



DIVERSIDADE E INCLUSÃO



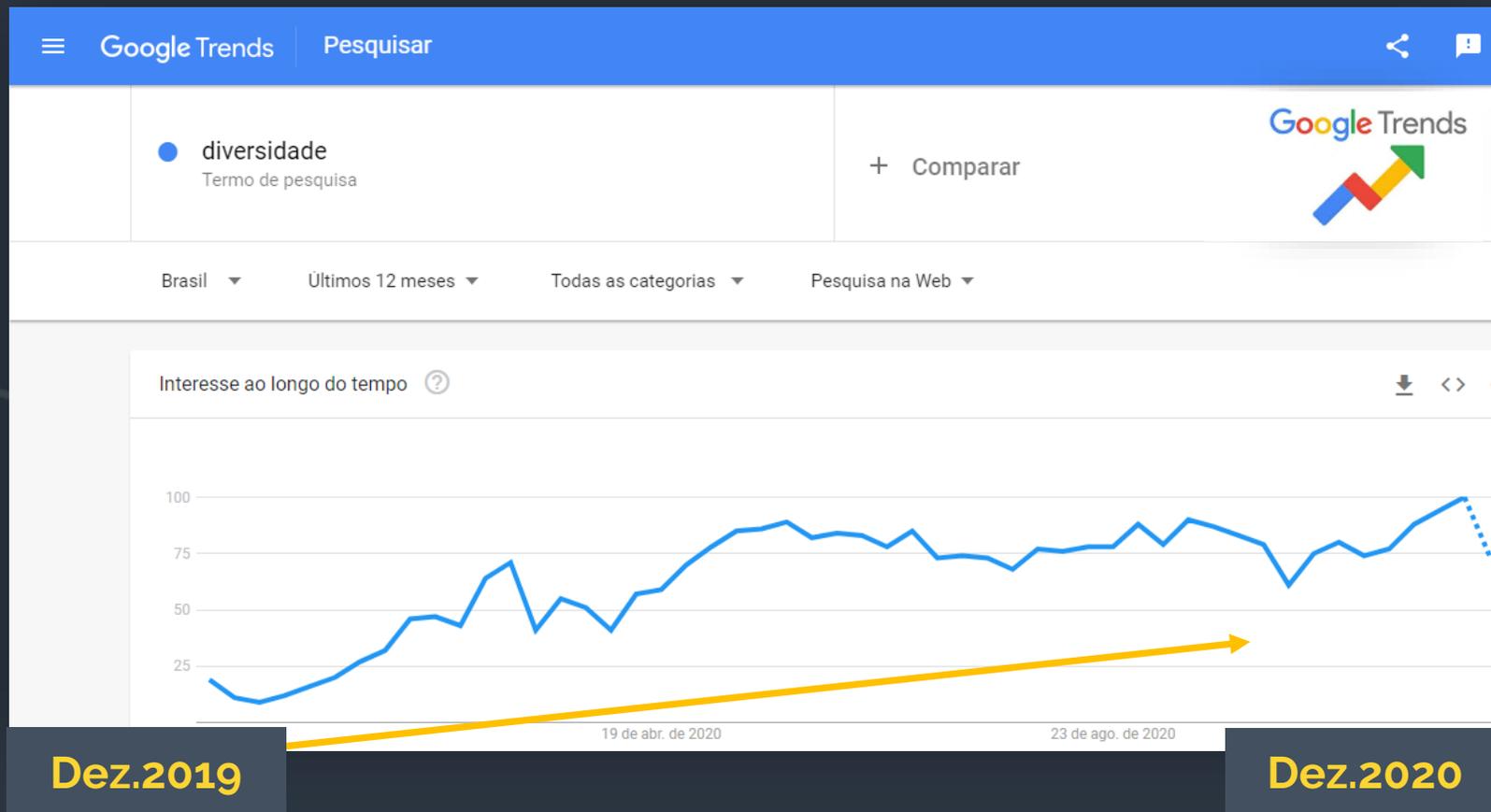
# Significado de DIVERSIDADE

Substantivo feminino.

- Qualidade do que é diverso
- Conjunto variado; multiplicidade;
- Desacordo, contradição, oposição.

# Diversidade 2020

Segundo Google Trends, o interesse no termo vem num crescente ao longo do ano.



# O assunto está em todo lugar



**Famílias**



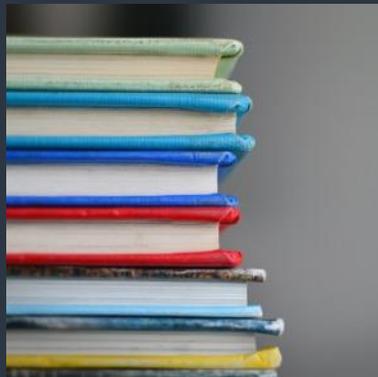
**Escolas**



**Empresas**



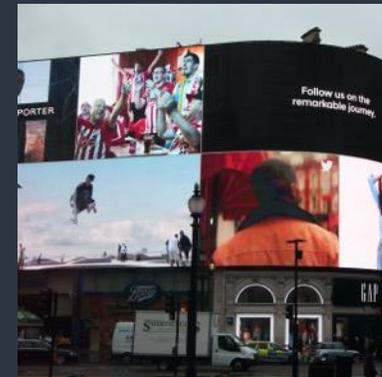
**Mídia**



**Literatura**



**Governo**

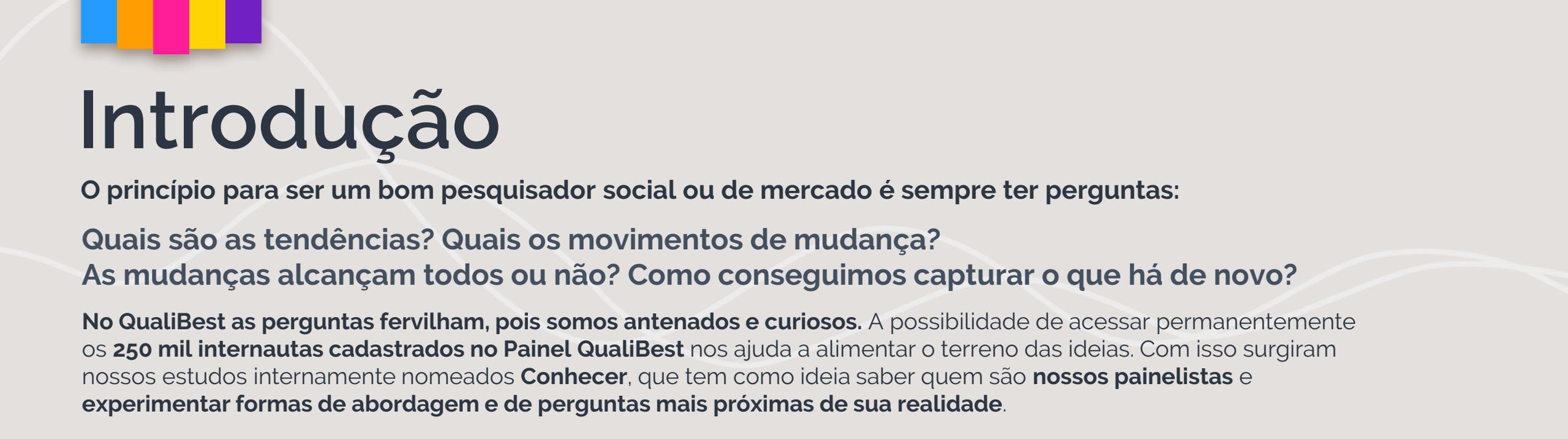


**Propagandas**



MAS COM TODO ESTE  
**INTERESSE**, SERÁ  
QUE EVOLUÍMOS PARA  
UMA **SOCIEDADE MAIS**  
**INCLUSIVA**, COM  
MENOS PRECONCEITOS?





# Introdução

O princípio para ser um bom pesquisador social ou de mercado é sempre ter perguntas:

Quais são as tendências? Quais os movimentos de mudança?

As mudanças alcançam todos ou não? Como conseguimos capturar o que há de novo?

No QualiBest as perguntas fervilham, pois somos antenados e curiosos. A possibilidade de acessar permanentemente os **250 mil internautas cadastrados no Painel QualiBest** nos ajuda a alimentar o terreno das ideias. Com isso surgiram nossos estudos internamente nomeados **Conhecer**, que tem como ideia saber quem são **nossos painelistas** e **experimentar formas de abordagem e de perguntas mais próximas de sua realidade**.

**Questões de gênero, arranjo familiar, preconceito** são muito discutidas tanto pela sociedade como pela academia, mas **como a população geral consegue se ver dentro destes temas? O Estudo Diversidade e Inclusão surgiu e foi um grande desafio**. A questão parece simples, mas não é: **como eu faço uma pergunta de forma que as pessoas se sintam representadas nas respostas?**

Para isso **contamos com a ajuda de especialistas na área de demografia da família e de diversidade e inclusão** que foram fundamentais para enriquecer a discussão e **contribuir para a construção de um instrumento de coleta** que fosse o ponta pé inicial para os ajustes necessários. Agradecemos a pesquisadora Glaucia Marcondes, do Núcleo de Estudos de População Elza Berquó, pelas discussões com nossa equipe e ao professor Fábio Mariano Borges da Escola Superior de Propaganda e Marketing

Para nós **os resultados são muito importantes para caminharmos na busca de ter um painel cada vez mais diverso, Inclusivo e representativo** da população internauta brasileira.

**Esse é só o primeiro passo. E esperamos que desperte nos leitores a vontade se questionar conosco.**

# A pesquisa

Como?



Estudo **Quantitativo** online com questionário de autopreenchimento enviado para o Painel QualiBest.

Quando?



**20 de novembro de 2020** a **13 de janeiro de 2021**.

Onde?



**Abrangência nacional.**

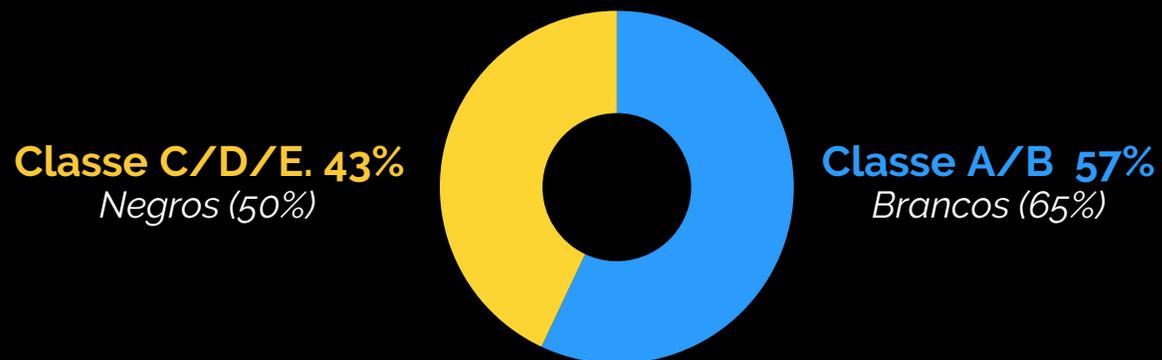
Quem?



**4.000 entrevistas** representando o perfil do internauta brasileiro.

# Quem ouvimos?

## Classe social



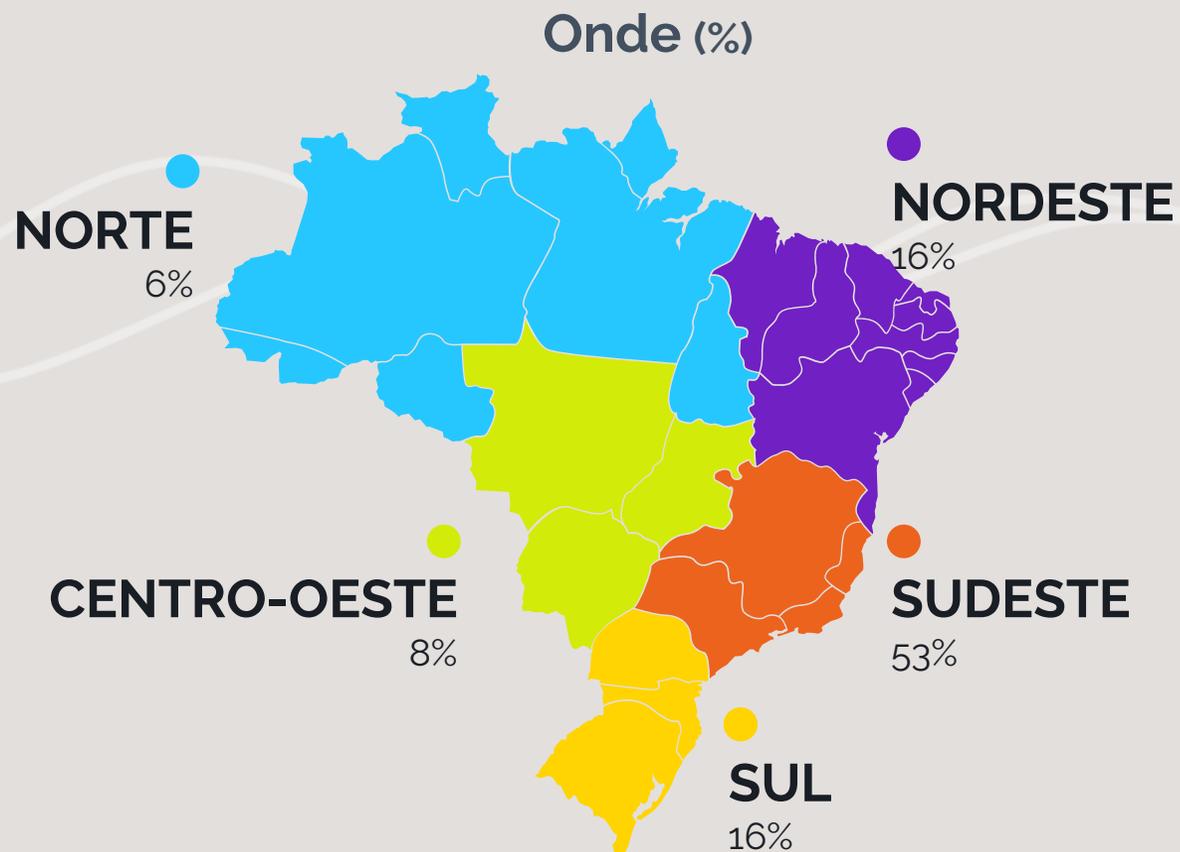
*Branco são maioria nas classe AB, e também são os mais presentes entre os que possuem superior completo e pós graduação (38%).*

Análise baseada em teste estatístico.

## Escolaridade (%)



# Quem ouvimos?

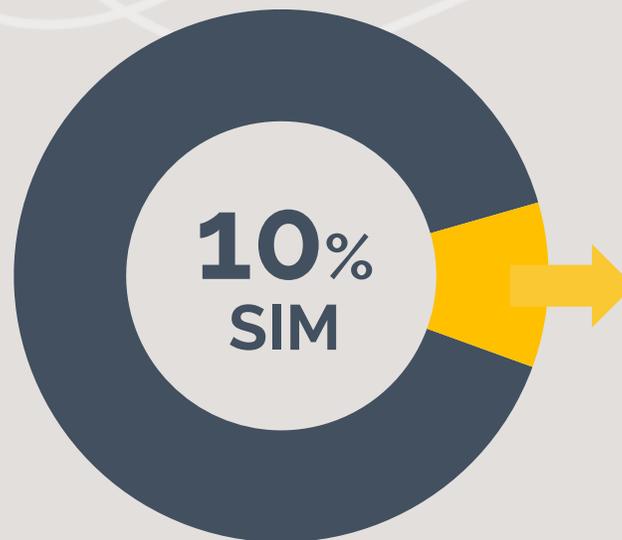


Capital	43%
Região Metropolitana	29%
Interior	28%

# Quem ouvimos?



Tem algum tipo de deficiência? (%)



Visual	4%
Física	2%
Auditiva	1%
Intelectual	1%
Outros	1%
Prefiro não responder	1%



# Curiosidades

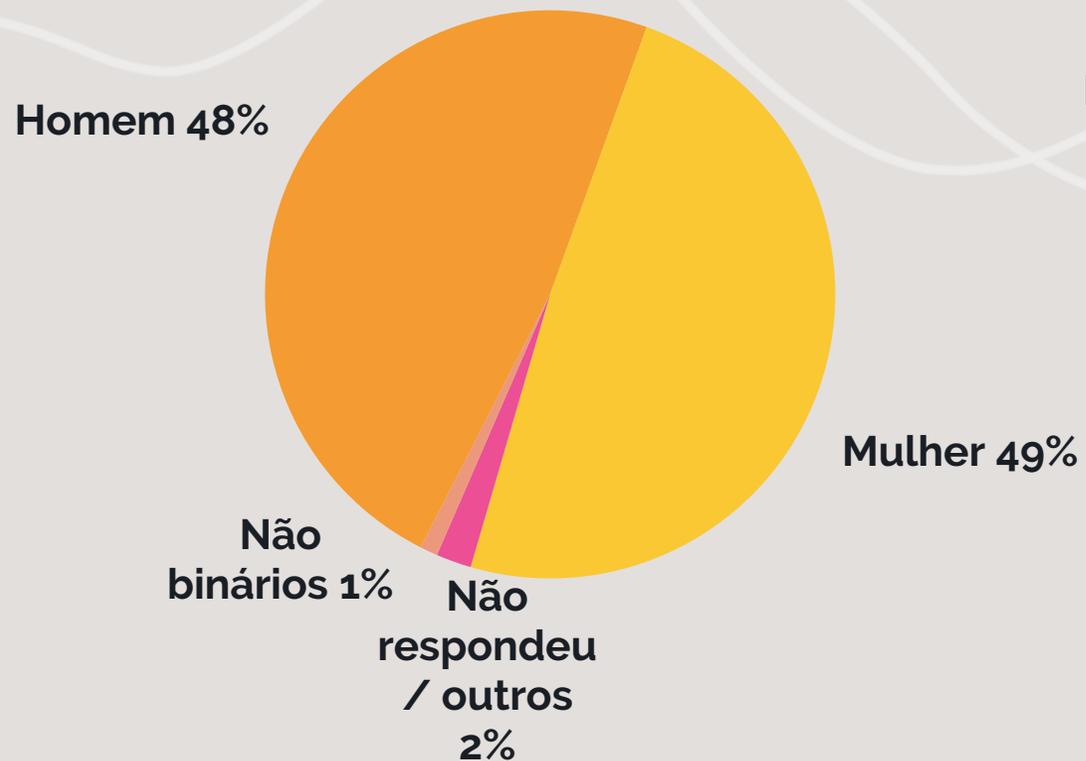
Você sabia que **15%** da população mundial **tem alguma forma de deficiência?**



Vemos algumas iniciativas interessantes pelo mundo afora com ações de inclusão e respeito, como esta:

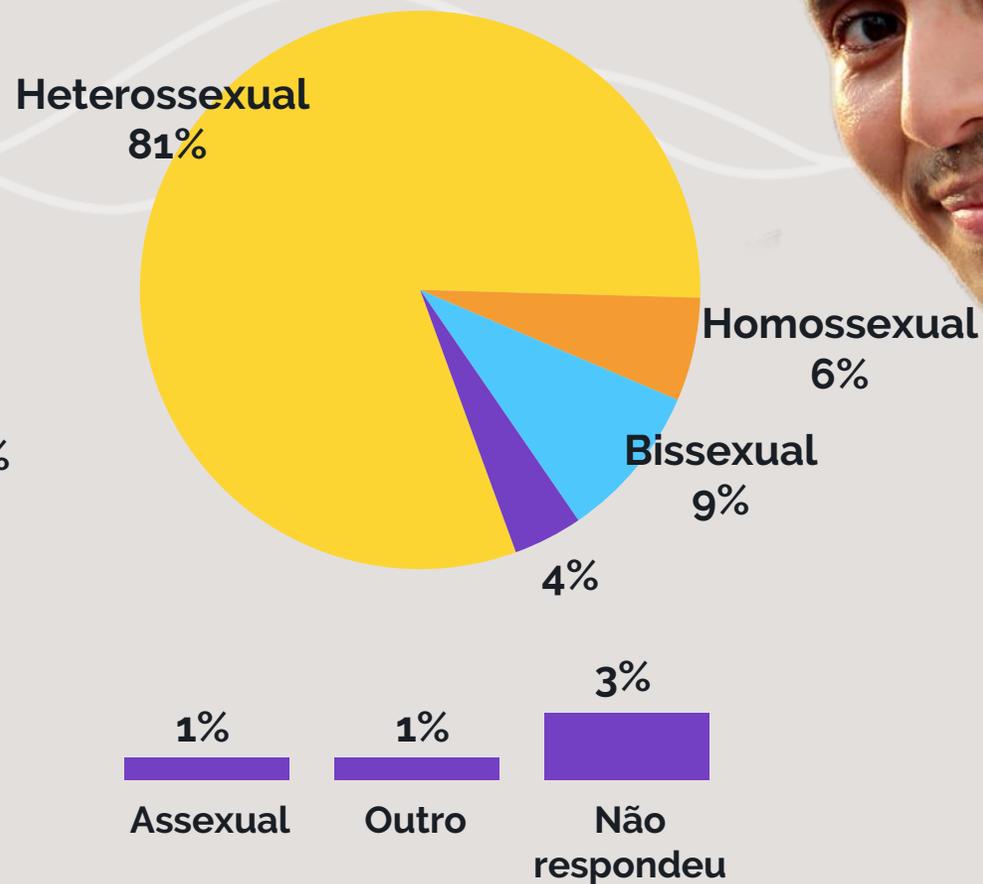
O **Royal National Institute of Blind People** do Reino Unido criou um protótipo do **primeiro teste de gravidez acessível** para pessoas com deficiência visual. **Os resultados são táteis**, com protuberâncias indicando gravidez. Com os testes existentes, as mulheres com deficiência visual precisam de ajuda para ler um resultado, o que significa que nunca serão as primeiras a saber e não poderão vivenciar esse momento em particular.

## Com que gênero se identifica socialmente



Do total da amostra: 1% transsexuais

## Orientação sexual/ afetiva





Queda crescente da hegemonia da heteronormatividade .  
**2 em cada 10** respondentes já não se afirmam heterossexuais.

É maior a participação de  
**homens homossexuais (7%)**  
do que  
**mulheres homossexuais (4%).\***

**Gen Z** é a que mais apresenta  
**orientação BISSEXUAL (14%).\***

Base: 4000 - 10) Quanto ao seu gênero, você se identifica socialmente como.../ 11)  
Quanto à sua orientação afetiva/sexual, você diria que se sente atraído(a) por pessoas:

**\*Análises baseadas  
em teste estatístico.**

# Estado conjugal

Solteiro



52%

Casado



29%

União estável



13%

Divorciado



4%

Viúvo / Outros



1%



## Como é a sua casa? (%)

Casal heterossexual com filhos	53%
Mãe solo com filhos	13%
Casal heterossexual sem filhos	10%
Família reconstituída (filhos de outros relacionamentos)	8%
Moro sozinho(a)	7%
Anaparental (moro com pessoas que não são meus pais)	3%
Pai solo com filhos	2%
Casal homoafetivo sem filhos	2%
Casal homoafetivo com filhos	1%
Outros	2%



**Mãe solo é  
o segundo arranjo familiar  
mais presente.**

**Quem vive em casas com mães solo?**

**Jovens** (até 35 anos)

**Classes C, D e E**

**Sem nível superior**

Análises baseadas em teste estatístico.

# Responsabilidades no lar

Uma única pessoa



15%

Uma pessoa é a principal responsável, mas divide também com outra pessoa



34%

A responsabilidade é compartilhada entre duas ou mais pessoas



51%

# Quem é considerado responsável pelo lar?

Classes C, D e E reconhecem mais a experiência do que as classes AB, onde quase metade reconhece a contribuição financeira.\*

	(%)	TOTAL	AB	C/D/E	Nordeste	Sul	Sudeste	Norte	Centro Oeste
Quem mais <b>contribui financeiramente</b> com as contas	<b>43</b>	<b>48</b>	39	<b>46</b>	<b>39</b>	<b>46</b>	29	<b>42</b>	
Quem mais cuida/ se <b>preocupa</b> com a <b>casa</b>	<b>28</b>	28	28	24	25	30	26	24	
Quem mais cuida/ se <b>preocupa</b> com as <b>pessoas</b> da casa	<b>31</b>	34	28	31	29	31	<b>37</b>	31	
Pessoa com mais <b>autoridade</b> dentro de casa	<b>30</b>	28	31	26	32	29	<b>45</b>	24	
Pessoa <b>mais velha</b> na minha casa	<b>13</b>	11	<b>16</b>	15	16	11	18	18	
Outro motivo	<b>1</b>	-	2	1%	1%	1%	-	-	
Base	564	275	289	107	75	299	38	45	

**Norte** se distingue do restante do país: reconhece a **figura que possui mais o cuidado com as pessoas e quem exerce autoridade.**

Base (quem tem apenas uma pessoa é responsável na casa): - 21) Em sua opinião, o que determina quem é(sã) a(s) principal(is) pessoa(s) responsável(is) pela sua casa. Por favor anote no máximo duas razões.

\*Análise baseada em teste estatístico.

# Quem é considerado responsável pelo lar?

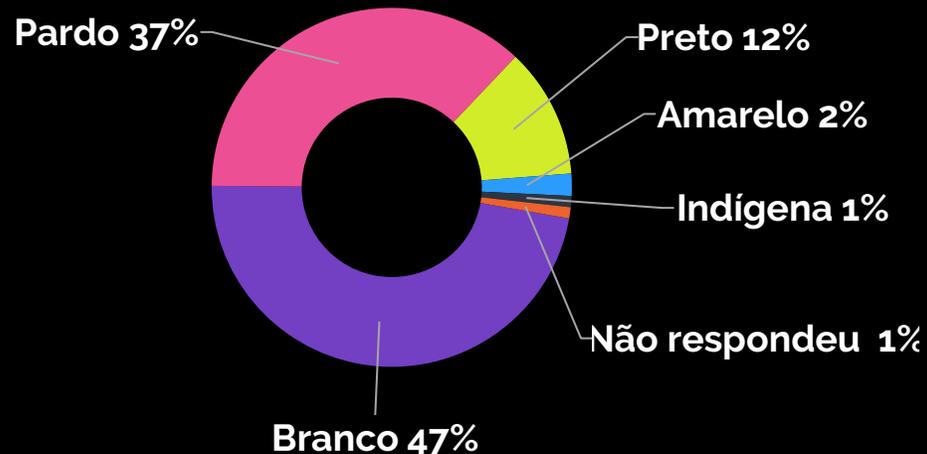
(%)	TOTAL	GER Z	GEN Y	GEN X
Quem mais <b>contribui financeiramente</b> com as contas	<b>43</b>	44	47	39
Quem mais cuida/ se <b>preocupa</b> com a <b>casa</b>	<b>28</b>	23	28	<b>34</b>
Quem mais cuida/ se <b>preocupa</b> com as <b>pessoas</b> da casa	<b>31</b>	30	30	33
Pessoa com mais <b>autoridade</b> dentro de casa	<b>30</b>	<b>38</b>	27	25
Pessoa <b>mais velha</b> na minha casa	<b>13</b>	19	9	11
Outro motivo	<b>1</b>	-	2	1
Base:	564	214	169	163

**Gen X** é a que mais reconhece o **cuidado como traço de autoridade.**

Base (quem tem apenas uma pessoa é responsável na casa): 21) Em sua opinião, o que determina quem é(sã) a(s) principal(is) pessoa(s) responsável(is) pela sua casa. Por favor anote no máximo duas razões.

# Diversidade de raça e religião não pode mais ser ignorada.

## Autodeclaração de raça/ cor



## Religião (%)



### Evangélicos e Protestantes

Mostram força **entre casados (37%)** e no **Norte (38%)**, ultrapassando o catolicismo.\*

### Jovens estão se distanciando das religiões?

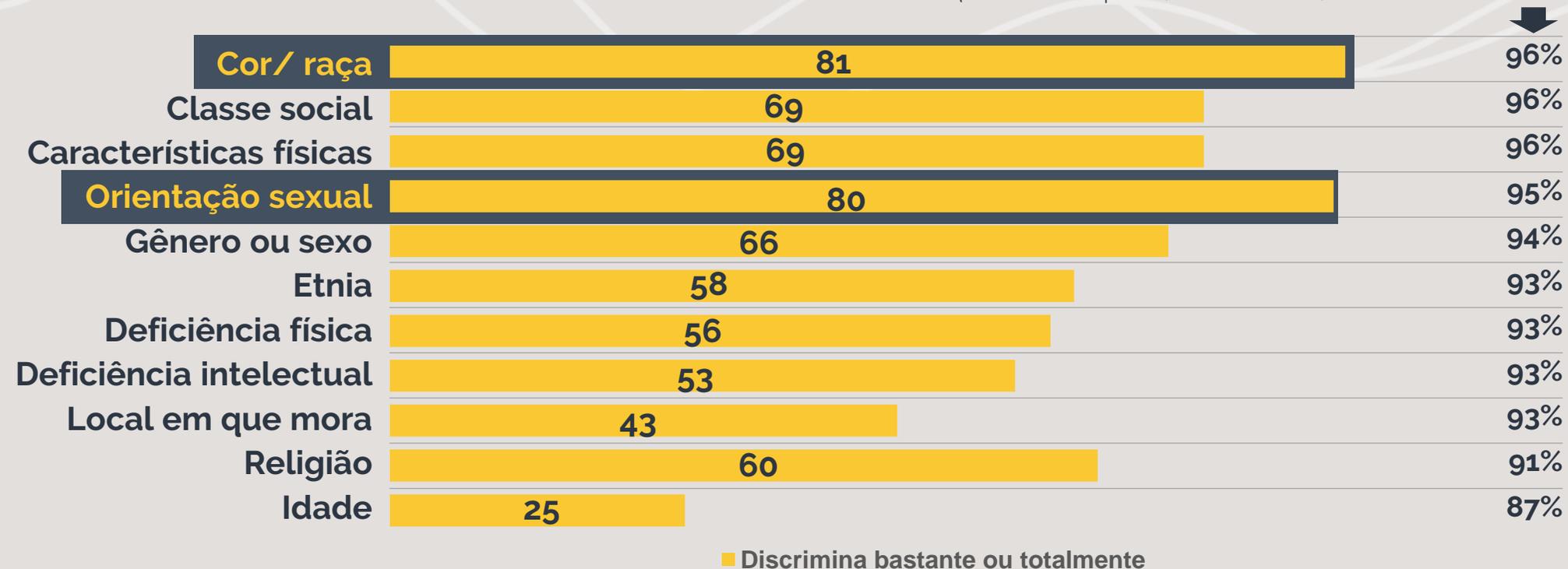
**1 em cada 4 jovens** (35 anos ou menos) se declara **ateu** ou **sem religião**.



# A sociedade reconhece que há discriminação por...

Acredita que há discriminação em algum nível

(discrimina um pouco, mais ou menos, bastante ou totalmente)



**Raça e Orientação Sexual** são principais características percebidas como mais discriminadas socialmente.

# Quem reconhece haver discriminação?

Geração Z é a que mais reconhece a existência de discriminações.

Cor / Raça	Orientação Sexual	Gênero	Religião
Ger Z e Y	Ger Z e Y	Ger Z e Y	Ger Z e Y
Mulheres	Mulheres	Mulheres	Mulheres
Não heteros	Não heteros	Não heteros	Não heteros
Pretos	Pretos	Pretos	Pretos
Características Físicas	Candomblecistas / Umbandistas / Espíritas	Classe Social	Candomblecistas / Umbandistas / Espíritas
Ger Z	Classes C / D / E	Mulheres	
Mulheres		Não heteros	
Não heteros		Pretos	
Pretos			

**Mulheres, Pessoas Pretas e Pessoas não Heteros:** grupos que também reconhecem mais as discriminações existentes na sociedade.

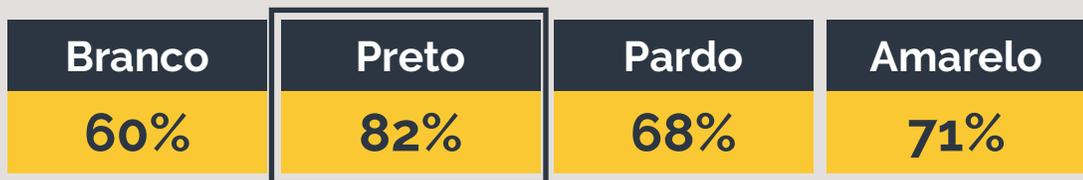
# Quem sente a discriminação?

**SIM 66%**

Quase **7 em cada 10** entrevistados **se sentem discriminados** em algum nível de intensidade.

Mas, infelizmente, **a discriminação tem alvos específicos.**

Pessoas de **gêneros não binários**, pessoas **não heterossexuais**, **pessoas pretas** e **adeptos de religiões de matriz afrodescendente** são os que sentem a discriminação com maior intensidade.





De acordo com pesquisa realizada na  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC),  
quem sofre com a discriminação possui até

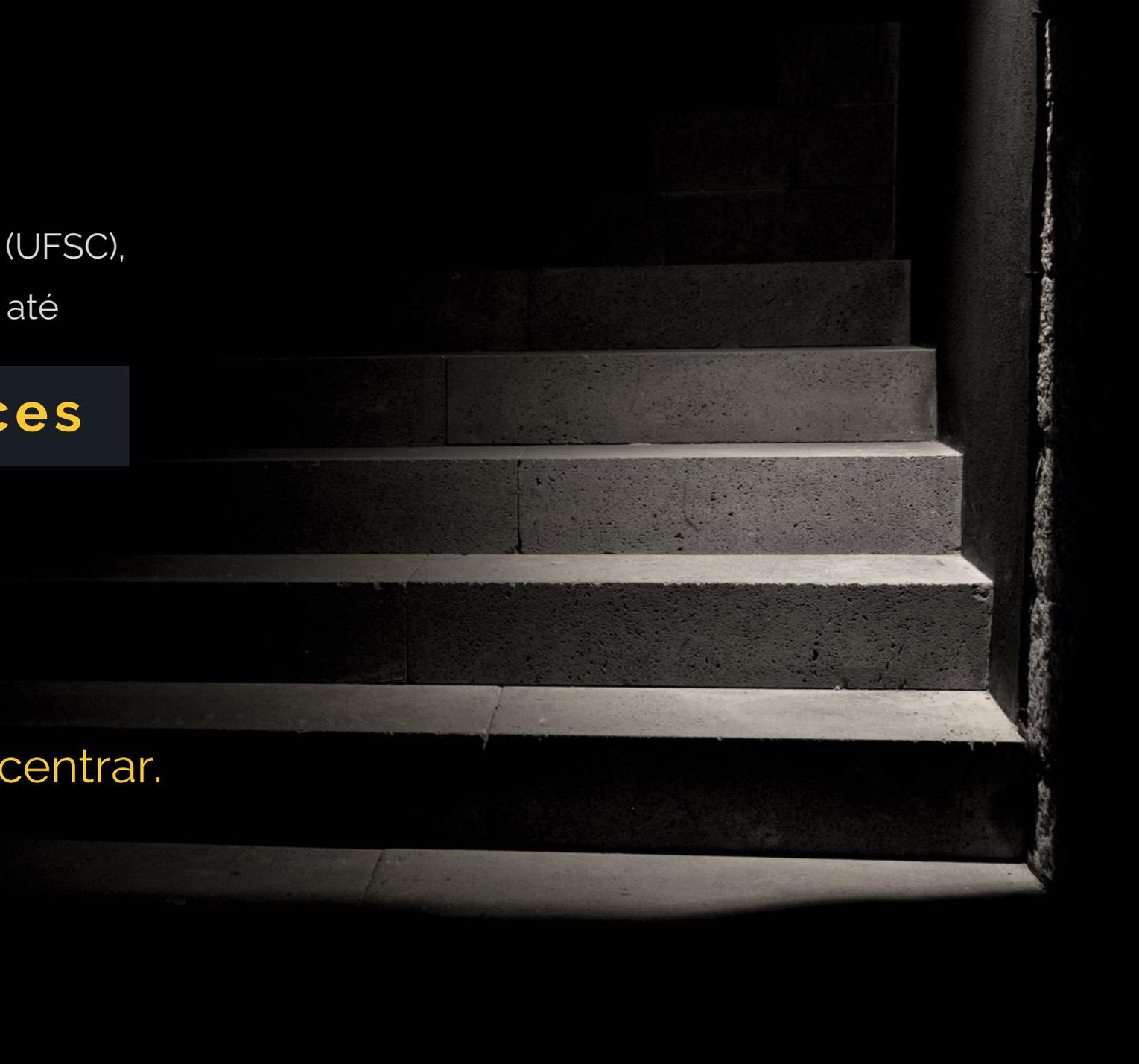
**4,4 vezes mais chances**

de apresentar problemas como:

Depressão;

Ansiedade;

Dificuldade na hora de se concentrar.



# Pelo que se sentem discriminados?

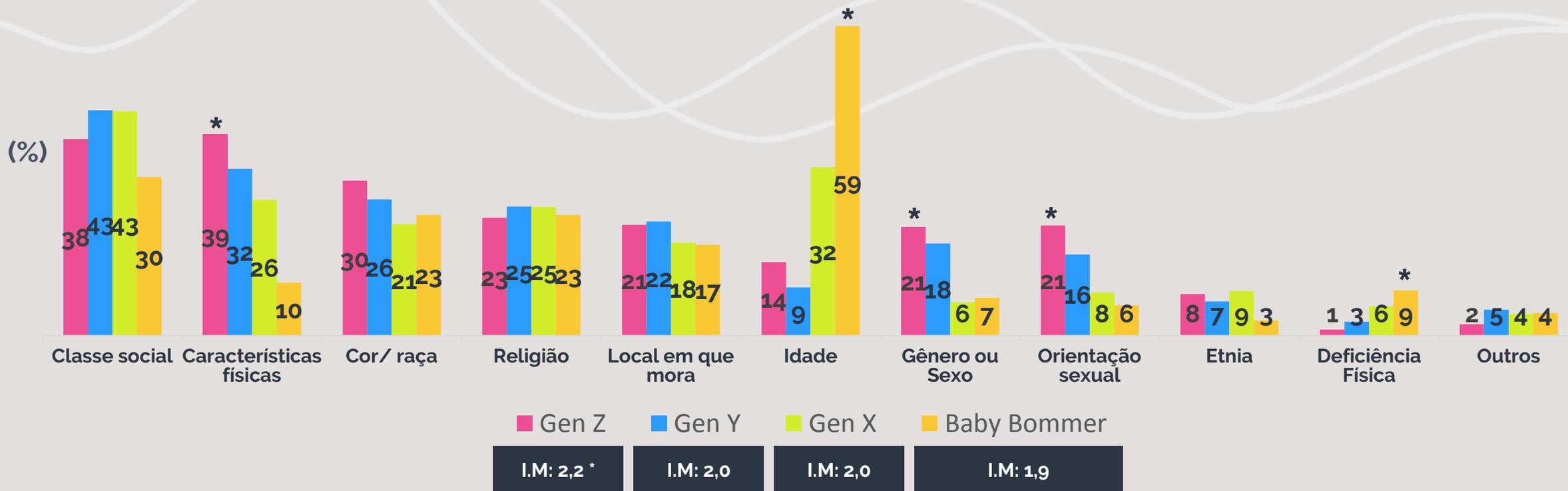
Classe Social é a causa de sentimento de discriminação de 4 em cada 10 entrevistados.



**Classe Social e características físicas** não são os aspectos mais percebidos como alvos de discriminação, mas **são os mais sentidos entre o universo internauta.**

# Pelo que se sentem discriminados?

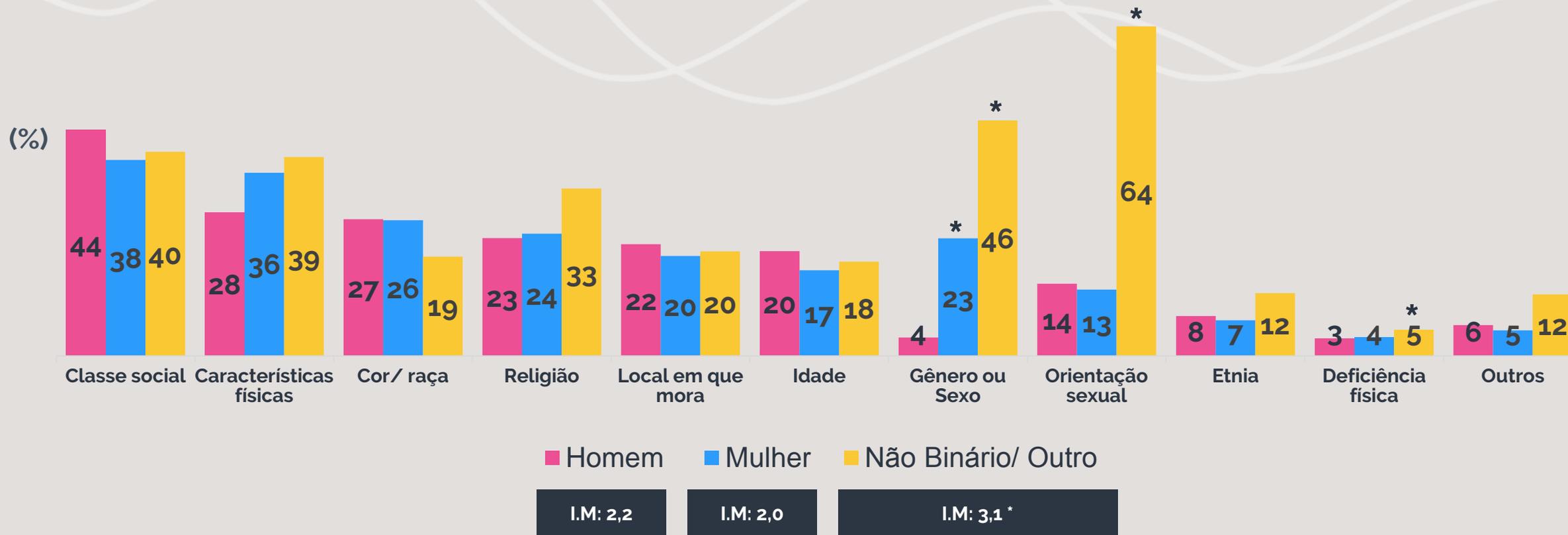
Geração Z aponta mais discriminações sofridas. Sentem com maior intensidade discriminação por características físicas, raça, gênero e orientação sexual.



**Mais velhos se sentem mais atingidos por idade e religião.**

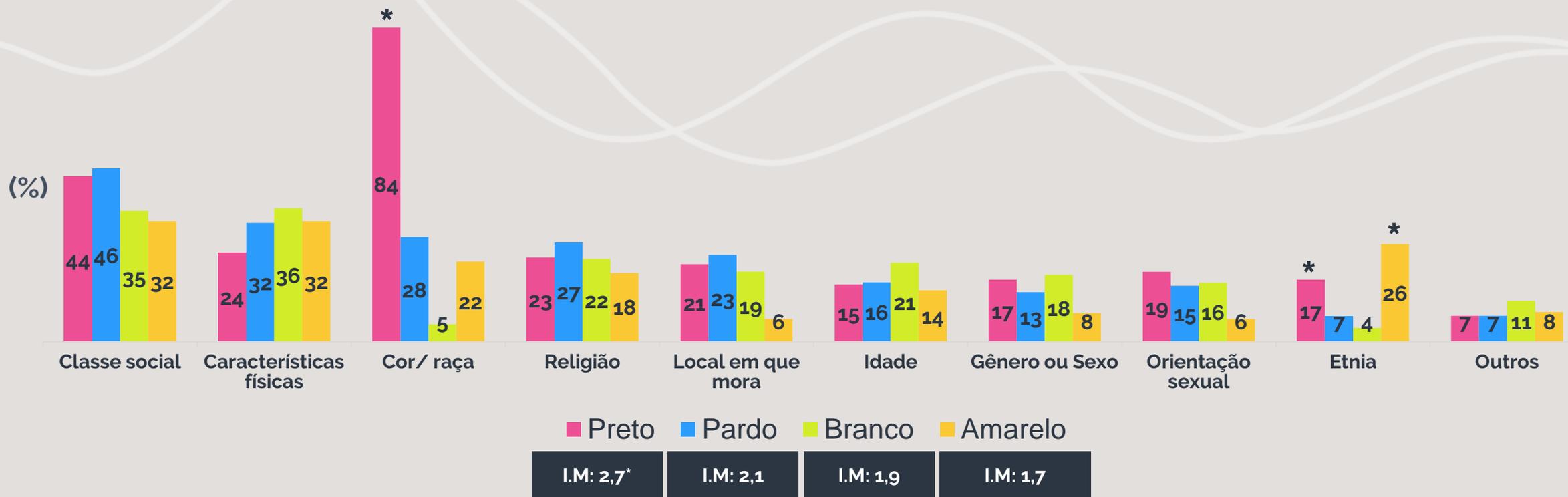
# Pelo que se sentem discriminados?

Pessoas não binárias têm um dos **mais altos números de discriminações** apontadas, com liderança para situações discriminatórias **referente a gênero e orientação sexual**.



# Pelo que se sentem discriminados?

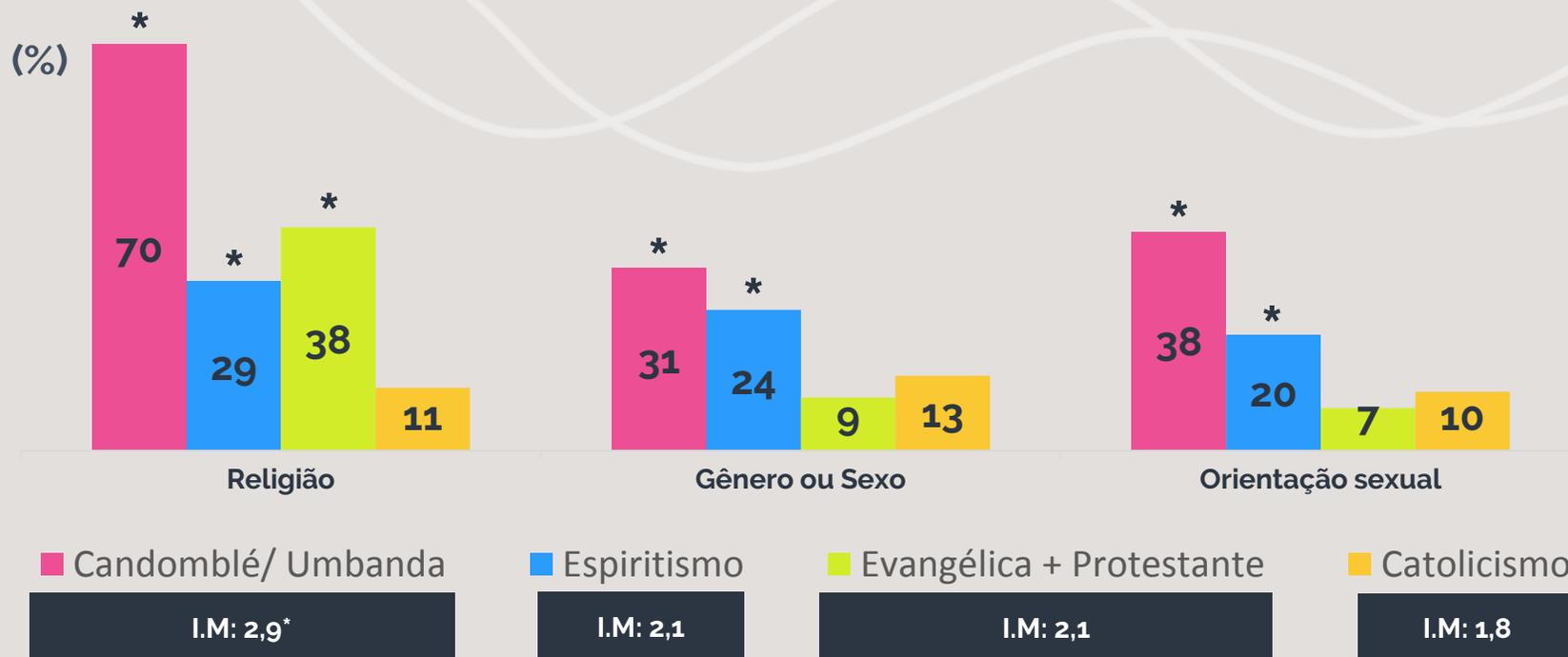
Pessoas pretas também apontam um alto número de característica que sofrem discriminação. (I.M)



**Mais de 8 em cada 10 pessoas pretas apontam discriminação por raça.**  
Classe social é o segundo aspecto em que mais sofrem discriminação.

# Pelo que se sentem discriminado?

**Candomblecistas e umbandistas** compõe o grupo que é **mais atingido por discriminações** (maior I.M). Além da altíssimo índice para a sua religião, **sofrem com discriminação de raça, gênero e orientação sexual**.



**Catolicismo** é a única religião **livre de preconceitos**.



Marcas  
X  
Diversidade



# E a comunicação, como fica?

As  
propagandas  
conseguem  
representar  
a população  
brasileira?

**1** em cada **10** entrevistados  
declaram que se sentem **totalmente ou**  
**bastante representados** pelas propagandas.

# Diversidade

Apenas **24%**

acham que alguma marca trabalha o tema DIVERSIDADE de forma adequada.

Mulheres, pessoas não binárias, pessoas solteiras e classes A e B são quem mais reconhecem marcas que trabalham diversidade.

*Público alvo das marcas citadas.*

Análise baseada em teste estatístico.



Mesmo que a percepção ainda esteja aquém da realidade, **muitas marcas vêm fazendo trabalhos relevantes** abordando este tema.



ALINE MOREIRA  
TRAINEE MAGALU 2018

Um programa de trainee para negros.

AMPLIANDO A VOZ DA SUA NEGRITUDE NO PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO DO BRASIL!

PROMOVER A IGUALDADE DE GÊNEROS É O NOSSO JEITO DE FAZER BELEZA.



## Cresce presença de negros na publicidade

Anunciantes como Bradesco e Santander têm pessoas negras como protagonistas em campanhas

Por Ricardo Lessa — Para o Valor, de São Paulo



O Itaú Unibanco é laranja e também de todas as cores.





O que vemos é que não somente as empresas, mas os consumidores tem tido um olhar muito mais sensível para o tema. Em nosso estudo sobre **Brand Experience** desenvolvido pela **QualiBest** em parceria com a consultoria **Top Brands**, verificamos que **o cuidado da marca com este tema interfere na nova jornada do consumidor** na etapa de consideração, onde a escolha do shopper depende do discurso e atitudes das empresas.



Sempre tem coisas legais nas redes sociais e **tem muito esse discurso de diversidade**, de fazer o que quiser sem medo. Por exemplo, esse post da 'Quem Disse Berenice' não tem nada a ver com maquiagem, mas tem uma mensagem legal que vai ao encontro dos meus valores. **(Consumidor)**



# Diversidade: Pronome neutro

# Todes, Todxs, Prezades

Os grupos que apontam sofrer mais com discriminações, são os mais **simpáticos ao uso do pronome neutro**.

Conhece pronome neutro?

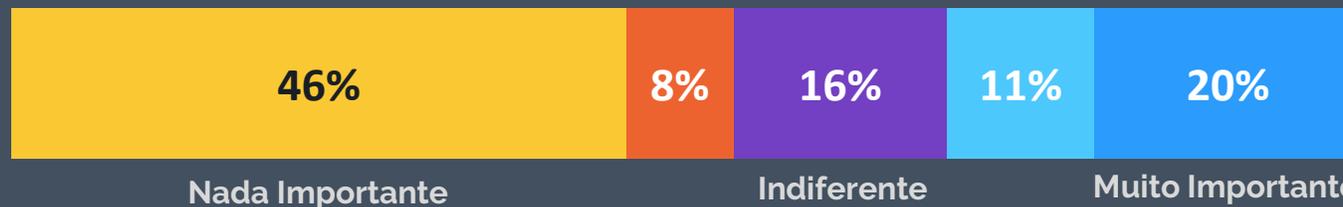
**46%**  
conhece ou já viu

Quem mais conhece?\*

Jovens / Solteiros / Classes AB /  
Pessoas não binárias /  
Ensino superior +

É importante que as empresas usem?

Gen X e Baby Bommer -  
Homens -  
Heterossexuais -  
Evangélicos/Protestantes -  
\*



- Gen Z  
- Mulheres  
- Pessoas não binárias  
- Pessoas pretas  
- Pessoa não heterossexuais  
\*

Base: 4000 - 30) Algumas empresas têm usado pronome neutro em sua comunicação, por exemplo todes, todxs, prezades. Você já tinha visto, ou ouvido falar disso alguma vez? / 31) Quanto você acha importante que as empresas usem o pronome neutro para se comunicar?

\*\*Análise baseada em teste estatístico.



# E a sua empresa, como trata deste tema?

**Nós do Qualibest** acreditamos que precisamos abrir sempre espaços para escuta, **dos colaboradores, dos clientes, fornecedores**, sejam eles parte das minorias discriminadas ou não.

Caso haja interesse, **fale com a gente, temos soluções de** pesquisa que podem auxiliar este tipo de demanda e outras.





# DIVERSIDADE E INCLUSÃO

[www.institutoqualibest.com.br](http://www.institutoqualibest.com.br)  
[contato@institutoqualibest.com.br](mailto:contato@institutoqualibest.com.br)

 qualibest