



DIVERSIDADE E INCLUSÃO



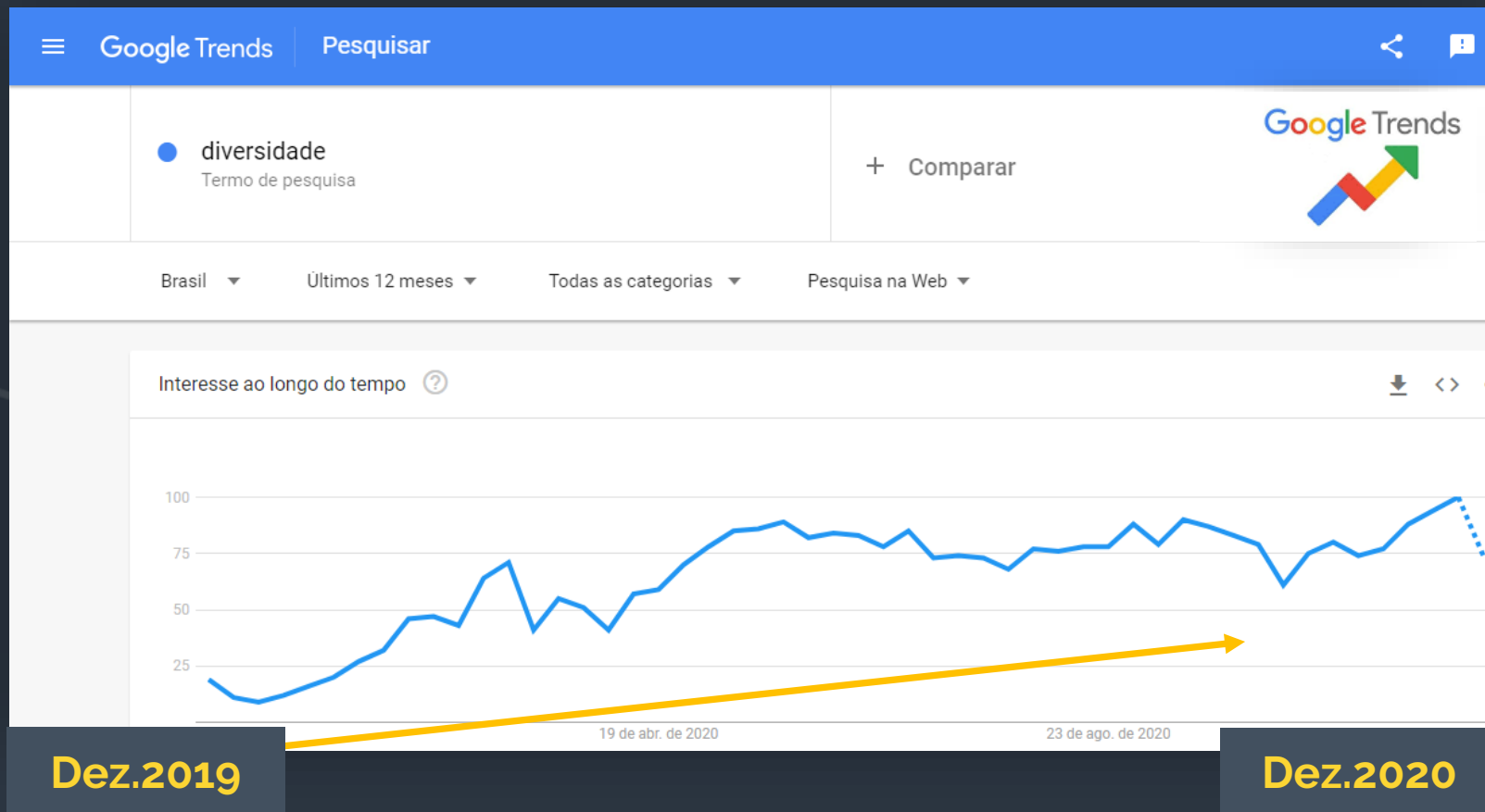
Significado de DIVERSIDADE

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



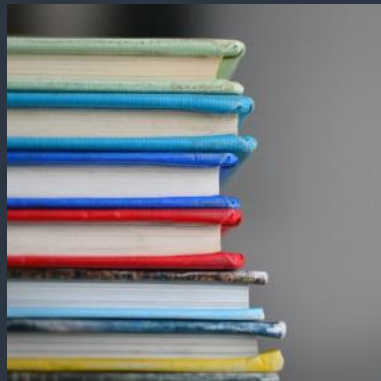
Escolas



Empresas



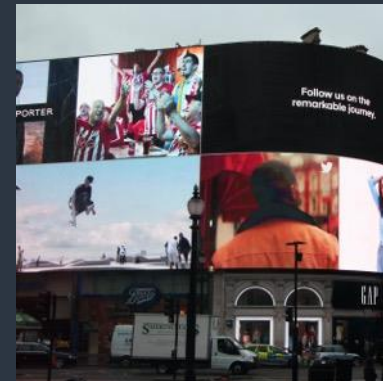
Mídia




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.

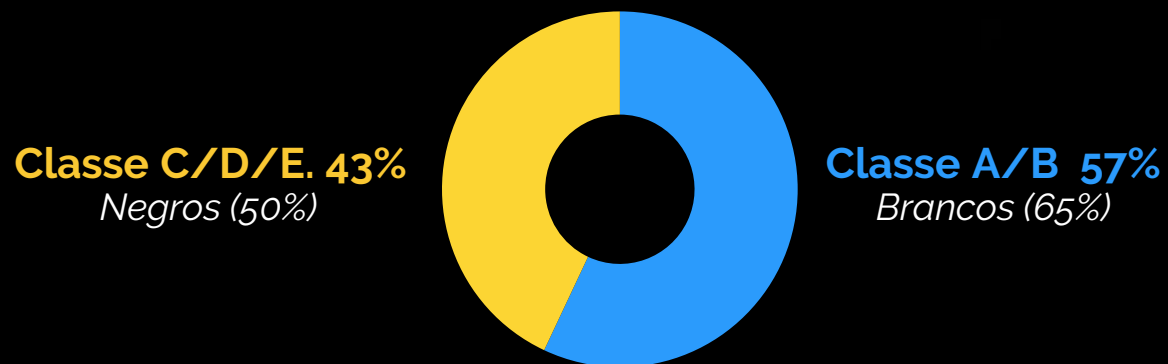
Quem?



4.000 entrevistas representando o perfil do internauta brasileiro.

Quem ouvimos?

Classe social



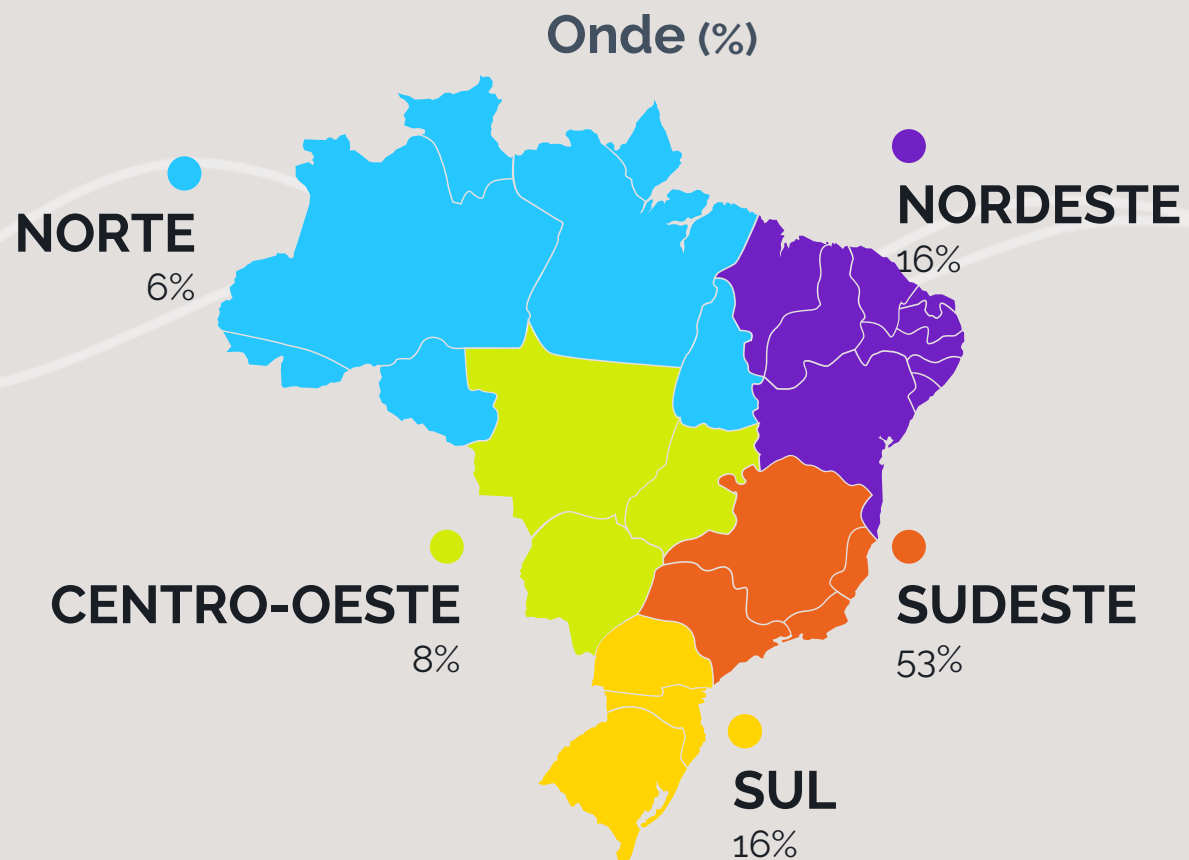
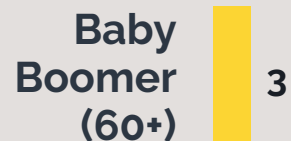
Branco são maioria nas classe AB, e também são os mais presentes entre os que possuem superior completo e pós graduação (38%).

Análise baseada em teste estatístico.

Escolaridade (%)



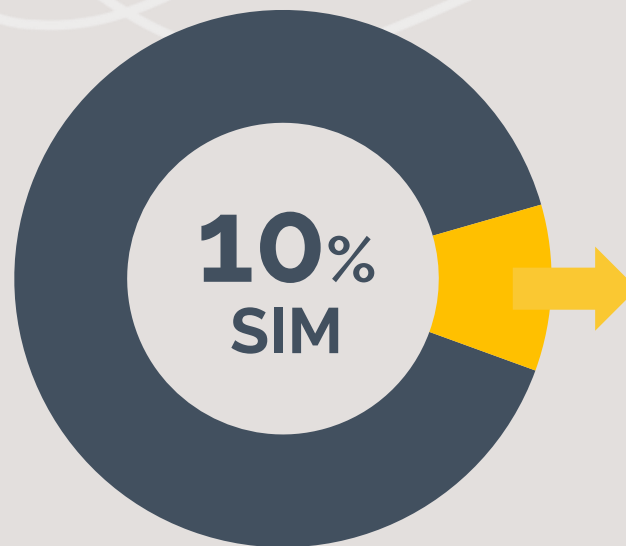
Quem ouvimos?



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

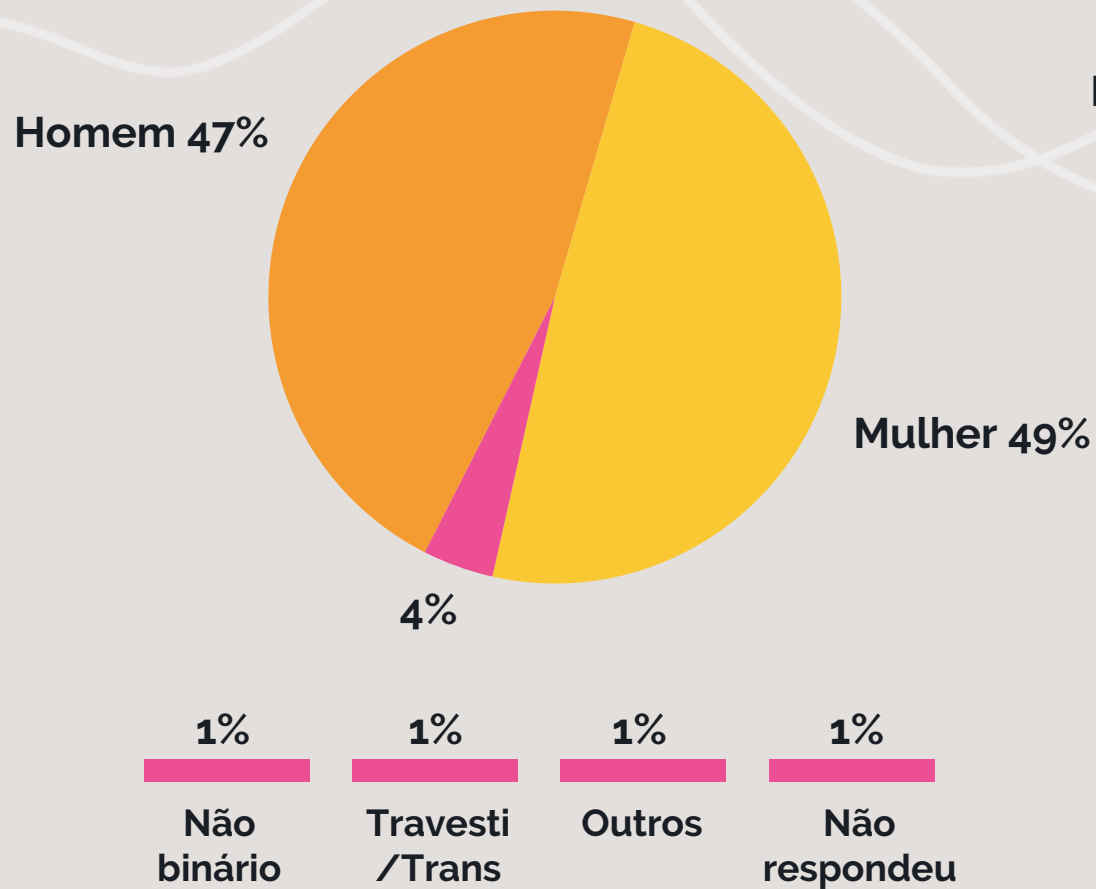
Você sabia que **15%** da população mundial **tem alguma forma de deficiência?**



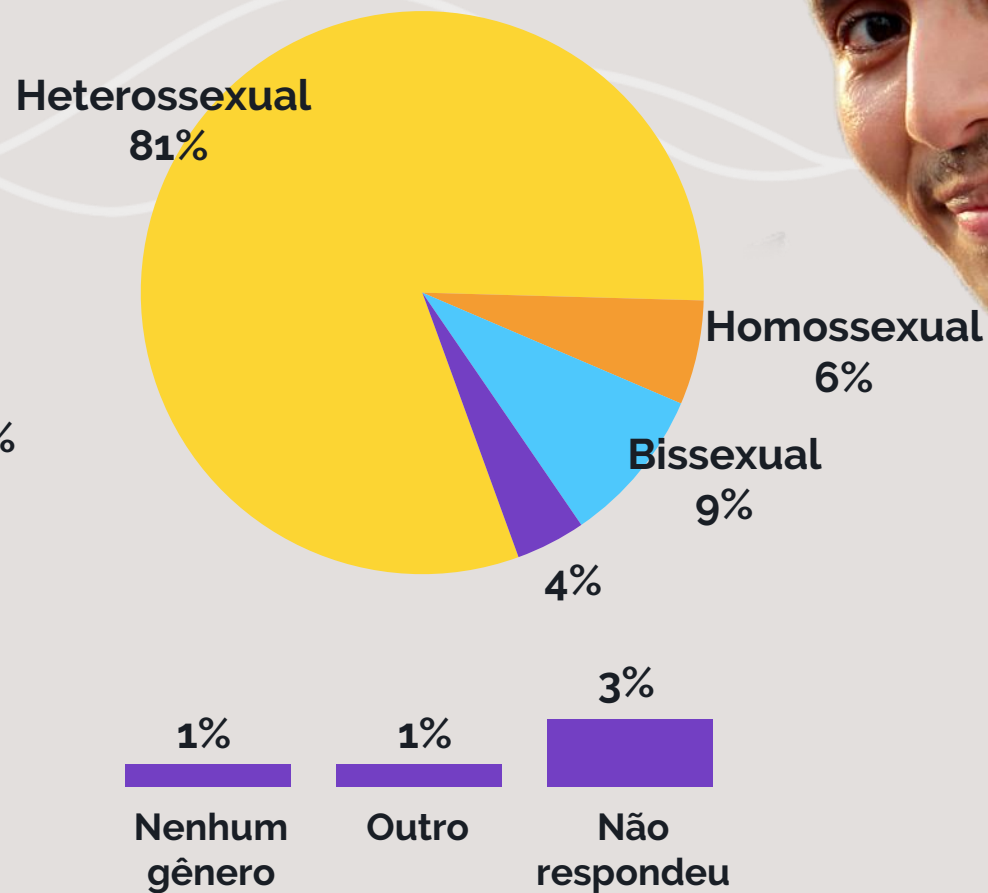
Vemos algumas iniciativas interessantes pelo mundo afora com ações de inclusão e respeito, como esta:

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



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 contribui financeiramente com as contas	43	48	39	46	39	46	29	42
Quem mais cuida/ se preocupa com a casa	28	28	28	24	25	30	26	24
Quem mais cuida/ se preocupa com as pessoas da casa	31	34	28	31	29	31	37	31
Pessoa com mais autoridade dentro de casa	30	28	31	26	32	29	45	24
Pessoa mais velha na minha casa	13	11	16	15	16	11	18	18
Outro motivo	1	-	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?

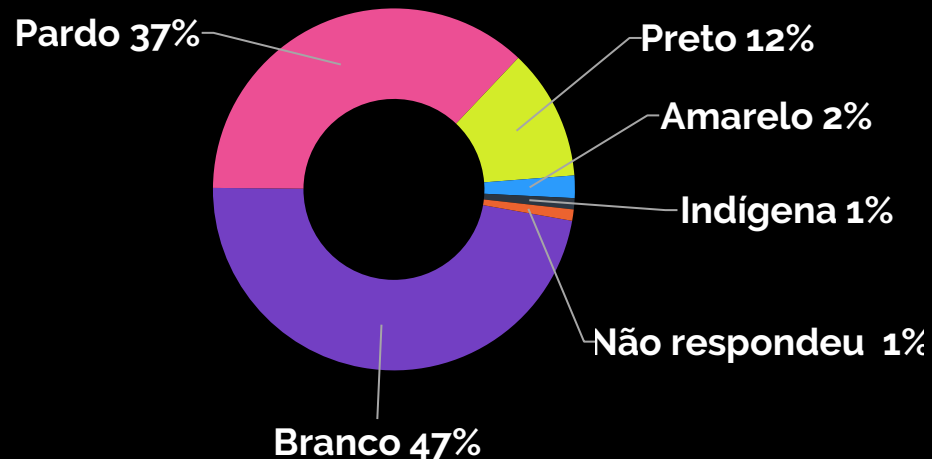
(%)	TOTAL	GER Z	GEN Y	GEN X
Quem mais contribui financeiramente com as contas	43	44	47	39
Quem mais cuida/ se preocupa com a casa	28	23	28	34
Quem mais cuida/ se preocupa com as pessoas da casa	31	30	30	33
Pessoa com mais autoridade dentro de casa	30	38	27	25
Pessoa mais velha na minha casa	13	19	9	11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

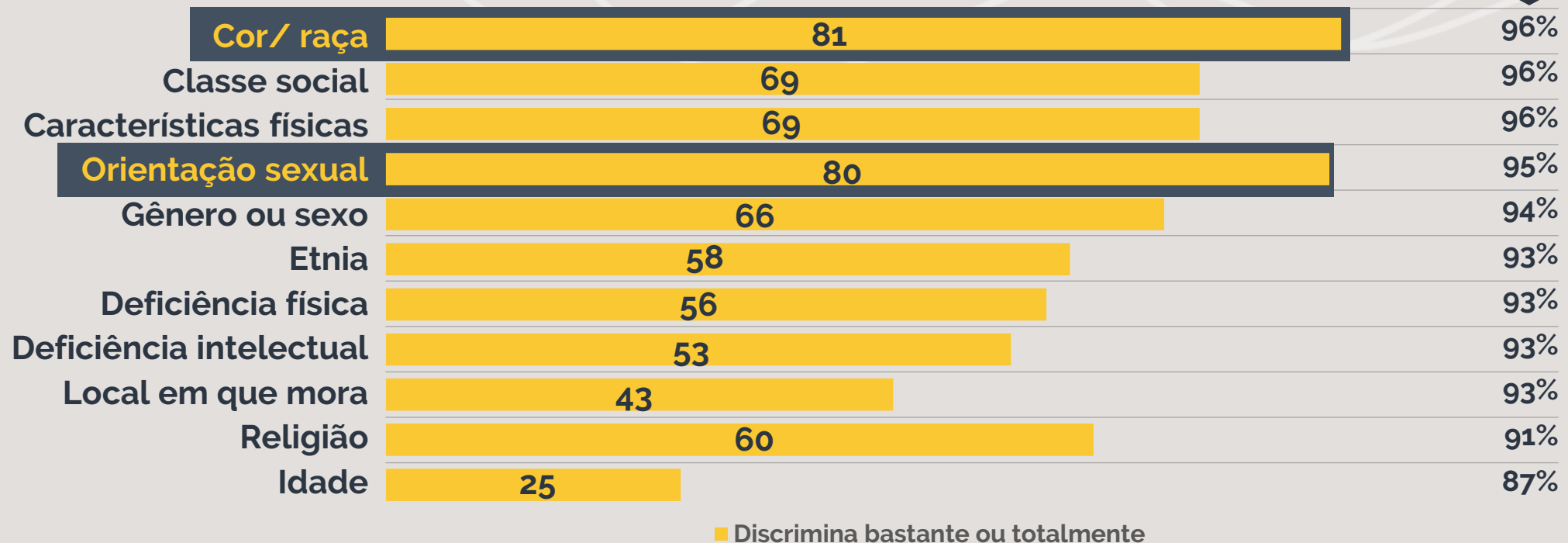
Jovens estão se distanciando das religiões?

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	Classe Social	Religião	
Ger Z	Mulheres	Mulheres	
Mulheres	Não heteros	Não heteros	
Não heteros	Candomblecistas / Umbandistas / Espíritas	Pretos	
Pretos	Classes C / D / E		

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

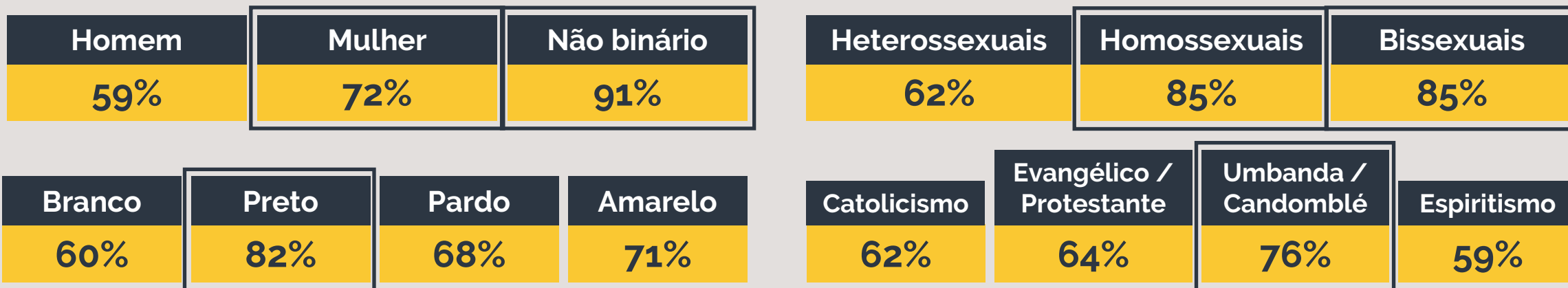
Quem sente a discriminação?


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;

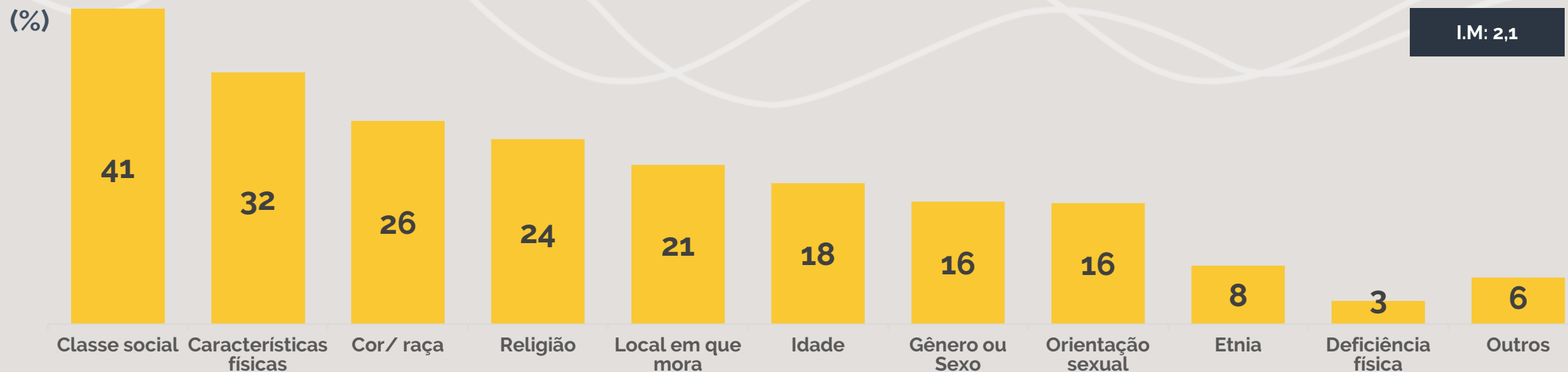
Ansiedade;

Dificuldade na hora de se concentrar.



Pelo que se sentem discriminados?

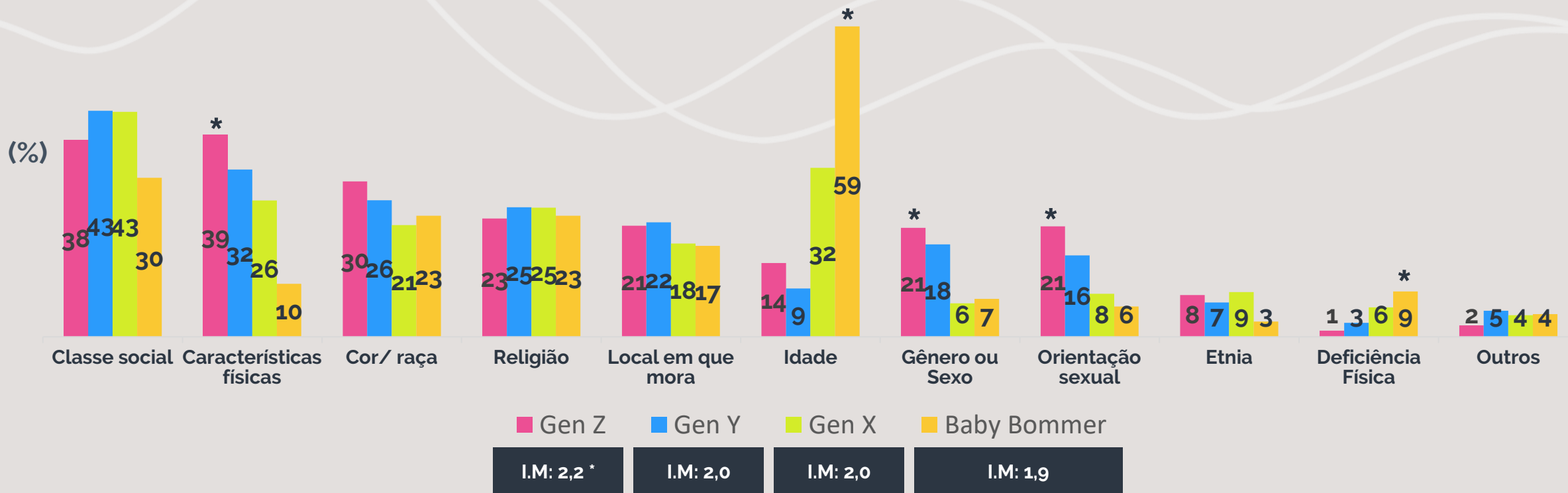
Classe Social é a causa de sentimento de discriminação de 4 em cada 10 entrevistados.



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?

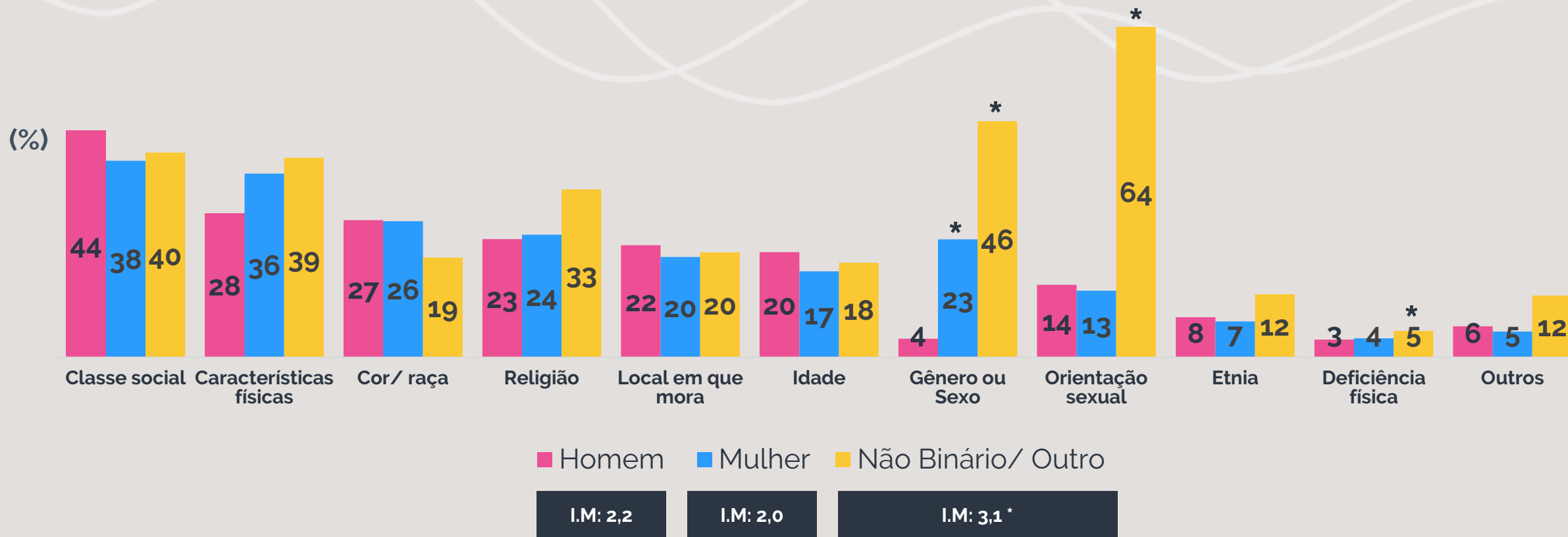
Geração Z aponta mais discriminações sofridas. Sentem com maior intensidade discriminação por características físicas, raça, gênero e orientação sexual.



Mais velhos se sentem mais atingidos por idade e religião.

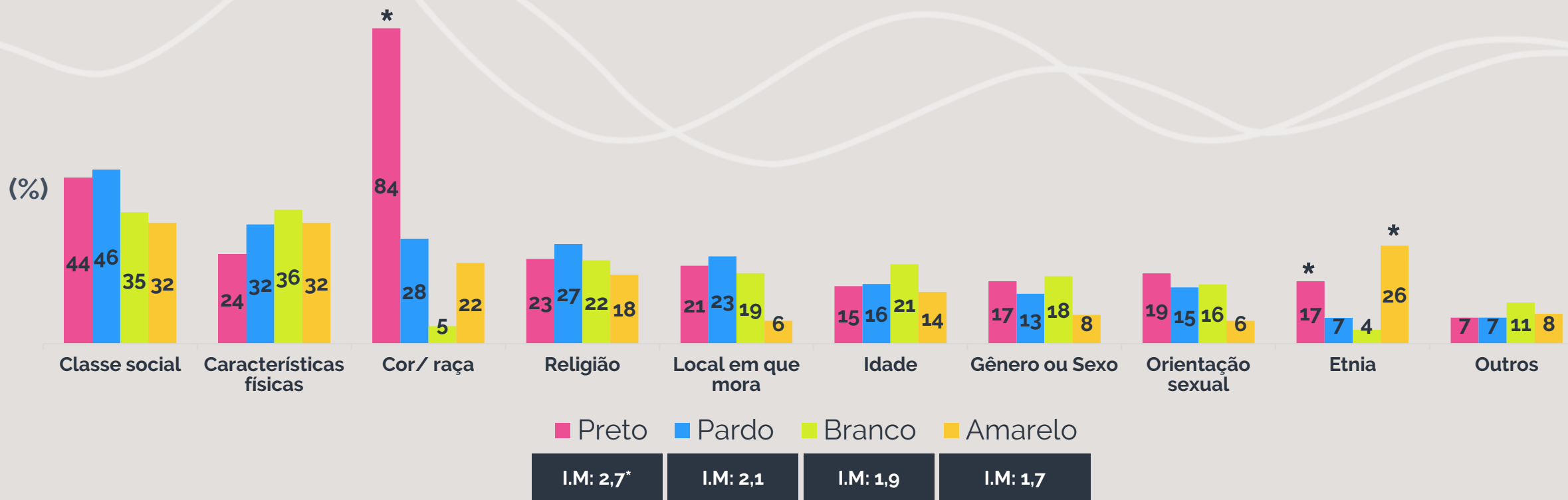
Pelo que se sentem discriminados?

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?

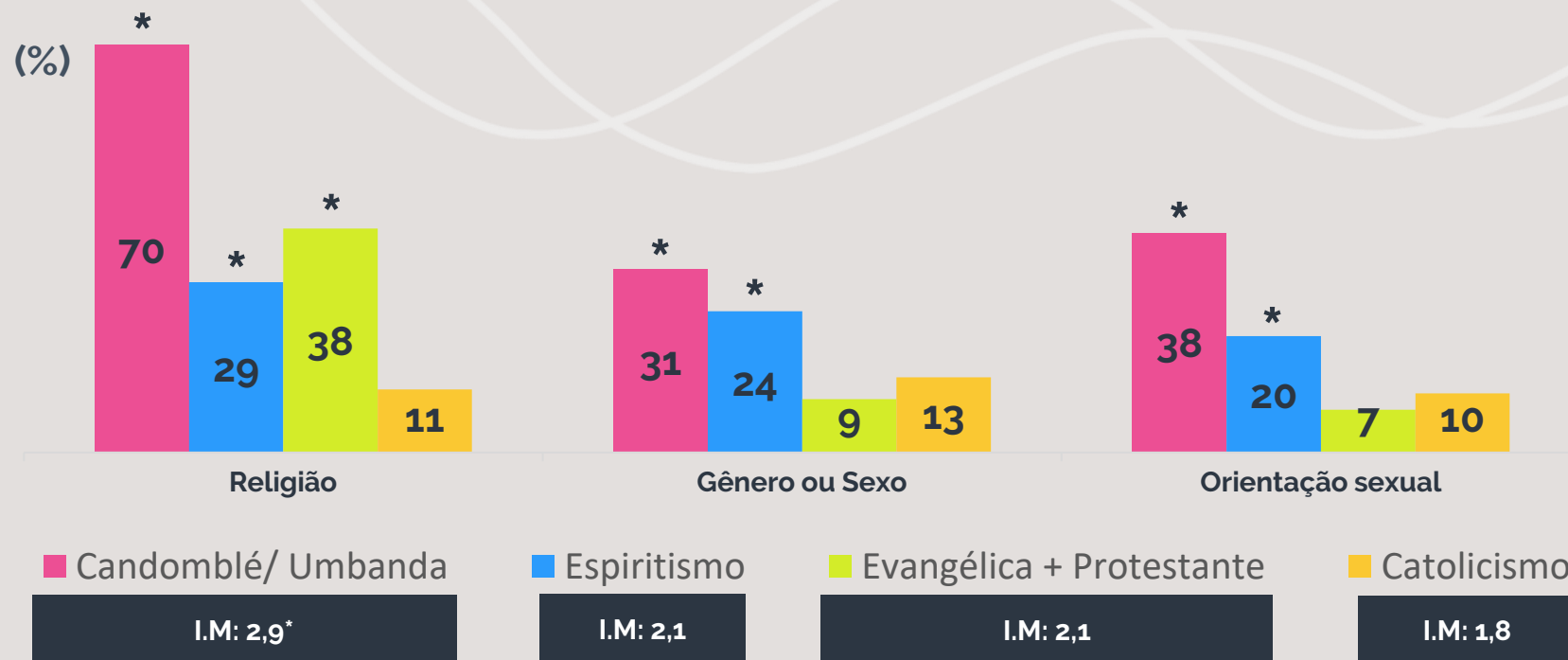
Pessoas pretas também apontam um alto número de característica que sofrem discriminação. (I.M)



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?

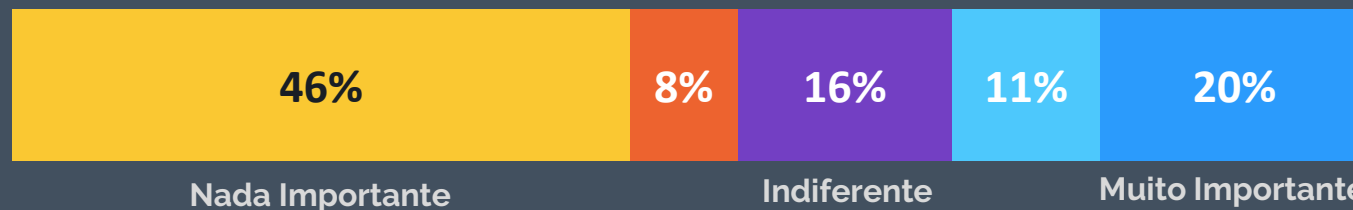
46%
conhece ou já viu

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
contato@institutoqualibest.com.br

 qualibest