



# OPINIÃO SOBRE FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS

*- Relatório em setembro de 2014 -*



**Datafolha**  
INSTITUTO DE PESQUISAS

**ACT**br  
Aliança de Controle do Tabagismo

## **1. Metodologia e Objetivo**

**2. Perfil demográfico**

**3. Grau de informação sobre financiamento eleitoral**

**4. Posição em relação ao financiamento de campanhas eleitorais pela indústria**

**5. Principais Resultados**



Conhecimento da **população** em relação à questão da **transparência nas doações para as campanhas eleitorais**. Além de entender se há diferença na aceitação social entre doações vindas de oito segmentos da indústria na definição do voto.



## Técnica

Pesquisa **quantitativa**, com **abordagem pessoal** em **ponto de fluxo** populacional, mediante aplicação de questionário estruturado em tablet.

O desenho amostral foi elaborado com base em informações do Censo 2010/ estimativa 2013 (Fonte: IBGE) e contempla os seguintes estágios:

- ✓ Estratificação por Unidade Federativa e porte dos municípios;
- ✓ Sorteio dos municípios;
- ✓ Sorteio do ponto onde será realizada a pesquisa;
- ✓ Seleção do entrevistado utilizando cota de sexo e idade;

Para controle do perfil foram utilizadas **cotas** de sexo e idade, de acordo com o Censo 2010/ Estimativa 2013.

A **checagem** foi pessoal (*in loco*) e também telefônica (posterior à coleta de dados), cobrindo no mínimo 20% do material de cada pesquisador.

## Universo

**População brasileira**, homens e mulheres, **16 anos ou mais**, pertencentes a **todas as classes econômicas**.

## Amostra

Foram realizadas **2.013 entrevistas** por todo Brasil, distribuídas em **135 municípios** de forma a representar as regiões geográficas do país.

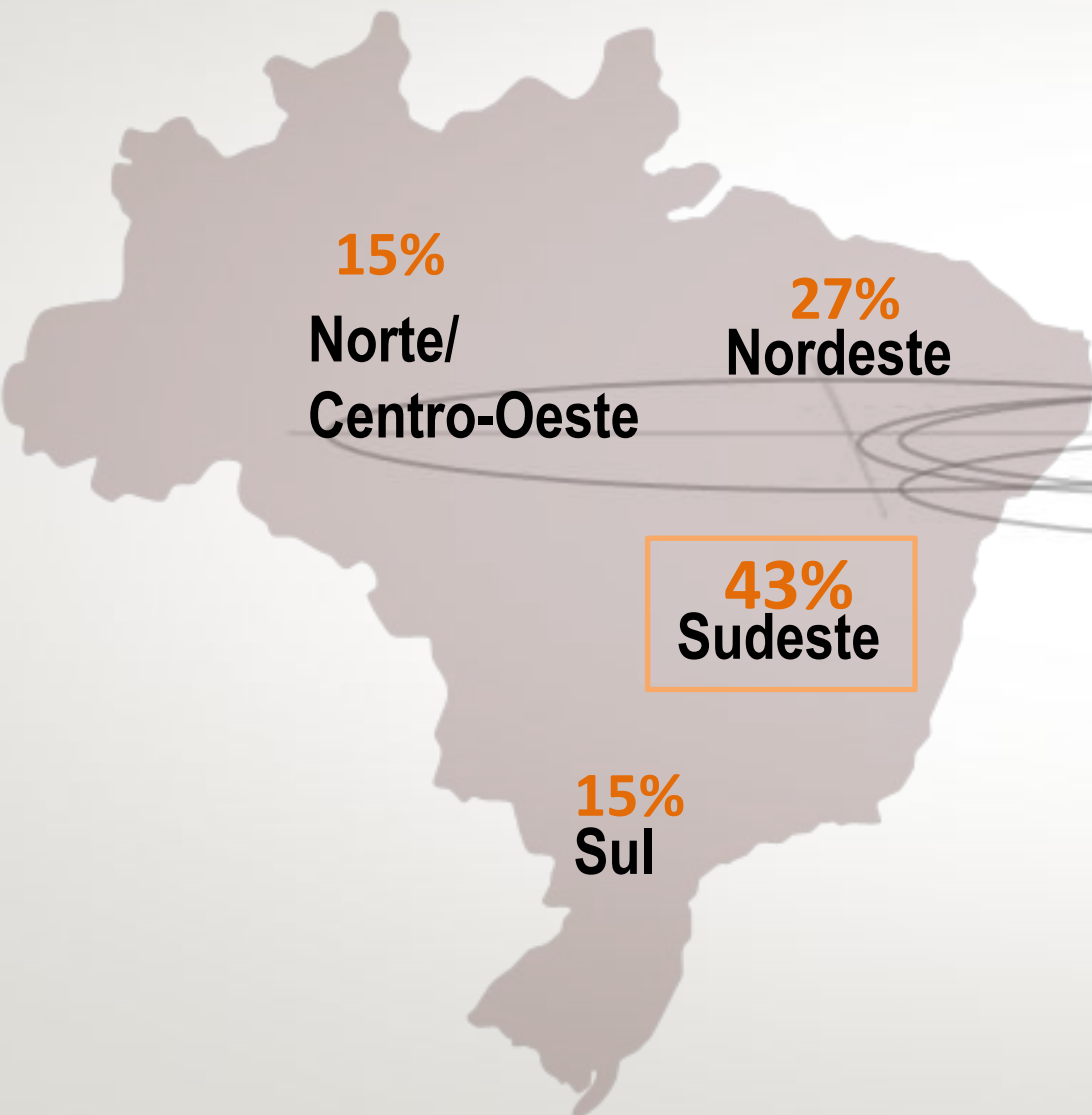
A margem de erro máxima para esta amostra é de **2 pontos percentuais**, para mais ou para menos, dentro de um nível de confiança de 95%.

## Data de campo

As entrevistas foram realizadas entre **4 e 8 de agosto** de **2014**.



## Distribuição da amostra



Para garantir a representatividade do universo, a **ponderação** foi efetuada pelas variáveis região geográfica, natureza do município, escolaridade e classe econômica.



**15%**  
Região Metropolitana

**25%**  
Capital





**60%**  
Interior

Maior parte dos entrevistados reside na região **Sudeste** e em cidades localizadas no **interior**, fora das Regiões Metropolitanas.

## Observações estatísticas

- 1. Análises:** os dados cujas bases apresentam número insuficiente para análise estatística (*menos de 30 casos*) e deverão ser observados com cautela.
- 2.** As análises são baseadas nas proporções ou em estatísticas de tendência central, tais como **média** e **mediana**.
- 3. Margem de erro:** toda amostra tem um erro associado (*margem de erro*). Quanto maior a amostra, mais próxima do universo, então menor é o erro. A leitura dos dados é sempre estatística – situa-se dentro de determinadas margens - e não numérica.
- 4. Nível de confiança** de 95% significa que, se fossem realizados 100 levantamentos simultâneos com a mesma metodologia, em 95 deles os resultados estariam dentro da margem de erro prevista.

## Observações Gerais

- ✓ Os resultados significativos encontram-se destacados em linha contínua , enquanto que os tendenciais (dentro da margem de erro) em linha pontilhada  .
- ✓ Citações inferiores a 0,5% estão representadas nas tabelas por “0” nenhuma citação por “–”.
- ✓ Em alguns gráficos e tabelas os resultados das perguntas com resposta única não somam exatamente 100%, variam de 99% a 101%, devido a arredondamentos.
- ✓ Nos gráficos e tabelas os resultados estão em percentual e as bases em números absolutos.



**1.** Metodologia

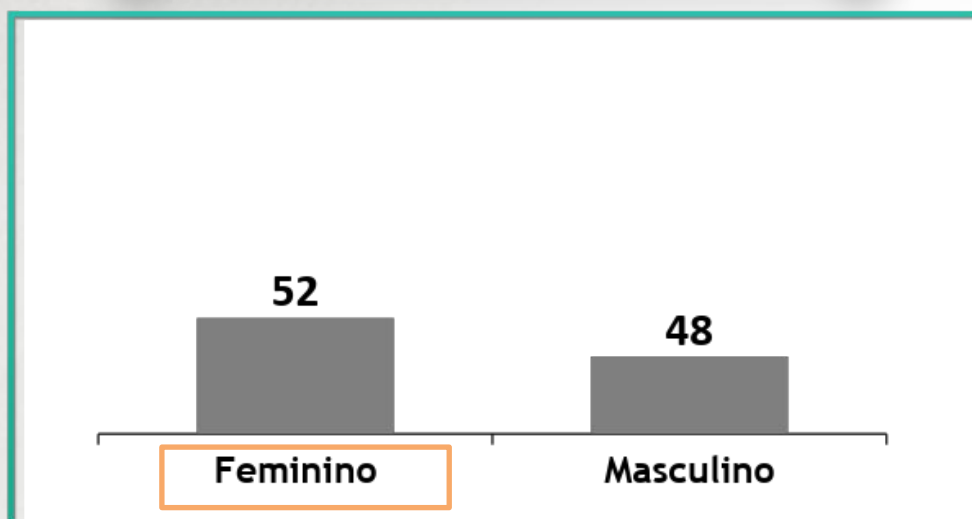
**2.** Perfil demográfico

**3.** Grau de informação sobre financiamento eleitoral

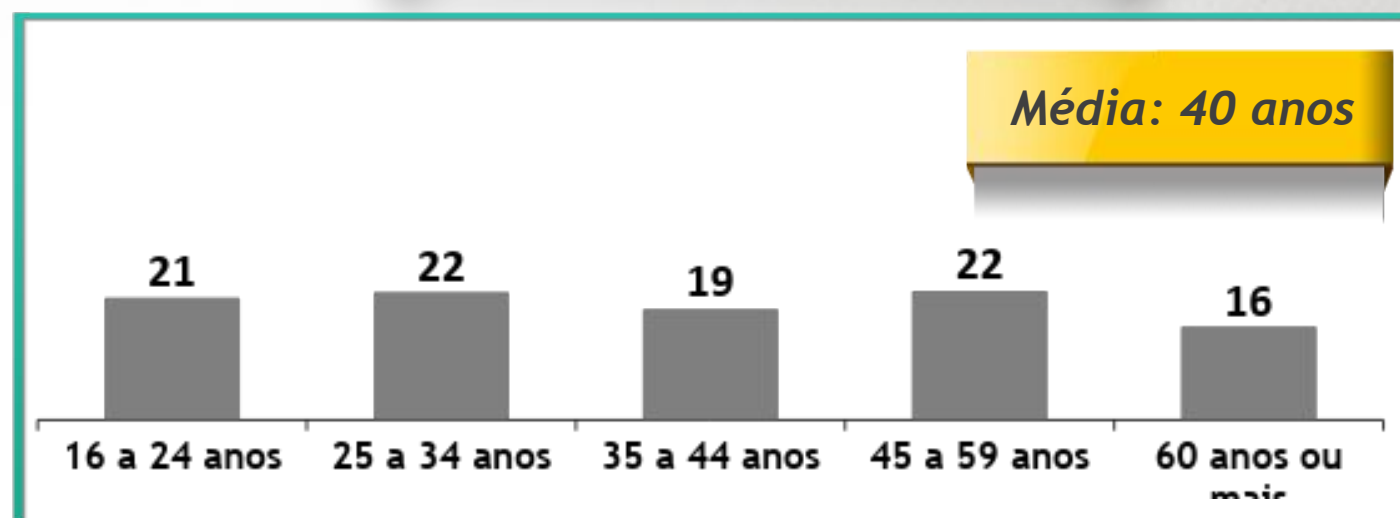
**4.** Posição em relação ao financiamento de campanhas eleitorais pela indústria

**5.** Principais Resultados

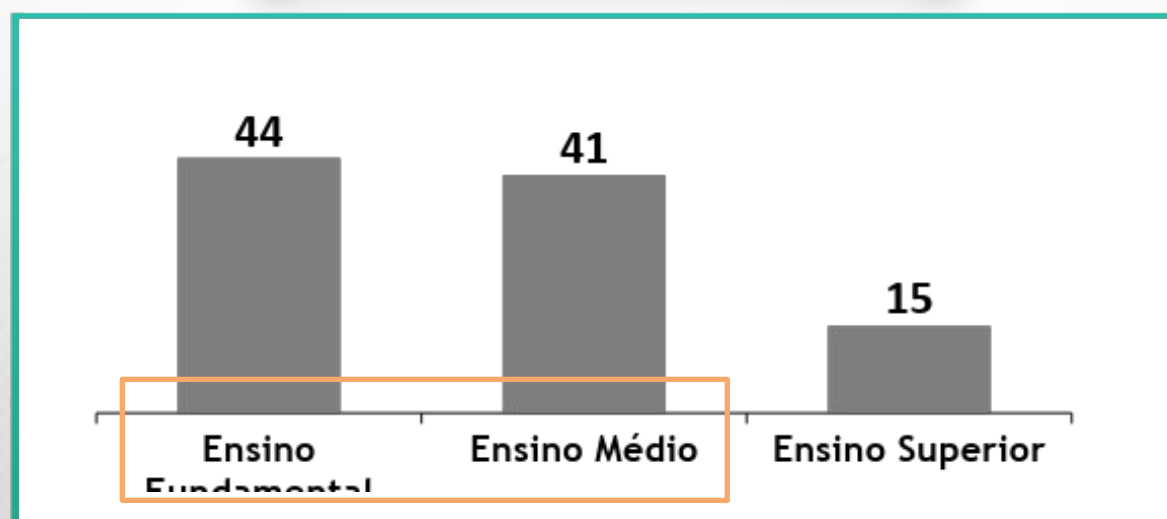
## Sexo



## Idade



## Escolaridade

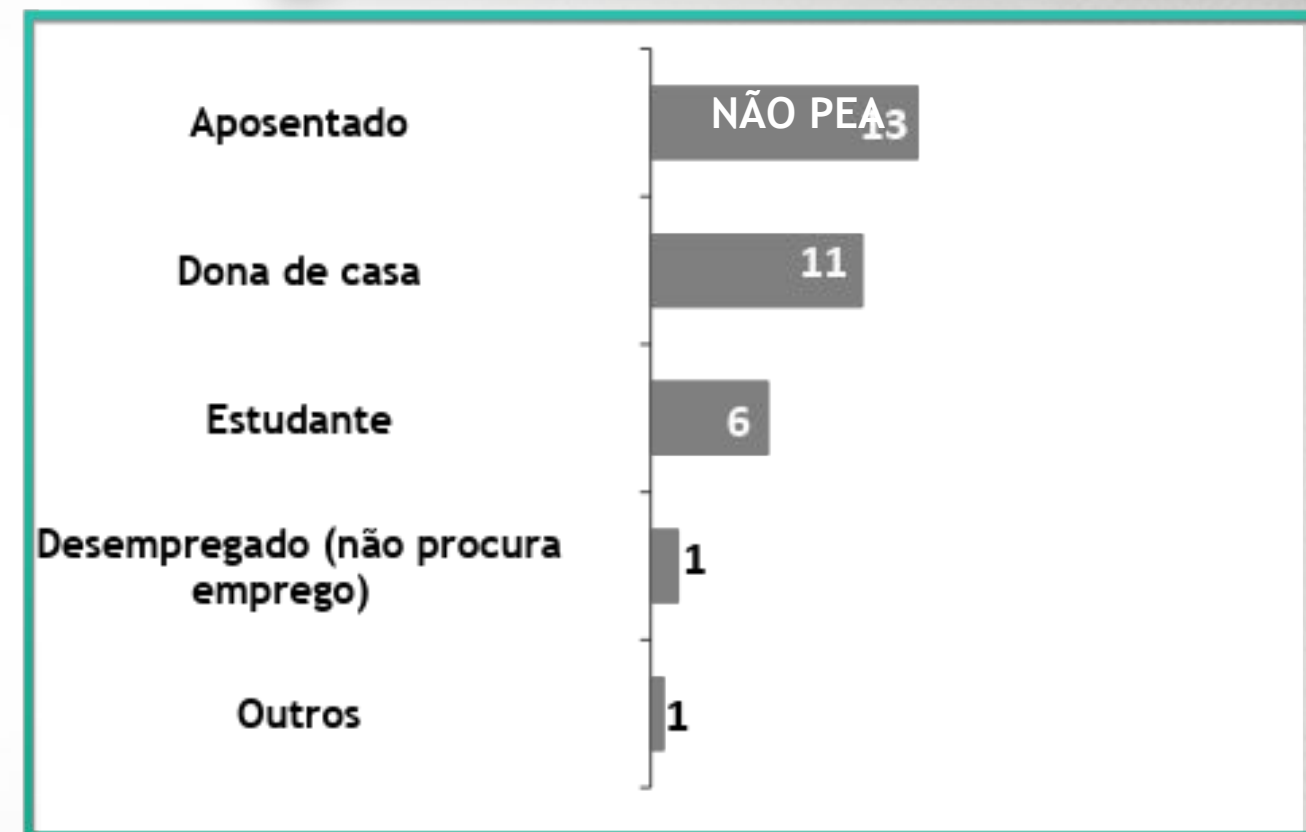


O perfil dos entrevistados reflete a distribuição da população brasileira de 16 anos ou mais, com ligeira preponderância do **sexo feminino**, média de idade igual a **40 anos** e escolaridade concentrada nos graus **Fundamental e Médio**.

## PEA\*



## Não PEA\*



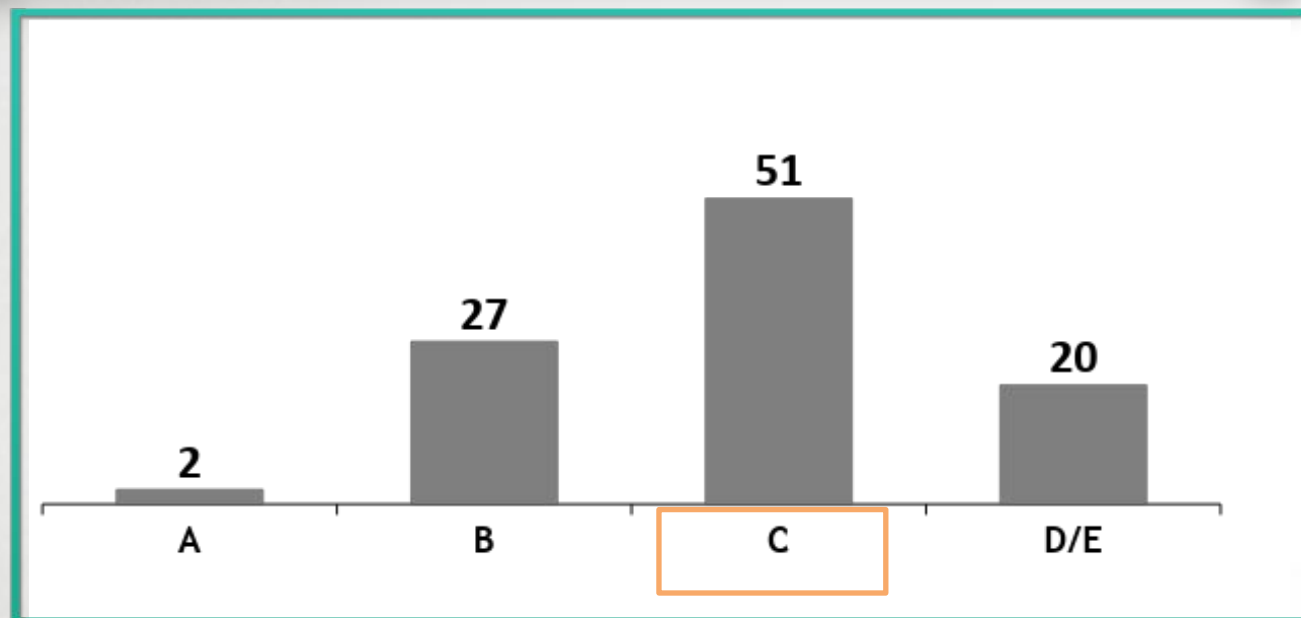
Sete de cada dez brasileiros fazem parte do **mercado de trabalho**, com destaque para **assalariado registrado**.

\*População Economicamente Ativa  
Base Total da Amostra: 2.103 entrevistas.

P. Atualmente, você trabalha? Na sua ocupação principal você é: \_\_. Você estuda, é aposentado, é dona-de-casa ou está desempregado?

## Classificação Econômica

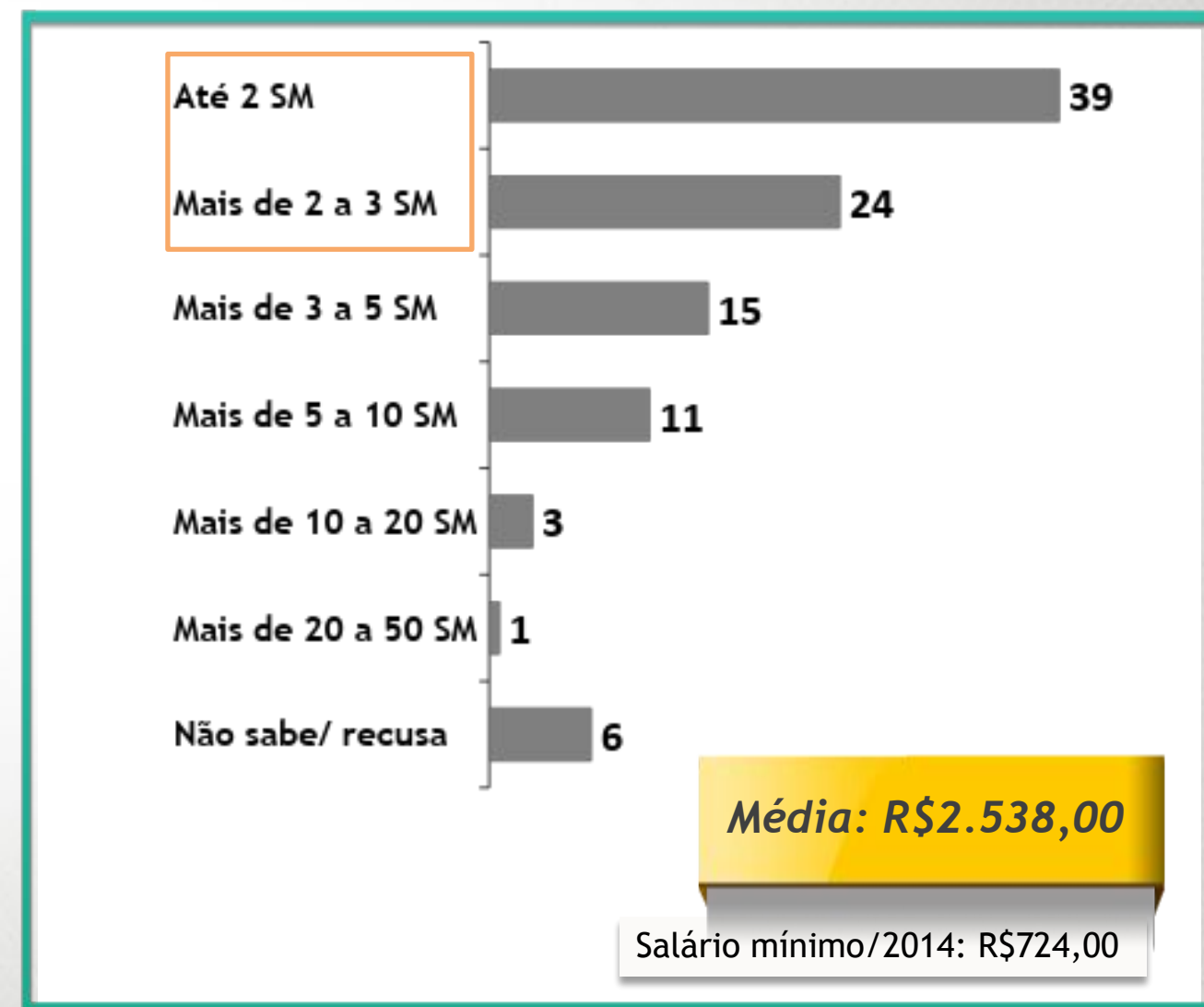
- Critério Brasil -



Cerca de metade da população encontra-se na **classe C**.

A **renda média familiar** totaliza R\$2.538 por mês, o que equivale a **3,5 salários mínimos**.

## Renda Familiar Mensal



**1.** Metodologia

**2.** Perfil demográfico

**3.** Grau de informação sobre financiamento eleitoral

**4.** Posição em relação ao financiamento de campanhas eleitorais pela indústria

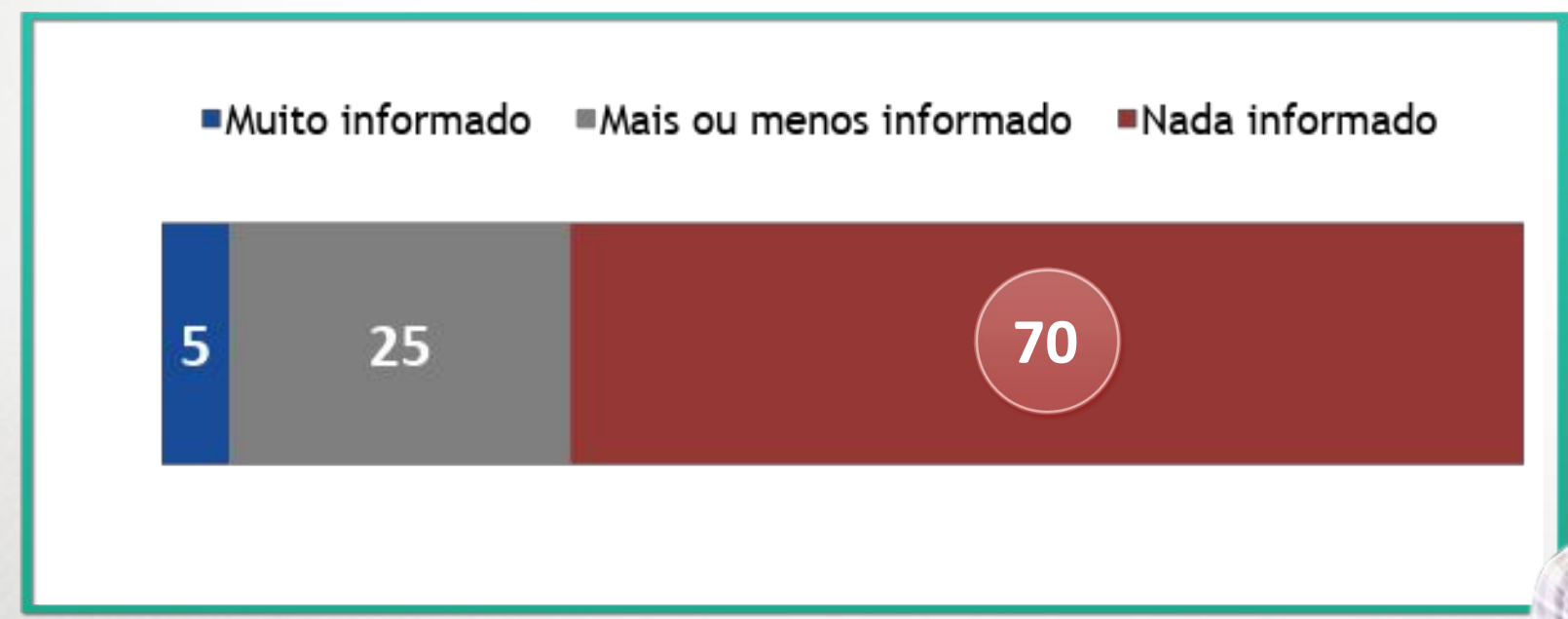
**5.** Principais Resultados

# Grau de informação sobre financiamento eleitoral (Em %)

## Grau de informação sobre doações para financiamento de campanhas eleitorais

- Estimulada e única - escala de 3 pontos

Sete de cada dez brasileiros declaram-se **nada informados** sobre doações para financiamento de campanhas eleitorais. Uma pequena parcela julga-se **muito informada**.



Base Total da Amostra: 2.103 entrevistas.

P. Para a próxima eleição, você diria que está nada, mais ou menos ou muito informado sobre pessoas ou empresas que fazem doações para financiar as campanhas eleitorais?

# Grau de informação sobre financiamento eleitoral

(Em %)

## Grau de informação sobre doações para financiamento de campanhas eleitorais

- Estimulada e única - escala de 3 pontos

Os dados indicam que o grau de informação sobre doações está relacionado com a escolaridade, renda familiar e classe econômica, ou seja, o grau de informação cresce à medida que aumentam a instrução, a renda familiar e classe.

	TOTAL	SEXO		IDADE					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR (em salários mínimos)					CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA			
		Masculino	Feminino	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Até 2	Mais de 2 a 3	Mais de 3 a 5	Mais de 5 a 10	Mais de 10	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D/E
Muito informado	5	7	3	5	5	6	5	4	3	6	7	4	6	6	5	13	10	7	4	3
Mais ou menos informado	25	27	22	27	28	24	22	19	18	27	36	21	24	24	34	36	41	29	24	19
Nada informado	70	66	75	68	67	70	73	77	79	67	57	75	70	70	61	50	49	64	72	78
Base	2.074	1002	1072	441	482	402	440	309	816	905	353	791	487	334	227	88	57	579	1060	378

Base Total da Amostra: 2.103 entrevistas.

P. Para a próxima eleição, você diria que está nada, mais ou menos ou muito informado sobre pessoas ou empresas que fazem doações para financiar as campanhas eleitorais?

## Grau de informação sobre doações para financiamento de campanhas eleitorais

- Estimulada e única - escala de 3 pontos

A falta de informação é indicativamente mais expressiva nas regiões Sudeste, Nordeste e Norte/Centro-Oeste.

	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO	
		Sul	Sudeste	Norte/ Centro- Oeste	Nordeste	Regiões Metropo- litanas	Interior
Muito informado	5	6	6	4	2	6	4
Mais ou menos informado	25	27	23	21	25	24	25
Nada informado	70	67	72	75	73	70	71
Base	2.074	881	538	322	333	838	1236

Base Total da Amostra: 2.074 entrevistas.

P. Para a próxima eleição, você diria que está nada, mais ou menos ou muito informado sobre pessoas ou empresas que fazem doações para financiar as campanhas eleitorais?



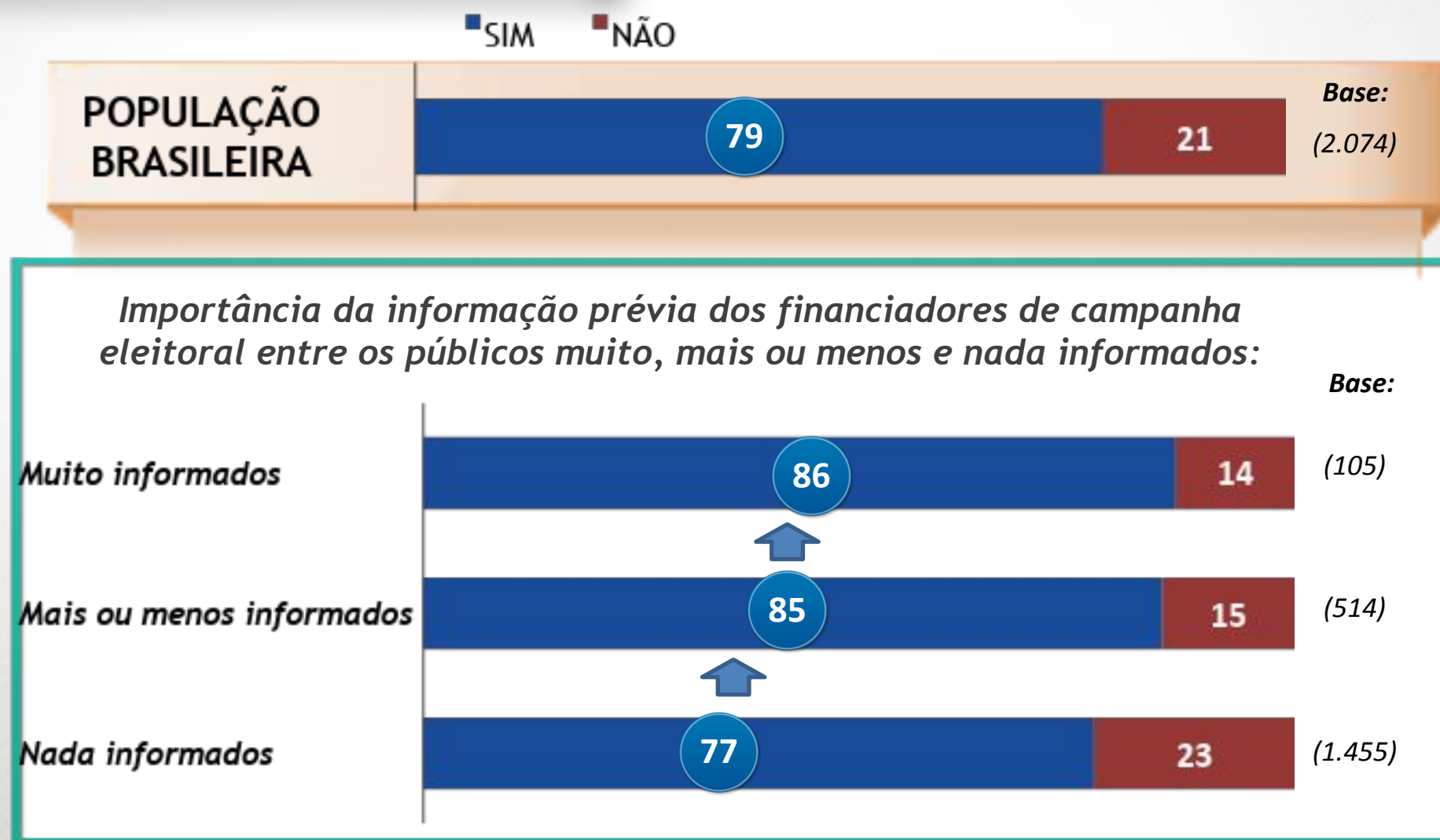
# Grau de informação sobre financiamento eleitoral

(Em %)

## Importância sobre informação prévia dos financiadores de campanha eleitoral antes da eleição

- Estimulada e única -

A maioria dos brasileiros julga importante saber previamente, antes da eleição, quem são os doadores de campanhas eleitorais. Essa necessidade cresce conforme aumenta o grau de informação sobre o financiamento de campanha.



Base Total da Amostra: 2.074 entrevistas.

P. Hoje, as informações sobre financiamento eleitoral dos candidatos são publicadas pelo Tribunal Superior Eleitoral após as eleições. Você acha importante saber quem são os doadores de cada candidato antes de você definir o seu voto?

# Grau de informação sobre financiamento eleitoral

(Em %)

## Importância sobre informação prévia dos financiadores de campanha eleitoral antes da eleição

*(População Brasileira)*

- Estimulada e única -

A importância de conhecimento prévio da identidade dos financiadores de campanha eleitoral cresce conforme diminui a faixa etária e aumentam o grau de escolaridade, renda familiar e classe econômica. Por outro lado, os que não julgam essa atitude importante são um pouco mais frequentes entre os mais velhos e menos privilegiados educacional e economicamente.

	TOTAL	SEXO		IDADE					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR (em salários mínimos)					CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA			
		Masculino	Feminino	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Fundamental	Médio	Superior	Até 2	Mais de 2 a 3	Mais de 3 a 5	Mais de 5 a 10	Mais de 10	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D/E
Sim	79	79	79	85	82	81	76	69	71	85	86	74	80	84	89	90	91	86	79	70
Não	21	21	21	15	18	19	24	31	29	15	14	26	20	16	11	10	9	14	21	30
Base	2.074	1002	1072	441	482	402	440	309	816	905	353	791	487	334	227	88	57	579	1060	378

Base Total da Amostra: 2.074 entrevistas.

P. Hoje, as informações sobre financiamento eleitoral dos candidatos são publicadas pelo Tribunal Superior Eleitoral após as eleições. Você acha importante saber quem são os doadores de cada candidato antes de você definir o seu voto?

## Importância sobre informação prévia dos financiadores de campanha eleitoral antes da eleição

*(População Brasileira)*

- Estimulada e única -

A importância da informação prévia é tendencialmente mais significativa entre os que se julgam muito e mais ou menos informados sobre doações eleitorais.

	TOT AL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO		GRAU DE INFORMAÇÃO		
		Sul	Sudeste	Norte Centr o-Oes te	Nord este	Regiões Metrop o- litanas	Interior	Muito informa do	Mais ou menos informa do	Nada informa do
Sim	79	82	79	73	78	82	78	86	85	77
Não	21	18	21	27	22	18	22	14	15	23
Base	2.074	881	538	322	333	838	1236	105	514	1455

Base Total da Amostra: 2.074 entrevistas.

P. Hoje, as informações sobre financiamento eleitoral dos candidatos são publicadas pelo Tribunal Superior Eleitoral após as eleições. Você acha importante saber quem são os doadores de cada candidato antes de você definir o seu voto?

**1.** Metodologia

**2.** Perfil demográfico

**3.** Grau de informação sobre financiamento eleitoral

**4.** Posição em relação ao financiamento de campanhas eleitorais pela indústria

**5.** Principais Resultados

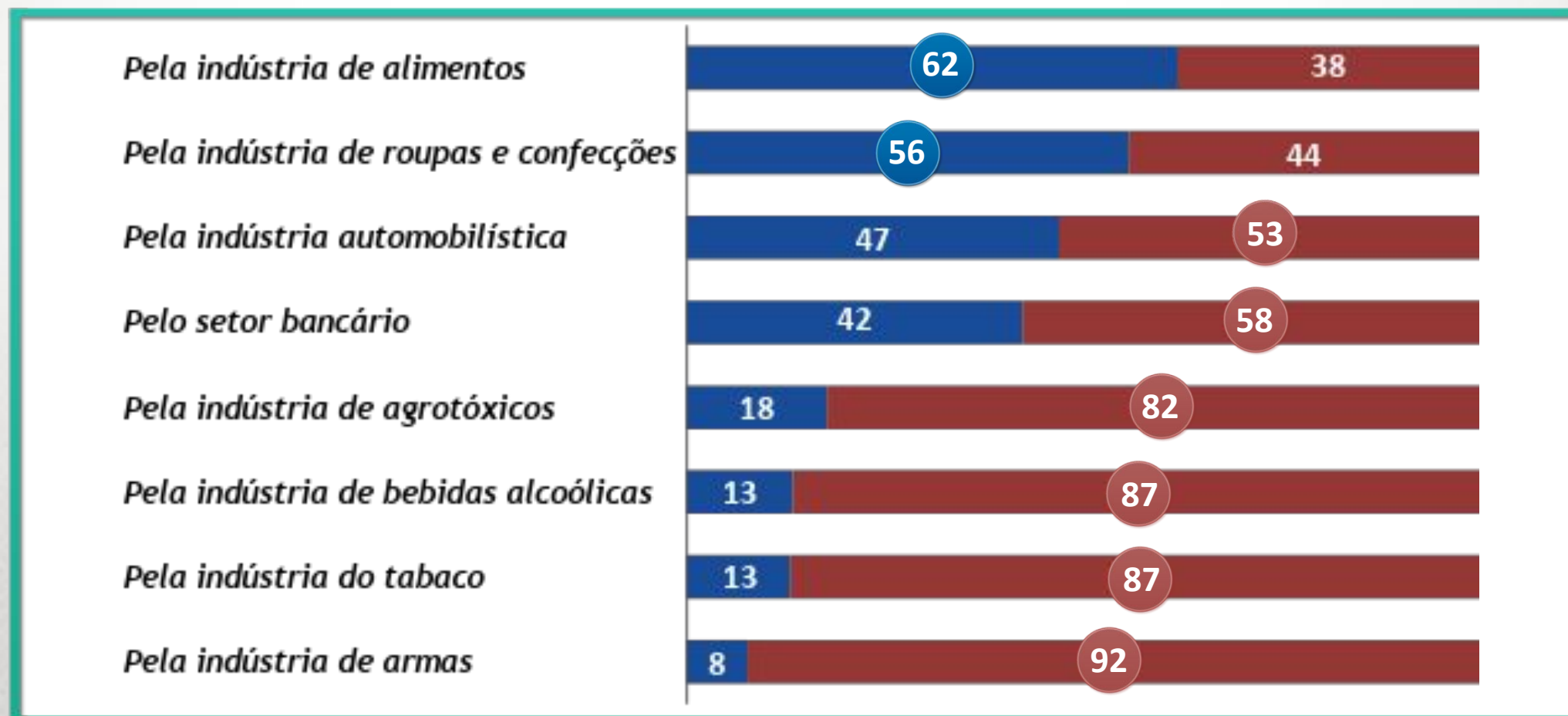
## Posição em relação ao financiamento de campanhas eleitorais pela indústria

- Estimulada e múltipla -

Um pouco mais da metade dos brasileiros votaria em candidatos financiados pelas indústrias de alimentos e roupas/confecções. Porém, a maioria não daria seu voto caso soubesse que eles receberam dinheiro das indústrias de armas, tabaco, bebidas alcoólicas e agrotóxicos. Há também certa restrição quanto ao custeio de campanhas pelo setor bancário e automobilístico.

Você votaria num candidato caso soubesse que ele foi financiado...

■ SIM ■ NÃO



Base Total da Amostra: 2.074 entrevistas.

P. Você votaria num candidato caso soubesse que ele foi financiado \_\_\_\_?

# Grau de informação sobre financiamento eleitoral

(Em %)

## Posição em relação ao financiamento de campanhas eleitorais pela indústria

- Estimulada e múltipla -

A ordenação entre as diferentes indústrias se mantém em todos os segmentos quase da mesma forma, apesar de algumas variações de intensidade - aceitação ligeiramente mais positiva nos segmentos mais jovens. Nota-se uma tendência de maior aceitação da indústria automobilística em relação aos bancos nos segmentos mais escolarizados e mais afluentes.

### Responderam SIM (%)

Você votaria num candidato caso soubesse que ele foi financiado...

	TOT AL	SEXO		IDADE					ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR (em salários mínimos)					CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA			
		Masc ulino	Femin ino	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Funda- menta l	Médio	Superio r	Até 2	Mais de 2 a 3	Mais de 3 a 5	Mais de 5 a 10	Mais de 10	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D/E
Pela indústria de <b>alimentos</b>	<b>62</b>	64	60	70	62	60	62	51	61	62	64	63	58	65	70	64	71	62	60	66
Pela indústria de <b>roupas e confecções</b>	<b>56</b>	59	53	59	59	58	54	47	53	56	62	57	51	59	64	52	71	56	55	54
Pela indústria <b>automobilística</b>	<b>47</b>	50	44	51	51	47	44	38	43	48	55	43	46	49	62	49	65	49	47	43
Pelo setor <b>bancário</b>	<b>42</b>	43	41	48	46	41	39	35	43	41	44	43	40	46	48	43	46	42	42	43
Pela indústria de <b>agrotóxicos</b>	<b>18</b>	20	16	23	19	16	14	14	16	18	21	18	16	17	22	17	26	16	18	19
Pela indústria de <b>bebidas alcoólicas</b>	<b>13</b>	16	11	15	16	15	11	9	10	14	21	11	13	16	17	26	21	16	12	12
Pela indústria do <b>tabaco</b>	<b>13</b>	15	11	14	17	12	12	7	10	14	19	12	13	14	15	19	17	14	13	12
Pela indústria de <b>armas</b>	<b>8</b>	10	5	9	9	7	7	5	6	8	13	6	8	8	10	14	9	10	7	6
Base	2.074	1002	1072	441	482	402	440	309	816	905	353	791	487	334	227	88	57	579	1060	378

Base Total da Amostra: 2.074 entrevistas.

P. Você votaria num candidato caso soubesse que ele foi financiado \_\_\_\_?

## Posição em relação ao financiamento de campanhas eleitorais pela indústria

- Estimulada e múltipla -

Há tendência discreta de maior aceitação no Nordeste, no Interior e entre os que se consideram menos informados.

### Responderam SIM

*Você votaria num candidato caso soubesse que ele foi financiado...*

	TOTAL	REGIÃO				NATUREZA DO MUNICÍPIO		GRAU DE INFORMAÇÃO		
		Sul	Sudeste/	Norte Centro-Oeste	Nordeste	Regiões Metropolitanas	Interior	Muito informado	Mais ou menos informado	Nada informado
Pela indústria de alimentos	62	59	65	58	69	59	64	56	65	61
Pela indústria de roupas e confecções	56	53	58	55	61	53	57	46	58	56
Pela indústria automobilística	47	44	49	43	55	45	48	39	49	47
Pelo setor bancário	42	39	48	38	46	39	45	35	46	42
Pela indústria de agrotóxicos	18	15	19	20	19	14	20	20	21	16
Pela indústria de bebidas alcoólicas	13	12	12	18	15	11	15	14	16	13
Pela indústria do tabaco	13	11	13	18	14	10	15	13	15	12
Pela indústria de armas	8	7	6	13	6	6	9	4	10	7
Base	2.074	881	538	322	333	838	1236	105	514	1455

Base Total da Amostra: 2.074 entrevistas.

P. Você votaria num candidato caso soubesse que ele foi financiado \_\_\_\_?

- 1. Metodologia**
- 2. Perfil demográfico**
- 3. Grau de informação sobre financiamento eleitoral**
- 4. Posição em relação ao financiamento de campanhas eleitorais pela indústria**

## **5. Principais Resultados**



## Grau de informação sobre doações para campanhas

- ✓ A maior parte dos brasileiros (70%) julga-se **nada informada** a respeito de pessoas ou empresas que fazem doações para financiamento de campanhas eleitorais → *essas pessoas encontram-se principalmente entre os menos escolarizados, com menor renda familiar e classe econômica mais baixa.*
- ✓ E também a maioria (79%) acha importante saber, antes das eleições, **quem são os doadores de campanhas** → *os mais interessados em saber estão mais presentes entre os jovens, os mais privilegiados educacional e economicamente e entre os que se julgam muito ou mais ou menos informados.*

## Voto em candidato apoiado por alguns setores

- ✓ Não há unanimidade quanto ao apoio dos setores econômicos. A maioria afirma que votaria num candidato apoiado pelas indústrias de **alimentos** (62%) e de **roupas/confecção** (56%). Porém, mesmo para estas indústrias mais aceitas, o índice de “não votaria” é expressivo (38% e 44% não votariam).
- ✓ Por outro lado, a grande maioria não votaria em candidatos que aceitassem doações das indústrias de **armas** (92%), **tabaco** (87%), **bebidas alcoólicas** (87%) e de **agrotóxico** (82%), setores dos quais seria esperada uma conotação mais negativa.
- ✓ As opiniões estão um pouco divididas quando se trata do financiamento pela indústria **automobilística** (47% sim e 53% não) e pelo setor **bancário** (42% sim e 58% não), com leve ênfase do grupo que rejeita essas associações.



# OPINIÃO SOBRE FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS

*- Relatório em setembro de 2014 -*



**Datafolha**  
INSTITUTO DE PESQUISAS

**ACT**br  
Aliança de Controle do Tabagismo