimento é bem maior: oito em dez eleitos responderam conhecer o processo. Dizer que conhece o processo remete à percepção que o indivíduo tem da questão, entretanto, isso não necessariamente implica domínio de sua dinâmica efetiva em seus desdobramentos práticos. Os homens escolheram respostas mais pragmáticas: 62% deles concordaram que a lista é composta a partir do peso eleitoral dos candidatos. Esta foi a 2ª escolha das mulheres (52%), entre as quais o critério mais mencionado (59%) foi também político, porém mais plural: compor uma lista representativa de Estado e município, assim como compor lista considerando os diversos grupos políticos. A crença de que se pode definir como um pluralismo nos critérios de escolha de candidaturas pelo partido parece ser mais forte entre mulheres. Aqui, assim como nas escolhas sobre o processo de construção de chapas, não é de todo infundado sugerir que há uma percepção mais pragmática entre os homens e mais formal entre as mulheres, o que, provavelmente, ocorre pela maior inserção, tempo de vida partidária, tempo de militância, entre outros aspectos.

Embora a literatura aponte<sup>13</sup> para a ausência de apoio partidário às mulheres nas campanhas, é interessante notar que a percepção desse grupo de entrevistados – homens e mulheres – sobre essa relação durante o período eleitoral é inversa ao esperado. Homens tenderam a avaliar de forma bem mais negativa do que mulheres o apoio prestado; ou tenderam a demonstrar autonomia do partido em suas estratégias de campanha. Seis em cada dez mulheres consideraram que predominou “boa convivência e apoio necessários” durante e para a campanha. Pouco mais de 1/3 dos homens escolheu esta opção. Por outro lado, praticamente o dobro de homens, em comparação com as mulheres, respondeu ter uma atuação/campanha independente do partido.

O partido surge como importante veículo e referência de campanha, mas *mulheres demonstraram menor descontentamento na relação com estas organizações; e homens apontam para maior independência e outras possíveis redes de apoio*. Como ler esses dados diante do que se tem encontrado na literatura? Parece pouco provável que efetivamente as mulheres, em geral, tenham recebido maior atenção e disponibilidade de apoio do que os homens. Assim, primeiro, é necessária uma verificação empírica mais efetiva sobre o que e como recursos, participações e escolhas foram feitos e mediados entre partidos e candidatos. Sobre isso, cabe assinalar que, em estudo exploratório anterior (ARAÚJO, 1999), no qual se pedia para os candidatos (de ambos os sexos) indicarem o que obtiveram dos partidos, já foram encontradas diferenças muito pequenas por sexo entre os tipos de recursos distribuídos. *Estas diferenças eram maiores entre candidatos com e sem chances eleitorais do que entre os sexos*.

Mais de oito em cada dez entrevistados não têm conhecimento dos critérios de distribuição partidária dos recursos para os candidatos. Isto sugere um processo centralizado em torno da direção partidária. Entre os que disseram conhecer, a maior parte acredita que os recursos vão mesmo para os candidatos que possuem mais chances de se elegerem. E, neste caso, homens e mulheres compartilham da mesma percepção.

A avaliação quanto aos recursos obtidos via partido é extremamente negativa para ambos os sexos, em maior proporção para os homens: 80% deles avaliaram que tais recursos ficaram abaixo do esperado e apenas 15% consideraram ter sido dentro do esperado. Entre as mulheres, esses

---

<sup>13</sup> Muitas vezes com base em pesquisas com parlamentares ou dirigentes partidários. Nesta pesquisa, artigo sobre os gastos de campanha aponta para um possível *gap* na ajuda financeira efetivamente dada às mulheres e aos homens

números melhoram um pouco: 61% e 28% avaliaram, respectivamente, abaixo e dentro do esperado.

O baixo índice de conhecimento na distribuição dos recursos partidários mostrou-se também em relação aos critérios para a distribuição do tempo do HGPE. Menos de 1/3 dos entrevistados tem conhecimento dos critérios do partido para distribuição do tempo. Mais uma vez, a percepção sobre o conhecimento do processo é maior entre as mulheres (40% contra 25% dos homens). Observou-se novamente que, entre os eleitos, há uma inversão: a maior parte informou ter conhecimento dos critérios da distribuição de tempo.

### *Estratégias eleitorais e consistência de campanha*<sup>14</sup>

Quais os recursos, individuais e coletivos, que os candidatos portam antes ou que são acionados no momento das campanhas? E qual a avaliação que fazem dos mesmos? O intuito aqui foi identificar, por meio de variáveis definidas nesta pesquisa, o que se obtém no *momento da campanha e o que pode ou não oferecer maiores chances eleitorais*. Com isso, pretendeu-se explorar e refletir se as campanhas tinham consistência; quem estava, de fato, no grupo dos competidores efetivos e em que circunstâncias teriam caráter mais formal.

Menos da metade dos entrevistados fez algum curso de liderança política.<sup>15</sup> Um pouco mais de mulheres (52%) do que de homens (50%) já tinham um curso preparatório. A maioria não realizou esse tipo de curso antes da primeira disputa eleitoral. Entre os eleitos, uma parte muito pequena respondeu ter feito algum curso dessa natureza.

Apenas um terço dos entrevistados respondeu afirmativamente à pergunta sobre percepção de ter sentido resistência à campanha em geral.<sup>16</sup> Mas esta percepção, quando observada com mais detalhes, tende a ser bem reveladora: mais mulheres (39%) do que homens (30%) informaram

<sup>14</sup> Ao tentarmos captar indícios do que poderia ser uma campanha mais consistente, menos consistente ou mesmo apenas formal e como isto é mediado pelo gênero, não desconhecemos dois aspectos: i) os próprios indicadores de consistência, ainda que baseados em aspectos discutidos na literatura, foram criados pelos pesquisadores e são limitados por dimensões que fogem a instrumentos de controle num tipo de pesquisa como esta; ii) essa consistência também varia de acordo com os contextos nos quais ocorre a campanha e os perfis do candidato. Por exemplo, o indicador "aparecer no HGPE" é quase um consenso de importância na literatura, contudo, se um candidato tiver como base eleitoral um município ou uma região mais concentrada, essa variável pode ter pequena ou nenhuma importância.

<sup>15</sup> A pergunta não especificava se era curso dirigido à política partidária, mas curso de formação de liderança política.

<sup>16</sup> Lembrar que a pergunta no bloco anterior referia-se à resistência no interior do partido.

tal sentimento. Entre aqueles que responderam afirmativamente, a origem mais mencionada da resistência esteve localizada nos próprios membros do partido. *Entre as mulheres, a menção da resistência dos familiares e, em seguida, dos amigos é expressiva no âmbito desse pequeno universo e, juntas, ultrapassam a menção à resistência partidária. A proporção dos que afirmaram sentir resistência é menor entre os eleitos.*

Quase metade dos candidatos considerou o apoio geral obtido abaixo do esperado. Em geral, há uma percepção mais positiva (apoio esperado ou acima do esperado) das mulheres (55%) do que dos homens (50%). Os apoios institucionais parecem ser mais frequentes do que os pessoais. Em relação aos primeiros, Igreja foi o tipo de apoio mais mencionado por todos, seguido, na mesma intensidade, por associação de bairros, ONGs e sindicatos. Entre os homens, o apoio de sindicatos foi mais mencionado do que entre as mulheres. Entre estas, depois da Igreja, as associações de bairro foram as organizações mais mencionadas. Um em cada cinco entrevistados respondeu não ter recebido nenhum desses tipos de apoio, o que se repete entre homens e mulheres. No pequeno universo dos que se elegeram, pela ordem, as associações de bairros, a Igreja e o sindicato, empatado com as ONGs e as fundações, foram os apoios mais mencionados. Ou seja, *instituições e associativismo tendem a se constituir em bases importantes para a viabilidade eleitoral.*

Saindo do plano institucional, verificou-se que o apoio de *familiares e parentes* é o mais citado por ambos, mas bem mais pelas mulheres. Para ambos os sexos, mas em proporção maior para as mulheres, este se viabilizou, sobretudo, por meio de participação em comitês e no corpo a corpo. Ambos mencionaram, em segundo lugar, a construção de redes virtuais, mas mais mulheres do que homens o fizeram, aspecto a ser investigado, já que em artigo sobre *blogs*, nesta coletânea, os homens utilizavam mais este recurso.<sup>17</sup> A referência à ajuda financeira ocupou o 3º lugar, também ligeiramente mais elevada entre as mulheres. O volume e o tipo de recursos dessa ajuda financeira, contudo, são os aspectos reveladores. Como será mostrado adiante e também pode ser visto de forma detalhada em artigo nesta coletânea,<sup>18</sup> há um *gap* por sexo e um diferencial de origens de recursos nesse tipo de arrecadação, que são claramente favoráveis aos homens. O corpo-a-corpo foi o meio mais mencionado por ambos os sexos para a transmissão

<sup>17</sup> Ver artigo de Machado.

<sup>18</sup> Sachett e Speck.

das mensagens e propostas, porém foi recurso considerado bem mais importante pelas mulheres do que pelos homens. Estes, mais do que as mulheres, mencionaram instrumentos menos pessoais, tais como carro de som, mídia e o HGPE. Na linha de comparação aqui seguida, entre os eleitos os tipos de instrumentos mais citados estão mais próximos dos perfis masculinos mencionados anteriormente. Para as *mulheres*, a *estratégia mais importante para passar a mensagem é o contato corpo-a-corpo*, seguido pelo HGPE, enquanto, para os *homens*, *são o material impresso, o contato virtual e as redes de apoiadores*.<sup>19</sup>

As informações mediadas pela percepção dos entrevistados tenderam a ser bem semelhantes às captadas via gravações do HGPE.<sup>20</sup> *Em ambas, o gap de gênero é expressivo*. No total, 20% dos entrevistados disseram não ter aparecido no Horário Eleitoral. Entre os homens foram 14% e, entre as mulheres, 53%. De igual modo, na distribuição por tempo de exposição, os homens apareceram nas faixas mais altas em maior proporção do que as mulheres: 26% dos homens e 18% das mulheres disseram ter aparecido dez vezes ou mais no HGPE.

Quatro em cada cinco entrevistados se dedicaram integralmente à campanha, com uma proporção de mulheres (83%) superior à de homens (77%). Uma leitura possível relaciona-se com o perfil de quem respondeu e o impacto familiar sobre a dedicação de tempo: entre aqueles que informaram ter filhos, observou-se uma redução no percentual de dedicação integral (74%).

Verificaram-se, também, possíveis relações entre expectativas e frustrações dos candidatos, segundo sua situação de eleição. Entre aqueles que *não se elegeram*, constatou-se uma expressiva disposição de voltar a se candidatar: 90% dos homens e 77% das mulheres. As respostas de acordo com o sexo dos entrevistados são mais uma vez emblemáticas desse diferencial de disposições e posições no campo eleitoral.<sup>21</sup> Ou seja, há 13% a mais de homens dispostos a seguir com experiências eleitorais.

*A falta de dinheiro foi o fator mais indicado por ambos os sexos para não tentar futuras eleições*,<sup>22</sup> seguida pela falta de apoio do partido,

<sup>19</sup> Referência à pergunta 95.

<sup>20</sup> O acompanhamento e contagem das aparições do HGPE no âmbito dos 14 Estados que estão sendo aqui analisados.

<sup>21</sup> Tomando aqui emprestados os termos de Bourdieu.

<sup>22</sup> Aspecto que corrobora o peso decisivo do fator financeiro, demonstrado a seguir neste artigo e em Speck e Sachett, nesta coletânea.

que foi mais mencionada pelas mulheres. Em terceiro lugar, foi citada a ausência de oportunidade de exposição na mídia. As questões financeiras e partidárias foram ainda mais percebidas entre os candidatos de partidos menores.<sup>23</sup>

Já *entre os eleitos*, buscou-se captar suas percepções sobre os fatores decisivos para que o resultado final fosse bem-sucedido. O *apoio do partido foi o principal fator apontado*, sendo bem mais expressivo entre os homens (sete em cada dez) do que entre as mulheres (cinco em cada dez). Campanha considerada de sucesso e ampla exposição de mídia vieram em seguida. Em respostas anteriores, manifestações de *descontentamento* e de *independência* em relação aos partidos foram expressivas, sobretudo da parte dos homens. Mas neste caso, as mulheres mencionaram o apoio do partido como o primeiro fator, assim como os eleitos.

#### *Familismo, gênero e política*

Qual o peso e a influência que a família e as relações familiares têm sobre as carreiras políticas e as chances de elegibilidade dos candidatos? Em que medida a esfera da vida privada interfere como impulso ou contenção para a política? E em que medida isto é perpassado pelo gênero? Para efeito de análise, foram consideradas algumas questões já apresentadas em itens anteriores, na sua relação com outro conjunto de perguntas ainda não discutido.<sup>24</sup>

Como mostrado, mais homens do que mulheres têm parentes que foram políticos. Isto ocorre também entre os eleitos. Nos aspectos da trajetória pessoal, já discutidos anteriormente, ter familiares políticos ficou em 4º lugar entre os homens, ao passo que, entre as mulheres, sua frequência ocupou o 7º lugar.

Em se tratando de apoios individuais, as principais menções, entre os que responderam ter recebido apoio de outras pessoas, foram os familiares e parentes. Para aqueles que indicaram sentir *resistência à candidatura*, o traço de gênero se mostrou expressivo, ainda que num

<sup>23</sup> As razões para a derrota eleitoral envolvem a percepção do próprio informante e esta pode ser mediada por aspectos subjetivos, impossíveis de serem captados neste tipo de investigação. De todo modo, são as respostas oferecidas e as escolhas mais assinaladas que se pretende apresentar.

<sup>24</sup> Algumas são mais representativas porque são excludentes ou “ranqueadas” e envolvem toda a amostra, ao passo que outras são derivadas de uma alternativa anteriormente escolhida e, portanto, de universos muito pequenos que podem servir como indicativos para novas perguntas de investigação.



universo pequeno. Quase  $\frac{1}{4}$  das mulheres mencionou *familiares e parentes como principais agentes da resistência* às campanhas. Entre os homens, tais respostas não chegaram a um décimo. O fato de, neste tópico, as menções femininas serem sistematicamente mais elevadas merece uma reflexão mais acurada.

A indicação de resistência da família à candidatura é, aparentemente, contraditória, já que, paralelamente, a família surge como a principal base de apoio fora do âmbito do partido. Três em cada cinco entrevistados (63%) receberam apoio integral dos familiares. Contudo, é mais uma vez emblemático que o percentual de apoio recebido integralmente pelos familiares seja ligeiramente maior entre os homens (65%) do que entre as mulheres (57%). Em contrapartida, 17% das mulheres informaram que enfrentaram resistências por parte dos familiares, enquanto apenas 4% dos homens mencionaram tal situação. *O cônjuge surge como o familiar que mais interfere negativamente no apoio dado ao candidato*, seguido pelos filhos. No universo minoritário dos que informaram ter sofrido resistência explícita, *são os maridos que resistem bem mais do que as esposas*. O traço de gênero é também perceptível nas distinções das razões para a resistência: sete em cada dez mulheres escolheram a opção “perda de tempo para a família” como possível razão, enquanto apenas dois em cada dez homens fizeram esta escolha. E a maior parte dos homens atribuiu o motivo da resistência familiar à avaliação de falta de recursos financeiros.

Um grande contingente da amostra concorda que a vida familiar e as responsabilidades domésticas impedem uma maior dedicação à política. Mas é surpreendente que o peso maior como fator impeditivo para a dedicação à política surja mais da parte dos homens (53,4%) do que das mulheres (45,8%). Trata-se de uma percepção que tanto pode ser interpretada como um empecilho concreto, de tempo ou veto, como um peso dado por cobranças familiares. Assim, há que se considerar a hipótese de que a natureza do empecilho possa ser pensada de forma diferenciada para homens e mulheres, dependendo do lugar de onde se observa. Enquanto os homens podem ter em mente algo mais próximo de uma percepção *em relação ao outro e não a si próprio (o outro como sua esposa, por exemplo)*, pode-se pensar que as mulheres, de alguma forma, estão falando de si próprias e de suas experiências. *E isto, de certa forma, sugere que as mulheres que vivenciam a experiência da vida política não a percebem com essa intensidade negativa que às vezes se supõe.*

*Para quem e sobre o que falam as mulheres? A natureza da representação e os sentidos das propostas*

As perguntas selecionadas neste bloco tiveram por intuito tentar captar as principais concepções sobre a natureza e o sentido da *representação* e como tais concepções se expressam nas propostas de campanha de candidatos e candidatas. Sabe-se que o problema da representação envolve questões polêmicas e complexas e sobre as quais não existe muito consenso político e acadêmico. Ao mesmo tempo, parte do debate sobre razões para defesa de ações afirmativas para as mulheres, particularmente sobre cotas e paridade, se sustenta em justificativas que acionam, de algum modo, as dimensões substantivas e simbólicas da representação. O exame da literatura, seja de cunho mais teórico ou empírico, indica certa *lógica essencialista* em muitas das razões aventadas para as mulheres estarem mais representadas no Parlamento (SKJEIE, 2000). Nesta pesquisa, procurou-se identificar o que pensam os entrevistados em relação a essas questões. Em seguida, tentou-se articular suas respostas com as outras dimensões analisadas.<sup>25</sup>

Entre os entrevistados, tende a prevalecer uma percepção mais universal da representação, assim como predomina uma concepção mais próxima da *política de ideias* do que da *política de presença*.<sup>26</sup> Isto porque, na ordem de escolhas sobre o que acredita que representaria na Câmara, a primeira opção das mulheres foi a representação de ideias, de interesses e povo em geral (70%), assim como a dos homens (76%). Mas, enquanto mulheres escolheram como segunda opção *grupos de pessoas* – idosos, jovens, entre outros (66%), os homens indicaram *grupos de interesses* – trabalhadores, grupos empresariais (51%). Há certo equilíbrio entre os papéis de *representação de leis*, em primeiro lugar, seguido por *fiscalização* e, por fim, *representação dos interesses do grupo* ao qual o candidato está vinculado. Um pouco mais de homens em comparação com as mulheres mencionaram a representação de grupos de interesse, mas, para ambos, este tipo de representação não surge como tema central.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Lembrando sempre que muitas das questões são de múltipla escolha.

<sup>26</sup> A formulação de *política de ideias* e de *política de presença* é de Phillips (1995) e tem servido como importante referência para a literatura. *Política de ideias* baseia-se mais nas propostas do representante, ou seja, o *que* o representante representa, ao passo que *política de presença* tem como importante referência as características, ou seja, *quem* é o representante.

<sup>27</sup> Cabe destacar que pesquisas anteriores identificaram uma elevada proporção de ações femininas no Congresso no âmbito da legislação, ou seja, apresentação de leis. Ver, por exemplo, Miguel e Biroli (2010).

Confirmando outras pesquisas, entre as mulheres, saúde e educação são os temas que vêm em primeiro lugar e com igual peso, seguidos, com elevada distância, de direitos das mulheres e qualificação profissional. Entre os homens, a questão do emprego ocupa lugar destacado, seguida por temas ligados a desenvolvimento e infraestrutura, seguridade social, meio ambiente e defesa dos idosos. Chama atenção, particularmente, a pequena ênfase dada pelas candidatas à questão do *emprego*, sobretudo se considerado o fato de que os maiores índices de desemprego estão entre as mulheres. Nota-se que a agenda masculina se distribui mais num número maior de tópicos e mais diversificados, englobando temas de economia, infraestrutura, políticas sociais e agenda política.

### *Mulheres na política e estratégias de ingresso: opiniões e informações*

Aqui são apresentadas perguntas que dão prosseguimento ao item anterior, agora mais dirigidas para as mulheres como atrizes políticas. Os focos foram: percepções de gênero existentes entre os candidatos quanto ao campo da política; opiniões dos candidatos sobre as possíveis diferenças de estilos; e posições e avaliações sobre iniciativas e estratégias destinadas a ampliar o ingresso de mulheres na política. Um aspecto privilegiado foi a adoção de cotas para candidaturas, especialmente porque, nas eleições de 2010, a nova Lei de Cotas foi adotada. Interessava, portanto, comparar as informações com a Lei anterior e saber como a mais recente foi recebida, percebida e usada pelos candidatos e partidos.

Mais da metade dos entrevistados conhecia a Lei de Cotas estabelecida em 2007 (70%), não havendo diferenças significativas no conhecimento entre homens e mulheres, embora os percentuais sejam ligeiramente mais elevados para as mulheres. Os candidatos dos partidos pequenos são os que menos conhecem a Lei e os dos partidos grandes são os que mais conhecem. Praticamente seis em cada dez entrevistados não tinham conhecimento da sua versão recente, ou seja, a aprovada em 2009. O desconhecimento é maior entre os homens, mais novos, menos escolarizados e membros de partidos com menor representação parlamentar. Apenas dois em cada dez candidatos dos partidos pequenos conheciam a nova Lei. Para quem não conhecia, após estímulo da pergunta, mais de sete em cada dez entrevistados mencionaram ter conhecimento, mas foram principalmente as mulheres que responderam positivamente. *Em geral, há uma avaliação positiva da*

*maior parte dos candidatos em relação à existência das cotas.* A maioria das mulheres respondeu que a Lei de Cota foi motivo de debate na nomeação das candidaturas no interior dos partidos. Assim como em outras pesquisas, também constatou-se que a maioria das mulheres não considera que sua candidatura tenha relação com a Lei, embora o universo dos que responderam afirmativamente não seja desprezível.

Parece existir um grau razoável de disseminação de ações afirmativas nos partidos, já que praticamente metade dos entrevistados fez essa referência. Tais políticas foram mais confirmadas para jovens, negros e mulheres. A maioria vê essas políticas de forma positiva, principalmente as mulheres e os mais jovens. As razões estão associadas com a opção de *favorecer o debate sobre questões de gênero e a sub-representação feminina no partido.* Para a maior parte dos entrevistados, o partido tem histórico, organização ou militância de mulheres. Os que mais percebem ações dessa natureza são as mulheres e os candidatos dos partidos com maior representação legislativa. Cursos de formação e políticas de ação afirmativa foram relatados por um número razoável, porém não parecem guardar relação com quem se elege ou de fato disputa, ou seja, essas formas de investimento tenderiam a ser secundárias.

Para a maior parte dos entrevistados (70% de mulheres e 73% de homens), não existem diferenças de tratamento para homens ou mulheres, na conduta ou nas práticas no interior da estrutura partidária. Para ambos os sexos, há uma percepção maior de diferença no tratamento *de acordo com a renda e o poder econômico dos membros do partido.* Contudo, no que se refere a *estilos de fazer política*, homens e mulheres discordam bastante: 76% das mulheres concordaram em parte ou completamente que há diferenças e só 4,5% indicaram que estas não existem, enquanto apenas 38% dos homens concordaram que haja estilos diferenciados de política de acordo com o sexo. A diferença no *foco de interesse político* foi mais apontada por homens (41%) do que por mulheres (39%).

Predominou a percepção de que as dificuldades para conseguir financiamento de campanha são iguais para ambos os sexos, mas essa opinião foi mais forte entre os homens (67%) do que entre as mulheres (61%). Entretanto, o percentual de candidatas que avaliaram ser isto mais difícil para as mulheres não pode ser desprezado (34%). Quando considerados os dados de financiamentos declarados e analisados no âmbito do Consórcio, constatam-se claramente as diferenças entre

a percepção aqui identificada e as práticas efetivas.<sup>28</sup> Os dados do TSE mostrados a seguir indicam diferenciais no volume e nos tipos de financiamento de acordo com o sexo que permitem falar de maiores dificuldades para as mulheres.

Candidatos e candidatas tenderam a não acreditar que as mulheres possam ser favorecidas por sua condição de sexo. Contudo, é emblemático que, entre aqueles que acreditam nesta possibilidade, se apresentem percepções de gênero distintas de acordo com o sexo. Os tipos prevalentes de *diferenças que beneficiariam as mulheres* mais citados pelos homens estão associados a uma moralidade na política e à imagem de pureza feminina: “*honestidade*” e “*serem menos corruptas*”, seguidos por *sensibilidade* e *sentimentalismo*. Já as mulheres parecem se identificar com aspectos que afirmem suas capacidades como políticas, ressaltando as opções de *agressividade* e *combatividade*.

Os *principais obstáculos para maior igualdade na política*, mencionados por todos os candidatos, mas bem mais pelas candidatas, foram, por ordem de citações: *preconceito contra as mulheres em geral*; *mulheres são menos atuantes que os homens*; *gap* entre avanços no mercado de trabalho e na política; e *responsabilidades familiares implicando redução de tempo para a família*.

### **Análise de cluster**

Um registro a ser feito sobre os dados apresentados é a maior proximidade entre as características encontradas entre os eleitos, independentemente de seu sexo, e as características ou recorrências positivamente associadas aos homens. Contudo, como mencionado no início deste estudo, a fim de obter maior consistência analítica, decidiu-se explorar esta e outras associações com base num modelo analítico de *cluster*, que permitiria encontrar ou não proximidades e confirmar a análise.

Visando classificar os candidatos quanto ao perfil e à trajetória política, empregou-se a técnica de análise de agrupamentos ou de *clusters*. Segundo Hair (1998), este tipo de análise é um conjunto de técnicas estatísticas, cujo objetivo é agrupar objetos. No presente estudo, estão sendo agrupados candidatos, segundo um conjunto de variáveis, para formar grupos ou *clusters* homogêneos. Os candidatos (objetos) em cada *cluster* tendem a ser semelhantes entre si, e diferentes dos demais que

<sup>28</sup> Isto pode ser visto no item seguinte, assim como nos trabalhos de Sachett e Speck, nesta coletânea.

compõem os outros *clusters*. Esses *clusters* devem apresentar tanto uma homogeneidade interna, como uma heterogeneidade entre eles.<sup>29</sup>

Segundo Malhotra (2001), existem dois tipos de procedimentos de aglomeração: hierárquico e não-hierárquico. O primeiro caracteriza-se pela construção de uma hierarquia ou estrutura em forma de árvore, podendo ser aglomerativo ou divisivo. Já o procedimento não-hierárquico, também chamado de *K-means clustering*, determina os centros dos *clusters* e, em seguida, agrupa todos os candidatos em um número preestabelecido de *clusters*, segundo uma distância desse centro. Neste estudo, utilizam-se os dois processos de aglomeração. Inicia-se com o procedimento hierárquico, por meio do método de Ward,<sup>30</sup> que possibilita visualizar os *clusters* em uma estrutura conhecida como dendograma<sup>31</sup> (Anexo 3). A partir do dendograma, pode-se decidir sobre o número de *clusters*. No caso do presente trabalho, pode-se verificar a existência de três *clusters*. Em um segundo momento, após a definição do número de *clusters*, utiliza-se o procedimento não-hierárquico (*K-means*) para melhor definir os *clusters*, seguindo os passos propostos por Hair (1998) e Romesburg (1990). Neste procedimento, são definidos os centros dos *clusters* e em qual cada candidato pertencerá, conforme visto no dendograma (Anexo 3). Os participantes agrupados em cada um dos aglomerados mostraram distintas trajetórias pessoais e políticas (Tabela 1).

Já tendo definido os *clusters* e os candidatos que compõem cada um deles por meio do procedimento *K-means*, pode-se interpretar o perfil desses *clusters*. Detalhando cada um, têm-se as seguintes características:

- **cluster 1:** agrupa os “iniciantes na política”, por predominar os mais jovens (55,9% com 18 a 39 anos), de partidos pequenos (54,1%), com pouco tempo na política (49,1% com menos de dez anos na política), com poucos recursos para a campanha (nenhum

<sup>29</sup> Como o objetivo da análise de *cluster* é agrupar candidatos semelhantes, é necessária uma medida da distância entre os mesmos. Os candidatos com menor distância entre si são mais semelhantes, logo estarão em um mesmo *cluster*. Já os mais distantes compõem *clusters* distintos. Existem diferentes maneiras de medir a distância entre os candidatos, como, por exemplo, o coeficiente de correlação, porém, a mais utilizada é a distância euclidiana entre os pontos, que é um tipo de coeficiente de dissimilaridade.

<sup>30</sup> Este é um método de variância, derivado de um processo hierárquico e aglomerativo. No método de Ward, os *clusters* são gerados de tal maneira a minimizar a variância dentro do *cluster*, com o objetivo de minimizar o quadrado da distância euclidiana às médias dos *clusters*. Neste procedimento aglomerativo, cada candidato tem início em um *cluster* separado. Em seguida, os *clusters* são formados agrupando os candidatos em *clusters* cada vez maiores.

<sup>31</sup> O dendograma é um gráfico hierárquico que deve ser lido da esquerda para a direita, em que as linhas verticais representam os *clusters* unidos e as horizontais a distância euclidiana entre os mesmos.

**Tabela 1**  
**Frequência e porcentagem dos participantes nos clusters, segundo variáveis**

Variáveis	Cluster 1		Cluster 2		Cluster 3		
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	
Resultado da eleição	Eleitos	0	0,0	0	0,0	254	38,5
	Não eleitos	1.156	100,0	1.236	100,0	406	61,5
Sexo	Homens	1.007	87,1	869	70,3	606	91,8
	Mulheres	149	12,9	367	29,7	54	8,2
Faixa etária	18 a 39 anos	646	55,9	432	35,0	73	11,1
	40 a 49 anos	185	16,0	287	23,2	151	22,9
	50 a 59 anos	202	17,5	317	25,6	92	13,9
	60 anos ou mais	123	10,6	200	16,2	344	52,1
Estado civil	Solteiro(a)	427	36,9	564	45,6	124	18,8
	Casado(a)/comp.(a)	525	45,4	352	28,5	194	29,4
	Outros	204	17,6	320	25,9	342	51,8
Posição	Político – deputado federal	0	0,0	0	0,0	13	2,0
	Político – outros cargos políticos	33	2,9	104	8,4	416	63,0
	Outras atividades	1.123	97,1	1.132	91,6	231	35,0
Tamanho do partido	Partidos grandes	165	14,3	454	36,7	323	48,9
	Partidos médios	366	31,7	236	19,1	11	1,7
	Partidos pequenos	625	54,1	546	44,2	326	49,4
Tempo de filiação ao partido	Até 2 anos	545	47,1	238	19,3	374	56,7
	De 2 a 5 anos	213	18,4	311	25,2	27	4,1
	Mais de 5 anos	398	34,4	687	55,6	259	39,2
Motivos políticos que levaram a se lançar como candidato/a	Militância e vontade própria	351	30,4	736	59,5	411	62,3
	Convite do partido	61	5,3	217	17,6	47	7,1
	Participação em organização e/ou proposta de movimentos sociais	530	45,8	89	7,2	7	1,1
	Proposta/motivação familiar	104	9,0	72	5,8	27	4,1
	Já ser ou ter sido parlamentar	18	1,6	33	2,7	158	23,9
	Outras	92	8,0	89	7,2	10	1,5
	Outros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Aspectos da trajetória pessoal	Representatividade eleitoral ou partidária	173	15,0	192	15,5	165	25,0
	Experiência ou representatividade pública	31	2,7	713	57,7	54	8,2
	Vínculos associativos	803	69,5	317	25,6	60	9,1
	Vínculos familiares	59	5,1	2	0,2	6	0,9
	Motivações ideológicas	0	0,0	0	0,0	311	47,1
	Outros	0	0,0	0	0,0	47	7,1
	NS/NR	90	7,8	12	1,0	17	2,6
Tempo de política partidária	Até 2 anos	76	6,6	68	5,5	21	3,2
	3 a 4 anos	438	37,9	109	8,8	38	5,8
	5 a 9 anos	54	4,7	119	9,6	78	11,8
	Mais de 10 anos	588	50,9	940	76,1	523	79,2
Receita declarada da campanha	Mais de R\$ 1.000.000	0	0,0	2	0,2	149	22,6
	R\$ 100.000 a R\$ 1.000.000	238	20,6	118	9,5	120	18,2
	Até R\$ 100.000	918	79,4	1.116	90,3	391	59,2

Fonte: Pesquisa sobre a Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

candidato com receita declarada acima de R\$ 1 milhão), com vínculos associativos na trajetória pessoal (69,5%) e cujo motivo para se lançar a candidato era a participação em organização e/ou movimentos sociais (45,8%);

- **cluster 2:** é o maior grupo e agrega “homens e mulheres não eleitos”. Quando comparado aos outros dois *clusters*, este grupo possui uma representatividade maior de mulheres (29,7%), é formado por solteiros (45,6%), com mais de cinco anos no partido (55,6%), mais de dez anos na política partidária (76,1%), baixos recursos para a campanha (90,3% com até R\$ 100 mil) e representatividade pública na trajetória pessoal (57,7%);
- **cluster 3:** constitui o menor grupo e engloba os “potenciais eleitos”, onde estão todos os candidatos eleitos. Este *cluster* é formado por maioria de homens (91,8%), mais velhos (52,1% com mais de 60 anos), com mais de dez anos na política (79,2%), com todos os candidatos à reeleição entrevistados na pesquisa, tendo como motivação se lançar candidato à militância e já ser ou ter sido parlamentar (62,3% e 23,9%, respectivamente) e com mais receita para a campanha (22,6% com mais de R\$ 1 milhão).

### *Análise dos resultados*

Embora as respostas dos entrevistados e as recorrências encontradas não possam ser objeto de generalização, elas apontam e sugerem padrões. Alguns já são comprovados, ao passo que outros surgem como indicativos para investigações posteriores. A *análise de cluster*, por sua vez, ajudou a identificar de forma mais precisa as proximidades desses perfis, trajetórias e potencialidades de elegíveis.

Liderança pessoal, associativismo, vida pública e envolvimento com grupos de interesse tenderam a ser relevantes e podem ser associados com padrões de ingresso. Coerente com o peso da religião no país, o apoio da Igreja surge como um dos mais importantes. Redes de apoio são veículos relevantes para propagação das campanhas, mas as redes institucionais impessoais são mais mencionadas pelos homens, ao passo que as sociais o foram pelas mulheres. Cargos e trajetórias públicas, assim como bases locais, constituem outras formas que surgem como importantes canais formadores de capitais prévios para as candidaturas. A ocupação de espaços públicos associados com o exercício de alguma forma de poder parece, portanto, ser um traço de gênero que interage com estímulos e



disposições para a disputa eleitoral e, tudo indica, aumenta o potencial de elegibilidade. Pode-se, portanto, falar que trajetórias de experiências públicas constituem recursos não-financeiros, sendo que os homens tendem sistematicamente a deter mais tais recursos do que as mulheres. Histórico de familiares na política pode favorecer mais quem ingressa e disputa um cargo político, mas tais históricos estão menos presentes entre as mulheres. Ter familiares políticos ficou em 4º lugar entre os homens, ao passo que entre as mulheres sua frequência ocupou o 7º lugar. Este item pode ser um indicativo de como o parentesco pode operar como um capital político positivo para recrutamento e ingresso. Por outro lado, cabe pensar na possibilidade de que a família venha se enfraquecendo como canal de ingresso político à medida que o país se institucionaliza, hipótese a ser bem mais explorada na análise das trajetórias de ingresso.

Questões decisivas da engenharia eleitoral não são conhecidas pela maior parte dos entrevistados, mas entre os eleitos são bem conhecidas. Mas os dados corroboram a já comprovada maior familiaridade masculina com os partidos. Há uma diferença interessante entre as respostas por sexo que remete a percepções distintas dos caminhos e meandros por onde se constroem o recrutamento e a engenharia eleitoral. As principais menções sobre os processos de tomada de decisões sobre formação de chapas partidárias e de candidaturas eleitorais revelam uma diferença entre a percepção de homens e mulheres. *Homens percebem mais pragmaticamente esses processos, ao passo que as mulheres tendem a uma compreensão mais formal*, sugerindo um conhecimento menor e, portanto, mais idealizado dos meandros e da engenharia política. O domínio da engenharia eleitoral e a inserção na tomada de decisões podem ser importantes, também, diante da diversidade de respostas que não apontam para um tipo específico de recrutamento, mas sim sugerem a importância de vários caminhos e contextos. De outro modo, pode-se falar de um *domínio aparente e um domínio efetivo, associados à natureza mais ou menos formal ou pragmática do processo: mulheres parecem ter um domínio mais aparente e homens um domínio mais efetivo dos caminhos do recrutamento*.

Considerando achados anteriores da literatura, bem como o conjunto de respostas desta pesquisa, é possível sugerir que *ser dirigente partidário pode constituir um importante estímulo e base para a disputa eleitoral*.<sup>32</sup> Homens e mulheres revelaram padrões de satisfação ou insatisfação parecidos, mas mulheres se mostraram mais satisfeitas com o apoio do

<sup>32</sup> Entre os 19 eleitos da base de dados sem expansão, 16 ocupavam cargos no partido.

partido, informação surpreendente e que contraria muitas percepções sobre essa relação. Uma possibilidade a ser considerada é que *tais respostas dadas pelas mulheres, mais do que apoio, revelariam, de fato, uma baixa expectativa em relação à sua própria candidatura: seja por desconhecimento da engenharia efetiva, que é necessária para uma campanha com alguma chance, seja porque parte destas candidaturas não tinha um intuito de competir, de fato, o apoio recebido por mulheres adquiriria uma dimensão simbólica, talvez maior do que o seu peso real*. Questão a ser mais bem investigada.

Os partidos mais institucionalizados (em geral os maiores) são os que oferecem bases mais consistentes de campanha. Informação de certa forma coerente com dados encontrados por Araújo e Alves (2007; 2011). Os menores surgem como os menos formalizados, mais precários e também com listas mais “pró-forma”. Já os médios seriam aqueles dos candidatos que, de fato, estariam tentando ingressar sem muitos recursos e capitais, mas com maior disposição para competir. Os partidos médios surgem como relevantes para futuros estudos, porque parecem apresentar maiores pontos de tensão, domínio dos candidatos e de maior insatisfação. Ou seja, enquanto nos partidos grandes, assim como nos pequenos, quem efetivamente se elege já pressupõe vários filtros, os médios poderiam expressar um contingente diferenciado, de candidatos mais efetivos e dispostos a concorrer, porém sem muitos vínculos tradicionais e recursos.

Considerando-se que a resposta ao motivo de lançamento da candidatura como convite do partido é bem maior para mulheres, é possível inferir que as cotas tendem a funcionar como entrada para uma parte dessas mulheres. Mas cotas e ações afirmativas surgem como algo mais que residual no recrutamento e, portanto, não é possível concluir que as mesmas joguem papel decisivo, sobretudo na viabilidade da eleição.

*Em resumo, o papel dos partidos surge como fundamental nas percepções e expectativas de apoio e estímulo às possíveis candidaturas. Embora muitos digam prescindir dos partidos, este parece operar como decisivo na viabilização eleitoral. Ou seja, quem será convidado ou aceito para disputar efetivamente tem esta como uma variável importante. Na média, os homens possuem mais tempo de militância partidária do que as mulheres. Desse modo, se a inserção no partido conta, como constatado, as mulheres já sairiam em desvantagens no processo eleitoral.*

No quesito campanhas, redes institucionais de apoio surgem como importantes, sendo que os homens tendem a mencioná-las mais. Da mesma forma, mais recursos financeiros, mais acesso a outros tipos de recursos,

como, por exemplo, o HGPE, e maior apoio partidário são itens mais constantemente mencionados por candidatas do sexo masculino. E talvez porque disponham de menos recursos para outros tipos de campanha, certo padrão mais pessoal e menos institucional se mostrou mais comum entre as mulheres. Os dados sugerem que estas candidatas dependem mais das redes informais localizadas e do chamado “trabalho de base”. Informações sobre a prestação de contas financeiras tenderam a confirmar esta maior informalidade das suas campanhas. Mais informal e financeiramente débil, na média, a campanha de mulheres também tem menos acesso ao HGPE.

Como visto também, *familiares e parentes* são os mais citados por ambos como apoios não-institucionais, mas bem mais pelas mulheres. Pode-se então sugerir que a maior satisfação encontrada da parte das mulheres revelaria, assim, menor expectativa ou desconhecimento ao ingressar na competição, e não de fato maior apoio partidário em comparação com os homens. Dado que os resultados são distintos, é possível pensar em elementos que mediam as situações e interferem nessa percepção: menor experiência das mulheres faz com que exista uma percepção de apoio, provavelmente, superdimensionada. Outra hipótese é que, de fato, as pessoas sejam mais condescendentes, gentis, com as mulheres candidatas, embora isto não venha a se reverter em capitais efetivos considerados estratégicos para ampliar a competitividade eleitoral. Entre as mulheres, recursos mais pessoais, como o corpo-a-corpo, surgem como meios mais usuais de passar a mensagem, ao passo que, entre os homens, os meios mais citados passam por exposições menos pessoais. Parece existirem recursos de mais longo alcance à disposição dos homens, em comparação com as mulheres. A maior parte avalia que o dinheiro foi o fator decisivo para a não eleição e que impediu o seu desenvolvimento. Mas, como será visto a seguir, não se trata só de uma percepção: há *forte interação do dinheiro com as probabilidades de um indivíduo ser eleito*. E o impacto é efetivamente maior sobre as candidatas. Ou seja, há indícios, a serem mais bem explorados em pesquisas futuras, de que mulheres apresentam formas mais pessoais, delimitadas e sociais de apoio, ao passo que homens dispõem de formas mais impessoais, institucionais e abrangentes. Em suma, é possível sugerir que há um diferencial de sexo no que se refere a um padrão mais consistente de campanha.

Existe uma relação dúbia entre família e política para as entrevistadas. A família pode ser considerada um tipo não institucional de rede social e que joga papel neste âmbito, mas, em geral, ainda é um espaço bem mais adverso para as mulheres. Há um conjunto de valores ainda significativos

que associam as mulheres ao “outro”, num mundo dos indivíduos e dos sujeitos. Ainda é forte a imagem de objeto do outro e não sujeito de si, sendo que na família isto tende a aparecer mais, conforme identificado nesta pesquisa. A família e o parentesco parecem operar, simultaneamente, *como estímulo e como contenção de ingresso*, mas estes dois movimentos tendem a ter pesos diferenciados, dependendo do sexo do candidato.<sup>33</sup> Ou seja, por um lado, parece favorecer os homens e, por outro, desfavorecer as mulheres em pontos estratégicos. Alguns indícios desta possibilidade são, por exemplo: maior presença de familiares políticos e em cargos públicos entre os homens; mais menção (embora residual) de estímulo para ingresso na política e para se candidatar para os homens; as menções a apoios pessoais recebidos são mais fortes para mulheres. Três em cada cinco entrevistados disseram ter apoio integral de familiares, mas com maior frequência para os homens. *A resistência de origem familiar é emblemática do que está sendo dito.*

No universo minoritário dos que informaram ter sofrido resistência explícita, *são os maridos que resistem bem mais do que as esposas, vindo em seguida os filhos. O traço de gênero é também perceptível nas distinções das razões para a resistência: entre as mulheres, sete em cada dez escolheram a opção “perda de tempo para a família”.* Uma em cada quatro mulheres citou a família como o “agente” da resistência. Mulheres citaram ainda, embora de forma bem residual, a resistência de pai e tio, mas esta resposta esteve ausente entre os homens. Ou seja, é possível sugerir que esses dois movimentos caminham juntos, mas tendem a operar de modo distinto: como elemento mais forte de contenção para as mulheres e de estímulo para os homens. Pode também ser lido como um indicativo dessa ambiguidade o fato de a percepção sobre a conciliação entre vida familiar e política ser menos negativa entre as mulheres. Assim, uma vez experimentada a participação política mais ativa, é provável que elas não acreditem que a política interfira tanto quanto se supõe. Ainda que seja apenas uma “pista”, por ser muito pouco significativo estatisticamente, como futura hipótese de investigação é possível pensar que o espaço pri-

---

<sup>33</sup> Faz-se necessário considerar o fato de que se está trabalhando com uma amostra limitada em vários sentidos. E um deles talvez tenha impacto direto neste conjunto de dados. Trabalhou-se com 14 Estados e duas regiões com representatividade: Sul e Sudeste. Contudo, como se pode notar na composição dos Estados, as Regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste estão sub-representadas. Ocorre que são exatamente nestas regiões, talvez sobretudo no Nordeste, onde a literatura tem encontrado traços *familistas* mais fortes nas trajetórias, influências e reprodução da representação política via gerações de parentela. Assim, registra-se que as observações, além de parcimoniosas, são também indicadoras de traços identificados para futuras pesquisas.

vado das relações interpessoais se constitui como espaço de “contenção”<sup>34</sup> para as mulheres, ao contrário dos homens. Pode-se acrescentar ainda a impressão de que o pessoal represente o feminino e o impessoal o masculino, como numa reprodução de outros padrões de gênero.

Nesta mesma linha, merece destaque como a presença feminina surge com uma aparência *essencialista* e naturalizada *tanto por meio de sua agenda como nas percepções sobre diferenças de gênero na política*. Não se podem subestimar os impactos sobre a visibilidade e o momento eleitoral. Entre mulheres, os temas, além de mais concentrados nas áreas típicas, são também mais associados com *o cuidado* e a *atenção*. Se as razões para sua presença na política, assim, tenderiam a entrelaçar os focos e agendas prioritários com as características femininas próprias, as razões para a participação dos homens não precisam ser postas ou justificadas, porque têm sido historicamente a expressão ou personificação da Representação. E como “encarnação desta”, os temas “estratégicos”, “estruturantes” da economia e/ou da política lhes surgem, também, com aparência natural, intrínseca aos “temas masculinos”. Aqui, sugere-se, para futuras investigações, a possibilidade do que se definiu como uma “*condensação programática*” na agenda das mulheres, gerando uma espécie de *estreitamento de mercado eleitoral*. Tal estreitamento seria marcado por aspectos que parecem operar desfavoravelmente: *número menor de candidatas; repetição de um mesmo leque de temas e em torno de dimensões pouco valorizadas na política*. Ou, dito de outra forma, *muitas mulheres disputando áreas discursivas idênticas, em geral mais “gastas” politicamente porque genéricas e consideradas menos importantes*. Tratar-se-ia, também, de um discurso já associado a um “senso comum” eleitoral e, portanto, de poucos atrativos.

Um segundo aspecto que a análise permite sugerir é que *o discurso das candidatas tende a falar às mulheres, sobretudo, como mães e como cuidadoras, e menos como sujeitos e indivíduos*. Temas que as interessariam na *condição de cidadãs e indivíduos*, tais como emprego, por exemplo, são pouco tratados. Assim, uma questão a ser mais bem investigada é a de que poderia haver uma “contenção”<sup>35</sup> na agenda das mulheres em torno de determinados temas, tratados e repetidos por todas e de forma exaustiva. Uma hipótese é a de que, ao lado de uma densidade de disputa circulando em torno desses conteúdos, isto poderia gerar um resultado

<sup>34</sup> Tomou-se aqui emprestado o termo de Miguel (2009), neste caso para se referir à própria política.

<sup>35</sup> Objeto de investigação sobre outro ângulo por Miguel e Birolli (2008).

de *generalidade e banalização temáticas desfavoráveis às mulheres numa campanha eleitoral*.

As associações com papéis distintos e típicos para homens e mulheres, papéis estes que são *ressignificados* na política, ainda são fortes entre os candidatos entrevistados. Da parte das mulheres, o *essencialismo* parece ser ainda forte e bastante arraigado, naturalizando seus lugares como “bons”, em contraposição a um mundo político que se apresentaria como problemático. Isto, talvez, constitua uma forma de conferir às mulheres legitimidade na demanda por ingresso. Da parte dos homens, persistem as ideias de “pureza” e de “menor agressividade” entre as mulheres, aspectos que, entretanto, não seriam muito favoráveis à disputa no mundo da política, contaminado por outros valores e dinâmicas. Pode-se indicar que, nesta pesquisa, os homens tendem a ter *uma percepção mais opaca das desigualdades do que as mulheres*, fato natural diante das características das relações de gênero.

Voltar ou não a se candidatar foi um fato considerado pela maioria dos que não se elegeram. Isto, por sua vez, pode ser um indicador de que a maior parte dos candidatos estava realmente disputando, independentemente de seu potencial eleitoral, além de fornecer indícios sobre as estratégias de mais longo prazo: para uma parte desses candidatos, embora sabendo das poucas chances eleitorais, a campanha seria mais uma preparação para futuras eleições, uma forma de se tornarem conhecidos, recurso usado entre candidatos iniciantes. Ao mesmo tempo, como visto, entre os que consideraram esta possibilidade, os homens o fizeram bem mais do que as mulheres. Tendo em vista que se tornar conhecido pode contar, essa autoexclusão das mulheres implicaria desvantagens estratégicas. Entre os que se elegeram, apoio e conhecimento partidário e já ter experiência eleitoral foram aspectos destacados.

Os três *clusters* encontrados ajudam a confirmar características centrais que conformam os perfis e trajetórias daqueles que são potenciais elegíveis. Ao lado dos traços mencionados anteriormente, ficam claras algumas variáveis que podem ser consideradas chave, já testadas em outros estudos e mais uma vez confirmadas aqui. Cabe destacar ainda como algumas características “somem”, enquanto outras “surgem” para delinear traços de elegibilidade. É interessante notar como, no *cluster* 1, estão mais presentes variáveis que implicam ou expressam menos capital político: baixos recursos financeiros; pessoas mais jovens e com pouco tempo de política; e – um aspecto importante porém aqui distante de elegibilidade – as motivações coletivas para se candidatar. O *cluster*

2, por sua vez, é aquele em que as mulheres aparecem, mas junto com baixos recursos e motivações pessoais substituindo motivações coletivas. Já no *cluster* 3, que agrega todos os eleitos, estão também os homens, a ocupação de cargos políticos, as motivações de militância, mais tempo de partido e, sobretudo, quem teve mais de R\$ 1 milhão na campanha. Ou seja, quando incluída a característica de sexo do candidato, ser homem está associado com já ser ou ter sido parlamentar, estar tentando a reeleição, ter um tempo razoável de atuação política, possuir militância e ter gasto um valor relativamente elevado na campanha eleitoral.

## **Parte II – Determinantes pessoais e institucionais para o sucesso eleitoral**

Já foi visto na parte descritiva que existe um conjunto de fatores e dimensões que apontam para maior ou menor disponibilidade de competir, chances de ser convidado ou apoiado pelo partido e, sobretudo, de elegibilidade. Também observou-se que os traços daqueles que reúnem mais condições de se elegerem, sejam homens ou mulheres, se aproximam mais dos perfis masculinos do que femininos. Isso foi confirmado pela aplicação de um modelo de associação de perfis e características, a maior parte retirada do *survey* e outra de dados do TSE, referentes aos candidatos entrevistados e que declararam rendimento. Agora, nesta parte do trabalho, procura-se verificar em que medida alguns fatores mensuráveis podem ser lidos como significativos para uma eleição no Brasil em geral; se os mesmos fatores se repetem apenas nos 14 Estados onde foi retirada a amostra de entrevistados; e quais as relações e aproximações com os resultados encontrados no *survey*. Com isso, espera-se poder observar se alguns aspectos são de fato relevantes no sucesso e insucesso eleitoral.

### *Metodologia*

Nesta parte, o objetivo é identificar os determinantes para um candidato ser eleito para deputado federal nas eleições de 2010. Utilizaram-se os dados sobre *o perfil dos candidatos, os resultados da eleição*<sup>36</sup> e *receitas de campanha*,<sup>37</sup> disponibilizados pelo TSE, e as informações obtidas a partir

<sup>36</sup> Os dados referentes às características do candidato e os resultados da eleição foram acessados no *site* do TSE em maio de 2011.

<sup>37</sup> Os dados da receita de campanha foram obtidos em <<http://estatistica.tse.gov.br:7777/dwtse/?p=113:10:3558411386426925>>, acessado em junho de 2011.

de um levantamento realizado sobre o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Essas informações foram obtidas para todos os candidatos aptos<sup>38</sup> a disputarem o cargo de deputado federal, nas eleições de 2010. Desenvolveu-se a análise em dois grupos: para todos os Estados do Brasil e para os 14 que participaram do *survey*.

Na análise empregou-se, como variável dependente, o resultado da eleição para o cargo de deputado federal (eleito e não eleito). A partir dessa variável, é possível encontrar uma *proxy* para a probabilidade de um candidato ser eleito. Considerando o objetivo deste estudo, trabalhou-se com uma regressão logística. O uso desta técnica para ajustar modelos estatísticos permite identificar quais fatores explicativos possibilitam interpretar adequadamente o perfil do grupo com maior risco/probabilidade de ser eleito, utilizando outras variáveis escolhidas a partir de testes de qualidade do ajuste. Tal procedimento permite obter uma medida de como essas variáveis influenciam a probabilidade de um candidato apto ser eleito.

#### *Fatores explicativos e definição do modelo*

Selecionou-se, como variável dependente, o resultado das eleições de 2010 para o cargo de deputado federal. As variáveis independentes ou explicativas foram escolhidas no intuito de explicar a probabilidade de o candidato ser eleito, considerando as hipóteses de modelos teóricos discutidos na literatura sobre o tema e as informações disponíveis no TSE. São apresentados, a seguir, os fatores utilizados como variáveis explicativas no modelo de regressão logística. Tais fatores referem-se a características dos candidatos, partidos e de suas campanhas, as quais estão supostamente relacionadas às variáveis encontradas nos níveis da taxa de eleição (Quadro 1).

---

<sup>38</sup> São considerados candidatos aptos aqueles que obtiveram suas candidaturas deferidas ou deferidas com recurso. Em 2010, no Brasil, computamos 4.860 candidatos aptos concorrendo ao cargo de deputado federal.



**Quadro 1**  
**Variáveis explicativas analisadas no Modelo de Regressão Logística para explicar a probabilidade de um candidato apto ser eleito para deputado federal**

Variáveis explicativas	Categorias
Sexo	Homens; mulheres.
Escolaridade	Até ensino médio incompleto; ensino médio completo / superior incompleto; ensino superior completo.
Faixa etária	18 a 39 anos; 40 a 49 anos; 50 a 59 anos; 60 anos ou mais.
Estado civil	Casado; solteiro; outro.
Tamanho do partido	Pequeno; médio; grande.
Posição do candidato antes das eleições	Político – deputado federal; político – outros; outras ocupações.
Receita declarada da campanha	Até R\$ 100.000; R\$ 100.000 a R\$ 1.000.000; mais de R\$ 1.000.000.
Tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) durante toda a campanha	Não apareceu; 1 a 49 segundos; 50 a 99 segundos; mais de 100 segundos.

O modelo estimado permite estudar o comportamento da variável resposta condicionada a todas as variáveis explicativas ao mesmo tempo, tornando a análise mais eficiente. Neste trabalho, foram construídos modelos<sup>39</sup> para explicar a probabilidade de ser eleito deputado federal para o Brasil e para os 14 Estados que participaram da pesquisa.

As estimativas e razões de chances encontradas nos modelos são apresentados na Tabela 2. Verifica-se que os modelos encontrados para o Brasil são parecidos com os desenvolvidos para os 14 Estados, com exceção da retirada da variável escolaridade no modelo 7. Outra observação importante refere-se aos modelos 1 e 4, que apresentaram resultados muito semelhantes aos encontrados pela literatura (ARAÚJO; ALVES, 2007). Nos modelos 2 e 5, inseriu-se a variável receita declarada da campanha. A entrada desta variável modificou significativamente os resultados, sobretudo no que diz respeito à análise das variáveis tamanho do partido e posição do candidato antes das eleições. Nos modelos sem a nova variável, os candidatos de grandes partidos possuíam quase cinco vezes mais chances de serem eleitos do que aqueles que eram de partidos pequenos. Com a entrada da receita declarada da campanha, essas chances foram reduzidas para valores abaixo de dois. As chances de reeleição eram bem mais altas nos modelos iniciais (26,17 e 28,64) em comparação com aqueles em que a receita da campanha foi introduzida (6,66 e 6,87). Esses resultados mostram que o tamanho do partido e a

<sup>39</sup> A adequação do uso do modelo de regressão logística foi avaliada pelo *goodness-of-fit test*.

posição do candidato antes das eleições perderam o poder explicativo com a introdução da receita declarada da campanha no modelo. Além disso, na análise dos modelos tanto para o Brasil quanto para os 14 Estados, verificou-se a existência de interação entre sexo e a receita declarada da campanha, ou seja, o efeito da variável sexo depende dos três níveis da variável receita da campanha (Tabela 2).

No último modelo de regressão logística, inseriu-se o tempo que os candidatos apareceram no HGPE. Essa variável foi incluída apenas na análise dos 14 Estados, uma vez que o levantamento não foi realizado em todos os Estados do país. Analisando os resultados para essa variável, verifica-se pouca diferença entre as faixas de tempo de exposição no HGPE na explicação da probabilidade de eleição. Ainda assim, conforme mostra a Tabela 2, quanto mais tempo no HGPE, maiores as chances de o candidato ser eleito. Vale ressaltar que, com a entrada desta variável no modelo, o tamanho do partido perdeu significância.

Não obstante, com o objetivo de avaliar o impacto dos fatores explicativos no resultado das eleições, foram desenvolvidos modelos de Análise de Variância, utilizando como variável resposta o número de votos recebidos pelos candidatos. A Tabela 3 traz os resultados desses modelos, que ficaram parecidos com os encontrados nos modelos logísticos. Analisando os coeficientes, verifica-se que a variável receita declarada da campanha foi a que mais contribuiu para o número de votos, sendo que os candidatos com maior receita declarada agregaram mais votos à sua candidatura.

O cargo ocupado pelo candidato antes das eleições é outra variável importante quando se analisam as eleições. Os candidatos que tentaram a reeleição apresentaram coeficientes mais altos e significativos do que os outros concorrentes. Esses resultados ressaltam a importância da receita da campanha na explicação dos resultados das eleições. Analisando as razões de chances dos modelos logísticos, verificam-se resultados interessantes, principalmente no que diz respeito às diferenças por sexo e receita declarada da campanha para explicação da variável dependente. As Tabelas 2 e 3 ajudam a compreender a construção do modelo a partir das variáveis escolhidas.

Procurando entender a probabilidade de um candidato a deputado federal ser eleito, analisaram-se os efeitos das variáveis explicativas nos modelos 3 e 7. O uso da regressão logística permite avaliar a razão de chances (RC) de um candidato ser eleito, variando-se os níveis dos fatores explicativos. Entretanto, deve-se considerar que, devido à presença de interação entre as variáveis sexo e a receita declarada da campanha, a análise deve ser elaborada fixando os níveis destas respectivas variáveis.

Segundo o estado civil dos candidatos, verifica-se que os casados são os que possuem maiores chances de serem eleitos a deputado federal. Os solteiros, por outro lado, são os que apresentaram as menores chances. Esse resultado sugere, também, que a sociedade brasileira ainda é conservadora. Com relação à variação das razões de chances devido ao tamanho do partido, notou-se que os candidatos que participam dos partidos grandes possuem quase duas vezes mais chances de serem eleitos do que os candidatos de partidos pequenos. Outra variável importante neste estudo é a posição que o candidato ocupava antes das eleições. Como pode ser verificado na Tabela 2, aqueles que já eram deputados federais antes das eleições possuem quase sete vezes mais chances de serem reeleitos do que os candidatos que não ocupavam nenhum cargo político antes da campanha. Assim, *a reeleição é um fator muito significativo para o resultado das eleições a deputado federal no Brasil.*

No que se refere à análise da variável sexo, foram confirmados os resultados encontrados em outros estudos (ARAÚJO; ALVES, 2007; 2010), ou seja, os homens apresentam mais chances de serem eleitos do que as mulheres. No entanto, quando considerados os modelos 3 e 7, verificam-se resultados surpreendentes. Nestes modelos, *está sendo medido o efeito da interação entre sexo e a receita declarada da campanha, controlando as outras variáveis.* É importante ter clareza de que essas variáveis não devem ser interpretadas como as outras, pois as razões de chances (RC) de seus níveis exibiram comportamentos heterogêneos na análise bivariada. A interação entre essas variáveis é apresentada na Tabela 4, podendo-se observar que as razões de chances dos sexos variam de acordo com as categorias da receita da campanha. É interessante notar na análise das RC dessas variáveis que, diferentemente do encontrado nos modelos sem interação, *as mulheres apresentam mais chances de serem eleitas do que os homens quando a campanha recebeu investimentos superiores a R\$ 1 milhão.* Isto quer dizer que, se um homem e uma mulher numa mesma competição – independentemente de qual partido, posição que ocupava, etc. – receberam investimentos acima de R\$1 milhão, a mulher tenderá a ter mais chances de ser eleita do que o homem, e essa diferença é ainda maior na análise dos 14 Estados. Por outro lado, para as campanhas com receita abaixo de R\$ 1 milhão, os homens apresentaram mais chances de serem eleitos do que as mulheres, com exceção das campanhas com receitas menores nos 14 Estados, onde as mulheres têm mais chances de serem eleitas do que os homens.

**Tabela 2**  
**Estimativas dos Modelos de Regressão Logística para a probabilidade de um candidato ser eleito deputado federal**  
**Brasil – 2010**

Parâmetros	Brasil															
	Modelo 1		Modelo 2		Modelo 3		Modelo 4		Modelo 5		Modelo 6		Modelo 7		Modelo 8	
	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC
Intercepto	-4,90**	0,01	-7,23**	0,00	-7,20**	0,00	-5,13**	0,01	-7,50**	0,00	-7,24**	0,00	-6,87**	0,00	-0,02	0,98
Sexo																
Homens	0,51**	1,67	0,27	1,30	0,19	1,21	0,44**	1,55	0,08	1,08	0,09	1,10	-0,40	0,67	-0,01	0,99
Mulheres	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Casado/a	0,36**	1,43	0,28	1,32	0,30	1,35	0,67**	1,96	0,63**	1,87	0,64**	1,90	0,67	1,96	0,03**	1,03
Solteiro/a	-0,23	0,80	-0,16	0,85	-0,16	0,85	-0,09	0,91	-0,09	0,92	0,00	1,00	-0,03	0,97	0,01	1,01
Outros	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
18 a 39 anos	0,15	1,16				0,27	1,31	0,42	1,52							
40 a 49 anos	-0,12	0,88				-0,02	0,98	0,17	1,19							
50 a 59 anos	0,11	1,11				0,20	1,22	0,30	1,35							
60 anos ou mais	0,00	1,00				0,00	1,00	0,00	1,00							
Partidos grandes	1,55**	4,72	0,55**	1,74	0,57**	1,76	1,48**	4,38	0,41**	1,50	0,40**	1,50	0,43**	1,54		
Partidos médios	0,93**	2,53	0,53**	1,71	0,53**	1,69	0,85**	2,33	0,44**	1,55	0,45*	1,56	0,43*	1,54		
Partidos pequenos	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Superior completo ou mais	0,87**	2,39	0,43*	1,54	0,45*	1,57	0,77**	2,16	0,17	1,18						
Médio completo/superior incompleto	0,23	1,26	0,10	1,10	0,13	1,14	0,17	1,18	-0,11	0,90						
Até médio incompleto	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00						

(continua)

(continuação)

Parâmetros	14 Estados															
	Brasil															
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6	Modelo 7	Modelo 8	Modelo 9	Modelo 10	Modelo 11	Modelo 12	Modelo 13	Modelo 14		
	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC
Intercepto	-4,90**	0,01	-7,23**	0,00	-7,20**	0,00	-5,13**	0,01	-7,50**	0,00	-7,24**	0,00	-6,87**	0,00	-0,02	0,98
Deputado federal	3,26**	26,17	1,90**	6,66	1,88**	6,58	3,35**	28,64	1,93**	6,87	1,93**	6,90	1,91	6,78	0,38**	1,46
Outros cargos políticos	0,12	1,13	-0,05	0,95	-0,14	0,87	0,08	1,08	-0,07	0,94	-0,03	0,97	-0,10	0,91	-0,01	0,99
Outras posições	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Mais de R\$ 1.000.000			6,18**	481,53	7,91**	2716,01			6,48**	650,57	6,51**	670,69	8,47**	4788,94	0,71**	2,04
Receita da campanha			R\$ 100.000 a R\$ 1.000.000	4,69**	108,50	4,43**	84,07		4,79**	120,59	4,82**	123,44	4,11**	60,67	0,10**	1,10
			Até R\$ 100.000	0,00	1,00	0,00	1,00		0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Mais de 100 segundos															0,07**	1,07
Tempo no HGPE			50 a 99 segundos												0,02*	1,02
			1 a 49 segundos												0,01	1,01
			Não apareceu												0,00	1,00
			Homens*Mais de 1.000.000,00			-1,81	0,16						-1,98	0,14	-0,23**	0,80
			Homens*100.000,00 a 1.000.000,00			0,30	1,35						0,85	2,35	0,08**	1,08
Sexo* Receita da campanha			Homens* Até100.000,00			0,00	1,00						0	1	0	1
			Mulheres*Mais de 1.000.000,00			0,00	1,00						0	1	0	1
			Mulheres*100.000,00 a 1.000.000,00			0,00	1,00						0	1	0	1
			Mulheres*Até100.000,00			0,00	1,00						0	1	0	1

\*p&lt;0,10 \*\*p&lt;0,05

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE), acessado em junho/2011, conforme nota 38, e Levantamento HGPE coberto pelo Consórcio Bertha Lutz.

**Tabela 3**  
**Estimativas das Análises de Variância para o número de votos recebidos pelos candidatos a deputado federal. Brasil – 2010**

Parâmetros		Brasil		14 Estados	
		Estimativas	P-Valor	Estimativas	P-Valor
Intercepto		744,3	0,671	-2757,9	0,156
Sexo	Homens	789,6	0,576	119,0	0,942
	Mulheres	0,0		0,0	
Estado civil	Casado/a	2363,5	0,081	3175,0	0,041
	Solteiro/a	-772,8	0,619	-690,7	0,698
	Outros	0,0		0,0	
Tamanho do partido	Partidos grandes	5407,6	0,000	4609,5	0,001
	Partidos médios	3348,5	0,013	2253,7	0,149
	Partidos pequenos	0,0		0,0	
Receita da campanha	Mais de R\$ 1.000.000	135430,3	0,000	145355,7	0,000
	R\$ 100.000 a R\$ 1.000.000	15349,4	0,000	15258,0	0,000
	Até R\$ 100.000	0,0		0,0	
Posição	Deputado federal	43138,0	0,000	39930,5	0,000
	Outros cargos políticos	3841,5	0,134	3860,1	0,188
	Outras posições	0,0		0,0	
Tempo no HGPE	Mais de 100 segundos			16894,9	0,000
	50 a 99 segundos			5534,2	0,010
	1 a 49 segundos			4745,3	0,000
	Não apareceu			0,0	
Sexo*Receita da campanha	Homens*Mais de 1.000.000,00	-57220,1	0,000	-67712,4	0,000
	Homens*100.000,00 a 1.000.000,00	15229,9	0,000	14461,7	0,000
	Homens*Até100.000,00	0,0		0,0	
	Mulheres*Mais de 1.000.000,00	0,0		0,0	
	Mulheres*100.000,00 a 1.000.000,00	0,0		0,0	
	Mulheres*Até100.000,00	0,0		0,0	

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE), acessado em junho/2011, e Levantamento HGPE coberto pelo Consórcio Bertha Lutz.

**Tabela 4**  
**Razão de Chances entre sexo e receita declarada da campanha. Brasil – 2010**

Receita declarada	Brasil		14 Estados	
	Mulheres/ Homens	Homens/ Mulheres	Mulheres/ Homens	Homens/ Mulheres
Mais de R\$ 1.000.000	5,07	0,20	10,79	0,09
R\$ 100.000 a R\$ 1.000.000	0,61	1,63	0,64	1,57
Até R\$ 100.000	0,83	1,21	1,49	0,67

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE), acessado em junho/2011, e Levantamento HGPE coberto pelo Consórcio Bertha Lutz .

Vale ressaltar que, do total de candidatos que declararam receitas da campanha superiores a R\$1 milhão, apenas 6% eram do sexo feminino. Assim, conclui-se que as mulheres possuem mais dificuldades em arrecadar mais receitas para a campanha a deputado federal, mas, ao obterem mais recursos, suas chances de serem eleitas aumentam. Esta conclusão está atrelada a uma questão importante, relacionada ao perfil dos candidatos que possuem campanhas financiadas com recursos acima de R\$1 milhão. Por que as mulheres que possuem esses recursos têm mais chances de serem eleitas deputadas federais do que os homens?

### **Considerações finais**

Podem ser destacados alguns pontos centrais relacionados com a *oferta* no processo eleitoral, que passam por certas trajetórias, recursos e determinadas relações entre os candidatos e os partidos. Os perfis dos candidatos variam em todas as dimensões e tais variações contam. Confirmou-se, mais uma vez, como o tamanho do partido pode ampliar as chances eleitorais. Possuir certa estrutura em redes de apoio e apoio partidário são aspectos importantes. Contudo, mesmo nos grandes partidos, é determinante a distância entre quem já é político ou parlamentar e quem não é. Com base na análise dos três níveis, pode-se dizer que ter cargos políticos, em particular os de representação, e, sobretudo, já ser parlamentar são fatores decisivos. Homens e mulheres que se enquadram nesses perfis tendem a se aproximar muito. Mas constatou-se que, em geral, os homens possuem mais estas características e, assim, tendem a reproduzir uma dinâmica inercial e de iniquidade: se habilitam mais às candidaturas; tendem a ter mais estrutura e fontes de apoio porque já estão “no mercado”; tendem a dominar mais os meandros do recrutamento e da estrutura dos partidos; como, na média, já são candidatos “provados” nas urnas, partem com maior abertura para os pedidos de apoio financeiro, espaço no HGPE ou ainda alianças políticas. Como visto, mulheres que perderam eleição responderam mais do que os homens que *não voltariam a se candidatar*. Isto, por sua vez, já implica uma variável favorável aos homens nas estratégias eleitorais de se fazerem conhecidos. A dificuldade financeira, explicitada pela maioria dos candidatos, é elemento relevante.

Nesse sentido, o que mais se destacou foi o peso dos recursos financeiros como fator determinante para uma eleição de sucesso no Brasil. E, neste estudo, *o dado surpreendente é que, quando homens e mulheres declaram gastar uma quantia muito elevada nas campanhas, as chances*

*de as mulheres se elegerem são maiores do que as dos homens.* Ou seja, a maior parte dos candidatos não se enquadra num perfil de volumosos recursos e, entre estes, as chances de os homens se elegerem são maiores do que as das mulheres. Entretanto, no pequeno universo dos que declararam gastos elevados (têm muito dinheiro ou muito apoio), as mulheres têm mais chances do que os homens. Por quê? Talvez a resposta esteja relacionada ao próprio processo de pré-seleção de candidaturas.

Como mostraram Matland (2002), no plano eleitoral, e Bourdieu, em relação a cargos em geral (2001), diante da corrida de obstáculos, da necessidade de reunir um conjunto de disposições e do volume de recursos, as mulheres tendem a realizar uma autoseleção ou uma seleção prévia. Muitas, apesar das disposições, não chegam a tentar, ou, como visto na primeira parte, se tentam, tendem mais do que os homens a desistir de uma nova tentativa, de tal modo que muitas, quando decidem competir, é porque já reúnem um conjunto de recursos bastante favorável. Em outras palavras, a resposta para campanhas de sucesso, sobretudo iniciais, pode estar ligada à origem social, à trajetória política e às redes sociais nas quais essas mulheres estão inseridas. A tendência à inércia eleitoral dada pela chance de reeleição seria o desdobramento, ainda assim menos favorável às mulheres. Ao mesmo tempo, é emblemático que as motivações pessoais, carreiras individuais e de militância tendam a se aproximar mais do perfil dos vencedores. Tal achado é compatível com outras evidências: as mulheres já deputadas se aproximam mais dos homens na mesma situação, em termos de chances, do que das mulheres não deputadas. Mais importante, quando se consideram os percentuais de sucesso eleitoral de mulheres em todos os níveis de disputa no país,<sup>40</sup> verifica-se que o cargo no Senado, que em geral exige um filtro e uma pré-seleção bem criteriosos, é o único no qual as mulheres obtêm mais sucesso do que os homens. É também onde os gastos são bastante elevados.

Em suma, no caso da Câmara dos Deputados, as estratégias para alcançar maior equilíbrio de sexo tenderiam a passar: pelos partidos, via consolidação de experiência partidária; por ocupação de cargos públicos políticos; por formas de associação e/ou militância e estruturação de redes ou representatividade pessoal; e, sobretudo, por disponibilidade de recursos financeiros, pessoais ou a partir de redes e doações. Dois elementos finais para reflexão: em que medida os dados revelam a natureza ainda mais elitista do sistema representativo brasileiro? E em que medida, sem

<sup>40</sup> Proporção de eleitos em relação ao total de candidatos aptos em cada sexo.



desconsiderar o traço masculino, mais do que maior ou menor compromisso dos partidos para com igualdade de gênero, os dados revelam o poder do dinheiro e a proximidade dos grupos/perfis que os detêm?

## Referências

ALVARES, L. **Mulheres na competição eleitoral, seleção de candidaturas e o padrão de carreira política no Brasil**. Tese (Doutorado). Rio de Janeiro, IUPERJ, 2004.

ALVES, J. E. D. et al. A mulher nas eleições de 2004: avaliação da política de quotas no Brasil. In: XXVº CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA. Porto Alegre – Brasil, 22 a 26 de agosto 2005.

ARAÚJO, C. **Cidadania incompleta**: o impacto da Lei de Cotas sobre a representação política das mulheres no Brasil. Tese (Doutorado), IFCS/UFRRJ, 1999.

\_\_\_\_\_. Gênero e o acesso ao poder Legislativo no Brasil: as quotas entre as instituições e a cultura. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n.2, p. 23-60, jul./dez. 2009.

ARAÚJO, C.; ALVES, J. E. D. Impactos de indicadores sociais e do sistema eleitoral sobre as chances das mulheres nas eleições e suas interações com as quotas. **Dados**, v. 50, n. 3, p. 535-577, 2007.

BALDEZ, L. Cuotas versus primarias: la nominación de candidatas mujeres em México. In: TOBAR, M. R. (Ed.). **Mujeres y política** – em impacto de las cuotas de género en América Latina. Santiago de Chile: Flacso/Catalonia, 2008.

BARREIRA, I.; GONÇALVES, D. N. “Presença” e “ausência” de candidatas: mapeando representações de dirigentes partidários. Nesta coletânea.

BOLOGNESI, B.; COSTA, L. D. Estruturação social e enquadramento institucional no processo de formação das elites políticas: o caso da eleição de mulheres para a Câmara dos Deputados em 2006. In: I SEMINÁRIO INTERMEDIÁRIO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA. São Carlos, UFSCar, novembro 2009.

CAMPOS, M. D.; LUENGO, O. El impacto de los sistemas electorales y las leyes de cuotas em los países andinos. Las elecciones legislativas em Bolívia, Ecuador y Perú. In: ARCHENTI, N.; TULA, M. I. (Orgs.). **Mujeres y política em América Latina** – sistemas electorales y cuotas. Buenos Aires: Heliasta, 2008.

ELIS, K.; CHILDS, S.; KENTOLA, J.; KROOK, M. L. **Rethinking women’s substantive representation**. London: Routledge, 2008.

DAHLERUP, D. Comparative studies of electoral gender quotas. **The implementation of quotas** – Latin America Experience. Report on the Workshop Lima-February 2003. Estocolmo: Idea, 2003.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Multivariate Data Analysis**. Fifth edition. Prentice Hall, Inc., 1998.

JONES, M. Ley de cuotas y elecciones de mujeres: lecciones a partir de la experiencia en Costa Rica. In: ARCHENTI, N.; TULA, M. I. (Orgs.). **Mujeres y política en América Latina** – sistemas electorales y cuotas. Buenos Aires: Heliasta, 2008.

NORRIS, P. Conclusion. In: NORRIS, P.; LOVENDUSKI, J. (Eds.). **Gender and party politics**. Londres: Sage Publications, 1993.

MACHADO, M. das D. C.; STEFFENON, R. Assimetrias de gênero nas campanhas eleitorais para a Câmara Federal. Nesta coletânea.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARX, J.; BORNER, J.; CAMINOTTI, M. **Las legisladoras** – cupo de gênero y política en Argentina. Buenos Aires, 2007.

MATLAND, R. Estratégias para ampliar la participacion femenina en el palmaneto. El proceso de selección de candidatos legislativos y los sistemas electorales. In: MENDEZ, M. M.; BALLINGTON, J. (Orgs.). **Mujeres en el Parlamento** – más allá de los números. Estocolmo: Ideas, 2002.

\_\_\_\_\_. Explaining women´s representation: the role of legislative recruitment and electoral systems. Paper presented to the UN Division for the Advancement of Women, 2005. Disponível em: <<http://www.ub.org.womensmatch/daw/egm/nationalm2004/>>.

MIGUEL, L. F. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro. **Revista Sociologia e Política**, p.115-134, junho 2003.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa. **Revista Opinião Pública**, v. 15, n. 1, p. 55-81, 2009.

NORRIS, P. Conclusion. In: NORRIS, N.; LOVENDUSKI, J. (Orgs.). **Gender and party politics**. Londres: Sage Publications, 1993.

NORRIS, P.; LOVENDUSKI, J. Women politicians: transforming westminster? In: NORRIS, P.; LOVENDUSKI, J. (Orgs.). **Women in politics**. Oxford: Oxford University Press, 1996.

SANTOS, F.; PAULA, C. A. de; SEABRA, J. Cotas e movimentos sociais nas estratégias partidárias de inserção das mulheres na vida parlamentar: os casos do Rio de Janeiro e Ceará nas eleições 2010 para a Câmara dos Deputados. Nesta coletânea.

SACHETT, T. Capital social, gênero e representação política no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, v. 15, n. 2, p.306-332, nov. 2009.

SPECK, B.; SACCHET, T. Patrimônio, instrução e ocupação dos candidatos: uma análise das candidaturas de mulheres e homens nas eleições gerais de 2010 no Brasil. Nesta coletânea.

SKJEIE, H.; SILM, B. Scandinavian feminist debate on citizenship. **International Political Science Review**, v. 21, n. 4 p. 345-361, 2000.

ROMESBURG, H. C. **Cluster analysis for researchers**. Krieger, Malabar, Florida, 1990.

## ANEXOS

### Anexo 1 - Metodologia da pesquisa amostral com candidatas

Aqui, por razões de espaço, é suficiente informar que a amostra final selecionada cobriu 14 Estados. A amostra é estratificada, representativa das Regiões Sul e Sudeste e inclui Estados das demais regiões. O peso dos partidos correspondeu à proporcionalidade dos mesmos na Câmara de Deputados, na legislatura de 2006 a 2010.

A amostra inicialmente definida era de 200 entrevistas, mas sofreu perda muito grande, com não realização ao redor de 33% das entrevistas. Ao final, foram coletados 134 casos – (66 homens e 68 mulheres). Após estudo para análise da viabilidade de uso dos estratos iniciais, foi feita uma reponderação das probabilidades iniciais de seleção e pesos amostrais necessários, dado que a mesma não era proporcional. Os dados trabalhados neste artigo, assim como no Relatório Final, são resultantes dessa reponderação, cuja base de dados original foi anexada ao Relatório.

Os Estados contidos na amostra foram: São Paulo (27), Rio de Janeiro (22), Minas Gerais (12), Paraná (99), Bahia (9), Rio Grande do Sul (9), Pernambuco (3), Amapá (3), Goiás (2), Santa Catarina (2), Distrito Federal (1), Amazonas (1) e Sergipe (1). O universo corresponde a 3.125 candidatos oficialmente registrados no TSE em agosto de 2010, sendo 2.522 homens e 603 mulheres. Adicionalmente, devido ao número muito pequeno de candidatos em alguns partidos, estes foram reagrupados da seguinte maneira: DEM; PMDB; PR+PP; PSB+PTB+PDT; PSDB; PT; e Pequeno (todos os demais partidos). A pesquisa foi realizada entre novembro de 2010 e fevereiro de 2011, por meio de questionário estruturado via Cati (*computer assisted telephone interview*).

Assim, se, por um lado, a coleta parcial entre os Estados e a redução do tamanho original da amostra exigem parcimônia e não permitem fazer generalizações, por outro, o fato de se poder contemplar uma base que compreende boa parte dos Estados da federação possibilita falar aqui de características e padrões que se aproximam de forma razoável de uma amostra nacional. As questões do *survey* previam respostas únicas ou múltiplas, que poderiam ser respondidas, também, por ordem de prioridades/importância. A partir do seu conteúdo, foram exploradas trajetórias e mediações no recrutamento, bem como questões partidárias e individuais dos candidatos. As questões envolveram o próprio processo eleitoral, considerando trajetórias pessoais e políticas, aspectos do recrutamento eleitoral, a partir de informações dos candidatos, recursos – financeiros

e não financeiros – e redes de campanha. Ou seja, aspectos que, juntos, ajudam a definir a viabilidade de uma candidatura. Abordou-se, ainda, o que propõem e como propõem as agendas de ações dos candidatos, assim como foram objeto de atenção suas promessas. Tendo em vista que dimensões sistêmicas da política constituem uma das partes desses processos, foram explorados também aspectos relacionados com dimensões da vida dita privada ou não-pública, em particular alguns atinentes à família e às carreiras profissionais. Mais uma vez, o olhar se volta para compreender como as mulheres se inserem nesses caminhos. Por último, agradecemos a colaboração dos colegas Suzana Cavagnaghi e Pedro Silva pelo trabalho de cálculo amostral e de reponderação da amostra.

## **Anexo 2 – Perguntas do questionário aplicado aos candidatos selecionadas e agregadas**

- *Perfil sociodemográfico*: idade, escolaridade, estado civil, número de filhos, cor, profissões, religião.
- *Motivações nos caminhos da inserção partidária e eleitoral*: (p. 18) O que o/a motivou a ingressar na carreira política? (p. 42) Quais as motivações políticas que o levaram a se lançar ou a ser lançado candidato? (p. 53) Quais aspectos de sua trajetória pessoal foram mais importantes para chegar a disputar o cargo atual de deputado federal? (p. 54) Você diria que sua motivação principal se deveu a um projeto pessoal ou a outras circunstâncias?
- *Recursos como trajetórias e experiências públicas*: (p. 15) Algum (outro) familiar seu exerce ou exerceu um cargo público ou partidário nos últimos trinta anos? (p.19) Já ocupou ou participou de direções e/ou cargos em alguma organização não partidária (acadêmica, em ONGs, organizações sindicais, profissionais, movimentos sociais)? (p. 29) Já ocupou ou ocupa algum cargo na administração pública? (p. 32) Já ocupou ou ocupa algum cargo empresarial ou de representação fora de governo e que considere relevantes? (p. 35) Já ocupou cargos no Legislativo ou no Executivo?
- *Recursos como inserção e experiência partidária*: (p. 22) Quantos anos faz que se dedica e participa da política partidária? (p. 25) Há quanto tempo é filiado a este partido? (p. 26) Já ocupou ou ocupa algum cargo partidário? (p. 39) Além desta eleição, já tentou se candidatar em outras eleições a mais de uma carreira parlamentar? (p. 44) Você sentiu alguma resistência à sua candidatura? (p.

58) Tem conhecimento sobre o processo de formação de chapas para dirigentes internos do seu partido? (p. 59) Se tem, como são tomadas as decisões na prática, além do que define o estatuto? (p. 71) Sabe como é o processo de formação das chapas/listas eleitorais no seu partido? (p. 72) Se sabe, quais os critérios usados para formar ou construir a chapa, por ordem de importância e segundo a sua percepção? (p. 77) O que predominou na sua relação com o partido durante a campanha? (p. 78) Sabe como foram definidos os critérios de distribuição dos recursos do partido para os candidatos no período eleitoral? (p. 79) Entre os critérios apresentados, pode listar os três que considera serem prioritários, segundo a ordem de importância? (p. 81) Como avalia em termos de satisfação os recursos que você obteve do partido? (p. 91) Você sabe como foi definido o critério do seu partido para a distribuição do tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral?

- *Estratégias eleitorais e consistência de campanha:* (p. 41) Você realizou algum curso de formação de liderança política antes de disputar sua primeira eleição? (p. 44) Você sentiu alguma resistência à sua candidatura? (p. 45 para os que responderam afirmativamente) Por parte de quem? (p. 46) Durante a campanha, diria que recebeu apoio mais que esperado, esperado ou menos do que o esperado? (p. 80) Para o seu público e o seu tipo de campanha, qual/quais os recursos mais importantes para você passar a sua mensagem? (p. 87) De quais outros grupos (além do partido) recebeu apoio? (p. 88) Quais as formas em que se deu o apoio? (p.94) Tem ideia de quantas vezes você apareceu na propaganda política gratuita durante a campanha? (p. 99) Quanto tempo diário em média você dedicou às atividades de campanha? (p. 56 – para os não eleitos) Pretende se candidatar futuramente? (p. 57 – para os que se elegeram) Em sua opinião, quais os motivos principais que contaram para a sua eleição?
- *Familismo gênero e política:* (p.15) Algum familiar exerceu ou exerce um cargo público ou político partidário? (p. 45) Por parte de quem sentiu resistência à sua candidatura? (p. 53) Aspectos de sua trajetória pessoal que foram mais importantes para disputar o cargo de deputado federal? (p. 89) De quais outras pessoas recebeu apoio? (p. 96) Em relação à sua família, pode identificar o principal tipo de reação diante de sua candidatura? (p.97 – para respostas de resistência) Neste caso, por parte de quem sentiu resistência?

(p. 98) Quais as razões para tal resistência? (p. 100 – para quem não teve dedicação integral à campanha) Por que sua dedicação não foi exclusiva? (p. 101) Considera que a vida familiar e/ou a responsabilidade doméstica têm muito peso e lhe impedem de dedicar mais tempo à política?

- *Para quem e sobre o que falam as mulheres? A natureza da representação e os sentidos das propostas:* (p. 102 – para os que não foram eleitos – respostas múltiplas) Caso fosse eleito(a), o que o(a) Sr(a) pensaria em representar no Congresso? (p.103 – frequência por ordem dos mais citados) Como vê seu papel de representante político? (p. 104) Quais os principais temas/propostas que o(a) Sr.(a) defendeu na sua campanha? (p. 104a) Nessas propostas, qual foram os temas específicos trabalhados?
- *Mulheres na política e estratégias de ingresso – opiniões e informações:* (p. 47) Você conhece a Lei de Cotas de 2007? (p. 48) E a sua versão recente de 2009? (p. 49, estimulada) Você já ouviu falar da Lei de Cotas, que destina ao gênero feminino 30% das vagas disputadas para os cargos legislativos? (p. 50) Você avalia que sua candidatura tem alguma relação com a Lei de Cotas? (p. 60) Existe algum tipo de política de ação afirmativa no seu partido, isto é, voltada para fortalecer e estimular um setor específico? (p. 61) Essa política foi dirigida para qual setor? (p. 64) Sabe se o seu partido tem história de organização e militância de mulheres, isto é, há práticas estruturadas de reuniões de diretórios, grupos e outras formas de militância? (p. 65) O cumprimento da nova Lei de Cotas por sexo para candidaturas a cargos de eleição proporcional foi ou não tema de discussão/mobilização no momento da nomeação de candidatos no seio do seu partido? (p. 66) Na avaliação da participação/militância das mulheres no dia-a-dia das estruturas partidárias oficiais, percebe algum tipo de diferença por sexo? E nas seguintes situações: a) frequência (ao partido); b) no tipo de atividade que exercem; c) nos focos de interesse políticos nos debates ou ação política. (p.82) Você acredita que as dificuldades/chances de conseguir financiamento desse setor (partido) são: iguais para homens e mulheres; mais difíceis para homens; mais difíceis para mulheres? (p. 84) Considera que há diferenças de tratamento dos candidatos no partido que passem por questões como sexo, idade, renda e poder econômico? (p.107) Acredita que há vantagens que favoreçam as mulheres na política?

### Anexo 3 - Dendograma

Dendograma dos candidatos a deputado federal, segundo o método de Ward Distância Euclidiana entre os conglomerados

C A S E	0	5	10	15	20	25
Label Num	+	+	+	+	+	+
36	òø					
47	òòòòòø					
22	ò+ ùòø					
53	òòòòò+ ó					
19	òùòø	ó				
49	ò+ ùòø ùòòòø					
91	òòò+ ó ó	ó				
85	òòòòòù ó	ó				
7	òòòòòòòò+	ó				
29	òòòòò+	ó				
21	òòòø	ó				
65	òòòù	ó				
26	òòòòòø	ó				
23	òòò+ ùòòòø	ó				
64	òòòòò+	ó				
100	òòòòòòòòø	ùòù				
102	òòòòò+ ó ó	ùòòòòòø				
32	òòòòòòø	ùò+ ó	ó			
33	òòò+ ó ó	ó	ó			
17	òòòòòòòò+	ó	ó			
58	òòòòò+	ó	ó			
24	òòòòòòòòø	ó	ó			
63	òòòòò+ ó	ó	ó			
67	òòòòòòø	ó	ó	ó		
69	òòò+ ó ó	ó	ó	ó		
39	òø	ó ó	ó	ó		
76	òù	ó ó	ó	ó		
6	òòòø	ùòù	ó	ó		
70	ò+ ó ó	ó	ó	ó		
92	òòòòòòù	ó	ó	ó		
27	òùòù	ó ó	ó	ó		
73	ò+ ó ó	ùòòòòù	ó	ó		
13	òùòù	ó ó	ó	ó		
48	ò+ ó ó	ó ó	ó	ó		
44	òòò+ ó ó	ó	ó			
15	òòòòò+	ó	ó	ó		
41	òòò+ ó	ó	ó	ó		
101	òòòòòòòòù	ó	ó			
125	òòòòò+ ó	ó	ó	ó		
110	òùòø	ó	ó	ó		
120	ò+ ùòø	ó ó	ùòòòø			
90	òòò+ ùò+	ó	ó	ó		
116	òùòòòù	ó	ó	ó		
121	ò+ ó	ó	ó	ó		
106	òòòø	ó	ó	ó		
115	òòòòò+	ó	ó	ó		
98	òòò+	ó	ó	ó		
99	òòòòòòòòòòòòù	ó	ó			
130	òòòòò+	ó	ó	ó		
108	òòòòòø	ó	ó	ó		
118	òòò+ ùòòòø	ó	ó	ó		
87	òòòòò+	ùò+	ó	ó		
129	òòòòòòòòòò+	ó	ó			
4	òùòø	ó	ó			
34	ò+ ùòø	ó	ó			
83	òòò+ ùòø	ó	ó			
97	òòòòò+	ó	ó	ùòø		
2	òø	ó	ó	ó	ó	
25	òòòòòòø	ùòòòòòø	ó	ó	ó	
1	ò+ ó ó	ó	ó	ó	ó	
51	òùòø	ó ó	ó	ó	ó	ó
82	ò+ ùòòòò+	ó	ó	ó	ó	ó
59	òø	ó ó	ó	ó	ó	ó

CASE	0	5	10	15	20	25
Label	Num					
62	0+ 0	0	0	0		
42	0+ 0		0 0	0 0		
71	0 0 0	0	0	0		
81	0+ 0 0	0	0	0	0	0
88	0 0 0 0	0	0	0	0	
89	0+ 0	0	0	0	0	
14	0 0 0	0	0	0	0	
61	0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	
75	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	
112	0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	
127	0 0 0 0	0	0	0	0	
113	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	
126	0 0 0 0	0	0	0	0	
56	0 0 0	0	0	0	0	
79	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	
55	0 0 0	0	0	0	0	
28	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	
105	0 0 0 0	0	0	0	0	0
123	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
134	0 0 0 0	0	0	0	0	0
9	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
38	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
43	0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
50	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
86	0 0 0	0	0	0	0	0
74	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
8	0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
46	0 0 0 0	0	0	0	0	0
10	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
40	0 0 0 0	0	0	0	0	0
94	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
95	0 0 0 0	0	0	0	0	0
93	0 0 0 0	0	0	0	0	0
11	0 0 0	0	0	0	0	0
114	0 0 0 0	0	0	0	0	0
128	0+ 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
111	0 0 0	0	0	0	0	0
132	0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
12	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
18	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
78	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
77	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
5	0 0 0 0	0	0	0	0	0
72	0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
37	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
20	0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
119	0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
124	0 0 0 0	0	0	0	0	0
3	0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
68	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
84	0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
104	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
57	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
66	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
31	0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
30	0 0 0 0	0	0	0	0	0
109	0 0 0 0	0	0	0	0	0
131	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
133	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
96	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
117	0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
35	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0
54	0 0 0 0	0	0	0	0	0
52	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0



## Anexo 4 - Modelos Logísticos

## Teste de qualidade do ajuste – Modelo de Regressão Logística

Efeitos	Brasil								
	14 Estados								
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6	Modelo 7	Modelo 8	
(Intercepto)	Qui-GL Quad. 211,9 1	Qui-GL Quad. 113,6 1	Qui-GL Quad. 60,9 1	Qui-GL Quad. 170,2 1	Qui-GL Quad. 84,9 1	Qui-GL Quad. 88,5 1	Qui-GL Quad. 42,8 1	Qui-GL Quad. 1069 1	P-Valor 0,000
Sexo	Qui-GL Quad. 7,6 1	Qui-GL Quad. 1,7 1	Qui-GL Quad. 0,5 1	Qui-GL Quad. 3,9 1	Qui-GL Quad. 0,1 1	Qui-GL Quad. 0,1 1	Qui-GL Quad. 2,06 1	Qui-GL Quad. 8,21 1	P-Valor 0,006
Estado civil	Qui-GL Quad. 13,5 2	Qui-GL Quad. 6,6 2	Qui-GL Quad. 7,3 2	Qui-GL Quad. 20,7 2	Qui-GL Quad. 14,1 2	Qui-GL Quad. 13,2 2	Qui-GL Quad. 14,8 2	Qui-GL Quad. 13,5 2	P-Valor 0,001
Faixa etária	3,3 3	3,355		2,9 3	0,400	2,9 3	0,403		
Tamanho do partido	Qui-GL Quad. 116,1 2	Qui-GL Quad. 12,2 2	Qui-GL Quad. 12,4 2	Qui-GL Quad. 78,6 2	Qui-GL Quad. 5,1 2	Qui-GL Quad. 5,2 2	Qui-GL Quad. 5,5 2	Qui-GL Quad. 5,5 2	P-Valor 0,002
Escolaridade	Qui-GL Quad. 28,5 2	Qui-GL Quad. 5,9 2	Qui-GL Quad. 5,8 2	Qui-GL Quad. 17,9 2	Qui-GL Quad. 2,1 2	Qui-GL Quad. 2,1 2	Qui-GL Quad. 2,1 2	Qui-GL Quad. 2,1 2	P-Valor 0,052
Posição	Qui-GL Quad. 514,1 2	Qui-GL Quad. 157,4 2	Qui-GL Quad. 155,7 2	Qui-GL Quad. 396,4 2	Qui-GL Quad. 112,9 2	Qui-GL Quad. 117,0 2	Qui-GL Quad. 115 2	Qui-GL Quad. 594 2	P-Valor 0,000
Receita da campanha		224,7 2	105,5 2	2,000	183,3 2	187,3 2	90,3 2	508 2	0,000
Tempo no HGPE								21 3	0,000
Sexo*Receita da campanha			6,4 2	0,040			6,64 2	30,6 2	0,000

**Teste de qualidade do ajuste – Modelo de Análise de Variância**

Efeitos	Brasil			14 Estados		
	Qui-Quad.	GL	P-Valor	Qui-Quad.	GL	P-Valor
(Intercepto)	1241,5	1	0,000	1126,3	1	0,000
Sexo	19,8	1	0,000	27,9	1	0,000
Estado civil	8,2	2	0,016	9,7	2	0,008
Tamanho do partido	22,1	2	0,000	10,9	2	0,004
Receita da campanha	723,2	2	0,000	585,6	2	0,000
Posição	407,5	2	0,000	234,6	2	0,000
Tempo no HGPE				54,0	3	0,000
Sexo*Receita da campanha	76,4	2	0,000	70,8	2	0,000