

**MARIANA TANÚS MARQUES**

**CHORO E RAIVA: OS EFEITOS DA EXPRESSÃO DE EMOÇÕES E DOS  
ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO EM ELEIÇÕES**

Dissertação apresentada como pré-requisito para a  
obtenção do título de Mestre em Ciência Política pela  
Universidade de Brasília.

Orientador: Prof. Dr. Mathieu Turgeon  
Área de Concentração: Política e Instituições

BRASÍLIA

2016

*Dedico aos meus pais, Ana Tereza e Acyr e aos meus sobrinhos Maria Fernanda, Filipe, Mateus e Isadora.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço de forma muito especial ao Professor Mathieu Turgeon, meu orientador desde a graduação e por quem tenho enorme admiração. Agradeço pela paciência, pelos conselhos e incentivos e por me apresentar à área de comportamento político de forma que despertasse meu interesse pela pesquisa. Essa conquista não teria sido possível sem ele.

Agradeço também aos Professores André Borges, Denilson Bandeira, Raquel Hoersting e Ronaldo Pilati, pelas valiosas contribuições e sugestões dadas ao trabalho.

Da mesma forma agradeço a todos os meus professores do Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília, pelo trabalho que desenvolvem com seriedade e responsabilidade na formação de pesquisadores e profissionais da área. Agradeço ainda aos funcionários da Secretaria do Instituto, por nos ajudarem sempre de forma tão solícita.

Agradeço à minha família, em especial meus pais Ana Tereza e Acyr e às minhas irmãs Ana Carolina e Ana Cláudia, por todo apoio, compreensão e suporte dado durante todos esses anos de estudo e, em especial, pelo empenho em me ajudar na fase de coleta de dados desta pesquisa.

Da mesma forma agradeço a todos os amigos e amigas que me ajudaram na divulgação da pesquisa pelas redes sociais, sem os quais não teria sido possível alcançar a quantidade significativa de respondentes que viabilizou todas as análises necessárias para este trabalho. Um agradecimento especial para: Carolzinha, Day, Fabíola, Fefo, Fernando, Jacka, Jaque, Léo, Livia, Marquinhos, Marlla, Nilton, Noelle, Soraia, Tathy, Thaysa, Tóia e Vitor, o apoio e companheirismo deles tornou essa jornada menos árdua.

Por fim, meu muito obrigada a todos que participaram da pesquisa, pela contribuição na formação de conhecimento acadêmico sobre a sociedade brasileira.

## RESUMO

O presente projeto busca investigar o papel dos estereótipos de gênero relacionados à emotividade de homens e mulheres no contexto político-eleitoral brasileiro para entender se a existência dos mesmos tem efeitos na avaliação de eleitores. Para além disto, busca-se entender se a expressão de comportamentos emotivos que reforçam ou negam estereótipos de gênero pode interferir na dinâmica eleitoral de forma a prejudicar mais candidatas de um gênero ou de outro. O foco do trabalho foi na expressão das emoções de choro e raiva por serem comumente mais associadas aos estereótipos de gênero relacionados, respectivamente, a mulheres e homens. Para cumprir com o objetivo proposto, foi realizado um experimento com aplicação pela internet visando encontrar uma relação de causalidade entre a demonstração dos comportamentos emotivos de choro e de raiva e uma diminuição de favorabilidade a candidatas e candidatos. A pesquisa teve 1.199 respostas completas e alcançou respondentes das 5 regiões do país, que foram aleatoriamente divididos entre grupos controle e grupos teste. Os resultados mostram que os estereótipos de gênero encontrados comumente na sociedade também existem ao se tratar de candidatas a cargos eletivos – mulheres tendem a ser percebidas como mais emotivas do que homens independente da demonstração de qualquer comportamento emotivo. No entanto, ao contrário do que apresenta a Teoria Descritiva do Viés dos Estereótipos e do que é esperado pelo senso comum, a demonstração de comportamentos emotivos em campanhas eleitorais não prejudica mais candidatas mulheres do que candidatos homens. Ao contrário, foi encontrada uma tendência de favorecimento à candidata mulher que demonstra o comportamento de choro. Essa tendência foi percebida, em especial, dentre os respondentes homens.

**Palavras-chave:** Eleições, gênero, emoções, estereótipos.

## ABSTRACT

This project aims at investigating the role of gender stereotypes related to the emotionality of men and women candidates in the Brazilian political context as an attempt to comprehend its effects on the evaluation of voters. More specifically, its purpose is to understand if the expression of emotions that are consistent or inconsistent with gender stereotypes can penalize women or men candidates disproportionately because of their gender. The project was focused on the expressions of crying and anger, since they are most commonly associated with the gender stereotypes (crying is commonly more associated with women and anger with men). In order to accomplish this project's goals, an internet-conducted experiment was used with the intention of finding a causality relation between the expression of emotions and a decrease in favorability regarding the candidates. The experiment had 1.199 complete answers and reached respondents living in the 5 geographic regions of Brazil, who were randomly assigned to test and control groups. Results show that the stereotypes commonly perceived in society also exist for men and women candidates to political roles – women candidates tend to be perceived as more emotional, regardless of the expression of any emotive behavior. Nevertheless, despite of what is presented by the Descriptive Theory of Stereotypes and of what is expected by the common sense, the expression of emotive behavior doesn't jeopardize women candidatures' more than men's. On the contrary, a tendency to advantage women candidates who express crying behavior was found, especially among male respondents.

**Key words:** Elections, gender, emotions, stereotypes.

## **LISTA DE GRÁFICOS:**

**Gráfico 1:** Distribuição de respondentes da pesquisa por região do País.....37

**Gráfico 2:** Médias de 6 atributos nos grupos Controle, Teste Raiva e Teste Choro.....38

## LISTA DE TABELAS:

<b>Tabela 1:</b> Resultados de ANOVA de um fator para o gênero do candidato (atributos).....	39
<b>Tabela 2:</b> Resultados de ANOVA de um fator para o gênero do candidato (resultados).....	40
<b>Tabela 3:</b> Testes de proporção de voto (grupos controle).....	41
<b>Tabela 4:</b> Resultados somente tratamento - ANOVA de dois fatores .....	43
<b>Tabela 5:</b> Testes de proporção de voto (grupos choro e raiva).....	44
<b>Tabela 6:</b> ANOVA de Dois Fatores: Choro e Gênero Candidato.....	47
<b>Tabela 7:</b> Testes de proporção de voto (grupos choro e raiva, com gênero).....	48
<b>Tabela 8:</b> ANOVA de Dois Fatores: Raiva e Gênero Candidato.....	48
<b>Tabela 9:</b> ANOVA de Três Fatores: Choro x Gênero do Candidato x Gênero do Respondente.....	50
<b>Tabela 10:</b> ANOVA de Três Fatores: Raiva x Gênero do Candidato x Gênero do Respondente.....	51

## SUMÁRIO:

<b>Introdução.....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo 1: Teoria, Achados Anteriores e Hipóteses</b>	
1.1: Os estereótipos de gênero relacionados à emotividade.....	16
1.2: Estereótipos e o comportamento eleitoral.....	17
1.3: Teoria descritiva do viés dos estereótipos.....	19
1.4: Teoria prescritiva do viés dos estereótipos.....	20
1.5: Desenvolvimento de Hipóteses com base na Teoria.....	21
<b>Capítulo 2: Metodologia</b>	
2.1: A abordagem experimental.....	24
2.2: Sobre web-based experiment/survey e amostragem de cadeia de referência .....	26
2.3: Estratégia e desenho experimental.....	30
2.4: Descrição das Variáveis.....	33
2.5: Método de Análise - ANOVA.....	34
<b>Capítulo 3: Análise de Resultados</b>	
3.1: Resultados gerais do experimento.....	36
3.2: Estereótipos de gênero em eleições.....	38
3.3: Penalização de candidatos por demonstração de comportamentos emotivos.....	41
3.4: Diferenças por gênero do candidato.....	44
3.5: Diferenças por gênero do respondente.....	49
<b>Capítulo 4: Discussão dos Resultados e comparação com estudos anteriores.....</b>	<b>52</b>
<b>Conclusão.....</b>	<b>56</b>

## SUMÁRIO:

### Anexos

<b>Anexo I:</b> Texto submetido ao Grupo Controle.....	57
<b>Anexo II:</b> Texto submetido ao Grupo Raiva.....	58
<b>Anexo III:</b> Texto submetido ao Grupo Choro.....	59
<b>Anexo IV:</b> Questionário.....	60
<b>Anexo V:</b> Tabela com médias de todos os grupos.....	64
<b>Anexo VI:</b> Tabela com médias de todos os grupos, com respondentes <i>outliers</i> .....	65
<b>Anexo VII:</b> Tabela completa ANOVA de um fator somente com Grupo Controle.....	66
<b>Anexo VIII:</b> Tabela completa ANOVA de Dois Fatores: Choro e Gênero Candidato....	67
<b>Anexo IX:</b> Tabela completa ANOVA de Dois Fatores: Raiva e Gênero Candidato.....	68
<b>Anexo X:</b> Tabela Completa ANOVA de Três Fatores: Choro x Gênero do Candidato x Gênero do Respondente.....	69
<b>Anexo XI:</b> Tabela Completa ANOVA de Três Fatores: Raiva x Gênero do Candidato x Gênero do Respondente.....	70
<b>Anexo XII:</b> Tabela com comparação entre proporção de respondentes do experimento e a população brasileira, por sexo e região do país.....	71
<b>Bibliografia</b> .....	72

## INTRODUÇÃO

Diversos estudos conduzidos no âmbito da Psicologia comprovam a existência de estereótipos de gênero associados às emoções. Socialmente, as mulheres são percebidas como mais emotivas do que os homens e, de forma geral, a mídia, o cinema, a literatura, etc., tendem a retratar mulheres como emocionalmente mais complexas e expressivas do que pessoas do sexo masculino. Além disso, estudos constatam que existem emoções definidas como tipicamente femininas e outras rotuladas como masculinas: enquanto orgulho, por exemplo, tende a ser mais associado a homens, tristeza e culpa são mais associadas às mulheres, já raiva é mais associada a pessoas do sexo masculino enquanto amor é tipicamente associado a pessoas do sexo feminino (Robinson, Johnson & Shields, 1998; Timmers, Fischer e Manstead, 2003).

No entanto, as pesquisas sobre as diferentes formas de respostas emocionais entre homens e mulheres permanecem com resultados inconclusivos. Enquanto estudos que trabalham com autoavaliação e onde há o conhecimento dos papéis sociais de gênero pelos participantes mostram que as mulheres tendem a se reportar como mais emotivas do que os homens, estudos que avaliam as respostas emocionais através da mensuração de estímulos fisiológicos não são tão claros - enquanto alguns encontram diferenças entre os sexos, outros não (Barret & Bliss-Moreau, 2009).

Apesar disso, os estereótipos de gênero relacionados às emoções são fortemente encontrados em diferentes sociedades e seus impactos já foram inclusive estudados no âmbito da Psicologia Social em contextos de relações de trabalho e carreira. Nos Estados Unidos, por exemplo, os estudos de Brescoll & Uhlman (2008) encontram um viés bastante claro entre as avaliações conferidas a homens e mulheres que demonstram determinadas emoções em situações de entrevista de emprego. Já Heilman, Block, Martell e Simon (1989) constataram que as emoções definidas como masculinas são as mesmas comumente utilizadas para descrever pessoas que ocupam posições de supervisão. No Brasil, uma pesquisa desenvolvida por Lima, Gondim e outros (2005) em universidades de Salvador e Aracaju mostrou que o desconforto emocional é mais atribuído a mulheres do que a homens quando estes estão em posições de comando e que os indivíduos tendem a “masculinizar” mulheres nessas posições, atribuindo-lhes os estereótipos normalmente associados a homens, o que não ocorre quando estas mulheres estão em níveis hierárquicos mais baixos. Esses exemplos demonstram a importância do estudo do

papel das emoções associadas aos estereótipos de gênero para uma maior compreensão das relações de poder e autoridade dentro de diferentes sociedades.

Nesse contexto, o presente projeto busca entender especificamente o papel dos impactos desses estereótipos de gênero associados às emoções no contexto político-eleitoral, investigando se a existência dos mesmos pode ter consequências na avaliação de eleitores em relação a candidatos homens e candidatas mulheres e, ainda, se pode ajudar a explicar a sub-representação feminina em altas posições políticas no sentido de se colocar como uma barreira à eleição de mulheres para cargos representativos de alta relevância. Historicamente, o gênero tem sido uma das bases de diferenciação das pessoas entre diferentes papéis, tarefas, atividades e posições sociais (Sapiro, 2003) e tradicionalmente, apesar dos avanços pela igualdade em diversas sociedades, a participação das mulheres na política é bastante reduzida em relação à participação masculina, o que justifica a importância de estudos que analisem os possíveis entraves à eleição de candidatas do sexo feminino.

Nesse sentido, uma hipótese é a de que mulheres e homens candidatos recebem tratamento diferenciado dos eleitores, sendo mulheres candidatas submetidas a padrões de avaliação mais altos do que candidatos do sexo masculino, sofrendo desvantagem na corrida eleitoral por conta de seu gênero. Isso porque cargos políticos em que a necessidade de se ter controle emocional e firmeza são muito valorizados e que requerem a tomada de decisões “racionais”, em que o líder mantenha sua capacidade de executar, ainda que em condições de grande pressão, podem ser percebidos como sendo mais indicados a homens do que a mulheres por conta dos estereótipos de gênero associados às emoções – “como as mulheres são mais emotivas podem não ter o controle necessário para assumir determinados cargos”.

Assim, ao se pensar no impacto dos estereótipos de gênero relacionados às emoções na avaliação feita pelos eleitores de candidatos e candidatas a cargos eletivos, o pressuposto mais comumente difundido é o de que candidatas mulheres não podem deixar transparecer algumas emoções frequentemente associadas à fraqueza e instabilidade emocional porque seriam mais penalizadas por isto do que candidatos do sexo masculino.

Dentro da política norte-americana o assunto ganhou maior visibilidade diante da perspectiva de candidatura de Hillary Clinton nas eleições presidenciais de 2008, quando acabou sendo derrotada nas primárias de seu partido por Barack Obama. Um artigo de 2007 no jornal

*The Washington Post*<sup>1</sup> fala da necessidade de que mulheres pleiteando um alto cargo no Executivo como Governadora ou Presidente tem de se esforçar mais do que homens para parecer fortes e decididas. A própria Hillary Clinton afirmou em entrevista ao *Access Hollywood*<sup>2</sup> em 2008 que candidatas mulheres são mais prejudicadas se parecerem muito emotivas.

Já na política brasileira, é interessante destacar um caso mais recente em que Marina Silva tornou-se candidata nas eleições de 2014 após a morte de Eduardo Campos e teve um desempenho bastante alto nas pesquisas eleitorais realizadas logo após o acidente. Com a rápida ascensão da candidata, o Partido dos Trabalhadores iniciou uma forte campanha de críticas à Marina Silva, em especial lançadas pelo ex-presidente Lula, de quem Marina havia sido Ministra de Meio Ambiente. A candidata adotou uma postura pouco agressiva de resposta a essas críticas e começou a cair nas pesquisas eleitorais, sem conseguir chegar ao segundo turno. Na época, os comentários em relação à “fraqueza” de Marina não eram pouco comuns. Inclusive, uma reportagem da Folha de S. Paulo do dia 13 de setembro de 2014 com o título “Marina chora ao falar de Lula e se diz injustiçada” relata um desabafo da senadora durante um momento emotivo em que ela reafirma sua posição de que não adotará a mesma postura agressiva em relação ao ex-presidente, destacando seu “sofrimento” com as acusações: “Emocionada, [Marina] disse ser quase impossível acreditar que o petista esteja fazendo isso.”<sup>3</sup>

Em estudo realizado nos Estados Unidos pela pesquisadora Deborah Brooks (2011) onde ela analisa o impacto dos estereótipos de gênero associado às emoções especificamente no contexto político e eleitoral para entender se as mulheres de fato sofrem desvantagens relacionadas aos estereótipos relativos às emoções, no entanto, os resultados encontrados divergem do pressuposto comumente difundido. Brooks estudou especificamente como eleitores reagem diante de uma nova informação sobre os candidatos que confirme ou negue estereótipos de emotividade. Nesse contexto, ela considerou importante analisar particularmente o choro e a raiva por serem expressões de comportamentos tradicionalmente associados com fortes estereótipos de gênero relacionados à emotividade - o primeiro mais associado a mulheres e o segundo a homens.

---

<sup>1</sup> “The Rules for Female Candidates.” 2007. Washington Post, November 7, sec. C01. <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/11/06/AR2007110602489.html>

<sup>2</sup> Access Hollywood. 2008. “Access Exclusive: Hillary Clinton on iPods, Reality TV, & the Election.” January 6. [http://www.accesshollywood.com/ellen-page/access-exclusive-hillary-clinton-on-ipods-reality-tv-and-the-election\\_article\\_7953](http://www.accesshollywood.com/ellen-page/access-exclusive-hillary-clinton-on-ipods-reality-tv-and-the-election_article_7953) .

<sup>3</sup> “Marina chora ao falar de Lula e se diz injustiçada” Folha de S. Paulo, 13 de setembro de 2014. <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/09/1515516-marina-chora-ao-falar-de-lula-e-se-diz-injustificada.shtml>

Os resultados encontrados pela autora demonstram que, nos Estados Unidos, candidatos e candidatas a cargos eletivos são penalizados por demonstrarem comportamentos emotivos de choro e de raiva. No entanto, seus estudos sugerem que estes candidatos são igualmente penalizados por adotarem esse comportamento, afirmando que não existem dois pesos e duas medidas para candidatos de gêneros diferentes com relação a isso. Segundo Brooks afirma, as pessoas parecem possuir estereótipos de gênero relacionados à emotividade de pessoas comuns mas isso não se aplica, de acordo com sua pesquisa, quando se trata de candidatos e candidatas a cargos eletivos.

A diferença de gênero encontrada por Brooks na pesquisa se dá em relação à forma com que eleitor e eleitora penalizam os candidatos por este comportamento. Segundo a pesquisadora, eleitoras tendem a penalizar de forma mais contundente candidatas que tenham um comportamento que reforce estereótipos relacionados às mulheres do que eleitores homens.

Com base no estudo de Deborah Brooks, o presente projeto tem o objetivo principal de analisar os impactos dos estereótipos de gênero associados às emoções na política brasileira, especificamente no que diz respeito a candidatos e candidatas a cargos eletivos. Além disso, também é meu propósito explorar as diferenças relacionadas aos estereótipos e à demonstração de emoções em duas sociedades diferentes - brasileira e norte-americana, comparando os resultados encontrados nesta pesquisa com os apresentados pela autora acima, visando entender como as diferenças culturais relacionadas a estes assuntos podem impactar a dinâmica política de ambos os países, já que, conforme apontam Fiske, Kitayama, Markus e Nisbett (1998), “os processos cognitivos, emocionais e comportamentais de uma pessoa são moldados pelo seu engajamento em um mundo cultural”. Assim, é possível supor que eleitores brasileiros tenham comportamentos e percepções diferentes das de eleitores norte-americanos sobre as questões relacionadas aos estereótipos de emotividade e gênero.

Com base no exposto acima, vou buscar responder às seguintes perguntas com o desenvolvimento deste projeto:

- No Brasil as pessoas atribuem estereótipos de gênero relacionados à emotividade a candidatos e candidatas?
- No contexto brasileiro, candidatos a cargos eletivos são significativamente penalizados pela demonstração de comportamentos emotivos, em especial relacionados ao choro e à raiva?

- Os eleitores brasileiros penalizam de forma diferente candidatos homens e candidatas mulheres, de acordo com seu gênero, por demonstrarem comportamentos que reforçam os estereótipos relacionados à emotividade?

Para a realização deste trabalho, parto da ideia de que os resultados encontrados em uma pesquisa dessa natureza desenvolvida no âmbito da sociedade brasileira devem ser diferentes dos encontrados nos Estados Unidos. Acredito que, por conta das diferenças no desenvolvimento cultural de ambas as sociedades, a expressão de emoções por parte de indivíduos deve ser, de forma geral, mais bem aceita no Brasil do que nos Estados Unidos.

Assim, acredito que os eleitores brasileiros tenderão a punir com menor intensidade candidatos que expressem emotividade, em especial no que diz respeito ao comportamento de choro, do que os eleitores dos Estados Unidos. Como não existem estudos que façam essa comparação entre como a expressão de emoções é assimilada e tratada entre essas duas sociedades, o presente projeto vem como um primeiro passo para contribuir com essa avaliação.

Também acredito que resultados diferentes podem ser encontrados no que diz respeito às diferenças de penalização pela expressão de emoções entre mulheres e homens candidatos. Em 2010 o Brasil elegeu pela primeira vez uma mulher para ocupar o cargo político mais alto do País, de Presidente da República, fato que até o momento ainda não ocorreu nos Estados Unidos. Isto, associado a uma possível maior tolerância a comportamentos emotivos, pode indicar que algumas características tidas como tipicamente femininas podem ser mais valorizadas na sociedade brasileira, em determinados contextos, do que na sociedade norte-americana, trazendo não só resultados diferentes dos de Brooks como também dos comumente difundidos, em especial na literatura norte-americana, em relação à penalização de homens e mulheres.

Na primeira parte deste trabalho será feita uma revisão da literatura que trata sobre os estereótipos relacionados à emotividade de homens e mulheres, dando um foco maior em seguida nos estudos e achados anteriores que tratam sobre os efeitos dos mesmos na avaliação feita por eleitores em relação a candidatos homens e candidatas mulheres. Ainda no primeiro capítulo serão apresentadas duas abordagens teóricas da Psicologia que tratam, de forma distinta, dos efeitos do viés dos estereótipos quando comportamentos que reforçam ou negam os mesmos são apresentados por representantes de grupos estereotipados. No fim deste capítulo apresentarei as hipóteses que serão testadas neste projeto com base nas abordagens teóricas.

No segundo capítulo será apresentada a metodologia, onde serão abordadas as vantagens e desvantagens do método experimental, seguidas pelas técnicas de amostragem e aplicação de experimentos pela internet. Neste mesmo capítulo serão apresentados o desenho experimental e a estratégia, bem como a descrição das variáveis utilizadas no modelo, seguida de uma breve explicação sobre o método de análise dos resultados, a ANOVA (Análise de Variância).

No terceiro capítulo mostro os resultados encontrados, explorando em detalhes a existência de estereótipos de gênero relacionados à emotividade, seguida pelos efeitos da demonstração de emoções na avaliação de eleitores. Na seção posterior trato da diferenciação da avaliação feita pelos respondentes com relação a candidatos e candidatas que demonstram comportamentos emotivos tratando, por fim, das diferenças de respostas pelo gênero dos respondentes. No capítulo 4 é feita toda a discussão sobre os resultados encontrados, comparando-os com os de estudos realizados anteriormente, seguida pela conclusão.

As tabelas completas de todas as análises estatísticas feitas no estudo são apresentadas no anexo, juntamente com os textos do experimento e o questionário aplicado. Ao longo do texto algumas tabelas e gráficos com resultados sumários foram apresentadas para facilitar o entendimento.

## CAPÍTULO I - TEORIA, ACHADOS ANTERIORES E HIPÓTESES

### 1.1 Os estereótipos de gênero relacionados à emotividade

De acordo com autores da Psicologia como Allport (1954), Hamilton (1976) e Tajfel (1970) os estereótipos desempenham um papel de bastante relevância no processo de categorização e análise de indivíduos, sendo capazes de enviesar o processamento de informações, produzindo julgamentos sociais consistentes com os difundidos por estes.

Conforme apontam Robinson, Johnson e Shields (1998), muitos estudos comprovaram que as pessoas possuem estereótipos de gênero associados às emoções. Alguns exemplos são os desenvolvidos por Grossman e Wood (1993); Johnson e Shulman (1988) e; Shields e Koster (1989). De forma geral, há o entendimento de que mulheres sentem emoções de forma mais intensa do que homens, sendo o termo “emotivo” mais associado a mulheres do que a homens. Ao tratar de emoções específicas, os estudos demonstram que emoções socialmente indesejadas relacionadas a si próprio, como tristeza e culpa, são mais associadas às mulheres. São essas também as emoções mais relacionadas à fraqueza e falta de poder. No entanto, em relação às emoções voltadas aos outros, as mulheres são mais associadas às socialmente desejadas, como amor e compaixão. Os homens, por sua vez, tendem a ser mais fortemente associados às emoções socialmente indesejadas em relação aos outros, como a raiva, mas também às emoções socialmente desejadas em relação a si próprio, como orgulho. Essas emoções estão mais associadas à ideia de poder (Timmers, Fischer e Manstead, 2003). Assim, de acordo com estes estudos, as pessoas tendem a se utilizar de estereótipos de gênero para inferir sobre a emotividade de indivíduos do sexo masculino e do sexo feminino. Cabe destacar ainda que esses estereótipos de gênero em relação às emoções são compartilhados por homens e mulheres.

*Im sum, gender differences in self-reports of emotion often correspond to emotion-specific gender stereotypes. Men are thought to experience and display more socially desirable self-oriented emotions (e.g. pride) and more socially undesirable other-oriented emotions (e.g. anger). Women are thought to experience and display more socially undesirable self-oriented emotions (e.g., guilt and sadness) and more socially desirable other-oriented emotions (e.g., love).<sup>4</sup>*

---

<sup>4</sup> Robinson, Michael, D. Joel T. Johnson, and Stephanie A. Shields. "The gender heuristic and the database: Factors affecting the perception of gender-related differences in the experience and display of emotions." *Basic and Applied Social Psychology* 20.3 (1998): 206-219.

Na literatura brasileira destaco o estudo realizado por Bonfím, Gondim, Lima, Sá e Santos (2005), pesquisadores da Psicologia Social, que teve como objetivo analisar os efeitos do gênero e do *status* profissional nas imagens construídas numa interação de trabalho, sob uma perspectiva de estereótipos relacionados a emoções. Uma pesquisa foi realizada com estudantes universitários de Salvador e Aracaju em que os indivíduos foram orientados a responder a um questionário após ler sobre um cenário de interação entre um supervisor e um funcionário, onde a situação de interação poderia variar de quatro formas, variando o sexo do supervisor e variando o sexo do funcionário. A partir dos resultados os autores analisaram, dentre outras questões, a atribuição de características relacionadas a estereótipos emocionais de acordo com o sexo dos personagens.

Eles encontram que os participantes da pesquisa percebem a situação da mulher supervisora como emocionalmente mais desconfortável do que a situação em que o homem é o supervisor. Além disso, seus resultados também mostram que funcionárias do sexo feminino são percebidas como mais emotivas do que os funcionários do sexo masculino e que os empregados do sexo masculino são percebidos como detentores de mais autocontrole e independência do que os de sexo feminino. No entanto, é interessante destacar que essa tendência não foi encontrada na avaliação dos supervisores, o que poderia indicar que as mulheres, quando estão na posição de supervisoras, são “masculinizadas” pelos respondentes. Conforme os autores explicam, é como se a função da supervisão funcionasse como um aglutinador de todos os conteúdos representacionais a uma imagem masculina, que independe de quem realiza a função.

Ao se fazer um paralelo com o presente projeto, os resultados acima são importantes pois podem indicar que para alcançar cargos hierarquicamente superiores e serem percebidas como competentes, as mulheres poderiam precisar assumir comportamentos emotivos mais associados aos homens, necessariamente negando os estereótipos femininos.

## **1.2 Estereótipos e o comportamento eleitoral**

Ao tratarmos especificamente do papel dos estereótipos na escolha eleitoral, estudos mostram que eleitores se utilizam dos estereótipos de gênero como “atalhos de informação” para fazer inferências e avaliações sobre candidatos em contextos de baixa informação (McDermott, 1997). Conforme aponta Sanbonmatsu (2002), para estudar esse assunto, pesquisadores

comumente desenvolvem experimentos em que indivíduos avaliam um candidato com base em sua biografia e um pequeno discurso, as informações sobre o candidato são as mesmas entregues a todos os indivíduos, a única diferença se dá em relação ao sexo do candidato. Tais pesquisas mostram que as pessoas avaliam o mesmo indivíduo de forma diferente por conta de seu sexo, conferindo características específicas a um ou outro. Esses estudos mostram que os estereótipos de gênero afetam a avaliação dos eleitores, no entanto, a forma como esses estereótipos afetam a escolha final do eleitor não é consensual entre os pesquisadores do assunto. Dolan (2010) também mostra que apesar da existência de figuras femininas com alta visibilidade na política americana, grande parte das pessoas ainda se baseia em estereótipos ao fazer avaliações de mulheres na política. Em seu estudo ela deixa claro que a estereotipização não apenas existe, mas também tem conseqüências na escolha eleitoral dos indivíduos.

Outro ponto que merece destaque é que, conforme apontam Dolan (2010) e Kahn (1994), diversos *surveys* e experimentos demonstram que os eleitores entendem que mulheres estão mais aptas a cuidar de determinados assuntos enquanto homens de outros. Ao associar as mulheres com emoções mais positivas em relação às outras pessoas, os eleitores tendem a acreditar que estas são mais competentes para lidar com assuntos sociais como educação, saúde, meio-ambiente, etc., enquanto homens seriam mais competentes para lidar com política externa, economia, defesa nacional, dentre outros (Alexander e Andersen, 1993; Burrell, 1994; Huddy e Terkildsen, 1993; Kahn, 1994; Matland, 1994). Ainda nesse sentido, Huddy e Terkildsen (1993) observam que características tipicamente masculinas são mais valorizadas quando se trata de um cargo executivo nacional, como o de Presidente. Com base nisso, é possível inferir a hipótese de que mulheres podem ter dificuldades para assumir cargos no Executivo nacional caso demonstrem características de emotividade tipicamente tidas como femininas.

Os estudos apresentados acima tratam da relevância dos estereótipos na avaliação de indivíduos e exploram de diversas formas os impactos disto na decisão dos eleitores. No entanto, não exploram de forma mais efetiva como as pessoas reagem ao se deparar com novas informações em relação aos candidatos que confirmem ou neguem um estereótipo a que ele está associado por conta de seu gênero, que é a proposta do presente projeto.

Ao estudar esse assunto, é importante resgatar duas abordagens teóricas da Psicologia que pressupõem que homens e mulheres são avaliados de forma diferente quando demonstram

comportamentos associados com estereótipos. Brooks as classifica como “teoria descritiva” e “teoria prescritiva/normativa” dos estereótipos.

### **1.3 Teoria descritiva do viés dos estereótipos**

A “teoria descritiva” da Psicologia está alinhada com o que é comumente difundido no senso comum no que diz respeito aos estereótipos de emotividade e gênero. Esta linha defende que como as pessoas que fazem parte de um determinado grupo estereotipado são percebidas como detentoras de determinadas características apenas por fazer parte deste grupo, quando elas apresentam um comportamento “negativo” que de alguma forma é condizente com esta característica elas tendem a sofrer mais sanções sociais por conta disto. Isto ocorreria porque este comportamento tende a ser mais atribuído às características da personalidade destas pessoas do que a uma condição externa.

O modelo desenvolvido por Heilman (1983) chamado de “*Lack of Fit Model*”, apesar de voltado para a atuação das mulheres no mercado de trabalho, ilustra bem o conceito da teoria descritiva. O modelo é baseado na ideia de que a expectativa sobre quão bem-sucedida uma pessoa será na sua função é uma importante variável na tomada de decisão em relação a funcionários de uma determinada organização. Mais especificamente, o modelo coloca que existe um “encaixe” percebido entre os atributos de um indivíduo e os requisitos de uma determinada função, é este “encaixe” que determina as expectativas em relação à performance do indivíduo e influencia na tomada de decisão do gestor. Assim, os requisitos supostamente necessários para ocupar cargos tradicionalmente tipificados como masculinos não condizem com os atributos conferidos às mulheres. Essa “falta de encaixe” produz as expectativas de que mulheres falharão ao ocupar essas funções e prejudicam o desenvolvimento de suas carreiras.

A partir dessa teoria, depreende-se que comportamentos que afirmam alguns estereótipos serão mais severamente punidos do que comportamentos que negam estereótipos, pois estes reforçam o pré-julgamento dos indivíduos com relação a membros de determinados grupos. Conforme citado acima, quando indivíduos agem de forma a confirmar um estereótipo, isso tende a ser atribuído à sua própria personalidade, à sua “natureza”, a uma tendência a agir dessa forma, enquanto se o indivíduo age de forma a refutar um estereótipo, o mais provável é de que isso seja atribuído a uma causa externa que o teria levado a agir assim. O estudo desenvolvido

por Barret e Bliss-Moreau (2009), em que indivíduos são orientados a analisar os rostos de homens e mulheres e avaliar se eles são emotivos ou se estão “tendo um dia ruim”, corrobora com essa teoria mostrando que as pessoas que responderam apresentaram um viés bastante claro de avaliar rostos femininos como pessoas emotivas e rostos masculinos como pessoas que tiveram aquela reação por conta de uma evento externo - “estão tendo um dia ruim”.

#### **1.4 Teoria prescritiva do viés dos estereótipos**

Já a “teoria prescritiva” ou normativa defende que o viés negativo dos estereótipos ocorre de forma contrária, ou seja, por conta de ações que não reforçam/confirmando um determinado estereótipo. A ideia por trás dessa teoria é a de que existe um comportamento esperado de pessoas que fazem parte de determinados grupos estereotipados e quando elas falham em reproduzi-los, com atitudes que os neguem, elas tenderão a sofrer mais sanções sociais.

Voltando aos exemplos relacionados ao mercado de trabalho apresentados por Heilman, o efeito prescritivo ocorre quando mulheres são bem-sucedidas em realizar tarefas tidas como “masculinas” e por isso são percebidas como tendo os atributos necessários para tal, eliminando a “falta de encaixe” do indivíduo com a tarefa. O problema, no entanto, é que isto é uma violação das normas associadas aos estereótipos de gênero, a “falta de encaixe” aí ocorre entre o que a mulher é e o que ela deveria ser, o que segundo o autor tende a causar reprovação, resultando em sanções para o indivíduo que “viola as regras”.

*When women are acknowledged to have successfully performed male sex- typed jobs, they are, by definition, perceived to have the attributes that are necessary to effectively execute the tasks and responsibilities required. These women are seen as having what it takes to succeed at “man’s work,” eradicating any perceived lack of fit deriving from the descriptive aspect of gender stereotypes. But now there is a different problem. Their success is a violation of the prescriptive norms associated with gender stereotypes. Although there is a good fit between what a woman is perceived to be like and what the job is perceived to entail, there is a bad fit between what the woman is perceived to be like and conceptions of what she should be like. This perceived violation of the stereotypic prescription is likely to induce disapproval—disapproval that can result in penalties for the violator.<sup>5</sup>*

---

<sup>5</sup> Heilman, Madeline E. "Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder." *Journal of social issues* 57.4 (2001): 657-674.

Prentice e Carranza (2002) corroboram com essa teoria em um estudo em que perguntam a indivíduos “o quão desejável é que um homem/mulher tenha determinadas características”. De acordo com seus resultados, mulheres que não demonstram comportamentos de afeto, compaixão, etc., mas que ao contrário demonstram comportamentos mais “masculinos” como arrogância, ou orgulho, estão sujeitas à censura social. O mesmo ocorre com homens que não demonstram comportamentos agressivos e se mostram mais sensíveis. Eles também estão sujeitos a sanções sociais.

Já Timmers, Fischer e Manstead (2003) trazem uma discussão importante pois seus achados mostram que as pessoas tendem a concordar mais com afirmações descritivas do que prescritivas de comportamentos emotivos, o que pode indicar que as crenças tradicionais sobre a demonstração de emoções por homens e mulheres mudou ao longo do tempo, permitindo uma maior variedade de demonstrações emocionais entre os dois sexos, com a diminuição das sanções sociais em casos de ruptura com o que se espera em relação ao comportamento emocional das pessoas.

O mais interessante, no entanto, é que o estudo demonstra que essas mudanças não ocorreram de forma simétrica entre homens e mulheres, o que acontece é que as mulheres continuam sendo vistas como o sexo mais emotivo mas agora os homens não são mais vistos como o sexo não-emotivo. Ainda, eles afirmam que essa emotividade das mulheres - vistas como expressando mais emoções associadas à fraqueza, e as demonstrado em ambientes de trabalho - não é bem avaliada pelas pessoas. Eles encontram que os respondentes de seus estudos tem atitudes mais negativas em relação a mulheres demonstrando emoções do que a homens fazendo o mesmo (mais sanções por reforçar um estereótipo do que por negar). Assim, pelos seus resultados, parece que as crenças sobre a emotividade de mulheres ainda se aproximam bastante dos estereótipos clássicos, enquanto as crenças sobre a emotividade masculina sugerem uma maior tolerância do distanciamento do estereótipo de homem que “não pode se emocionar”.

### **1.5 Desenvolvimento de hipóteses com base na teoria**

Da mesma forma que Brooks, este projeto visa analisar os impactos dos estereótipos de gênero associados às emoções através de duas expressões emocionais: o choro, tido como uma expressão mais feminina, e a raiva, mais masculina, para entender se, e de que forma, candidatos

são penalizados ao demonstrarem estas emoções. Essas duas expressões emocionais foram escolhidas por estarem bastante associadas, respectivamente, à ideia de fraqueza (falta de poder) e à ideia de força (empoderamento). Levando em conta o contexto em que a presente proposta está inserida e os resultados encontrados por estudos prévios, o foco principal da análise será relacionada à expressão de choro, já que segundo o entendimento produzido até aqui a partir da literatura, essa seria a com maior capacidade de se colocar como um entrave à eleição de mulheres para altos cargos políticos. No entanto, a análise dos resultados relacionados à expressão de raiva complementa bem o estudo ao possibilitar uma comparação entre estes possíveis efeitos.

Considerando alguns resultados encontrados pelas pesquisas descritas acima, em especial as realizadas por Timmers, Fischer e Manstead (2003) e por Lima, Gondim e outros (2005), para os fins deste projeto a teoria descritiva do viés de estereótipos apresentada anteriormente foi tomada como base para elaboração das hipóteses. Assim, ao considerarmos o choro através da perspectiva apresentada por essa teoria, temos que mulheres que expressam esta emoção deveriam ser mais penalizadas do que homens, já que, no caso da mulher, esse comportamento tenderia a reforçar um estereótipo de “fraqueza” associado a sua imagem enquanto que no homem a tendência é a de que isto seja associado a uma causa externa: “deve ter sido uma situação muito difícil que o levou a isto.” Assim, temos a primeira hipótese a ser analisada:

*H1: Mulheres são mais penalizadas do que homens ao demonstrar comportamento de choro em uma campanha eleitoral.*

Ao considerarmos a expressão de raiva, que reforça uma característica tipicamente mais associada a homens do que a mulheres, através da perspectiva descritiva temos que os homens devem ser mais penalizados por expressarem o comportamento relacionado a essa emoção, já que isto corrobora com o estereótipo associado a eles. Em relação às mulheres, esse comportamento deveria romper com os estereótipos associados a elas podendo inclusive ser associado a uma “masculinização” do indivíduo. Temos assim a hipótese de que:

*H2: Homens são mais penalizados do que mulheres ao demonstrar comportamento de raiva em uma campanha eleitoral.*

Ao testar as hipóteses acima ficará mais claro se na sociedade brasileira os estereótipos de gênero relacionados à emotividade também se aplicam a candidatos e candidatas a cargos eletivos ou apenas a pessoas comuns, como sugere o estudo de Brooks. Também será possível analisar se as teorias tradicionais relacionadas à penalização pela demonstração de comportamento emotivo se confirmam no contexto brasileiro.

## **CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA**

### **2.1 A abordagem experimental**

Para testar a teoria de que os estereótipos de gênero associados às emoções impactam a avaliação dos eleitores em relação a candidatos do sexo masculino e candidatas do sexo feminino, proponho a realização de um experimento pela internet com o objetivo de encontrar uma relação de causalidade entre a expressão de emoções de choro e raiva e uma pior avaliação por parte do eleitor em relação a candidatas e candidatos, bem como uma menor disposição em votar nos mesmos.

De acordo com Reips (2000) experimentos pela internet tem sido empreendidos de forma crescente em diferentes áreas de estudo por representarem algumas vantagens em relação aos realizados em laboratórios ou em campo, como a possibilidade de alcance de um maior número de participantes em diferentes regiões a um custo reduzido. Os pressupostos da abordagem experimental permanecem os mesmos nesta forma de aplicação - a manipulação das variáveis independentes (no caso do presente estudo, a expressão de emoções e o sexo do candidato) e a repetição de testes com a designação aleatória de participantes entre os grupos controle e os grupos testes, no caso de um experimento “between-subjects” (entre indivíduos diferentes) como o realizado aqui.

Conforme apontado por autores como McDermott (2002) e Morton e Williams (2010) a abordagem experimental traz algumas vantagens quando comparada com outros tipos de métodos. A maior delas é o principal motivo de ter sido esta a abordagem escolhida para este estudo é a possibilidade de se estabelecer uma relação de causalidade mais efetiva entre a variável que está sendo estudada, no caso a expressão de emoções por candidatos a cargos eletivos, e os resultados esperados, no caso a diminuição de apoio/favorabilidade, o que dificilmente seria possível utilizando apenas dados observacionais. Outras vantagens estão relacionadas ao controle que o pesquisador tem de todo o processo, a precisão das medidas dos efeitos (que são estabelecidas pelo próprio pesquisador) e a possibilidade de explorar detalhes do processo, investigando relações complexas a partir de pequenas unidades para entender quais fatores específicos podem determinar as diferenças que se está analisando na pesquisa (McDermott, 2002).

Cabe destacar que o experimento realizado neste projeto buscou se assemelhar ao máximo ao realizado por Brooks em seu artigo publicado em 2011. Neste, indivíduos foram submetidos a textos de entrevistas jornalísticas que descrevem a carreira de um parlamentar e suas experiências de sucesso e fracasso. Nos grupos testes foram inseridos parágrafos narrando a expressão das emoções de choro e raiva, que correspondem às variáveis independentes de interesse do estudo. O desenho experimental está detalhado com maior profundidade na seção 2.3.

Ressalta-se, no entanto, que na ocasião a pesquisadora se utilizou de uma ferramenta de *survey* pela internet que não está disponível no Brasil – o *Polimetrix* – que consiste em uma plataforma *web* criada por uma empresa onde voluntários se registram para participar de *surveys* e que consegue gerar uma amostra representativa da população norte-americana. A autora rodou o experimento por 12 dias em abril de 2009 (ano não-eleitoral) com a participação de 1.120 pessoas (entrevistas completas). Destas, 365 foram aleatoriamente designadas para o grupo controle enquanto 755 foram designadas para as condições de teste (384 submetidas ao teste à expressão de choro e 371 designadas ao teste de expressão de raiva. Do total de participantes, a metade foi designada aleatoriamente para a condição em que o candidato era um homem e a outra metade para a condição em que a candidata era mulher.

Como no Brasil não há a disponibilidade de uma plataforma como o *Polimetrix*, que possibilita a obtenção de uma amostra representativa da população de eleitores brasileiros, neste projeto foi realizado um experimento, também via *web*, no entanto com uma estratégia de amostragem diferente da utilizada por Brooks e baseada na técnica de *snowball sampling* utilizando para isto, prioritariamente, as redes sociais, em especial *Facebook* e *WhatsApp*. O experimento foi realizado pela internet (*web-based*) e o *software Survey Monkey* foi utilizado para esta aplicação. Esta ressalva é importante para o momento em que forem feitas as comparações entre os resultados obtidos pelo presente projeto e os encontrados por Deborah Brooks.

A estratégia de amostragem e o desenho experimental são apresentados mais à frente em detalhes.

## **2.2 Sobre web-based experiment/survey e amostragem de cadeia de referência (chain-referral/snowball sampling):**

A internet tornou-se uma forma bastante popular de coleta de dados por conta das inúmeras vantagens associadas ao processo, já que permite que questionários complexos sejam administrados de forma mais rápida, flexível e econômica (Best, Krueger, Hubbard e Smith, 2001). No caso da realização de experimentos, a primeira vez que a internet foi utilizada para este fim foi em 1995 e, desde então, o processo tem sido utilizado de forma crescente tanto na Psicologia quanto em outras áreas (Reips, 2000). O motivo disto é que a internet trouxe à metodologia experimental possibilidades que não existiam em experimentos de laboratório ou de campo e abriu caminho para a solução de diversos problemas tradicionalmente associados aos experimentos.

As principais vantagens do método estão relacionadas à possibilidade de aumentar o número e a diversidade da amostra de indivíduos que pode participar do estudo sem que os custos disto tornem o projeto inviável. Apesar dos problemas associados à não-representatividade da amostra coletada pela internet, que serão explorados mais à frente e que também estão presentes nos experimentos tradicionais, esse método possibilitou à abordagem experimental aumentar seu poder estatístico e o escopo e a generalização dos resultados encontrados.

Uma crítica que é feita com frequência aos experimentos tradicionais é o fato de que estes normalmente são realizados com grupos homogêneos de pessoas, em especial estudantes universitários, que conforme argumenta Sears (1986), se diferenciam de forma sistemática de pessoas comuns. Assim, a aplicação de um experimento pela internet pode minimizar esse problema por permitir o alcance e a participação de pessoas com características e comportamentos mais heterogêneos, inseridas em diferentes realidades sociais.

Outras questões relacionadas ao aumento da validade externa - caracterizada por Campbell & Stanley (1963) como a capacidade de generalizar os resultados de um determinado experimento para uma população - também são importantes de serem pontuadas. Uma delas é o fato de que o experimento pela internet possibilita a realização em um ambiente mais confortável ao respondente (ao contrário de experimentos realizados em laboratórios, onde o ambiente é mais artificial e as pessoas estão sendo observadas), por isso as chances de que elas ajam naturalmente

são maiores. Como nesse tipo de experimento não há ninguém observando o respondente e a interação é limitada ao participante e o computador, o chamado “Efeito Hawthorne”, caracterizado como a mudança de comportamento que as pessoas tem por estarem sendo observadas (Roethlisberger & Dickson, 1993 *apud* McDermott, 2002) deve ser minimizado.

Outro ponto está associado ao que é descrito por Reips (2000) como viés de voluntarismo: enquanto em experimentos tradicionais estudantes tendem a participar como forma de completar créditos ou como parte de disciplinas, na internet as pessoas tem uma “liberdade” maior e, portanto, os que responderem tenderão a fazer isto de forma mais interessada do que estudantes universitários com propósitos de ganhar créditos. Isto, no entanto, também leva a um grande problema dos experimentos realizados pela internet que é a alta taxa de abandono na metade do experimento. Ainda sobre a questão da participação, um outro problema de experimentos tradicionais que pode ser minimizado com a aplicação pela *web* é o que McDermott (2002) chama de participação de “respondentes profissionais”. Como normalmente a participação em um experimento tradicional é incentivada por pagamentos ou créditos concedidos (no caso de estudantes universitários) existe maior chance de participação de pessoas já muito acostumadas com esse tipo de pesquisa, que teriam uma tendência maior a descobrir do que o experimento trata e agir de forma diferente por conta disso.

Por fim, a ausência física do pesquisador e o fato de que o procedimento eletrônico é o mesmo para todos os participantes, elimina possíveis vieses que podem ser introduzidos por estes durante a condução do experimento, garantindo a homogeneidade da forma de aplicação.

Ao mesmo tempo que traz vantagens à abordagem experimental tradicional, a aplicação pela internet também possui problemas associados. O principal deles, apontado por Musch e Reips (2000) está relacionado à possibilidade de “trapaça”, ou seja, uma pessoa pode fazer o experimento mais de uma vez e o pesquisador tem pouco controle sobre isto. Uma alternativa para solucionar esta questão é deixar bem claro nas instruções que o procedimento só pode ser realizado uma vez e também solicitar o endereço de email do participante para evitar que haja duplicidade. Há, no entanto, alternativas mais eficazes, como a utilização de *cookies* e limitação por IP, que foram as utilizadas neste estudo já que estão presentes na plataforma de pesquisa utilizada - o *Survey Monkey*.

Outros problemas apontados pelos autores para os experimentos realizados pela internet estão relacionado ao viés de auto-seleção (já que a participação é voluntária) e à quantidade de

desistências (*dropouts*) durante o experimento, já tratada acima. No caso da primeira não há uma solução específica para tentar evitar isto mas pode-se tentar mensurar os efeitos deste viés no momento da análise de dados. Já para a segunda, o ideal é tentar deixar o experimento o mais curto e simples possível. O menor controle que o pesquisador tem sobre todo o experimento também é visto como um problema, apesar de, como apontado anteriormente, também possuir suas vantagens para o método (ausência de viés do pesquisador na condução).

De forma geral, um problema associado às pesquisas pela *web*, nesse caso em especial os *surveys*, está relacionado ao fato de que não é possível se conseguir uma amostra representativa da população através da internet, já que esta por si só tende a excluir grupos de pessoas como idosos e indivíduos com menor renda. No entanto, em relação a esta questão cabe destacar aqui o estudo realizado por Best, Krueger, Hubbard e Smith (2001) em que os autores tratam da possibilidade de realizar inferências causais à população em geral a partir de amostras adquiridas pela internet. Eles chegam à conclusão de que apesar das técnicas de amostragem utilizadas na internet só conseguem gerar amostras diversas não-representativas, os processos de tomada de decisão de usuários da internet são similares aos do restante da população, pois ao comparar amostras adquiridas da internet e outras adquiridas simultaneamente através do processo probabilístico de telefone, eles demonstraram que os mecanismos psicológicos subjacentes às decisões políticas não diferem entre os usuários da internet e o restante da população. Assim, tem-se que amostras enviesadas adquiridas pela internet podem preservar bem medidas de relações estatísticas.

Diante da impossibilidade demonstrada de se adquirir uma amostra representativa também dos usuários da internet (Best, Krueger, Hubbards e Smith, 2001), uma alternativa é a utilização do método de cadeia de referência. De acordo com Bhutta (2011) este processo surgiu como resposta à omissão da estrutura pessoal e dos relacionamentos interpessoais em métodos de pesquisa do tipo *survey*. Coleman (1958) aponta que os métodos de pesquisa de *survey*, apesar de bastante eficientes no sentido de coletar um grande número de dados, negligenciam o papel da estrutura social e das relações entre os indivíduos já que não incluem, a não ser que por acidente, dois conhecidos na mesma pesquisa. Segundo ele, o método de cadeia de referência é bastante adequado para pesquisas sociológicas pois permite a amostragem de unidades interativas naturais.

O processo conhecido como “*snowball sampling*” é um tipo de amostragem por cadeia de referência que se tornou particularmente importante para estudar grupos relacionados a assuntos sensíveis como, por exemplo, usuários de drogas, portadores de DSTs, moradores de rua, etc., já que nesses casos é praticamente impossível que se consiga uma amostra representativa da subpopulação a ser estudada (Biernacki e Waldorf, 1981). Nesses casos, o pesquisador inicia sua pesquisa com uma pequena amostra da população alvo e então expande a amostra solicitando que estes respondentes recomendem outros indivíduos para o estudo. Conforme apontado pelos autores, o processo de cadeia de referência exige que o pesquisador desenvolva e controle de forma ativa o processo de iniciação, progresso e finalização da amostra. Eles apontam que os principais cuidados devem ocorrer na seleção de respondentes para dar início à cadeia, na verificação de legitimidade de possíveis respondentes, ao engajar respondentes como recrutadores, nos controles dos tipos de cadeia e número de casos e no monitoramento da qualidade dos dados.

Ainda segundo Biernacki e Waldorf (1981) o grande problema da amostragem por cadeia de referência está relacionado ao viés que pode ser causado pelo fato de que, por ocorrer através das redes de contato, indivíduos com características semelhantes sejam super representados. Além disso, eles argumentam que o processo favorece pessoas que possuem uma maior rede de contatos, deixando indivíduos mais “isolados” de fora do processo.

Os autores apontam ainda que outro problema relacionado a este tipo de técnica diz respeito ao fato de que os participantes do estudo responsáveis pelo recrutamento de outros participantes podem selecionar pessoas que não se encaixam no escopo do mesmo. No caso do presente projeto, este risco é minimizado pelo fato de que a população a ser estudada consiste nos eleitores brasileiros, ou seja, qualquer cidadão que tenha a partir de 16 anos, pela legislação e no fato de que essa pergunta sobre a idade foi feita no início da pesquisa, antes da apresentação dos textos e questionário, de forma a filtrar possíveis respondentes que não tivessem essa idade mínima.

As redes sociais virtuais possibilitam a união entre os métodos de cadeia de referência e a utilização de pesquisas realizadas pela internet. De acordo com o último levantamento realizado pelo *Facebook* no último trimestre de 2014, 92 milhões de brasileiros acessam a rede social mensalmente, o que corresponde a cerca de 45% da população brasileira, sendo esta a rede de maior alcance no país. Por conta disto e pelas facilidades disponibilizadas pela plataforma, como

a possibilidade de compartilhar links com um grande número de pessoas ao mesmo tempo e acessar as informações compartilhadas por amigos sem precisar visitar a página destes, o *Facebook* se torna a melhor rede social para a realização de pesquisas através do processo de cadeia de referência. O aplicativo de mensagens *WhatsApp* também é bastante útil nesse processo por permitir o compartilhamento de *links* sem custo e também com grande alcance.

Assim, como será melhor desenvolvido na seção 2.3, o presente projeto se utiliza de métodos baseados na ideia de *snowball sampling* para realizar um experimento pela internet visando o estudo dos efeitos da expressão emocional por parte de candidatos e candidatas.

Apesar dos vieses de amostra que o processo exposto acima possa ter, entende-se que esta estratégia deverá servir bem aos propósitos do presente projeto. Como o objetivo principal não é prever parâmetros univariados e sim fazer inferências causais sobre os efeitos da variação na expressão de emoções por parte de candidatos (as) na avaliação feita pelos indivíduos, será utilizada a premissa de que o processo de decisão utilizado para gerar estas atitudes são os mesmos para usuários da internet e não-usuários da internet. Defendo que apesar de não ser possível a generalização probabilística dos resultados para o restante da população de eleitores brasileiros pela incapacidade de se obter uma amostra representativa, os resultados encontrados serão de grande valia para contribuir com um maior entendimento sobre este assunto.

### **2.3 Estratégia/Desenho experimental:**

Conforme explicitado acima, o experimento realizado neste projeto foi baseado no realizado por Brooks e consistiu na elaboração de uma matéria de jornal que fazia a apresentação de um candidato a um cargo eletivo. Três matérias iguais foram elaboradas para testar cada emoção (controle, choro e raiva, no total 6), a única diferença entre elas foi o sexo do candidato e o fato de que em uma de cada gênero houve a inserção de um parágrafo que narrava um episódio em que o (a) candidato (a) expressou um comportamento de choro ou de raiva.

Os respondentes foram aleatoriamente divididos em grupos de controle, que analisaram as reportagens que não contém o parágrafo com a expressão emocional, e grupos de teste, que analisaram as reportagens que narram o episódio. Cada respondente analisou apenas um candidato para que eles não soubessem que se tratava de um estudo sobre gênero e para que suas respostas não fossem enviesadas por isto.

O experimento foi realizado através da ferramenta de pesquisa *online Survey Monkey*, que possui a funcionalidade de designação aleatória de respondentes entre as diferentes condições: candidata mulher sem expressão de emoções; candidata mulher expressando choro; candidata mulher expressando raiva; candidato homem sem expressão de emoções; candidato homem expressando choro e candidato homem expressando raiva.

A matéria jornalística utilizada narra brevemente a trajetória política de um (a) deputado (a) descrevendo suas principais realizações e desafios nos últimos anos de mandato e informando que ele (a) pretende se candidatar ao Senado nas próximas eleições. O (a) candidato (a) foi descrito (a) como possuindo posições mais centralizadas e postura conciliadora, o que visa evitar o viés ideológico na resposta dos entrevistados<sup>6</sup>. Após a leitura da matéria, os entrevistados responderam a algumas perguntas indicando seu grau de apoio/favorabilidade à (o) candidata (o) e o grau de eficiência/competência (percebido) que esta pessoa teria no cargo de Senador (a) e Presidente da República.

Outras perguntas relacionadas a características do (a) candidato (a) percebido pelo respondente também foram incluídas, como por exemplo, se ele enxerga o (a) candidato (a) como emotivo, racional, calmo, agressivo, líder, honesto, etc. Estas perguntas são importantes para o entendimento em relação ao papel dos estereótipos na avaliação das características de candidatos e candidatas a cargos eletivos, investigando inclusive se a expressão de determinados comportamentos emotivos pode aumentar ou diminuir a percepção dessas características pelos respondentes em relação a candidatos e candidatas.

Também considerei importante incluir algumas perguntas sobre o respondente. Além de sexo, idade e região em que reside, também inseri uma pergunta relacionada a como o respondente se posiciona em uma escala ideológica, para que fosse possível analisar se possíveis variações nos resultados ocorrem por estas questões – respondentes que se identificam como sendo ideologicamente de direita, por exemplo, tenderiam a punir de forma mais contundente mulheres candidatas pela expressão de emoções? Brooks (2011) aponta ainda que mulheres nos Estados Unidos tendem a ser vistas como mais liberais e democratas independente da declaração partidária. Assim, foi inserida no questionário uma pergunta sobre como o respondente percebe o (a) candidato (a) em uma escala ideológica para analisar as possíveis interações entre os

---

<sup>6</sup> A íntegra das reportagens utilizadas está disponível nos Anexos.

resultados obtidos, a diferença ideológica entre respondente e candidato (a) e os tratamentos experimentais.

Em relação às situações descritas na reportagem, foram apresentadas duas situações em que o (a) candidato (a) expressou choro e raiva. No caso do choro a primeira está relacionada à hostilidade das campanhas eleitorais e a segunda ao fato de não ter alcançado sucesso em um projeto de lei ao qual dedicou muito esforço. Já no caso da raiva a primeira situação é de agressão verbal a um outro parlamentar durante um discussão sobre um projeto de lei e a outra é de hostilidade em relação a repórteres insistindo por uma declaração.

Em relação à amostragem, destaca-se que no estudo realizado por Brooks (2011), foi utilizada a plataforma *Polimetrix*, que possibilita a seleção de uma amostra representativa da população norte-americana. No caso do presente estudo realizado no Brasil, a utilização de uma plataforma como o *Polimetrix* não é viável e optou-se por realizar a indução de respondentes através da internet, em especial através da rede social *Facebook*, do aplicativo de mensagens *WhatsApp* e de e-mails. Na tentativa de buscar uma amostra que englobe respondentes de diferentes regiões do país, minha estratégia foi a de selecionar para responder ao questionário pelo menos 10 eleitores que residissem em cada região (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul) e em seguida solicitar que essas pessoas fizessem a indicação para realizar a pesquisa para outros eleitores de suas redes de relacionamento, dando início ao processo de *snowball sampling* - tipo de amostragem por cadeia de referência detalhada na seção anterior, em que o pesquisador inicia sua pesquisa com uma pequena amostra da população alvo e então expande a amostra solicitando que estes respondentes recomendem outros indivíduos para o estudo (Biernacki & Waldorf, 1981). Esta divulgação foi feita por e-mail e pelas redes sociais de forma que as pessoas conectadas aos respondentes iniciais pelas redes fossem induzidas a participar. Em paralelo, a cada respondente da pesquisa foi solicitada a divulgação da mesma bem como a indicação de 3 pessoas para responder ao questionário, para as quais posteriormente foi enviado o *link* por email, com as mesmas instruções de repasse e indicação, de modo que o processo de amostragem por cadeia de indicação fosse efetivo. Como incentivo para participação, foi realizado o sorteio de um vale-compras entre os respondentes.

## **2.4 Descrição de variáveis:**

Conforme apontado anteriormente, o objetivo do presente estudo é analisar os efeitos da expressão das emoções de choro e raiva na avaliação feita pelos indivíduos em relação a estes candidatos e nas atitudes em relação a estes. As variáveis independentes que foram estudadas e manipuladas são as relacionadas ao tratamento conferido a cada grupo: “*raiva*”, relacionada à expressão de raiva pelo candidato ou candidata apresentada no texto experimental e “*choro*” relacionada à expressão de choro pelo candidato ou candidata apresentada no texto experimental. Como também é meu objetivo entender se as mudanças na avaliação e nas atitudes dos indivíduos ocorrem de acordo com o sexo do candidato, a variável independente “*sexo feminino*” também foi analisada, já que o sexo do candidato apresentado variou sistematicamente entre os grupos.

Em relação às variáveis dependentes, seguiu-se neste trabalho a lógica utilizada por Brooks em seu estudo. Assim, foram estipuladas 3 variáveis consideradas como “medidas de resultado”, por serem as que mais se aproximam de medir os efeitos dos comportamentos nas chances de sucesso do candidato. São elas: “*favorabilidade*”; “*competência senado*” e “*competência presidência*”, relacionadas respectivamente a quão favorável os respondentes se sentem em relação aos candidatos e à percepção de quão bom seria o trabalho desenvolvido por estes como senador competente e como Presidente da República competente. Estas são as variáveis mais importantes para a análise da penalização dos candidatos. Foram ainda inseridas variáveis relacionadas à percepção de quão bom seria o trabalho do candidato para “*fortalecer programas sociais*”; “*ajudar o Brasil a se tornar economicamente forte*” e; “*lidar com uma crise internacional*”. Essas variáveis foram mensuradas em uma escala de 1 a 7 e quanto mais perto de 7 maior a percepção de que seria feito um bom trabalho.

As demais variáveis independentes estão relacionadas à percepção que os eleitores possuem sobre alguns atributos em relação a candidatos e candidatas que expressam determinado comportamento. Elas são importantes para entender se os estereótipos de gênero comumente encontrados na sociedade também se aplicam a políticos. Estas variáveis visam medir a percepção sobre: “*honestidade*”; “*conhecimento*”; “*inteligência*”; “*liderança*”; “*capacidade de resolução*”; “*se importar com outras pessoas*”; “*compaixão*”; “*ser uma pessoa importante*” e; “*ser alguém com quem se gostaria de conversar*”. Também foram mensuradas em uma escala de

1 a 7 e quanto mais próximas de 7 maior a percepção de que estes atributos descrevem bem o candidato apresentado.

Em um outro bloco de perguntas foram inseridas mais 6 variáveis para medir características percebidas pelo respondente com relação ao candidato. Elas também foram mensuradas em uma escala de 1 a 7 onde em um extremo se encontrava uma característica considerada como negativa e no outro extremo sua característica oposta considerada como positiva, foram elas: “*emotiva x racional*”; “*zangada x calma*”; “*não assertiva x assertiva*”; “*rude x carinhosa*”; “*fraca x forte*”; “*age de forma inapropriada x age de forma apropriada*”. A ideologia percebida do candidato também foi medida em uma escala de 1 a 7 onde 1 representa ideologia de esquerda e 7 de direita.

Como forma de mensurar a atitude dos eleitores em relação aos candidatos, também propus a variável binária “*voto*”, oriunda de uma pergunta que questiona se o respondente votaria no candidato ou candidata apresentado dando como opções apenas “sim” ou “não”.

As perguntas sobre as características do respondente não foram inseridas no modelo como variáveis controle, já que conforme argumenta Mutz (2011) não existe a necessidade dessa abordagem em análises dessa natureza por conta do protocolo experimental. Apenas a variável “*sexo*” foi inserida nos testes finais do estudo para validar algumas questões embasadas pela teoria relevantes para o propósito da pesquisa. As demais serviram apenas para avaliar o alcance do experimento entre diferentes grupos populacionais.

## **2.5 Método de Análise - ANOVA:**

A Análise de Variância (ANOVA) é um processo de análise comumente utilizado na metodologia experimental, já que permite a decomposição da variação total de uma série de observações em duas partes: a que pode ser atribuída ao (s) tratamento(s) – chamada de variância entre, e a que se deve a causas desconhecidas (erro experimental/resíduo) – chamada de variância dentro.

Em um experimento existe o interesse em testar se há diferença significativa entre as médias dos grupos teste e controle, com o objetivo de entender se essa diferença pode ser de fato atribuída ao tratamento conferido a cada um ou se, ao contrário, pode ser atribuída apenas ao erro experimental. Assim, são testadas duas hipóteses: a Hipótese Nula ( $H_0$ ) de que todas as médias

são iguais, conseqüentemente de que a diferença entre os tratamentos não é significativa, e a Hipótese Alternativa ( $H_A$ ), de que pelo menos uma das médias é diferente das demais, conseqüentemente de que existe efeito do tratamento.

Com esses testes de hipóteses objetiva-se analisar para quais atributos estudados pode-se rejeitar a Hipótese  $H_0$ , pressupondo assim a existência de efeito significativo do tratamento sobre suas médias. Esse teste é feito a um determinado nível de significância  $\alpha$ , que representa a probabilidade de ocorrência de erro no teste. Para este estudo os resultados são apresentados a níveis de significância ( $\alpha$ ) de 0,01 e 0,05. Define-se então um valor-p, que corresponde à probabilidade de se observar um resultado tão ou mais extremo que o da amostra, considerando que a hipótese nula seja verdadeira. Na prática, podemos rejeitar a  $H_0$  de que o tratamento não teve efeito na média se o valor-p do atributo for menor que o nível de significância ( $\alpha$ ) estabelecido. O nível de significância ( $\alpha$ ) de 0,01 é o que pressupõe maior confiança no resultados.<sup>7</sup>

A única variável que não foi analisada pelo método ANOVA foi a de “voto”, por ser binária. Para esta, foram realizados testes de proporção entre os grupos.

---

<sup>7</sup> Esses valores de significância são os comumente utilizados para determinar significância nestes tipos de pesquisa.

## CAPÍTULO 3 - RESULTADOS

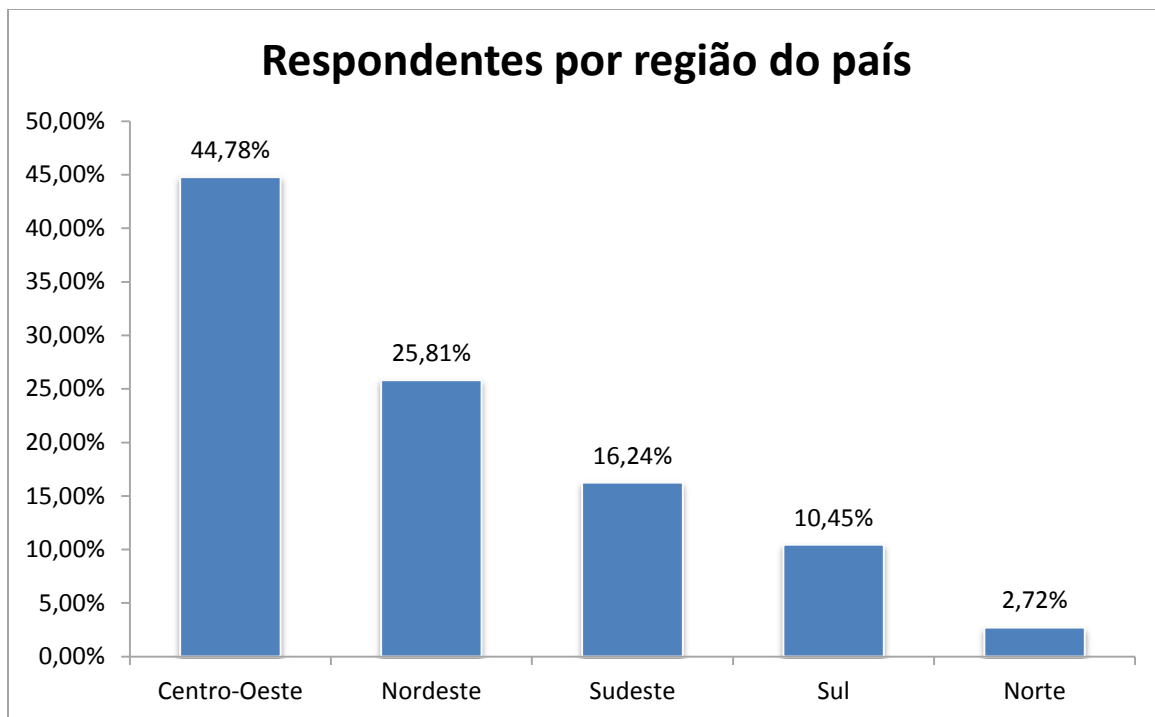
### **3.1 Resultados gerais do experimento:**

O experimento ficou no ar entre os dias 27 de outubro e 13 de novembro de 2015. Foram 1.570 participantes no total. Destes, 1.199 responderam ao questionário de forma completa. Foi feita uma limpeza no banco de dados de forma a eliminar respondentes que tenham passado muito tempo respondendo o questionário, ou seja, que provavelmente interromperam a tarefa e depois retornaram, e respondentes que tenham respondido em muito pouco tempo e que podem não ter lido o texto e respondido às perguntas com a atenção necessária. Dessa forma, o banco de dados final ficou com 1.139 respostas<sup>8</sup>. Destas, 54,1% foram de participantes do sexo feminino e 45,9% de participantes do sexo masculino, divididos da forma apresentada no gráfico abaixo. De acordo com a última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE, em 2014 as mulheres eram 51,6% da população brasileira enquanto os homens 48,4%. Esses dados também apontam que na amostra alcançada neste estudo a população do Sudeste está sub-representada, enquanto a do Centro-Oeste está sobre-representada<sup>9</sup> em relação à população brasileira.

---

<sup>8</sup> Do grupo controle foram retiradas todas as pessoas que responderam em menos de 2,25 minutos e em mais de 50 minutos. Já dos grupos teste, cujos textos e questionários eram maiores, foram eliminadas as pessoas que responderam em menos de 3 minutos e em mais de 1h10. Este foi o intervalo de tempo considerado aceitável para cada um dos grupos após a realização de testes. As médias dos dados completos, sem os respondentes eliminados, são apresentadas no Anexo VI para fins de comparação.

<sup>9</sup> As comparações entre a amostra e a população brasileira encontram-se disponíveis na tabela do Anexo XII.



**Gráfico 1:** Elaborado pela autora com a distribuição de respondentes residentes em cada uma das 5 regiões do Brasil.

Do total, 386 participantes foram aleatoriamente designados aos grupos controle e 753 aos grupos de teste (383 raiva e 370 choro).

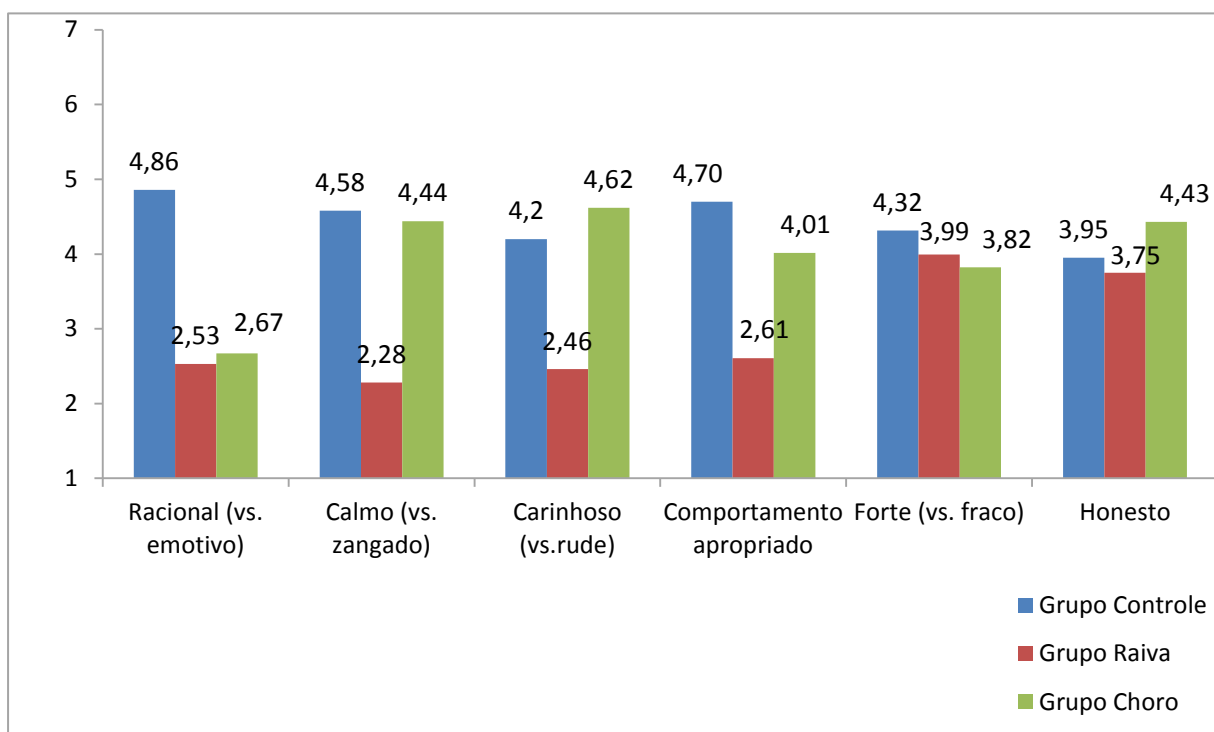
O primeiro teste realizado teve o objetivo de entender se o experimento realmente funcionou e os dados indicam que sim, já que na pergunta relacionada à emotividade os candidatos dos grupos testes receberam uma média de avaliação de mais emotivos do que os do grupo controle, com uma diferença bastante significativa na média de 2,3 pontos (em uma escala de 1 a 7). Isto indica que as variáveis manipuladas causaram a reação esperada e os participantes responderam ao tratamento.

Em relação à demonstração de raiva, os candidatos que tiveram esse comportamento receberam uma média de favorabilidade menor do que os do grupo controle (diferença de 0,8). Como se pode perceber pelo Gráfico 2, eles foram percebidos como bem mais emotivos (diferença de 2,4) e zangados (2,3). Seu comportamento também foi considerado bem menos apropriado quando comparado ao grupo controle (diferença de 2,1).

Já em relação à expressão de choro, as diferenças de favorabilidade entre os grupos teste e controle (sem considerar o gênero dos candidatos) não foram tão significativas. Dentre as “medidas de resultado” apenas a relacionada à competência percebida como Presidente da

República teve diferença maior (0,3 a mais para o grupo controle). No entanto, diversas nuances relacionadas ao gênero foram percebidas e serão detalhadas mais à frente.

É interessante destacar ainda que os candidatos que demonstraram o comportamento de choro foram percebidos como mais carinhosos (0,4 pontos), emotivos (2,2) e honestos (0,5), mas também como mais fracos (0,5) (Gráfico 2). Estes resultados indicam de forma bastante clara que o experimento funcionou e seus efeitos serão melhor detalhados e explorados em cada uma das próximas seções.



**Gráfico 2:** Elaborado pela autora com as médias de 6 atributos nos grupos Controle, Teste Raiva e Teste Choro, indicando que os tratamentos tiveram os efeitos esperados.

### **3.2 Estereótipos de gênero em eleições:**

A primeira pergunta que me proponho a responder neste estudo está relacionada à existência ou não de estereótipos de gênero relacionados à emotividade de candidatos do sexo masculino e candidatas do sexo feminino. Ao compararmos as médias do grupo controle entre candidato e candidata, tem-se que apesar de nenhuma demonstração de emotividade em ambos, os candidatos do sexo masculino foram percebidos como mais racionais (vs. emotivo), com uma

diferença de média de 0,3. Também houve diferença sutil nos atributos de calmo (vs. zangado) – com uma diferença de média de 0,1 e forte (vs. fraco) diferença de média de 0,1. Já em relação ao atributo de liderança não houve diferença significativa na média. Há ainda dois atributos interessantes de serem destacados: capacidade de lidar com uma crise internacional, em que o homem foi percebido como sendo capaz de fazer um melhor trabalho (diferença de 0,3 na média) e honestidade, em que a mulher recebeu uma média de 0,4 pontos a mais.

Para testar se estas diferenças de média são significativas ou não, vamos proceder com a análise ANOVA utilizando os dados dos grupos controle, tendo como variável dependente os atributos citados acima e a variável independente de interesse “candidata de sexo feminino”<sup>10</sup>.

	Grupos Controle			
	Média Candidato Homem	Média Candidata Mulher	Diferença de Média	Valor-p
Racional (vs. emotivo)	5,02	4,68	0,34**	0,01
Calmo (vs. zangado)	4,65	4,50	0,15	0,29
Forte (vs. fraco)	4,38	4,25	0,13	0,33
Liderança	4,09	4,04	0,05	0,8
Capacidade de lidar com crise internacional	3,99	3,66	0,33**	0,04
Honestidade	3,78	4,14	-0,36**	0,01

\*\*\*  $p < 0,01$  / \*\*  $p < 0,05$

**Tabela 1:** Esta tabela representa alguns resultados de uma série de modelos “ANOVA de um fator” para o gênero do candidato conduzidas apenas nos respondentes expostos ao grupo controle. Um valor-p significativo para o teste-F indica que o gênero do candidato afeta de forma significativa as respostas sobre a medida em questão entre os respondentes do grupo controle.

Conforme explicado acima, para se rejeitar a  $H_0$  de que as médias são iguais, ou seja, para que se possa considerar que as diferenças nas médias foram causadas pelas diferenças nos tratamentos entre os grupos (nesse caso apenas a mudança no gênero do candidato), é preciso que o valor-p encontrado seja inferior ao nível de significância escolhido. Quanto menor o nível de significância a que for submetido, maior a confiança no resultado. Neste estudo vamos considerar como significantes os resultados a partir de um  $\alpha=0,05$ .

<sup>10</sup> Em todos os gráficos do texto foram apresentadas somente as variáveis mais importantes para cada análise. As tabelas completas de todos os testes podem ser encontradas nos anexos VII a XI.

Assim, podemos considerar que a diferença de gênero dos candidatos no grupo controle (em que não houve nenhuma demonstração de emotividade) foi capaz de causar mudanças nas percepções dos atributos de “emotividade” – homem considerado mais racional e menos emotivo que mulher; “capacidade de lidar com crise internacional” – homem considerado mais capaz que mulher e; “honestidade” – mulher considerada mais honesta do que homem.

Considerando estes resultados, a primeira conclusão que se pode chegar a partir deste estudo é a de que o estereótipo de emotividade comumente encontrado na sociedade com relação às mulheres parece sim se aplicar a candidatos a cargos eletivos. Cabe destacar, no entanto, que a existência desses estereótipos não parece beneficiar/prejudicar candidatas ou candidatos simplesmente por conta de seu gênero. No grupo controle, as chamadas “variáveis resultado” - mais capazes de medir a intenção de voto do respondente - não apresentaram resultados significativos no teste-F:

	Grupo Controle			
	Média Candidato Homem	Média Candidata Mulher	Diferença de média	Valor-p
	Favorabilidade	4,58	4,45	0,13
Competência no Senado	4,43	4,30	0,13	0,38
Competência na Presidência	3,95	3,79	0,16	0,32

\*\*\*  $p < 0,01$  / \*\*  $p < 0,05$

**Tabela 2:** Esta tabela representa alguns resultados de uma série de modelos “ANOVA de um fator” para o gênero do candidato conduzidas apenas nos respondentes expostos ao grupo controle. Um valor  $-p$  significativo para o teste-F indica que o gênero do candidato afeta de forma significativa as respostas sobre a medida em questão entre os respondentes do grupo controle.

Para corroborar com o resultado acima foi realizado também um teste de proporção para medir a variável binária “voto” relacionada ao questionamento sobre se o respondente votaria ou não no candidato ou candidata para o cargo de Senador (a). Na tabela abaixo são apresentadas as proporções de voto “sim” em cada grupo e o teste-Z onde se pode perceber que a  $H_0$  de que as proporções são iguais não pode ser rejeitada, concluindo-se que no grupo controle, apesar da existência de alguns estereótipos, nem homens nem mulheres são beneficiados no que diz respeito à decisão de voto apenas pelo seu gênero.

	Grupos Controle			Valor-p
	Candidata MULHER	Candidato HOMEM	Diferença de Proporção	
Proporção de votos sim	51,65%	50%	1,65%	0,75

\*\*\* p< 0,01 / \*\* p< 0,05

**Tabela 3:** Esta tabela representa o resultado de um teste-z de proporção dos votos favoráveis entre o grupo controle em que a candidata era uma mulher e o grupo controle em que o candidato era um homem. Um valor-p significativa para o teste-Z indica que a diferença de proporções pode ser considerada significativa.

### **3.3 Penalização de candidatos pela demonstração de comportamentos emotivos:**

A segunda questão que esse estudo pretende explorar é se, no contexto brasileiro, candidatos a cargos eletivos são, de forma geral, penalizados pela demonstração de comportamentos emotivos, especificamente pela expressão de choro e de raiva. Na tabela abaixo são apresentados os resultados dos modelos da ANOVA de dois fatores separando apenas a significância do efeito do tratamento, sem considerar o gênero do candidato. O objetivo nesta seção é comparar o grupo controle com os grupos teste apenas no que diz respeito à demonstração de choro e raiva, as diferenças com relação ao gênero dos candidatos serão melhor exploradas na seção posterior.

Vamos começar pela análise dos resultados relacionados ao comportamento de raiva. Como se pode ver pela Tabela 4, a demonstração de raiva por candidatos a cargos eletivos não é bem aceita pelo eleitores. As diferenças de média foram significativas para todos os atributos, com um impacto negativo bastante claro para candidatos que demonstram esse tipo de comportamento, independente de seu gênero. Todos foram considerados mais emotivos, zangados e rudes, menos honestos e com menor capacidade de liderar e lidar com crises internacionais.

As medidas de resultado também sofreram impacto significativo e mostram que candidatos e candidatas que demonstrem comportamento de raiva tem menor chance de receberem votos. A favorabilidade diminuiu, bem como a percepção de competência no Senado e na Presidência. Além disso, a diferença de proporção de votos sim entre o grupo controle e o grupo teste de raiva também foi bastante significativa. Enquanto 51% dos respondentes afirmaram que votariam nos candidatos apresentados no grupo controle, apenas 34% dos

respondentes do grupo teste de raiva votariam nos candidatos apresentados que demonstraram esse comportamento (Tabela 5).

Os impactos da demonstração de choro, por sua vez, tiveram uma dinâmica diferente. As nuances relacionadas ao gênero dos candidatos serão apresentada na próxima seção, mas de forma geral, pode-se perceber que os respondentes não punem de forma significativa candidatos que demonstram esse tipo de comportamento. Conforme demonstrado na Tabela 4, as médias de favorabilidade e de competência percebida no Senado são praticamente iguais entre os grupos controle e choro. No entanto, há um resultado bastante interessante, já que a competência percebida do candidato como Presidente da República caiu de forma significativa para aqueles que demonstraram comportamento de choro. Este resultado reforça a ideia de que para cargos no Executivo, a estabilidade emocional é mais valorizada do que para cargos no legislativo, onde há maior difusão de poder e responsabilidade, convergindo com resultados encontrados por Huddy e Terkildsen (1993), que observam que características tidas como “tipicamente masculinas” são mais valorizadas quando se trata de um cargo executivo nacional, como o de Presidente.

Os respondentes do grupo choro também atribuíram nota mais alta aos candidatos em características como honesto e carinhoso e também os perceberam como tendo mais compaixão e se importando mais com as pessoas. No entanto, demais características como forte, líder e capaz de lidar com crises receberam notas mais baixas quando comparadas às dadas pelos respondentes do grupo controle. Isto, no entanto, não parece afetar na intenção de voto para o cargo de senador. Ao contrário do que se esperava, apesar de não ser uma diferença estatisticamente significativa, a demonstração de choro, de forma geral, parece criar uma tendência maior ao voto “sim”, já que no grupo controle a proporção foi de 51% enquanto no choro foi de 56% (Tabela 5).

Destaca-se ainda que apesar de alguma empatia pela demonstração de choro, em ambos os grupos teste os candidatos receberam uma nota menor em “comportamento apropriado” do que no grupo controle. No entanto, a média dessa variável no grupo raiva foi muito menor, indicando que demonstração de raiva é um comportamento considerado muito mais inapropriado para candidatos a cargos eletivos do que o de choro.

Na próxima seção serão detalhadas as diferenças encontradas pelo gênero dos candidatos, que também ajudarão a entender melhor os resultados gerais apresentados aqui para cada emoção.

	Grupo Controle	Grupo Raiva			Grupo Choro		
	Médias	Médias	Diferença de Média	valor-p	Médias	Diferença de Média	valor-p
<b>Favorabilidade</b>	4,51	3,69	0,82***	0	4,53	-0,02	0,82
<b>Competência Senado</b>	4,37	3,83	0,54***	0	4,32	0,05	0,7
<b>Competência Presidência</b>	3,87	3,09	0,78***	0	3,62	0,25**	0,03
<b>Capacidade lidar com crise internacional</b>	3,83	3,00	0,83***	0	3,39	0,44***	0
<b>Honesto</b>	3,95	3,75	0,20**	0,03	4,43	-0,48***	0
<b>Liderança</b>	4,07	3,74	0,33***	0	3,42	0,65***	0
<b>Capacidade de resolução</b>	4,17	3,24	0,93***	0	3,68	0,49***	0
<b>Se importa</b>	3,62	3,07	0,55***	0	4,20	-0,58***	0
<b>Tem compaixão</b>	3,45	2,69	0,76***	0	4,44	-0,99***	0
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	4,86	2,53	2,33***	0	2,67	2,19***	0
<b>Calmo (vs. zangado)</b>	4,58	2,28	2,3***	0	4,4	0,18	0,16
<b>Carinhoso (vs. Rude)</b>	4,20	2,46	1,74***	0	4,62	-0,42***	0
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	4,32	3,99	0,33***	0	3,82	0,5***	0
<b>Apropriado (vs. inapropriado)</b>	4,70	2,61	2,09***	0	4,01	0,69***	0

\*\*\* p< 0,01 / \*\* p< 0,05

**Tabela 4:** Esta tabela apresenta os resultados de uma série de modelos “ANOVA de dois fatores” em que o gênero do candidato e o tratamento interagiram. No entanto, nesta tabela só foram apresentados os resultados de significância dos efeitos principais de tratamento. Nas outras tabelas serão apresentados os efeitos da interação entre gênero e tratamento. Um valor -p significativo para o teste-F indica que o tratamento (choro, raiva) afeta de forma significativa as respostas sobre a medida em questão entre os respondentes do grupo controle e dos grupos teste.

	Grupo CONTROLE	Grupo RAIVA	Diferença de Proporção	Valor-p
Proporção de votos sim	51%	34%	17%***	0,00
	Grupo CONTROLE	Grupo CHORO	Diferença de Proporção	Valor-p
	51%	56%	-5%	0,1

\*\*\* p< 0,01 / \*\* p< 0,05

**Tabela 5:** Esta tabela representa os resultados dos testes-z de proporção dos votos favoráveis entre o grupo controle e o grupo raiva e entre o grupo controle e o grupo choro. Um valor-p significativo para o teste-Z indica que a diferença de proporções pode ser considerada significativa.

### **3.4 Diferenças de penalização por gênero do candidato:**

Passa-se então à principal questão que esse projeto busca responder. Existem dois pesos e duas medidas em relação à penalização de candidatos e candidatas a cargos eletivos por conta de uma possível demonstração de comportamento que reforce ou negue estereótipos a que são comumente submetidos por conta de seu gênero? Há uma desproporcionalidade nas sanções impostas a mulheres e homens candidatos ao demonstrarem comportamentos emotivos?

Vamos então analisar as hipóteses apresentadas que foram elaboradas com base na teoria. A primeira está relacionada ao comportamento de choro e afirma que:

*H1: Mulheres são mais penalizadas do que homens ao demonstrar comportamento de choro em uma campanha eleitoral.*

Os dados encontrados pela pesquisa realizada neste projeto não confirmam esta hipótese. Inclusive, ao contrário do que se esperava, o comportamento de choro parece beneficiar mulheres que concorrem a uma vaga no Legislativo, já que as medidas de Favorabilidade e Competência no Senado apresentaram uma média maior no grupo teste de choro com candidata mulher do que no grupo controle com candidata mulher, enquanto que as médias desses dois atributos caem quando comparamos o grupo controle do candidato homem com o grupo teste de choro do candidato homem. A Tabela 6 mostra alguns resultados da ANOVA de dois fatores

demonstrando claramente que a interação entre o tratamento de choro e o gênero do candidato são capazes de explicar de forma significativa as alterações de médias entre os grupos. Conclui-se então que, para uma disputa de cargo no Legislativo, parece sim existir uma penalização diferente para homens candidatos e mulheres candidatas que expressem o comportamento emotivo de choro. No entanto, ao contrário do que se esperava a partir da teoria e das ideias comumente difundidas com relação ao assunto, essa dinâmica ocorre de forma a beneficiar mulheres e prejudicar homens que tenham o mesmo comportamento.

Isto é reforçado pelo Teste de Proporção de votos “sim” entre o grupo teste choro com a candidata mulher e o grupo teste choro com o candidato homem (Tabela 7), onde é encontrada uma diferença significativa – enquanto no grupo teste de choro em que a candidata era uma mulher a proporção de votos “sim” para o Senado foi de 63%, no grupo teste em que o candidato era um homem a proporção foi de 49%.

É interessante destacar, no entanto, que essa tendência parece não se reproduzir em uma possível disputa para o cargo de Presidente da República. Nesse caso, o comportamento de choro parece prejudicar candidatos de ambos os gêneros, não havendo uma interação significativa entre o tratamento e o sexo do candidato. O responsável pelas mudanças nas médias entre os grupos para este atributo parece ser somente a expressão de choro, que diminui a competência percebida para assumir o cargo de Presidente para ambos os sexos.

A interação entre gênero do candidato e tratamento também apresentou resultados significativos em relação a alguns atributos: enquanto a percepção de honestidade, carinho e compaixão se eleva bem mais para o grupo da candidata mulher que chora do que para o grupo do homem que faz o mesmo, os atributos de capacidade de resolução, assertividade e força diminuem menos para elas do que para eles, o que pode explicar o resultado final de maior favorabilidade à candidata do que ao candidato – nos atributos positivos relacionados ao choro elas crescem mais e nos atributos negativos elas perdem menos.

A segunda hipótese que me proponho a testar neste estudo também se baseia na teoria descritiva do viés dos estereótipos e estabelece que:

*H2: Homens são mais penalizados do que mulheres ao demonstrar comportamento de raiva em uma campanha eleitoral.*

Ao nível de significância escolhido para este projeto, essa hipótese também não parece se confirmar. No entanto, pela Tabela 8 pode-se perceber que apesar da interação entre o tratamento raiva e o sexo do candidato não apresentar resultados significativos, quando se considera a diferença de média bruta, os candidatos que apresentam esse comportamento caem mais do que as candidatas que fazem o mesmo em todas as “medidas de resultado”. Essa tendência, apesar de também não significativa a um  $\alpha=0,05$ , se confirma na pergunta sobre a intenção de voto, onde a proporção de votos sim no grupo da candidata que expressa raiva foi de 38,42% e no grupo do candidato que tem o mesmo comportamento foi de 30% (Tabela 7).

Para os atributos, essa interação foi significativa para dois, sugerindo que homens que expressam raiva são mais penalizados que mulheres em relação à percepção de emotividade (menos racionais/mais emotivos) e até mesmo de força (mais fracos). Sobre este último, é importante destacar que tanto o candidato quanto a candidata que demonstraram o comportamento agressivo de raiva foram considerados mais fracos com relação ao grupo controle. A diferença, no entanto, é que a queda com relação ao grupo controle é maior para o candidato homem do que para a candidata mulher.

	Resultados Anova de Dois Fatores Gênero * Choro			Médias		Médias			
	Gênero do Candidato	Choro (vs. Grupo Controle)	Gênero do Candidato * Choro						
	valor-p	valor-p	valor-p	Controle (H + M)	Choro (H+M)	Controle Mulher	Choro Mulher	Controle Homem	Choro Homem
<b>Favorabilidade</b>	0,11	0,82	<i>0</i>	4,52	4,53	4,45	4,76	4,58	4,31
<b>Competência Senado</b>	0,64	0,7	0,09	4,37	4,32	4,30	4,44	4,43	4,21
<b>Competência Presidência</b>	0,64	<i>0,03</i>	0,36	3,87	3,62	3,79	3,65	3,95	3,60
<b>Honesto</b>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0,04</i>	3,95	4,43	4,14	4,84	3,78	4,04
<b>Capacidade de resolução</b>	0,05	<i>0</i>	0,07	4,17	3,68	4,18	3,88	4,16	3,50
<b>Se importa</b>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	3,62	4,21	3,60	4,64	3,63	3,79
<b>Tem compaixão</b>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	3,45	4,44	3,59	4,90	3,33	4,00
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	<i>0</i>	<i>0</i>	0,64	4,86	2,67	4,68	2,44	5,02	2,88
<b>Assertivo (vs. não assertivo)</b>	0,24	<i>0</i>	<i>0,01</i>	4,48	3,98	4,42	4,17	4,54	3,80
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	0,29	<i>0</i>	<i>0,01</i>	4,32	3,82	4,25	4,00	4,38	3,66

**Tabela 6:** Esta tabela representa os resultados de uma série de modelos “ANOVA de dois fatores” em que o gênero do candidato e o tratamento de choro interagiram. O foco da análise é na interação gênero\*comportamento (colunas sombreadas). Apenas os resultados de maior interesse foram expostos aqui, mas a tabela completa está disponível no anexo. Os resultados significativos estão destacados em *itálico*.

Proporção de votos sim	Choro Candidata MULHER	Choro Candidato HOMEM	Diferença de Proporção	Valor-p
		63%	49%	14%***
Proporção de votos sim	Raiva Candidata MULHER	Raiva Candidato HOMEM	Diferença de Proporção	Valor-p
		38,42%	30%	8,42%

\*\*\* p< 0,01 / \*\* p< 0,05

**Tabela 7:** Esta tabela representa os resultados dos testes-z de proporção dos votos favoráveis entre o grupo teste choro candidata mulher e o grupo teste choro candidato homem, bem como entre os grupos teste raiva candidata mulher e teste raiva candidato homem.

	Resultados Anova de Dois Fatores Gênero * Raiva			Médias		Médias			
	Gênero do candidato	Raiva (vs. Grupo Controle)	Gênero do Candidato * Raiva						
	valor-p	valor-p	valor-p	Controle (H + M)	Raiva (H+M)	Controle Mulher	Raiva Mulher	Controle Homem	Raiva Homem
<b>Favorabilidade</b>	0,71	<i>0</i>	0,33	4,52	3,69	4,45	3,72	4,58	3,66
<b>Competência Senado</b>	0,65	<i>0</i>	0,10	4,37	3,83	4,30	3,94	4,43	3,71
<b>Competência Presidência</b>	0,96	<i>0</i>	0,15	3,87	3,10	3,79	3,18	3,95	3,01
<b>Se importa</b>	0,15	<i>0</i>	0,08	3,62	3,07	3,60	3,24	3,63	2,87
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	0,69	<i>0</i>	<i>0,00</i>	4,86	2,53	4,68	2,65	5,02	2,39
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	0,32	<i>0</i>	<i>0,02</i>	4,32	3,99	4,25	4,16	4,38	3,81

**Tabela 8:** Esta tabela representa os resultados de uma série de modelos “ANOVA de dois fatores” em que o gênero do candidato e o tratamento de raiva interagiram. O foco da análise é na interação gênero\*comportamento (colunas sombreadas). Apenas os resultados de maior interesse foram expostos aqui, mas a tabela completa está disponível no anexo. Os resultados significativos estão destacados em *italico*

### **3.5 Diferenças de penalização por gênero do respondente:**

Os últimos testes realizados neste estudo tiveram como objetivo buscar entender se as diferenças encontradas que foram apresentadas nas seções anteriores se relacionam de alguma forma com o gênero dos respondentes. Ou seja, se existe alguma tendência das pessoas beneficiarem candidatos do mesmo sexo ou do sexo oposto quando há expressão de comportamento emotivos por estes.

Na Tabela 9 podem ser encontrados alguns dos resultados de uma série de ANOVA de três fatores onde se interagiu o gênero do respondente, o gênero do candidato e o tratamento nos grupos controle e teste choro. Também foram realizadas ANOVAs de dois fatores (gênero do candidato x tratamento) apenas entre respondentes mulheres dos grupos controle e choro e apenas entre respondentes homens dos grupos controle e choro.

A partir da análise da Tabela 9 percebe-se que o teste-F de interação entre gênero do respondente, gênero do candidato e tratamento apresentou resultados significativos na variável Favorabilidade. Ao se analisar as outras colunas é possível entender que este resultado aparece porque os respondentes homens parecem beneficiar mais a candidata mulher que chora enquanto, ao mesmo tempo, prejudicam mais o candidato homem que tem o mesmo comportamento.

Já em relação ao atributo carinhoso (vs. rude), as mulheres parecem favorecer mais candidatas mulheres do que candidatos homens. Apesar de não ser significativa estatisticamente, essa tendência de mulheres beneficiando mulheres também aparece nos atributos inteligência e assertividade, onde a punição de mulheres ao candidato homem parece ser maior do que à candidata mulher.

Em relação às mesmas análises para o comportamento de raiva, as “medidas de resultado” não parecem ter mudanças significativas por conta do gênero do respondente. No entanto, em alguns atributos como capacidade de lidar com crise internacional, comportamento apropriado, racionalidade e força, aparece uma tendência de maior penalização por parte de mulheres a candidatos homens. Os resultados aparecem na tabela 10.

	Anova de 3 fatores – Análise combinada - CHORO	Anova de 2 fatores somente com respondentes MULHERES				Anova de 2 fatores somente com respondentes HOMENS					
	Gen.RESP * Gen.CAND * Tratamento	(choro x controle)	Médias				Gênero do candidato * Tratamento (Choro x Controle)	Médias			
	valor-p	valor-p	Mesmo gênero CONTROLE	Mesmo gênero CHORO	Gênero Diferente CONTROLE	Gênero diferente CHORO	valor-p	Mesmo gênero CONTROLE	Mesmo gênero CHORO	Gênero Diferente CONTROLE	Gênero diferente CHORO
<b>Favorabilidade</b>	<i>0,02</i>	0,18	4,58	4,71	4,63	4,43	<i>0,05</i>	4,53	4,18	4,29	4,82
<b>Competência Senado</b>	0,34	0,42	4,33	4,48	4,48	4,40	0,11	4,37	3,99	4,26	4,39
<b>Competência Presidência</b>	0,65	0,7	3,87	3,79	3,93	3,74	0,35	3,97	3,44	3,70	3,49
<b>Inteligente</b>	0,19	<i>0,04</i>	4,46	4,73	4,47	4,17	0,33	4,48	4,20	4,46	4,46
<b>Assertivo (vs. não assertivo)</b>	0,1	<i>0,01</i>	4,35	4,19	4,58	3,72	0,40	4,49	3,89	4,50	4,14
<b>Carinhoso (vs. Rude)</b>	<i>0,03</i>	<i>0</i>	4,17	4,94	4,24	4,31	0,11	4,20	4,42	4,20	4,87

**Tabela 9:** Esta tabela representa alguns resultados de uma série de modelos “ANOVA de três fatores” em que o gênero do candidato, o gênero do respondente e o tratamento de choro interagiram. O foco da análise é na interação Gênero do Respondente\* Gênero do Candidato\*Comportamento (colunas sombreadas). Apenas os resultados de maior interesse foram expostos aqui, mas a tabela completa está disponível no anexo. Os resultados significativos estão destacados em *italico*

	Anova de 3 fatores- Análise Combinada – RAIVA	Anova de 2 fatores somente com respondentes MULHERES					Anova de 2 fatores somente com respondentes HOMENS				
	Gen.RESP* Gen.CAND* Tratamento (Raiva x Controle)	Gênero do candidato * Tratamento (Raiva x Controle)					Gênero do candidato * Tratamento (Raiva x Controle)	Médias			
	valor-p	valor-p	Mesmo gênero CONTROLE	Mesmo gênero RAIVA	Gênero Diferente CONTROLE	Gênero diferente RAIVA	valor-p	Mesmo gênero CONTROLE	Mesmo gênero RAIVA	Gênero Diferente CONTROLE	Gênero diferente RAIVA
<b>Favorabilidade</b>	0,44	0,26	4,58	3,84	4,63	3,59	0,78	4,53	3,74	4,29	3,59
<b>Competência Senado</b>	0,27	<i>0,04</i>	4,33	4,07	4,48	3,61	0,79	4,37	3,83	4,26	3,80
<b>Competência Presidência</b>	0,11	0,07	3,87	3,46	3,93	3,00	0,76	3,97	3,03	3,70	2,87
<b>Capacidade lidar com crise</b>	0,08	0,08	3,67	3,22	3,87	2,86	0,71	4,13	3,14	3,65	2,79
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	0	0	4,45	2,75	4,91	2,24	0,55	5,16	2,58	4,95	2,55
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	<i>0,02</i>	<i>0,02</i>	4,33	4,16	4,44	3,59	0,55	4,30	4,10	4,15	4,15
<b>Apropriado (vs. inapropriado)</b>	0	<i>0,04</i>	4,77	2,66	4,80	2,15	0,63	4,54	2,86	4,68	2,85

**Tabela 10:** Esta tabela representa alguns resultados de uma série de modelos “ANOVA de três fatores” em que o gênero do candidato, o gênero do respondente e o tratamento de raiva interagiram. O foco da análise é na interação Gênero do Respondente\* Gênero do Candidato\*Comportamento (colunas sombreadas). Apenas os resultados de maior interesse foram expostos aqui, mas a tabela completa está disponível no anexo. Os resultados significativos estão destacados em *itálico*

## **CAPÍTULO 4 - DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E COMPARAÇÃO COM ESTUDOS ANTERIORES**

Os resultados encontrados neste estudo mostram que, no contexto brasileiro, os estereótipos de emotividade comumente encontrados na sociedade também se aplicam às candidatas a cargos eletivos. Ao contrário do resultado encontrado por Brooks (2011) em sua pesquisa realizada nos Estados Unidos, os resultados deste trabalho mostram que apesar de nenhuma demonstração de comportamento emotivo, a mulher candidata do grupo controle foi considerada menos racional (e mais emotiva) do que o candidato. Outros estereótipos também surgiram com relação ao gênero como a ideia de que o candidato homem faria um melhor trabalho ao lidar com uma crise internacional do que a candidata mulher e a percepção de que a candidata mulher é mais honesta do que o candidato homem.

É interessante destacar ainda que, apesar das diferenças nos demais atributos não apresentarem diferenças estatisticamente significativas entre o homem e a mulher do grupo controle, as únicas médias que foram superiores para as mulheres foram as relacionadas a “ter conhecimento”, “ter compaixão” e “ter comportamento apropriado”. Em todos os demais atributos as médias masculinas foram um pouco superiores ou iguais.

Estes resultados do grupo controle são importantes para o entendimento dos demais resultados da pesquisa, quando se trata da diferenciação nas sanções impostas pelo comportamento emotivo a cada um dos gêneros. Uma hipótese que se pode inferir a partir da comprovação da existência desses estereótipos é a de que determinados comportamentos já são esperados para mulheres, por isso não seriam tão punidos quanto quando são desempenhados por homens.

Outro resultado importante está relacionado ao comportamento de choro. Enquanto que nesta pesquisa realizada no contexto brasileiro as médias de favorabilidade entre o grupo controle e o grupo choro foram praticamente iguais, aparecendo até a tendência de que esse comportamento chega a aumentar as proporções de voto sim (ainda que não de forma estatisticamente significativa) e com a demonstração clara de que beneficia mulheres para cargos no legislativo, os resultados encontrados por Brooks (2011) levam a crer que de forma geral há uma tendência de reprovação desse comportamento nos Estados Unidos – as médias de

favorabilidade na pesquisa de Brooks caíram, ainda que não de forma estatisticamente significativa.

Estes resultados são uma evidência de que o comportamento de choro parece ser mais bem aceito no âmbito da cultura brasileira do que da norte-americana. Os estereótipos comumente difundidos pelo senso comum de maior “frieza” e menor demonstração de emoções por parte de norte-americanos quando comparados a brasileiros parece ter um efeito quando se faz essa comparação sobre a demonstração de comportamento de choro (considerado de forma geral, sem levar em consideração as questões de gênero).

Em relação à raiva, os resultados encontrados neste estudo se assemelham aos de Brooks (2011), já que nas duas pesquisas a média conferida à favorabilidade e aos atributos positivos caíram significativamente quando se compara o grupo controle com o grupo teste de raiva, mostrando que em ambas as culturas comportamentos agressivos não são bem aceitos e tendem a ser significativamente punidos.

Sobre as diferenças de tratamento por parte dos eleitores em relação a candidatos homens e candidatas mulheres que demonstram comportamento emotivo, o que mais chama atenção no resultado deste estudo é a tendência de favorecimento às mulheres que choram. As diferenças nos resultados parecem ocorrer porque enquanto homens são levemente punidos por demonstrarem esse comportamento (as diferenças nas médias e na intenção de voto são muito baixas entre o grupo controle e o grupo choro de candidatos homens), as mulheres são beneficiadas por este comportamento, recebendo índices de favorabilidade e competência no Senado maiores, bem como crescendo também em diversos atributos. Outra comprovação disto é a maior proporção de votos recebida pela candidata que chorou. Este é o ponto de divergência maior entre o presente estudo e o realizado por Brooks, já que nesse último não é encontrada nenhuma tendência de aumento nas “medidas resultado” às candidatas que choram – elas recebem o mesmo tratamento que os homens, com uma queda discreta nessas medidas.

É mais interessante ainda pontuar que essa tendência no presente estudo foi mais encontrada entre os respondentes homens do que entre as respondentes mulheres. São eles que parecem aumentar de forma mais significativa as médias para a candidata que chora ao mesmo tempo em que diminuem as médias do candidato homem que faz o mesmo.

Trago então alguns fatores que, em minha opinião, podem contribuir para a discussão e o entendimento desse resultado que vai contra a hipótese inicialmente elaborada. O primeiro,

pontuado acima, é que ao contrário do que foi encontrado por Brooks, os estereótipos de emotividade por gênero se aplicam no contexto brasileiro também para mulheres na política. Conforme o resultado apresentado na primeira seção, mulheres são naturalmente vistas como mais emotivas, mas também como possuindo mais compaixão e sendo mais honestas. A percepção de todos esses atributos aumenta bastante quando o comportamento de choro é demonstrado, em especial o relacionado à honestidade. Destaca-se que enquanto o aumento da média para mais honesto foi de apenas 0,25 na comparação entre grupo controle com candidato homem e grupo choro com candidato homem, essa média subiu significativos 0,7 pontos quando a comparação ocorre entre grupo controle com candidata e grupo choro com candidata, ou seja, mulheres já são consideradas mais honestas e quando choram essa percepção aumenta ainda mais. Em um contexto como o brasileiro, em que escândalos de corrupção envolvendo atores no Congresso Nacional são constantes e onde a população tem, nos últimos anos, demonstrado sua insatisfação com essa situação, figuras que pareçam ser mais honestas, ter maior compaixão e se importar mais com as pessoas podem ter vantagens em uma corrida eleitoral. Assim, os estereótipos de gênero relacionados ao sexo feminino não parecem ser ruins no contexto brasileiro - onde a emotividade parece ser mais bem aceita do que num contexto norte-americano - e onde características relacionadas a essa emotividade (como honestidade e compaixão) são valorizadas e procuradas nos atores políticos.

Um outro ponto que pode ser considerado para colaborar com o entendimento desses resultados converge com a Teoria Prescritiva do viés dos estereótipos. Por conta dos estereótipos associados a eles, é esperado que homens não tenham comportamento emotivo. Assim, quando é apresentado um comportamento por um candidato do sexo masculino que rompe com essa expectativa, eles tendem a sofrer sanções sociais. Em um contexto de uma sociedade historicamente patriarcal, essas sanções podem ser especialmente aplicadas dentro do seu próprio grupo – com homens penalizando homens por esse comportamento e sendo mais complacentes com mulheres, já que isso seria o esperado delas.

Não se pode deixar de destacar ainda, que essa tendência de favorecimento da candidata mulher só foi encontrada quando se trata de um cargo para o Legislativo. Ao se tratar da Presidência da República, a competência percebida para exercer esse cargo cai tanto para o candidato homem quanto para a candidata mulher que choram. Essa questão pode ser melhor explorada em estudos futuros, já que há a possibilidade de existência de outra tendência para um

cargo onde há uma concentração tão grande de poder nas mãos de um indivíduo, como o de Presidente.

Em relação aos resultados do comportamento de raiva, a Hipótese 2 não pode ser comprovada ao nível de significância escolhido, mas a tendência encontrada converge com o que defende a Teoria Descritiva do viés, que afirma que a confirmação de um estereótipo negativo esperado tende a sofrer maior sanção – quando são comparadas as médias. Os resultados encontrados aqui divergem levemente dos encontrados pelo estudo de Brooks (2011). Ainda que ambos tenham encontrado a grande tendência de sanção tanto a candidatos quanto a candidatas que demonstrem comportamentos agressivos, no presente estudo houve uma tendência (ainda que não significativa estatisticamente) de maior penalização dos candidatos do sexo masculino.

Destaca-se ainda que pelas diferenças de médias foi percebido também que essa maior tendência de penalização a candidatos do sexo masculino que demonstrem o comportamento de raiva se dá por parte de respondentes mulheres. Apesar das “medidas resultado” não apresentarem significância estatística, a queda na avaliação de vários outros atributos apresenta relação significativa com o gênero do respondente (mulher).

Um ponto que acredito que deve ser considerado nessa discussão é o fato de que nos últimos anos o movimento de mulheres na luta pela igualdade e, em especial contra o assédio e a violência masculina, tem ganhado bastante força na sociedade brasileira, em especial nas redes sociais, sendo até denominado por alguns de “A Primavera das Mulheres” ou “Primavera Feminista”. Campanhas como “Eu não mereço ser estuprada”, “Chega de Fiu Fiu” e “Meu primeiro assédio” tomaram conta das redes sociais nos últimos anos com o objetivo de denunciar violências cometidas por homens em relação a mulheres. Inclusive, a campanha “Meu primeiro assédio” alcançou seu auge nas redes sociais no mesmo mês em que o experimento realizado nesta pesquisa foi colocado no ar (outubro de 2015), cerca de uma semana antes. Dentro desse contexto, acredito que faz bastante sentido que a tolerância por parte de mulheres em relação a comportamentos agressivos demonstrado por homens seja reduzida, o que acredito possa colaborar para explicar a tendência encontrada nesse estudo.

## CONCLUSÃO

A partir dos resultados encontrados pelo presente estudo e ao fazer uma comparação com outros realizados anteriormente, pode-se perceber que a questão dos estereótipos de gênero e dos vieses e sanções sociais provocados por estes variam de acordo com aspectos culturais de sociedades diferentes.

Tem-se ainda que ao contrário do que é comumente difundido, em especial no contexto político e social da sociedade norte-americana, onde se acredita haver o *glass ceiling* - uma barreira invisível que atrapalha mulheres a alcançar cargos mais altos de poder - a tendência de maior penalização de mulheres que demonstrem comportamentos emotivos relacionados aos estereótipos de gênero não se confirma neste estudo. Inclusive, as mulheres podem até se beneficiar do comportamento de choro em determinadas situações enquanto a tendência é a de que homens sejam punidos tanto pela demonstração de choro quanto pela demonstração de raiva.

É importante destacar que conforme explorado na seção anterior, o entendimento alcançado através deste estudo é o de que os resultados encontrados foram produto não somente das características históricas e culturais da sociedade brasileira, mas também do atual contexto político e social do país. Caso a pesquisa tivesse sido feita há alguns anos atrás, entende-se que os resultados poderiam ser diferentes e talvez se aproximar mais dos encontrados em outros estudos realizados anteriormente.

Por fim, chega-se à conclusão de que há um caminho positivo para o futuro das mulheres na política, com oportunidades para a maior participação de pessoas do sexo feminino em altos cargos políticos, já que a questão da emotividade parece não se colocar como um entrave em corridas eleitorais. Espera-se ainda que os resultados desse estudo possam servir como incentivo para a maior participação feminina em disputas eleitorais.

## ANEXOS

### Anexo I: – Reportagem do grupo controle com candidata mulher

*\*A reportagem com candidato do do sexo masculino é igual, muda apenas o nome do candidato – Luciano Matos – e as flexões de gênero).*

# O Diário

---

## Política

---

### **Deputada Luciana Matos anuncia candidatura ao Senado Federal**

Recentemente a deputada Luciana Matos anunciou que irá se candidatar ao Senado Federal nas próximas eleições.

Espera-se que a deputada seja uma forte candidata, já que se coloca como uma política conciliadora capaz de atrair eleitores tanto de partidos de direita quanto de partidos de esquerda. *“Eu sou uma candidata que busca soluções”*, diz Luciana Matos, *“meu foco é unir os partidos através do diálogo para resolver os desafios do nosso estado e do nosso país”*.

Com preferência por políticas moderadas, ela é, dentre os políticos, *“uma das poucas que se mantém com uma posição sensata de centro - alguém que busca por soluções entre todos os partidos para os problemas do país”*, disse Alexandre Souza, do Instituto de Política Brasileira - instituição apartidária que promove estudos e pesquisas sobre a política nacional.

Atualmente no meio de seu segundo mandato como deputada, Luciana Matos já teve muitas experiências legislativas de sucesso, bem como alguns desafios pelo caminho. Sobre as experiências bem-sucedidas, seu estado tem atualmente um dos melhores níveis do país de gastos per capita em programas para a melhoria de estradas por conta de emendas apresentadas pela deputada. Ela também conseguiu aumentar significativamente o número de pequenas empresas no estado através de subvenções do Governo Federal.

A deputada já não teve tanto sucesso, no entanto, como autora de dois projetos de lei: um que buscava aumentar os gastos com equipamentos de segurança para bombeiros e policiais e outro com o objetivo de tornar os processos burocráticos do Governo mais eficientes em termos de custos. Os dois projetos foram rejeitados pela Câmara dos Deputados no início deste ano.

## Anexo II: Reportagem do grupo teste de raiva com candidata mulher

\*A reportagem com candidato do do sexo masculino é igual, muda apenas o nome do candidato – Luciano Matos – e as flexões de gênero).

# O Diário

## Política

### Deputada Luciana Matos "explode" com colega deputado

*A deputada chamou o colega de "filho da mãe teimoso"*

Recentemente a deputada Luciana Matos anunciou que irá se candidatar ao Senado Federal nas próximas eleições. No entanto, o anúncio foi ofuscado por outros eventos. Em um incidente no início desta semana, a deputada gritou com o presidente de uma comissão da câmara porque ele estava tentando impedir que um projeto de lei de sua autoria chegasse ao plenário. Ela chegou a chamá-lo de "filho da mãe teimoso". Os jornalistas que cobriam a reunião da comissão gravaram o momento em que a deputada xingou o colega em áudio.

Em um episódio diferente no mês passado, alguns repórteres encurralaram a deputada na saída de um restaurante em Brasília para pedir que comentasse sobre um projeto de lei de sua autoria. Quando os jornalistas insistiram nos questionamentos e continuaram a segui-la, a deputada empurrou um deles para fora de seu caminho e gritou "*eu já disse que não vou responder a mais nenhum questionamento agora*". Depois que a deputada foi embora o repórter comentou que ela poderia ter passado a mesma mensagem sem gritar e empurrá-lo.

*"Ela poderia ter dito a mesma coisa sem gritar e sem me empurrar"*, comentou o repórter.

O gabinete da deputada se negou a comentar os incidentes ocorridos.

Espera-se que a deputada seja uma forte candidata ao Senado, já que se coloca como uma política conciliadora capaz de atrair eleitores tanto de partidos de direita quanto de partidos de esquerda. "*Eu sou uma candidata que busca soluções*", diz Luciana Matos, "*meu foco é unir os partidos através do diálogo para resolver os desafios do nosso estado e do nosso país*".

Com preferência por políticas moderadas, ela é, dentre os políticos, "*uma das poucas que se mantém com uma posição sensata de centro - alguém que busca por soluções entre todos os partidos para os problemas do país*", disse Alexandre Souza, do Instituto de Política Brasileira - instituição apartidária que promove estudos e pesquisas sobre a política nacional.

Atualmente no meio de seu segundo mandato como deputada, Luciana Matos já teve muitas experiências legislativas de sucesso, bem como alguns desafios pelo caminho. Sobre as experiências bem-sucedidas, seu estado tem atualmente um dos melhores níveis do país de gastos per capita em programas para a melhoria de estradas por conta de emendas apresentadas pela deputada. Ela também conseguiu aumentar significativamente o número de pequenas empresas no estado através de subvenções do Governo Federal.

A deputada já não teve tanto sucesso, no entanto, como autora de dois projetos de lei: um que buscava aumentar os gastos com equipamentos de segurança para bombeiros e policiais e outro com o objetivo de tornar os processos burocráticos do Governo mais eficientes em termos de custos. Os dois projetos foram rejeitados pela Câmara dos Deputados no início deste ano.

### Anexo III: Reportagem do grupo teste de choro com candidata mulher

\*A reportagem com candidato do do sexo masculino é igual, muda apenas o nome do candidato – Luciano Matos – e as flexões de gênero).

# O Diário

## Política

### Deputada Luciana Matos se emociona durante a semana

*A deputada chorou por conta de hostilidade em campanhas e desafios no legislativo*

Recentemente a deputada Luciana Matos anunciou que irá se candidatar ao Senado Federal nas próximas eleições. No entanto, o anúncio foi ofuscado por outros eventos. Em um ocorrido no início desta semana, a deputada chorou durante um discurso enquanto falava sobre a hostilidade das campanhas em sua última eleição, em que sofreu ataques dos outros candidatos. Recentemente, em uma outra coletiva de imprensa, a deputada chorou enquanto estava sendo questionada por repórteres que a pressionaram para falar sobre o fracasso recente de um projeto de lei em que ela trabalhou intensamente pela aprovação. Com lágrimas nos olhos, a deputada Luciana Matos interrompeu a entrevista e disse “*eu não posso falar sobre isso agora*”. O gabinete da deputada se negou a comentar os incidentes ocorridos.

*"Eu não posso falar sobre isso agora", comentou a deputada com lágrimas nos olhos.*

Espera-se que a deputada seja uma forte candidata ao Senado, já que se coloca como uma política conciliadora capaz de atrair eleitores tanto de partidos de direita quanto de partidos de esquerda. “*Eu sou uma candidata que busca soluções*”, diz Luciana Matos, “*meu foco é unir os partidos através do diálogo para resolver os desafios do nosso estado e do nosso país*”.

Com preferência por políticas moderadas, ela é, dentre os políticos, “*uma das poucas que se mantém com uma posição sensata de centro - alguém que busca por soluções entre todos os partidos para os problemas do país*”, disse Alexandre Souza - do Instituto de Política Brasileira, instituição apartidária que promove estudos e pesquisas sobre a política nacional.

Atualmente no meio de seu segundo mandato como deputada, Luciana Matos já teve muitas experiências legislativas de sucesso, bem como alguns desafios pelo caminho. Sobre as experiências bem-sucedidas, seu estado tem atualmente um dos melhores níveis do país de gastos per capita em programas para a melhoria de estradas por conta de emendas apresentadas pela deputada. Ela também conseguiu aumentar significativamente o número de pequenas empresas no estado através de subvenções do Governo Federal.

A deputada já não teve tanto sucesso, no entanto, como autora de dois projetos de lei: um que buscava aumentar os gastos com equipamentos de segurança para bombeiros e policiais e outro com o objetivo de tornar os processos burocráticos do Governo mais eficientes em termos de custos. Os dois projetos foram rejeitados pela Câmara dos Deputados no início deste ano.



**3. Como você acha que as palavras e frases abaixo descrevem a candidata?**Descreve muito  
malDescreve muito  
bem

1

2

3

4

5

6

7

Honestas

Possui muito  
conhecimento

É inteligente

Possui forte  
liderançaConsegue  
resolver as  
coisasRealmente se  
importa com  
pessoas como  
vocêPossui  
compaixãoÉ uma pessoa  
importanteÉ alguém com  
quem você  
provavelmente  
gostaria de  
conversar



**5. Na sua opinião, o comportamento da candidata na reportagem deve ser melhor explicado por:**

*\*Esta pergunta foi feita apenas nos grupos teste*

Ela agiu assim por conta de características de sua personalidade

Ela agiu assim por conta da dificuldade da situação por que estava passando

1

2

3

4

5

6

7

**6. Você votaria na candidata para o cargo de Senadora da República?**

( ) Sim

( ) Não

**7. Qual seu sexo?**

( ) Feminino

( ) Masculino

**8. Em qual região do país você reside??**

( ) Norte

( ) Nordeste

( ) Centro-Oeste

( ) Sudeste

( ) Sul

**9. Como você se posicionaria na escala de ideologia política abaixo?**

De esquerda

De direita

1

2

3

4

5

6

7

**10. Qual sua idade?**

\_\_\_\_\_

**Anexo V:** Tabelas com Médias de todos os atributos em todos os grupos (sem os respondentes que passaram tempo excessivo ou insuficiente):

<b>Médias</b>	<b>Grupo Controle</b>	<b>Grupo Raiva</b>	<b>Grupo Choro</b>	<b>Grupo Controle Mulher</b>	<b>Grupo Controle Homem</b>	<b>Grupo Raiva Mulher</b>	<b>Grupo Raiva Homem</b>	<b>Grupo Choro Mulher</b>	<b>Grupo Choro Homem</b>
<b>Favorabilidade</b>	4,52	3,69	4,53	4,45	4,58	3,72	3,66	4,76	4,31
<b>Competência Senado</b>	4,37	3,83	4,32	4,30	4,43	3,94	3,71	4,44	4,21
<b>Competência Presidência</b>	3,87	3,10	3,62	3,79	3,95	3,18	3,01	3,65	3,60
<b>Fortalecimento P. Sociais</b>	3,51	3,21	3,84	3,50	3,52	3,22	3,20	4,01	3,68
<b>Fortalecimento Economia</b>	4,19	3,83	4,02	4,13	4,24	3,69	3,98	4,05	3,99
<b>Capacidade lidar com crise</b>	3,83	3,00	3,39	3,66	3,99	3,01	2,98	3,41	3,37
<b>Honesto</b>	3,95	3,75	4,43	4,14	3,78	3,99	3,48	4,84	4,04
<b>Conhecimento</b>	4,17	3,79	4,09	4,24	4,12	3,91	3,66	4,29	3,88
<b>Inteligente</b>	4,47	3,75	4,39	4,46	4,48	3,86	3,63	4,61	4,18
<b>Liderança</b>	4,07	3,74	3,42	4,05	4,09	3,82	3,66	3,48	3,35
<b>Capacidade de resolução</b>	4,17	3,25	3,68	4,18	4,16	3,36	3,12	3,88	3,50
<b>Se importa</b>	3,62	3,07	4,21	3,60	3,63	3,24	2,87	4,64	3,79
<b>Tem compaixão</b>	3,45	2,70	4,44	3,59	3,33	2,90	2,48	4,90	4,00
<b>Pessoa importante</b>	3,92	3,78	4,08	3,95	3,90	3,77	3,80	4,43	3,75
<b>Gostaria de conversar</b>	4,23	3,18	4,47	4,26	4,21	3,35	2,98	4,76	4,20
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	4,86	2,53	2,67	4,68	5,02	2,65	2,39	2,44	2,88
<b>Calmo (vs. zangado)</b>	4,58	2,28	4,44	4,51	4,65	2,33	2,23	4,45	4,43
<b>Assertivo (vs. não assertivo)</b>	4,48	3,71	3,98	4,42	4,54	3,81	3,59	4,17	3,80
<b>Carinhoso (vs. Rude)</b>	4,20	2,46	4,62	4,19	4,22	2,51	2,41	4,91	4,36
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	4,32	3,99	3,82	4,25	4,38	4,16	3,81	4,00	3,66
<b>Apropriado (vs. inapropriado)</b>	4,70	2,61	4,01	4,73	4,68	2,75	2,45	4,13	3,91
<b>Possui ideologia de direita (vs. esquerda)</b>	4,35	4,14	3,96	4,30	4,40	3,98	4,32	3,94	3,97
<b>Atribuição do Comportamento</b>	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	3,40	3,00	3,54	3,72

**Anexo VI:** Tabelas com Médias de todos os atributos em todos os grupos (com respondentes que passaram tempo excessivo ou insuficiente, para fins de comparação, esses dados não foram usados nas análises):

Médias	Grupo Controle	Grupo Raiva	Grupo Choro	Grupo Controle Mulher	Grupo Controle Homem	Grupo Raiva Mulher	Grupo Raiva Homem	Grupo Choro Mulher	Grupo Choro Homem
<b>Favorabilidade</b>	4,52	3,66	4,53	4,45	4,58	3,66	3,66	4,77	4,30
<b>Competência Senado</b>	4,37	3,80	4,30	4,31	4,43	3,88	3,70	4,45	4,16
<b>Competência Presidência</b>	3,89	3,08	3,60	3,82	3,94	3,15	3,01	3,67	3,54
<b>Fortalecimento P. Sociais</b>	3,52	3,19	3,82	3,53	3,51	3,18	3,20	4,01	3,64
<b>Fortalecimento Economia</b>	4,22	3,79	4,00	4,18	4,26	3,65	3,95	4,04	3,97
<b>Capacidade lidar com crise</b>	3,86	3,00	3,37	3,71	4,00	3,00	3,02	3,43	3,31
<b>Honesto</b>	3,91	3,71	4,41	4,09	3,75	3,94	3,44	4,85	4,01
<b>Conhecimento</b>	4,15	3,75	4,08	4,20	4,10	3,85	3,64	4,30	3,88
<b>Inteligente</b>	4,44	3,72	4,38	4,43	4,46	3,82	3,61	4,61	4,17
<b>Liderança</b>	4,06	3,70	3,40	4,02	4,09	3,77	3,63	3,49	3,32
<b>Capacidade de resolução</b>	4,16	3,22	3,66	4,16	4,16	3,31	3,12	3,88	3,46
<b>Se importa</b>	3,63	3,04	4,16	3,62	3,64	3,21	2,85	4,62	3,74
<b>Tem compaixão</b>	3,47	2,68	4,39	3,63	3,33	2,87	2,47	4,89	3,93
<b>Pessoa importante</b>	3,92	3,75	4,06	3,93	3,90	3,74	3,76	4,42	3,73
<b>Gostaria de conversar</b>	4,21	3,15	4,44	4,22	4,21	3,31	2,97	4,75	4,16
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	4,85	2,55	2,66	4,65	5,03	2,67	2,41	2,44	2,88
<b>Calmo (vs. zangado)</b>	4,56	2,29	4,45	4,45	4,66	2,33	2,24	4,49	4,42
<b>Assertivo (vs. não assertivo)</b>	4,45	3,68	3,99	4,40	4,55	3,77	3,57	4,19	3,80
<b>Carinhoso (vs. Rude)</b>	4,18	2,46	4,63	4,15	4,21	2,52	2,39	4,91	4,37
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	4,30	3,98	3,85	4,22	4,38	4,14	3,79	4,01	3,70
<b>Apropriado (vs. inapropriado)</b>	4,69	2,61	4,03	4,70	4,68	2,76	2,44	4,15	3,93
<b>Possui ideologia de direita (vs. esquerda)</b>	4,35	4,14	3,96	4,29	4,40	3,96	4,34	3,94	3,99
<b>Atribuição do Comportamento</b>		3,21	3,66			3,41	2,97	3,59	3,73

**Anexo VII:** Tabela completa com resultados de ANOVA de um fator somente com Grupo Controle, onde varia o gênero da candidato:

	<b>Média candidato homem</b>	<b>Média candidata mulher</b>	<b>Diferença de Médias</b>	<b>valor-p</b>
<b>Favorabilidade</b>	4,583	4,445	0,138	0,33
<b>Competência Senado</b>	4,431	4,296	0,135	0,38
<b>Competência Presidência</b>	3,946	3,791	0,155	0,32
<b>Fortalecimento P. Sociais</b>	3,524	3,5	0,024	0,87
<b>Fortalecimento Economia</b>	4,24	4,131	0,109	0,5
<b>Capacidade lidar com crise</b>	3,985	3,659	0,326**	0,04
<b>Honesto</b>	3,779	4,137	-0,358**	0,01
<b>Conhecimento</b>	4,117	4,236	-0,119	0,4
<b>Inteligente</b>	4,475	4,461	0,014	0,92
<b>Liderança</b>	4,088	4,049	0,039	0,8
<b>Capacidade de resolução</b>	4,161	4,175	-0,014	0,9
<b>Se importa</b>	3,632	3,598	0,034	0,84
<b>Tem compaixão</b>	3,328	3,593	-0,265	0,11
<b>Pessoa importante</b>	3,897	3,945	-0,048	0,7671
<b>Gostaria de conversar</b>	4,21	4,258	-0,048	0,8
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	5,024	4,681	0,343**	0,01
<b>Calmo (vs. zangado)</b>	4,651	4,505	0,146	0,28
<b>Assertivo (vs. não assertivo)</b>	4,544	4,417	0,127	0,37
<b>Carinhoso (vs. Rude)</b>	4,22	4,186	0,034	0,78
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	4,377	4,247	0,13	0,33
<b>Apropriado (vs. inapropriado)</b>	4,681	4,725	-0,044	0,76
<b>Possui ideologia de direita (vs. esquerda)</b>	4,401	4,302	0,099	0,38

**Anexo VIII: Tabela completa ANOVA de Dois Fatores: Interação entre Choro \* Gênero do Candidato:**

	Resultados Anova						Médias		Médias				
	Sexo do Candidato		Choro (vs. Grupo Controle)		Sexo do Candidato * Choro								
	F	valor-p	F	valor-p	F	valor-p	Controle (H + M)	Choro (H+M)	Controle Mulher	Choro Mulher	Controle Homem	Choro Homem	
<b>Favorabilidade</b>	2,47	0,11	0,05	0,82	8,78***	0,00	4,52	4,53	4,45	4,76	4,58	4,31	
<b>Competência Senado</b>	0,21	0,64	0,15	0,70	2,86	0,09	4,37	4,32	4,30	4,44	4,43	4,21	
<b>Competência Presidência</b>	0,22	0,64	4,72**	0,03	0,83	0,36	3,87	3,62	3,79	3,65	3,95	3,60	
<b>Fortalecimento P. Sociais</b>	1,83	0,17	8,55***	0,00	2,46	0,11	3,51	3,84	3,50	4,01	3,52	3,68	
<b>Fortalecimento Economia</b>	0,04	0,83	2,00	0,15	0,52	0,47	4,19	4,02	4,13	4,05	4,24	3,99	
<b>Capacidade lidar com crise</b>	1,52	0,21	13,77***	0,00	2,39	0,12	3,83	3,39	3,66	3,41	3,99	3,37	
<b>Honesto</b>	28,67***	0,00	19,59***	0,00	4,20**	0,04	3,95	4,43	4,14	4,84	3,78	4,04	
<b>Conhecimento</b>	7,08***	0,00	0,75	0,38	2,12	0,14	4,17	4,09	4,24	4,29	4,12	3,88	
<b>Inteligente</b>	4,05**	0,04	0,53	0,46	4,63	0,03	4,47	4,39	4,46	4,61	4,48	4,18	
<b>Liderança</b>	0,18	0,67	35,85***	0,00	0,61	0,43	4,07	3,42	4,05	3,48	4,09	3,35	
<b>Capacidade de resolução</b>	3,68	0,05	22,05***	0,00	3,17	0,07	4,17	3,68	4,18	3,88	4,16	3,50	
<b>Se importa</b>	11,73***	0,00	25,81***	0,00	13,75***	0,00	3,62	4,21	3,60	4,64	3,63	3,79	
<b>Tem compaixão</b>	23,27***	0,00	67,10***	0,00	6,91***	0,00	3,45	4,44	3,59	4,90	3,33	4,00	
<b>Pessoa importante</b>	10,56***	0,00	2,25	0,13	7,98***	0,00	3,92	4,08	3,95	4,43	3,90	3,75	
<b>Gostaria de conversar</b>	4,72**	0,03	3,08	0,07	3,35	0,06	4,23	4,47	4,26	4,76	4,21	4,20	
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	12,63***	0,00	388,59***	0,00	0,21	0,64	4,86	2,67	4,68	2,44	5,02	2,88	
<b>Calmo (vs. zangado)</b>	0,42	0,51	1,95	0,16	0,70	0,40	4,58	4,44	4,51	4,45	4,65	4,43	
<b>Assertivo (vs. não assertivo)</b>	1,38	0,24	23,74***	0,00	5,83**	0,01	4,48	3,98	4,42	4,17	4,54	3,80	
<b>Carinhoso (vs. Rude)</b>	7,51***	0,00	20,85***	0,00	9,62***	0,00	4,20	4,62	4,19	4,91	4,22	4,36	
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	1,11	0,29	23,13***	0,00	5,52**	0,01	4,32	3,82	4,25	4,00	4,38	3,66	
<b>Apropriado (vs. inapropriado)</b>	1,49	0,22	39,55***	0,00	0,67	0,41	4,70	4,01	4,73	4,13	4,68	3,91	
<b>Possui ideologia de direita (vs. esquerda)</b>	0,62	0,43	22,96***	0,00	0,18	0,66	4,35	3,96	4,30	3,94	4,40	3,97	
<b>Atribuição do comportamento</b>	1,14	0,28								3,54		3,72	
							<b>N</b>	386	370	182	180	204	190

**Anexo IX: Tabela Completa ANOVA de Dois Fatores: Interação entre Raiva \* Gênero do Candidato:**

	Resultados Anova						Médias		Médias				
	Sexo do Candidato		Raiva (vs. Grupo Controle)		Sexo do Candidato * Raiva								
	F	valor-p	F	valor-p	F	valor-p	Controle (H + M)	Raiva (H+M)	Controle Mulher	Raiva Mulher	Controle Homem	Raiva Homem	
<b>Favorabilidade</b>	0,13	0,71	64,8***	0	0,97	0,33	4,52	3,69	4,45	3,72	4,58	3,66	
<b>Competência Senado</b>	0,21	0,65	23,75***	0	2,76	0,10	4,37	3,83	4,30	3,94	4,43	3,71	
<b>Competência Presidência</b>	0	0,96	46,9***	0	2,02	0,15	3,87	3,10	3,79	3,18	3,95	3,01	
<b>Fortalecimento P. Sociais</b>	0	0,97	7,37***	0	0,03	0,85	3,51	3,21	3,50	3,22	3,52	3,20	
<b>Fortalecimento Economia</b>	2,81	0,09	8,89***	0	0,58	0,44	4,19	3,83	4,13	3,69	4,24	3,98	
<b>Capacidade lidar com crise</b>	1,57	0,21	48,99***	0	2,31	0,12	3,83	3,00	3,66	3,01	3,99	2,98	
<b>Honesto</b>	16,39***	0	4,31**	0,03	0,49	0,48	3,95	3,75	4,14	3,99	3,78	3,48	
<b>Conhecimento</b>	3,25	0,07	14,94***	0	0,42	0,51	4,17	3,79	4,24	3,91	4,12	3,66	
<b>Inteligente</b>	0,97	0,32	43,92***	0	1,23	0,26	4,47	3,75	4,46	3,86	4,48	3,63	
<b>Liderança</b>	0,29	0,59	8,35***	0	0,76	0,38	4,07	3,74	4,05	3,82	4,09	3,66	
<b>Capacidade de resolução</b>	1,44	0,23	75,5***	0	1,14	0,28	4,17	3,25	4,18	3,36	4,16	3,12	
<b>Se importa</b>	2,01	0,15	22,26***	0	2,89	0,08	3,62	3,07	3,60	3,24	3,63	2,87	
<b>Tem compaixão</b>	9,40***	0	48,14***	0	0,48	0,49	3,45	2,70	3,59	2,90	3,33	2,48	
<b>Pessoa importante</b>	0,01	0,94	1,39	0,23	0,12	0,73	3,92	3,78	3,95	3,77	3,90	3,80	
<b>Gostaria de conversar</b>	2,23	0,13	57,85***	0	1,34	0,24	4,23	3,18	4,26	3,35	4,21	2,98	
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	0,16	0,69	507,83***	0	8,52***	0	4,86	2,53	4,68	2,65	5,02	2,39	
<b>Calmo (vs. zangado)</b>	0,05	0,83	630,61***	0	1,92	0,16	4,58	2,28	4,51	2,33	4,65	2,23	
<b>Assertivo (vs. não assertivo)</b>	0,16	0,69	4,56***	0	2,24	0,13	4,48	3,71	4,42	3,81	4,54	3,59	
<b>Carinhoso (vs. Rude)</b>	0,16	0,69	357,27***	0	0,58	0,44	4,20	2,46	4,19	2,51	4,22	2,41	
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	0,99	0,32	9,09***	0	4,80**	0,02	4,32	3,99	4,25	4,16	4,38	3,81	
<b>Apropriado (vs. inapropriado)</b>	2,72	0,09	409,77***	0	1,5	0,22	4,70	2,61	4,73	2,75	4,68	2,45	
<b>Possui ideologia de direita (vs. esquerda)</b>	6,1**	0,01	5,32**	0,02	1,8	0,18	4,35	4,14	4,30	3,98	4,40	4,32	
<b>Atribuição do Comportamento</b>	5,14	0,02**								3,40		3,01	
							<b>N</b>	386	383	182	203	204	180

**Anexo X: Tabela Completa ANOVA de Três Fatores: Choro \* Gênero do Candidato\*Gênero do Respondente:**

	Anova de 3 fatores			Anova de 2 fatores somente com respondentes mulheres							Anova de 2 fatores somente com respondentes homens						
	gen.RESP*gen.CAND*tratamento (choro x controle)			Gênero do candidato * Tratamento (Choro x Controle)			Médias				Gênero do candidato * Tratamento (Choro x Controle)			Médias			
	N	F	valor-p	N	F	valor-p	Mesmo gênero CONTROLE	Mesmo gênero CHORO	Gênero Diferente CONTROLE	Gênero diferente CHORO	N	F	valor-p	Mesmo gênero CONTROLE	Mesmo gênero CHORO	Gênero Diferente CONTROLE	Gênero diferente CHORO
<b>Favorabilidade</b>	756	2,79**	0,02	408	1,75	0,18	4,581	4,708	4,628	4,425	348	7,72**	0,05	4,527	4,179	4,285	4,821
<b>Competência Senado</b>	756	1,12	0,34	408	0,63	0,42	4,326	4,479	4,477	4,396	348	2,55	0,11	4,373	3,988	4,261	4,392
<b>Competência Presidência</b>	756	0,6	0,65	408	0,14	0,7	3,867	3,791	3,929	3,742	348	0,84	0,35	3,967	3,438	3,702	3,488
<b>Fortalecimento P. Sociais</b>	756	1,47	0,21	408	0,16	0,68	3,52	4,041	3,522	3,92	348	3,27	0,07	3,527	3,404	3,476	3,976
<b>Fortalecimento Economia</b>	756	0,24	0,91	408	0,04	0,84	4,163	4,062	4,185	4,019	348	0,73	0,39	4,307	3,955	4,095	4,035
<b>Capacidade lidar com crise</b>	756	0,97	0,42	408	0,54	0,46	3,666	3,437	3,867	3,405	348	2,24	0,13	4,131	3,325	3,654	3,369
<b>Honesto</b>	756	0,184	0,11	408	1,21	0,27	4,111	4,666	3,84	4,069	348	3,24	0,07	3,703	4	4,166	5,035
<b>Conhecimento</b>	756	0,86	0,48	408	1,91	0,16	4,193	4,385	4,159	3,98	348	0,4	0,52	4,065	3,786	4,285	4,19
<b>Inteligente</b>	756	1,5	0,19	408	4,17**	0,04	4,459	4,729	4,469	4,168	348	0,91	0,33	4,483	4,202	4,464	4,464
<b>Liderança</b>	756	0,65	0,62	408	1,37	0,24	4,04	3,458	4,159	3,227	348	0,02	0,89	4	3,494	4,059	3,511
<b>Capacidade de resolução</b>	756	0,94	0,43	408	1,99	0,15	4,224	3,958	4,15	3,495	348	1,22	0,27	4,175	3,505	4,119	3,785
<b>Se importa</b>	756	3,94 ***	0	408	4,54***	0	3,642	4,718	3,61	3,99	348	10,02***	0	3,659	3,573	3,547	4,547
<b>Tem compaixão</b>	756	1,88	0,11	408	2,16	0,14	3,663	4,843	3,336	4,029	348	5,16**	0,02	3,318	3,966	3,511	4,964
<b>Pessoa importante</b>	756	2,17	0,07	408	4,20**	0,04	3,938	4,395	3,805	3,633	348	3,87	0,05	4,01	3,876	3,952	4,476
<b>Gostaria de conversar</b>	756	0,9	0,46	408	2,1	0,14	4,163	4,729	4,132	4,168	348	1,32	0,25	4,307	4,235	4,369	4,785
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	756	0,34	0,84	408	0,08	0,77	4,448	2,364	4,911	2,742	348	0,84	0,35	5,164	3,056	4,952	2,535
<b>Calmo (vs. zangado)</b>	756	1,01	0,4	408	2,48	0,11	4,551	4,666	4,707	4,415	348	0,15	0,69	4,582	4,449	4,452	4,202
<b>Assertivo (vs. não)</b>	756	1,77	0,1	408	6,35**	0,01	4,346	4,187	4,584	3,722	348	0,69	0,4	4,494	3,887	4,5	4,142
<b>Carinhoso (vs. Rude)</b>	756	2,53	0,03	408	7,58***	0	4,173	4,937	4,238	4,306	348	2,55	0,11	4,197	4,415	4,202	4,869
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	756	1,82	0,12	408	5,34**	0,02	4,326	4,156	4,442	3,633	348	0,9	0,34	4,296	3,685	4,154	3,821
<b>Apropriado (vs. inapropriado)</b>	756	0,53	0,71	408	1,71	0,19	4,765	4,208	4,796	3,861	348	0,03	0,85	4,538	3,955	4,679	4,035
<b>Possui ideologia de direita (vs. esquerda)</b>	756	1,38	0,23	408	2,15	0,14	4,244	4,093	4,362	3,9	348	0,62	0,43	4,45	4,056	4,369	3,773
<b>Atribuição do comportamento</b>	756	0,1	0,75	408	0,95	0,33	N/A	3,614	N/A	3,851	348	0,26	0,609	N/A	3,579	N/A	3,452

**Anexo XI : Tabela Completa ANOVA de Três Fatores: Raiva \* Gênero do Candidato\*Gênero do Respondente:**

	Anova de 3 fatores			Anova de 2 fatores somente com respondentes mulheres							Anova de 2 fatores somente com respondentes homens						
	gen.RESP*gen.CAND*tratamento (raiva x controle)			Gênero do candidato * Tratamento (Raiva x Controle)	Médias				Gênero do candidato * Tratamento (Raiva x Controle)	Médias							
	N	F	valor-p		N	F	valor-p	Mesmo gênero CONTROLE		Mesmo gênero RAIVA	Gênero Diferente CONTROLE	Gênero diferente RAIVA	N	F	valor-p	Mesmo gênero CONTROLE	Mesmo gênero RAIVA
<b>Favorabilidade</b>	769	0,93	0,44	420	1,25	0,26	4,581	3,839	4,628	3,592	349	0,08	0,78	4,527	3,74	4,285	3,587
<b>Competência Senado</b>	769	1,29	0,27	420	4,03**	0,04	4,326	4,066	4,477	3,611	349	0,07	0,79	4,373	3,831	4,261	3,804
<b>Competência Presidência</b>	769	1,86	0,11	420	3,2	0,07	3,867	3,462	3,929	3	349	0,09	0,76	3,967	3,025	3,702	2,865
<b>Fortalecimento P. Sociais</b>	769	0,86	0,48	420	0,89	0,34	3,52	3,396	3,522	3,116	349	0,5	0,47	3,527	3,311	3,476	3,02
<b>Fortalecimento Economia</b>	769	1,18	0,31	420	0	0,96	4,163	3,896	4,185	3,902	349	1,28	0,25	4,307	4,077	4,095	3,463
<b>Capacidade lidar com crise</b>	769	2,08	0,08	420	3,05	0,08	3,666	3,216	3,867	2,864	349	0,14	0,71	4,131	3,142	3,654	2,793
<b>Honesto</b>	769	1,9	0,1	420	2,95	0,08	4,111	3,981	3,84	3,213	349	0,95	0,33	3,703	3,844	4,166	4
<b>Conhecimento</b>	769	0,53	0,71	420	1,65	0,19	4,193	3,971	4,159	3,572	349	0,26	0,61	4,065	3,766	4,285	3,835
<b>Inteligente</b>	769	1,28	0,2	420	2,91	0,08	4,459	3,981	4,469	3,475	349	0,08	0,77	4,483	3,831	4,464	3,721
<b>Liderança</b>	769	1,05	0,38	420	2,99	0,08	4,04	3,943	4,159	3,524	349	0,07	0,79	4	3,831	4,059	3,68
<b>Capacidade de resolução</b>	769	1,24	0,29	420	1,31	0,2	4,224	3,32	4,15	2,912	349	0,05	0,82	4,175	3,389	4,119	3,402
<b>Se importa</b>	769	1,93	0,1	420	3,96**	0,04	3,642	3,5	3,61	2,825	349	0,15	0,69	3,659	2,935	3,547	2,958
<b>Tem compaixão</b>	769	0,64	0,63	420	0,94	0,33	3,663	3,037	3,336	2,417	349	0	0,97	3,318	2,558	3,511	2,742
<b>Pessoa importante</b>	769	1,19	0,3	420	0,08	0,78	3,938	3,735	3,805	3,514	349	0,91	0,34	4,01	4,181	3,952	3,804
<b>Gostaria de conversar</b>	769	1,45	0,2	420	3,71	0,05	4,163	3,452	4,132	2,708	349	0,15	0,69	4,307	3,506	4,369	3,247
<b>Racional (vs. emotivo)</b>	769	3,72***	0	420	11,32***	0	4,448	2,745	4,911	2,242	349	0,35	0,55	5,164	2,584	4,952	2,546
<b>Calmo (vs. zangado)</b>	769	1,85	0,11	420	4,14**	0,04	4,551	2,386	4,707	2,058	349	0,03	0,87	4,582	2,454	4,452	2,278
<b>Assertivo (vs. não assertivo)</b>	769	1,6	0,17	420	3,32	0,06	4,346	3,679	4,584	3,349	349	0,01	0,92	4,494	3,922	4,5	3,958
<b>Carinhoso (vs. Rude)</b>	769	1,47	0,2	420	2,95	0,08	4,173	2,613	4,238	2,242	349	0,71	0,4	4,197	2,623	4,202	2,402
<b>Forte (vs. Fraco)</b>	769	2,71**	0,02	420	5,41**	0,02	4,326	4,16	4,442	3,592	349	0,36	0,55	4,296	4,103	4,154	4,154
<b>Apropriado (vs. inapropriado)</b>	769	3,4***	0	420	4,18**	0,04	4,765	2,66	4,796	2,145	349	0,22	0,63	4,538	2,857	4,679	2,845
<b>Possui ideologia de direita (vs. esquerda)</b>	769	1,14	0,33	420	0,06	0,8	4,244	4,084	4,362	4,262	349	2,82	0,09	4,45	4,389	4,369	3,865
<b>Atribuição do comportamento</b>	769	0	0,9	420	2,64	0,1	N/A	3,462	N/A	3,07	349	2,65	0,1	N/A	2,922	N/A	3,329

**Anexo XII : Tabela com a comparação das proporções entre a amostra utilizada no presente estudo e a população brasileira, com dados obtidos da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD (2014) do IBGE<sup>11</sup>:**

	<b>Amostra do Experimento</b>	<b>População Brasileira</b>
	<b>Distribuição por Sexo</b>	
<b>Mulheres</b>	54,1%	51,6%
<b>Homens</b>	45,9%	48,4%
	<b>Distribuição por Região do País</b>	
<b>Norte</b>	2,72%	8,51%
<b>Nordeste</b>	25,81%	27,69%
<b>Centro-Oeste</b>	44,78%	7,52%
<b>Sudeste</b>	16,24%	41,97%
<b>Sul</b>	10,45%	14,31%

<sup>11</sup> Os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD (2014) do IBGE podem ser acessado no sítio: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2014/default.shtm>

## BIBLIOGRAFIA

ALLPORT, Gordon Willard. **The nature of prejudice**. Basic books, 1979.

BARRETT, Lisa Feldman; BLISS-MOREAU, Eliza. She's emotional. He's having a bad day: Attributional explanations for emotion stereotypes. **Emotion**, v. 9, n. 5, p. 649, 2009.

BRESCOLL, Victoria L.; UHLMANN, Eric Luis. Can an angry woman get ahead? Status conferral, gender, and expression of emotion in the workplace. **Psychological science**, v. 19, n. 3, p. 268-275, 2008.

BROOKS, Deborah Jordan. Testing the double standard for candidate emotionality: Voter reactions to the tears and anger of male and female politicians. **The Journal of Politics**, v. 73, n. 02, p. 597-615, 2011.

BROOKS, Deborah Jordan. **He runs, she runs: Why gender stereotypes do not harm women candidates**. Princeton University Press, 2013.

DOLAN, Kathleen. The impact of gender stereotyped evaluations on support for women candidates. **Political Behavior**, v. 32, n. 1, p. 69-88, 2010.

FISKE, Susan T. et al. A model of (often mixed) stereotype content: competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. **Journal of personality and social psychology**, v. 82, n. 6, p. 878, 2002.

GLASER, Jack; SALOVEY, Peter. Affect in electoral politics. **Personality and social psychology review**, v. 2, n. 3, p. 156-172, 1998.

GROSSMAN, Michele; WOOD, Wendy. Sex differences in intensity of emotional experience: a social role interpretation. **Journal of personality and social psychology**, v. 65, n. 5, p. 1010, 1993.

HAMILTON, David L. Cognitive biases in the perception of social groups. 1976.

HEILMAN, Madeline E. Sex bias in work settings: The Lack of Fit model. **Research in organizational behavior**, 1983.

HEILMAN, Madeline E. Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. **Journal of social issues**, v. 57, n. 4, p. 657-674, 2001..

HUDDY, Leonie; TERKILDSEN, Nayda. Gender stereotypes and the perception of male and female candidates. **American Journal of Political Science**, p. 119-147, 1993.

HUDDY, Leonie; TERKILDSEN, Nayda. The consequences of gender stereotypes for women candidates at different levels and types of office. **Political Research Quarterly**, v. 46, n. 3, p. 503-525, 1993.

JACKSON, Linda A.; SULLIVAN, Linda A.; HODGE, Carole N. Stereotype effects of attributions, predictions, and evaluations: No two social judgments are quite alike. **Journal of personality and social psychology**, v. 65, n. 1, p. 69, 1993.

JOHNSON, Joel T.; SHULMAN, Gregory A. More alike than meets the eye: Perceived gender differences in subjective experience and its display. **Sex Roles**, v. 19, n. 1-2, p. 67-79, 1988.

KAHN, Kim Fridkin. Does gender make a difference? An experimental examination of sex stereotypes and press patterns in statewide campaigns. **American Journal of Political Science**, p. 162-195, 1994.

LAFRANCE, Marianne; BANAJI, Mahzarin. Toward a reconsideration of the gender-emotion relationship. **Emotion and social behavior**, v. 14, p. 178-201, 1992.

LAWLESS, Jennifer L. Women, war, and winning elections: Gender stereotyping in the post-September 11th era. **Political Research Quarterly**, v. 57, n. 3, p. 479-490, 2004.

LIMA, Marcus Eugênio Oliveira et al. Imagens sociais e gênero nas relações de trabalho. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 5, n. 1, p. 71-101, 2005.

LOMBARDO, William K. et al. Fer cryin'out loud—there is a sex difference. **Sex Roles**, v. 9, n. 9, p. 987-995, 1983.

LOMBARDO, William K.; CRETSER, Gary A.; ROESCH, Scott C. For crying out loud—The differences persist into the '90s. **Sex Roles**, v. 45, n. 7-8, p. 529-547, 2001.

MCDERMOTT, Rose. Experimental methods in political science. **Annual Review of Political Science**, v. 5, n. 1, p. 31-61, 2002.

MORTON, Rebecca B.; WILLIAMS, Kenneth C. **Experimental political science and the study of causality: From nature to the lab**. Cambridge University Press, 2010.

MUTZ, Diana C. **Population-based survey experiments**. Princeton University Press, 2011.

NISBETT, R. E. The cultural matrix of social psychology. **The handbook**, 1998.

PRENTICE, Deborah A.; CARRANZA, Erica. What women and men should be, shouldn't be, are allowed to be, and don't have to be: The contents of prescriptive gender stereotypes. **Psychology of Women Quarterly**, v. 26, n. 4, p. 269-281, 2002.

ROBINSON, Michael D.; JOHNSON, Joel T.; SHIELDS, Stephanie A. The gender heuristic and the database: Factors affecting the perception of gender-related differences in the experience and display of emotions. **Basic and Applied Social Psychology**, v. 20, n. 3, p. 206-219, 1998.

SANBONMATSU, Kira. Gender stereotypes and vote choice. **American Journal of Political Science**, p. 20-34, 2002.

SAPIRO, Virginia. Theorizing gender in political psychology research. 2003.

SHIELDS, Stephanie A.; KOSTER, Beth A. Emotional stereotyping of parents in child rearing manuals, 1915-1980. **Social Psychology Quarterly**, p. 44-55, 1989.

TAJFEL, Henri. Experiments in intergroup discrimination. **Scientific American**, v. 223, n. 5, p. 96-102, 1970.

TIMMERS, Monique; FISCHER, Agneta; MANSTEAD, Antony. Ability versus vulnerability: Beliefs about men's and women's emotional behaviour. **Cognition & Emotion**, v. 17, n. 1, p. 41-63, 2003.

Access Hollywood. 2008. "Access Exclusive: Hillary Clinton on iPods, Reality TV, & the Election." January 6. [http://www.accesshollywood.com/ellen-page/access-exclusive-hillary-clinton-on-ipods-reality-tv-and-the-election\\_article\\_7953](http://www.accesshollywood.com/ellen-page/access-exclusive-hillary-clinton-on-ipods-reality-tv-and-the-election_article_7953).

Folha de S. Paulo, 13 de setembro de 2014. "Marina chora ao falar de Lula e se diz injustiçada". <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/09/1515516-marina-chora-ao-falar-de-lula-e-se-diz-injustificada.shtml>

Washington Post, November 7, sec. C01. "The Rules for Female Candidates." 2007. <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2007/11/06/AR2007110602489.html>