

DEMOCRACIA E REPRESENTAÇÃO NAS ELEIÇÕES DE 2018: CAMPANHAS ELEITORAIS, FINANCIAMENTO E DIVERSIDADE DE GÊNERO

Coordenação: Catarina Barbieri e Luciana Ramos (FGV DIREITO SP), em parceria com Ciro Biderman e George Avelino (CEPESP – EESP/EAESP).

EQUIPE DE PESQUISA

Fernanda Moraes

Hannah Maruci Aflalo

Ivan Mardegan

Juliana Fabbron Marin Marin

Laís Menegon Youssef

FOCO DA PESQUISA

A presente pesquisa tem por objetivo responder, fundamentalmente, às seguintes perguntas ao longo dos dois anos da pesquisa:

- ano 1 (ago-2018 a jun-2019): *Quem e quantas são as mulheres recrutadas nas eleições 2018? Os partidos e coligações cumprem a lei de cotas de gênero? Como as mulheres são inseridas no jogo político eleitoral no Brasil, ou seja, quais recursos os partidos políticos lhes franqueiam durante a campanha eleitoral, sejam eles financeiros ou simbólicos? Quanto do tempo de rádio e TV as mulheres recebem de seus partidos políticos? Como as mulheres usam as redes sociais, em especial o Facebook, em suas campanhas? Ao final do processo eleitoral, quem são as eleitas (perfis e trajetórias)?*
- ano 2 (jul-2019 a jul-2020): *Quais interesses estas mulheres representam depois de eleitas, isto é, qual o teor das propostas legislativas que as parlamentares apresentam e em quais propostas elas votam?*

Além dessas perguntas, o projeto visa também responder a uma pergunta de capital importância para o direito eleitoral brasileiro: *o que são candidatas ou candidaturas laranja (ou fantasma) e como esse fenômeno vem sendo tratado pelos tribunais no Brasil.*

Para alcançar os resultados da Fase 1 da pesquisa, ora apresentados, vale fazer alguns esclarecimentos. Nosso foco foi as eleições proporcionais de 2018 para a Câmara dos Deputados. Neste primeiro ano, o estudo das candidaturas foi estruturado a partir da análise de cinco principais temas com os seguintes recortes metodológicos:

1. A participação das mulheres nas eleições de 2018

Recorte metodológico: mulheres e homens eleitos ao cargo de deputado federal nas eleições de 2018.

2. O perfil de ingresso e trajetória das deputadas federais eleitas

Recorte metodológico: mulheres eleitas ao cargo de deputado federal nas eleições de 2014 e 2018.

3. Financiamento de campanha

Recorte metodológico: mulheres e homens candidatos e eleitos ao cargo de deputado federal nas eleições de 2014 e 2018.

4. Tempo de propaganda eleitoral nas mídias tradicionais (rádio e TV)

Recorte metodológico: candidatas ao cargo de deputado federal por São Paulo nas eleições de 2018.

5. Monitoramento da rede social Facebook

Recorte metodológico: candidatas ao cargo de deputado federal por São Paulo nas eleições de 2018.

RESULTADOS

1. A participação das mulheres nas eleições de 2018

O objetivo deste capítulo foi investigar o cumprimento das cotas de gênero para candidaturas à Câmara Federal em 2018 e a destinação de recursos do Fundo Partidário (FP) e do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC). Buscou-se verificar se os partidos políticos e/ou coligações cumpriram com o percentual mínimo de candidaturas de mulheres (previsto no art. 10, §3º, da Lei Federal nº. 9.504, de 1997) e com o percentual mínimo de destinação de recursos oriundos dos fundos públicos para candidaturas femininas (Resolução nº 23.568/2018 do TSE).

- Nas eleições de 2018, dados do TSE¹ revelam que:
 - do total de 26.178 candidaturas aptas a todos os cargos em disputa, 31%, eram mulheres (8.104 candidaturas femininas aptas).
 - nas candidaturas ao cargo de deputado federal, do total de 7.689 candidaturas aptas, 31,6% eram de mulheres e 68,4% de homens.
- Considerados individualmente, será que todos os partidos e coligações cumpriram a obrigação legal de reserva dos 30%?
 - nas coligações (considerando todos os estados da federação), 44 das 316 coligações/listas não cumpriram com a cota de 30% de candidaturas femininas ao cargo de deputado federal.

¹ Dados do site do TSE, disponíveis em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais>. Acessado em 27.02.2019.

- Amazonas, Ceará, Alagoas e Rio Grande do Norte foram os estados que mais possuem coligações que não observaram a cota de 30% (para saber quais, vide Anexo I do Relatório completo).
- Acre, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e São Paulo foram os estados em que todas as listas tiveram no mínimo 30% de candidaturas femininas.
- Quanto aos dados gerais relativos à presença de mulheres na Câmara Federal, o Brasil ainda está nas últimas posições no ranking de participação de mulheres no Parlamento da União Interparlamentar (IPU)²: de 193 países, o Brasil está na 133ª posição e, juntamente com o Paraguai, o Brasil é o pior colocado entre os países da América do Sul e está bem abaixo da média das Américas, que é de 30,3%.
- O aumento do número de mulheres na Câmara Federal tem aumentado devagar: logo antes da redemocratização, em 1982, eram apenas 5 deputadas federais de um total de 479 cadeiras (1% dos assentos). Duas décadas depois, em 2010, eram 45 deputadas em 513 cadeiras (8,8%). Em 2014, 51 deputadas (9,9%), chegando a 2018 com 77 (15%).
- O recorte de raça, porém, mostra que há ainda uma significativa desigualdade que não diz respeito apenas ao gênero. Na atual legislatura, as mulheres negras representam apenas 2,5% (13 eleitas) do total de eleitos, enquanto as mulheres brancas são 12,28% (63 eleitas), os homens negros 22,02% (113 eleitos) e os homens brancos 62,57% (321 eleitos).

2. Perfil de ingresso e trajetórias das deputadas federais eleitas

O objetivo deste capítulo foi compreender o perfil das mulheres eleitas ao cargo de deputado federal nas eleições de 2018 e aprofundar o entendimento sobre o que (e quem) são essas ingressantes, tendo como comparação as deputadas federais eleitas em 2014.

- **Trajetória Eleitoral:** entende-se por trajetória eleitoral o fato da deputada já ter disputado cargos eletivos antes, e, se o fez, a quais cargos competiu e quais foi vitoriosa. Para descrever o perfil de ingresso das mulheres eleitas, foram criadas quatro categorias relativas às trajetórias dentro da política: (i) Novatas na política (deputadas federais eleitas em 2018 que nunca disputaram eleições anteriormente); (ii) Novatas na Câmara Federal (que já foram eleitas para outros cargos, mas que nunca disputaram uma cadeira dentro da Câmara Federal anteriormente); (iii) Reeleitas à Câmara Federal; e (iv) tentantes (são mulheres que já têm experiência como candidatas, pois já disputaram anteriormente outras eleições sem sucesso).

² Dados disponíveis no link: <http://archive.ipu.org/wmn-e/classif.htm>. Acessado em 27.02.2019.

A partir desta categorização das deputadas federais eleitas em 2014 e 2018, chegaram-se aos seguintes resultados:

- Considerando-se as 51 deputadas federais eleitas em 2014 *versus* as 77 eleitas em 2018, constatamos que há um aumento significativo de 19,6% para 27,3% de "novatas na política":
 - Em 2018, 41,6% (32) das deputadas federais são reeleitas à Câmara Federal; 27,3% (21) são novatas na política; 26% (20) são novatas na Câmara Federal; 5,2% (4) são Tentantes.
 - Em 2014, 39,2% (20) são reeleitas; 33,3% (17) são novatas na Câmara Federal; 19,6% (10) são novatas na política; e 7,8% (4) são tentantes.
- O **cargo eletivo mais disputado** anteriormente pelas deputadas federais eleitas, tanto em 2014, quanto em 2018 é o de deputado federal. Porém, em 2014 o segundo cargo mais disputado foi o de deputado estadual, enquanto que o da legislatura eleita em 2018 foi o de vereador. Dentre as 77 deputadas federais eleitas em 2018, o cargo de deputado federal foi o mais conquistado: 41,6% (36) já o ocuparam. No caso das 51 deputadas federais eleitas em 2014, diferentemente de 2018, o **cargo eletivo mais ocupado** foi o de deputado estadual, com 43,1% (22).
 - Os cargos de vice-prefeito e governador, apesar de terem sido disputados, não foram ocupados anteriormente por nenhuma das deputadas federais eleitas de 2014 e 2018.
- **Trajatória e Capital Político:** a trajetória política das deputadas federais eleitas em 2014 e 2018 consiste em dados sobre tempo de filiação³; números de partidos aos quais as deputadas já foram filiadas; quantas já ocuparam cargos políticos não eletivos; quantas já ocuparam cargos dentro de partidos; e quantas participam (ou participaram) de movimentos sociais e/ou ONGs. Em seguida apresentamos a origem e a distribuição dos capitais políticos das deputadas federais eleitas em 2014 e 2018, inspirados na classificação proposta por Miguel et al (2015):
 - No que se refere ao **tempo de filiação**, apenas 7,8% (4) das deputadas federais eleitas em 2014 tinham até 1 ano de filiação ao partido pelo qual disputaram a corrida eleitoral na época, o que é substantivamente inferior a 2018, em que esse número correspondeu a 37,7% (29).

³ Tempo de filiação (em anos) ao partido pelo qual a deputada disputou a eleição em 2018.

- Dentre as 77 deputadas eleitas em 2018, as 21 **novatas na política** chamam atenção, pois seu tempo médio de filiação é de 1,9 anos⁴. Dessas 21 deputadas novatas, 72,2% (16) filiaram-se ao partido pelo qual disputaram as eleições de 2018 no mesmo ano.
- Das eleitas em 2014, estima-se que 27,5% já ocuparam **cargos em partidos**, sendo um número proporcionalmente maior do que o de 2018, cujo número corresponde a 16,9% das deputadas federais.
- Tendo em vista os **cargos políticos não eletivos**, 39% (30) das deputadas federais eleitas em 2018 já ocuparam algum cargo político não eletivo antes de disputar as eleições de 2018. Destas, 26 já ocuparam, mais especificamente, cargos de Secretárias [de Estados e/ou Municípios] ou Ministras de Estado. Em comparação com 2014, em 2018 houve um aumento substantivo no número de deputadas federais que nunca ocuparam cargos políticos não eletivos antes - de 45,1% (23) em 2014 para 61% (47) em 2018.
- Pode-se afirmar que, em geral, as novatas na política eleitas em 2018 possuem menos experiência que as de 2014. Aquelas filiaram-se pela primeira vez a um partido no ano em que concorreram à eleição, diferentemente destas, cuja maioria já possuía uma trajetória partidária no partido em que disputaram. Além disso, as deputadas federais eleitas em 2018 demonstraram terem tido menos participação em cargos políticos não eletivos, bem como em cargos dentro de partidos.
- No que se refere aos **capitais políticos**, no caso da legislatura eleita em 2018, é possível perceber que entre todos os tipos de capital político, o capital familiar é o mais presente (49,4%, 38 deputadas), seguido do capital político do próprio campo (44,2%, 34 deputadas). Em terceiro lugar está o capital advindo de movimentos sociais (26%, 20 deputadas), seguido do capital midiático (16,9%, 13 deputadas), religioso (11,7%, 9 deputadas) e sindical (10,4%, 8 deputadas).
 - O que chama atenção nas deputadas eleitas em 2018 que detém capital midiático é que das 13, 10 são novatas na política.

⁴ Este número conta com a distorção: a deputada Professora Rosa (PT-MT) que possui 31 anos de filiação. Retirando esta deputada do cálculo, há uma expressiva mudança: a média do tempo de filiação cai para 0,4 anos, conforme melhor detalhado no relatório da presente pesquisa.

- A diferença entre 2014 e 2018 aparece nos três últimos capitais: em 2014, o capital sindical teve uma presença maior (17,6%, 9 deputadas), seguido do capital religioso (9,8%, 5 deputadas) e, por fim, do capital midiático (7,8%, 4 deputadas).
 - Em 2018, é possível afirmar que o capital midiático ganhou maior destaque entre as eleitas.
- Olhando mais especificamente para o **capital familiar**, em 2018 a principal fonte de capital familiar entre as mulheres eleitas é o marido (29,9%, 23 deputadas), seguida do pai (13%, 10 deputadas), bem como ocorre em 2014, porém, na legislatura anterior, a concentração era maior: 39,2% (20) tinham capital familiar advindo do marido e 17,6% (9), do pai.
- É possível verificar que em ambas as legislaturas o papel do capital político familiar é relevante. O que se observa em 2018, que difere de 2014, é o capital midiático ter aumentado em relevância, em contraposição à queda de presença do capital sindical.
- **Movimentos de Renovação Política:** foram considerados MSRP grupos que se estruturam por meio de três eixos: (i) capacitação técnica; (ii) treinamento e auxílio para campanhas; e (iii) formulação de uma agenda comum de propostas. A partir disso chegamos na seguinte lista e no seguinte resultado:
 - Movimento Agora!; Renova Brasil; Acredito; Vote Nelas; Ocupa Política; Livres; Raps; Nós; Frente Favela Brasil; Brasil 21; Movimento Brasil Livre (MBL).
 - Das 77 deputadas federais eleitas em todo o Brasil, 7 - aproximadamente 9% - possuem vínculos a movimentos de renovação.
- **Espectro ideológico:** adotamos a classificação de Power e Zucco (2009) e atualizada pelo trabalho mais recente de Power e Rodrigues-Silveira (2019). A partir disso chegamos aos seguintes resultados:
 - Das 77 deputadas eleitas para a Câmara Federal em 2018, 35 (ou seja, 45,5%) estão ligadas à partidos de direita, enquanto que 28 (36,4%) são de partidos de esquerda, e 14 (18,2%) de partidos de centro. Em relação à 2014, das 51 deputadas federais, 16 (ou seja, 31,4%) estavam em partidos considerados de direita, enquanto que 21 (41,2%) estavam em partidos de esquerda, e 14 (27,5%) em partidos de centro.
 - De 2014 à 2018, a porcentagem de mulheres eleitas por partidos de direita teve aumento de 14,1%, enquanto que as eleitas por partidos de centro diminuíram 9,3%, e as de partido de esquerda diminuíram 4,8%.

3. Financiamento de campanha

As regras eleitorais que regeram as eleições de 2018 sofreram mudanças substanciais se comparadas às de 2014. Tais modificações tiveram efeitos decisivos em como o jogo eleitoral se desenvolveu. As principais mudanças foram a **criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC)**, criado pela Lei nº 13.487/2017 e a **proibição do financiamento de campanha por empresas**. O fundo público totalizou em 2018 um valor maior que R\$ 1,7 bilhão e foi distribuído entre os partidos de acordo com critérios estabelecidos pela Resolução - TSE nº 23.568/2018. Além disso, em relação à representação política de mulheres, foi instituído que **30% do FEFC deveria ser direcionado às candidaturas femininas**, o que gerou uma grande expectativa em relação ao aumento de mulheres ocupando cadeiras eletivas. Uma análise do cumprimento dessas regras, dos dados de financiamento e da distribuição de recursos levando em conta os marcadores de gênero e raça apontam para as seguintes conclusões:

- A maioria dos partidos (45,7%) não deixou claro se os 30% do FEFC que deveriam ser reservados para candidaturas femininas seriam destinados às candidaturas proporcionais ou majoritárias. A grande variação entre as resoluções apresentadas pelos partidos sobre a distribuição do FEFC e a falta de padronização dos critérios demonstra a necessidade de uma maior regulação por parte do TSE.
- Apesar de a regulação impor um direcionamento mínimo de recursos para candidaturas femininas, sua ambiguidade permitiu que muitos partidos incluíssem nessa conta recursos destinados a candidaturas de mulheres em cargos majoritários, muitas das vezes como vices ou suplentes. Se considerarmos apenas as candidaturas proporcionais, por volta de 62% e 58% dos partidos não teriam cumprido com a cota de financiamento de recursos oriundos do FEFC e do Fundo Partidário respectivamente.
- Apesar de a maioria dos partidos políticos não terem destinado os 30% dos recursos dos fundos públicos para as campanhas proporcionais femininas, entre as candidaturas a Deputado Federal, as mulheres receberam cerca de 22% do total de receitas, o que corresponde a um grande incremento com relação à eleição de 2014 quando as candidatas tiveram apenas 9,3% dos recursos à disposição.
- A receita média das mulheres saltou de 133 mil reais para 151 mil reais entre as duas eleições, elevação de 13,6%, enquanto a dos homens sofreu uma redução de mais de 50%, saindo de uma média de 479 mil reais em 2014 para 242 mil reais em 2018. Apesar de ainda não serem iguais, a diferença entre as médias de homens e mulheres

caiu bastante entre as duas eleições. Em 2014, a média das mulheres representava cerca de 27,8% da dos homens. Já em 2018 esse valor passou para 62,4%.

- Aumentou a relevância dos recursos partidários para o financiamento das candidaturas em 2018. Essa importância é ainda maior quando recortamos as candidaturas por gênero. Em geral, 88% dos recursos destinados a candidatas mulheres vieram ou do Fundo Especial ou do Fundo Partidário (esse valor é de 75% para os homens).
- Os homens brancos representam 43,1% de todos os candidatos, mas concentram cerca de 60% das receitas de campanha. Homens negros, mulheres brancas e mulheres negras são proporcionalmente subfinanciados. A receita total média entre os homens brancos também é maior do que a dos demais grupos. Sob este aspecto, a raça/cor das candidaturas parece ser preponderante em relação ao gênero, pois os homens negros apresentaram uma receita total média menor do que as mulheres brancas.
- É possível identificar que os recursos privados vão majoritariamente para candidatos homens e brancos. Tanto as doações de pessoas físicas como as próprias contribuições dos candidatos foram em torno de 70% direcionadas a esse grupo de candidatos. A proporção é bem parecida entre os dois grupos de competitividade eleitoral.
- A lógica da distribuição dos recursos dos partidos foi mais proporcional, apesar de, no geral, ainda beneficiar candidatos brancos, principalmente os homens. Interessante observar que entre as candidaturas competitivas, as mulheres brancas e mulheres negras tiveram um excesso proporcional de financiamento.
- O excesso de recursos destinado aos homens brancos caiu e aumentou a proporcionalidade na arrecadação das mulheres. As mulheres brancas, sob os recortes de competitividade, chegaram a apresentar excesso de recursos. O subfinanciamento das mulheres negras foi reduzido de maneira muito importante, fazendo com que as candidatas competitivas chegassem muito próximo à proporcionalidade, superando os homens negros nesse quesito. Estes últimos, por sua vez, não viram sua realidade de subfinanciamento se alterar. Eles mantiveram praticamente os patamares no geral e entre os candidatos competitivos e ainda experimentaram uma piora entre os não competitivos.
- Em 2018, os homens negros foram o grupo mais subfinanciado nas eleições para Deputado Federal. Esse cenário é substancialmente diferente do que vimos em 2014. Naquele ano, o excesso de recursos destinados às candidaturas masculinas brancas era mais proeminente e as mulheres, tanto brancas como negras, apareciam como os grupos mais subfinanciados no geral e sob recortes de competitividade.

- Podemos perceber que a análise interseccional de raça/cor é um recorte de suma importância para a análise do financiamento eleitoral. Candidaturas de pessoas negras parecem ter mais dificuldade de arrecadação do que as candidaturas femininas propriamente. A implementação do FEFC - com a imposição da cota de 30% - e o aumento da relevância do financiamento público parece ter contribuído para uma melhora do financiamento de mulheres, em especial das mulheres negras.
- Assim, entendemos que o dinheiro continua sendo fator importante para o sucesso eleitoral. No entanto, quando fazemos o recorte de gênero e raça/cor, percebemos que o financiamento não é capaz de explicar tudo, sendo necessário analisar outros fatores, tais quais a forma como esses recursos são aplicados, a diferença entre os capitais social, familiar e político, entre outros, para compreendermos as raízes da sub-representação política feminina.

4. Tempo de propaganda eleitoral nas mídias tradicionais (rádio e TV)

No ano de 2018, o TSE fixou entendimento de que o tempo de propaganda política eleitoral deve seguir o mesmo percentual mínimo das candidaturas por gênero (mínimo de 30%, aumentando na proporção do número de candidaturas). Analisamos o tempo distribuído às candidatas ao cargo de deputado federal por São Paulo por meio do monitoramento de todos os períodos regulares de propaganda eleitoral no rádio e na TV, isto é, sem as inserções.

- Do tempo total de propaganda eleitoral - 12:30:00 -, foram destinadas às mulheres 2:21:44, o que corresponde a 18,9% de todo o tempo de rádio e TV concedido aos partidos para propaganda eleitoral para o cargo de deputado federal.
 - De todo o tempo alocado às mulheres, 01:08:20 estão alocados na TV e 01:13:24 no rádio.
- Do total de mulheres que saíram como candidatas ao cargo de deputado federal por São Paulo (528), 152 tiveram tempo de rádio e/ou de TV, o que equivale a 28,78%.
- Os partidos que mais alocaram tempo de rádio às mulheres foram PSOL, PR e SDD, com 38,44%, 29,79% e 29,68%, respectivamente, enquanto que os que destinaram mais tempo de TV às candidatas foram PSOL, SDD, PR, PV, PROS e PSL, com 37,07%, 28,51%, 26,81%, 26,67%, 25,63% e 25%, respectivamente.
- Com base no coeficiente de GINI, foi possível verificar que existe uma desigualdade dentro dos partidos no que tange à divisão do tempo entre as mulheres.
 - Os partidos que demonstraram maior igualdade na divisão do tempo entre as mulheres foram PP e PCdoB, ambos correspondendo ao 0. Todavia, esse dado deve ser

analisado com cautela, visto que cada partido apresentou apenas uma candidata ao cargo.

- O partido que demonstrou maior desigualdade foi o PSOL, chegando próximo de 1. Dentre todas as candidatas, apenas duas receberam tempo de propaganda eleitoral e ao compará-las, Luiza Erundina recebeu aproximadamente 5 vezes mais tempo que Sâmia Bomfim.
- Dentre as 11 mulheres deputadas eleitas por São Paulo, 9 tiveram tempo de rádio e/ou TV, somando 00:25:47, o que corresponde a 19,19% do tempo total alocado às candidatas por São Paulo.
- Não há relação entre o tempo de rádio e TV e número de votos recebidos pelas candidatas, visto que candidatas com expressivo número de votos não receberam tempo significativo.
- Tendo em vista que o tempo de rádio e TV não influenciou o sucesso na disputa eleitoral, ficou ainda mais evidente que novas ferramentas de veiculação de propaganda devem ser estudadas, como, por exemplo, o Facebook. Uma hipótese é que as redes sociais permitem grande visibilidade a baixo custo, podendo ser utilizadas pelas candidatas para contornar a falta de apoio material e investimento financeiro dos partidos.

5. Monitoramento da rede social Facebook

Esse monitoramento teve como propósito verificar se as candidatas realizaram campanhas no Facebook como forma de divulgar as suas propostas. Desse modo, buscamos acompanhar as páginas e perfis do Facebook das 528 candidatas que entraram na disputa pelo cargo de deputado federal por São Paulo no ano de 2018. Nosso monitoramento foi dividido em 7 semanas, abrangendo todo o período de campanha eleitoral.

- Dentre as 528 candidatas, 60,4% (319) candidatas tiveram página no Facebook e 79,4% (419) tiveram perfil em ao menos algum momento da campanha.
- Número menor de candidatas teve página ou perfil durante todo o processo eleitoral; 49,2% (260) candidatas tiveram página e 78,4% (414) tiveram perfil durante todo o período de campanha.
- As informações coletadas no Facebook foram cruzadas com os seguintes dados demográficos: receita, estrato social, idade, grau de instrução e raça/cor. Foi possível chegar aos seguintes resultados:
 - Uso da Página/Perfil por ao menos uma semana de campanha
 - Maior receita leva à maior adesão da Página, assim como o pertencimento a estratos sociais mais abastados. A adesão à ferramenta é maior se as

candidatas possuem grau superior completo. Verifica-se, também, que candidatas brancas tiveram uma proporção de adesão maior que as negras. E com relação à idade das candidatas, percebe-se uma adesão maior entre as mais jovens.

- As conclusões para o Perfil apontam para a mesma direção, mas a diferença entre os grupos de candidatas foi bem menor do que a observada para a ferramenta Página.
 - No caso do Perfil, uma diferença encontrada foi que em relação à idade das candidatas, houve uma adesão relativamente maior entre as faixas etárias mais altas, com exceção da última faixa.
- Manutenção da Página/Perfil durante as 7 semanas de campanha
- Os resultados dessa variável para a ferramenta Página são muito semelhantes aos encontrados para a variável de adesão. Receitas eleitorais e estrato social aparecem como fatores que aumentam a proporção de candidatas que mantiveram suas páginas ativas durante as sete semanas de campanha. Também para essa variável, candidatas mais novas, brancas ou com ensino superior completo apresentaram taxas de manutenção da ferramenta mais altas do que as mais velhas, sem ensino superior completo ou negras.
 - No caso do Perfil, a manutenção da ferramenta é ligeiramente maior entre os estratos sociais mais altos, mas novamente a diferença se estreita em relação a encontrada para a ferramenta Página.
 - Candidatas brancas ou com ensino superior completo apresentaram maior manutenção do Perfil de Facebook, mas, novamente, a diferença em relação às demais candidatas foi bem menor do que a observada para a ferramenta Página.
 - A idade das candidatas parece contribuir para a manutenção do Perfil, com exceção da última faixa etária, resultado semelhante ao observado para a variável de adesão.
- Total de publicações realizadas na página/perfil
- Para essa variável os resultados obtidos para as ferramentas Página e Perfil foram bastante semelhantes. Para as duas ferramentas, a quantidade de recursos de campanha mostrou-se importante para aumentar a quantidade de postagens.
 - A diferença entre os estratos sociais ficou explícita nas duas ferramentas: estratos mais altos apresentam médias maiores de posts tanto na Página

quanto no Perfil. As médias de candidatas mais novas, brancas e com ensino superior também foram maiores tanto para a ferramenta Página quanto para a ferramenta Perfil. Candidatas mais jovens realizaram número maior de postagens nas Páginas e Perfis.

- Porcentagens de publicações correspondentes à divulgação da própria campanha
 - Para essa variável, os grupos mostraram-se mais homogêneos no uso da ferramenta Página, apesar de as diferenças ainda aparecerem.
 - No recorte de grau de instrução, os dois grupos aparecem em patamares muito próximos e no de raça, pela primeira vez, candidatas negras apresentaram uma média maior do que a de candidatas brancas.
 - Na análise da ferramenta Perfil, os resultados são mais parecidos com os apresentados para variáveis anteriores. Receitas e estrato social mostrando médias substancialmente maiores para os grupos privilegiados; candidatas mais novas apresentando mais postagens relacionadas à campanha do que as mais velhas de maneira consistente e os grupos de candidatas brancas e com superior completo com taxas maiores que negras e sem ensino superior.
- Impulsionamento de publicações
 - De maneira geral, os resultados seguem o padrão das demais variáveis. A importância dos recursos eleitorais, no entanto, parece bastante sobressaltada.
 - A diferença de patamares de uso entre grupos de estrato social também foi muito evidente. O estrato mais baixo apresentou uma média de uso muito inferior.
 - Com relação à idade, candidatas mais jovens tiveram maior taxa de uso de impulsionamento de conteúdo.
 - Os recortes por instrução e raça não mostraram grandes distinções entre os grupos.
- Os dados indicam que variáveis como a quantidade de recursos de campanha, o pertencimento a uma classe social mais abastada, a idade, o grau de instrução e a raça/cor das candidatas podem estar relacionadas com a adesão às ferramentas e a manutenção, intensidade e foco de seu uso. Esses indícios podem significar que as ferramentas das redes sociais contribuem para a reprodução das desigualdades já existentes na sociedade ao invés de servirem como equalizadores de oportunidades, pelo menos durante o processo eleitoral.