

CONTEXTO ECONÔMICO E POLÍTICO: DETERMINANTES DA POPULARIDADE PRESIDENCIAL DE FERNANDO HENRIQUE CARDOSO E LULA ¹

André Jácomo de Paula Pinto

Universidade de Brasília

Jacomo.andre@gmail.com

Resumo do trabalho:

Os trabalhos que estudam as séries temporais de aprovação de Chefes do Poder Executivo são um dos mais tradicionais no campo do Comportamento Político. Embora isso seja verdade, são poucos estudos que trataram da popularidade do Presidente da República no Brasil. Tendo isso em vista, o presente estudo tratou de abordar quais determinantes mais relevantes que impactam a forma a qual os indivíduos avaliam o Presidente no Brasil. A premissa teórica é que os indivíduos responsabilizam o Chefe do Poder Executivo pelo bom desempenho do país em algumas dimensões, sobretudo a econômica e a política. Para analisar o caso brasileiro, foram empregadas técnicas próprias da análise de dados temporais, para o período compreendido entre janeiro de 1995 a dezembro de 2010 (governos dos Presidentes Fernando Henrique Cardoso e Lula). Quanto aos resultados, encontrou-se que a opinião pública brasileira avalia o trabalho de seu Presidente sobretudo a partir do bom desempenho da inflação e do desemprego, sob influência extraordinária de alguns eventos políticos que minoraram a popularidade de ambos os Presidentes (o apagão energético em 2001 e a crise do Mensalão, em 2005). Por fim, encontrou-se também que as campanhas eleitorais podem significar ganhos de popularidade para o Presidente da República.

Palavras-chave:

Popularidade, Avaliação Presidencial, Comportamento Político, Opinião Pública.

¹ Trabajo presentado en el Quinto Congreso Uruguayo de Ciencia Política, ¿Qué ciencia política para qué democracia?, Asociación Uruguaya de Ciencia Política, 7-10 de octubre de 2014.

1. Introdução

“Ele é o cara. O político mais popular do mundo”. Essa frase dita pelo Presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, em abril de 2009, simboliza claramente o reconhecimento internacional das elevadas avaliações positivas que o eleitorado brasileiro conferiu ao governo de Luís Inácio Lula da Silva.

Na recente história da democracia brasileira, nunca houve um sentimento positivo tão generalizado em relação à popularidade do Presidente da República no país. No período referente aos seus dois mandatos – entre 2003 e 2010 – a aprovação do governo Lula alcançou pouco mais de 80% do eleitorado nacional, o que fez do Petista um dos Presidentes mais populares do Brasil. Por outro lado, o governo de Fernando Henrique Cardoso, seu antecessor, não gozou do mesmo prestígio da gestão de Lula. O período compreendido entre 1995 e 2002, em que o Presidente tucano também governou o país por dois mandatos, não apresentou índices de aprovação maiores do que 47% do eleitorado brasileiro. A comparação é válida: enquanto o governo Petista terminou seu mandato com popularidade estável e próxima de 80%, o governo Tucano encerrou com índices de aprovação próximos de 26%.

A literatura que pesquisa os determinantes da satisfação popular com os governantes é bastante tradicional e consolidada. Somente para a literatura norte-americana, são catalogados mais de 300 artigos que tratam sobre o tema (Berlemann e Enelkemann, 2012). O arcabouço teórico que subsidia essa literatura é bem simples e resume-se da seguinte forma: O Presidente da República é responsabilizado pela opinião pública pelo sucesso ou pelo fracasso de determinadas políticas de governo, sobretudo a economia. Assim, se a economia vai bem, o Presidente é bem avaliado pela população. Ao contrário, quando a economia vai mal, o governo é mal avaliado.

Além do ambiente econômico, o cenário político também afeta a forma a qual a opinião pública avalia o desempenho de seus governantes. Para os componentes políticos, a popularidade presidencial é usualmente relacionada à existência de crises e escândalos políticos, eventos políticos (que afetam positivamente ou negativamente a popularidade, dependendo da natureza deste evento), guerras ou até mesmo a traços de personalidade do Chefe de Governo.

Assim, atribui-se que as avaliações sobre o desempenho do governo correspondem a uma função de popularidade, explicada pela soma de fatores econômicos e políticos. Ou seja, a função castigo-recompensa que explica o comportamento político

da opinião pública em relação às avaliações sobre o mandato presidencial é determinada, substancialmente, por estes dois componentes.

Embora a literatura brasileira sobre o tema não seja vasta, há fortes razões para se buscar melhor entendimento sobre como opera a função de popularidade na opinião pública do Brasil. Primeiramente, o arcabouço institucional do país fortalece de forma exagerada o papel de centralidade que o Chefe do Poder Executivo ocupa no processo de tomada de decisões e no provimento de diversas políticas e bens públicos. Em segundo lugar, dada a natureza do mandato presidencial, a relação, a relação entre opinião pública e Presidência da República é particularmente sensível, visto que ela simboliza todas as expectativas plantadas durante as campanhas eleitorais, que tornam-se o elo de responsividade do mandato por meio do voto depositado nas urnas. O vínculo resultante é que torna o Presidente responsivo pelas demandas consolidadas durante o período eleitoral.

A partir da visão geral das informações acima veiculadas, é importante questionar: quais são os fatores que influenciam a popularidade do Presidente da República brasileiro? Como explicar as variações e as flutuações da popularidade presidencial ao longo do recente período da democracia brasileira?

2. Revisão da Literatura

Desde o final da década de setenta do século passado, a Ciência Política Norte-Americana já se debruça sobre as possíveis explicações a respeito da popularidade de seus Presidentes e as razões pelas quais os eleitores escolhem seus representantes. De acordo com Berlemen e Enelkemann (2012), são quase 300 artigos publicados e mais de 100 livros que tratam diretamente do assunto. Trata-se, portanto, de uma das mais tradicionais linhas de estudo do comportamento político. Devido a essa grande amplitude e variedade de trabalhos, costumou-se simplificar o objeto destes estudos a partir da Função VP - Função Voto-Popularidade² (Nannested e Paldam, 1994).

² Pesquisas com a função da popularidade começaram especificamente pelo estudo da aprovação do governo em países específicos. Os primeiros trabalhos focaram na popularidade do Chefe do Poder Executivo dos Estados Unidos e do Reino Unido (Mueller, 1970). Posteriormente, também foram desenvolvidos estudos semelhantes sobre a França (Lafay, 1984), Itália (Santagata, 1985), Espanha (Amor Bravo, 1985), dentre outros países. Também é marcante a existência de estudos comparativos entre diversas democracias. Chappell e Veiga (2000) analisaram a função de popularidade em treze países desenvolvidos (Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Holanda, Irlanda, Itália, Portugal, Reino Unido e Suécia). Para os estudos de popularidade na América Latina, destacam-se os trabalhos de Buendia (1996), Aplabaza (2009), Arce (2010) e Varas (2012).

Conceitualmente, a típica função de popularidade pode ser entendida a partir da seguinte modelo³:

$$\text{Popularidade} = f(\text{Fatores Econômicos, Fatores Políticos})$$

Em outras palavras, a popularidade presidencial é determinada por fatores econômicos e fatores políticos, representadas, de acordo com Paldam (1993) como a Parte-E e a Parte-P, respectivamente, do modelo. Do lado esquerdo da equação, a popularidade propriamente dita é uma medida agregada das avaliações individuais sobre o desempenho do governo. Do lado direito, os fatores econômicos são uma medida agregada de performance econômica do país e os fatores políticos são medidas que representam eventos, tendências e instituições políticas do caso selecionado.

Em seguida, será apresentada a literatura existente sobre a influência da economia e da política na popularidade presidencial em regimes democráticos. Grande parte da literatura abordada refere-se às avaliações dos cidadãos em relação ao Presidente Norte-Americano. Essa é uma das linhas de pesquisas mais tradicionais da Ciência Política daquele país e, por isso, é farta a quantidade de material existente.

2.1 A Economia

Em suma, os aspectos econômicos são os mais considerados nos estudos sobre a função de popularidade de chefes do Poder Executivo. A premissa é simples: Quando a economia vai bem, o desempenho do Presidente da República é bem avaliado pela opinião pública; quando a economia vai mal, ele é mal avaliado pela população. Portanto, o Presidente é responsabilizado pelo sucesso - ou pelo insucesso - da política econômica do país.

Embora a maioria dos trabalhos afirme que a economia explica boa parte da popularidade presidencial, ainda há pouco acordo quanto a quais questões econômicas são as que mais importam (Lewis-Beck e Paldam, 2000). Esse ponto fica claro a partir do levantamento realizado por Berlemenn e Enelkemann (2012). Ao analisarem quase cem artigos cujo objeto de pesquisa é a função de popularidade, os autores encontraram que aproximadamente quinze questões econômicas diferentes foram testadas nos modelos

³ Bellucci & Lewis-Beck, 2011.

propostos, tais como desemprego, inflação, PIB, déficit público, déficit comercial, peso da carga tributária, dentre vários outros. Em que pese a multiplicidade de abordagens da parte-E da função, há duas questões econômicas básicas, que permanecem em grande parte dos modelos: o desemprego e a inflação.

A inclusão da questão do desemprego e da inflação como uma das variáveis independentes já faz parte da fórmula conhecida dos modelos da função de popularidade. Elas são praticamente variáveis obrigatórias. Seus resultados também são bem estáveis: boa parte dos trabalhos aponta para a significância estatística das duas variáveis.

No modelo clássico de Mueller (1970), o desemprego representa o componente econômico. Para Mueller (1970), a taxa de desemprego indica muito sobre a saúde da economia de um país e, por isso, é um importante componente utilizado para se avaliar o desempenho do governo. Entretanto, seus resultados são bem curiosos. Por um lado se o aumento do desemprego tem impacto negativo e significativo na aprovação presidencial, o crescimento e o fortalecimento econômico decorrentes da queda no desemprego não necessariamente afetam positivamente a popularidade do governo. Também na relação entre desemprego-inflação e aprovação presidencial, a dimensão do partidarismo é explorada. Kenski (1977) encontrou que o desemprego é associado somente a perdas de popularidade para Presidentes Republicanos, e não para Democratas. Contrariamente, os resultados de Hibbs (1982) indicam que o desemprego atinge com mais força o apoio popular a governos Democratas. Usando também dados individuais, Hibbs (1982) lança que indivíduos Democratas tendem a atribuir peso maior ao desemprego nas avaliações presidenciais, ao passo que Republicanos conferem maior importância para outras questões econômicas, tais como a inflação. Dados individuais também foram explorados por Ostrom e Simon (1989). Para os autores, o desemprego é um atributo econômico mais saliente para avaliações de indivíduos independentes, enquanto a inflação e a existência de períodos de guerra são mais salientes para Republicanos e Democratas, respectivamente.

Há também uma linha de trabalhos que defende ser a inflação muito mais importante para explicar a popularidade presidencial. Shienbaum e Shienbaum (1982) encontraram que o efeito da inflação é muito mais forte do que os efeitos da outra variável. MacKuen (1983), por sua vez, comparou o tempo de efeito de ambas as variáveis na função de popularidade. Assim, encontrou que o desemprego afeta a

aprovação dos indivíduos no curto prazo, ao passo que a inflação tem efeitos de curto prazo, mas com danos muito mais duradouros na popularidade.

A razão para a grande importância das duas questões econômicas na formação das opiniões individuais sobre o trabalho do Presidente é bem simples: ambas são indicadores econômicos bem simples, facilmente assimilados por grande parte da opinião pública, além de frequentemente constarem em qualquer noticiário econômico. Portanto, são questões acessíveis e salientes, que fazem parte do repertório de questões utilizadas por todos os indivíduos, independentemente de seu grau de sofisticação política (MacKuen et al., 1992, Enns, 2007).

Entretanto, a escolha das questões econômicas nos modelos não é restrita somente às duas analisadas acima. Como colocado anteriormente, outras variáveis econômicas são incluídas, com o objetivo de evitar o problema de má especificação da função de popularidade. Esse problema ocorre quando há a omissão de importantes variáveis descritivas. O resultado disso é a estimação de parâmetros viesados e a baixa capacidade explicativa do comportamento da variável dependente.

Nesse aspecto, a variedade de questões econômicas é ampla. Dentre as medidas alternativas, as proxies utilizadas para mensurar o crescimento econômico estão entre aquelas que possuem impacto significativo. Uma dessas proxies é o crescimento do PIB⁴, o qual é positivamente relacionado com popularidade presidencial. Essa relação é testada e comprovada por Norpoth (1991) a partir do teste de dados mensais da popularidade do Primeiro-Ministro do Reino Unido. Resultado semelhante encontraram Nicholson, Segura e Woods (2002), para dados mensais da popularidade presidencial norte-americana.

A questão da inclusão de novas variáveis econômicas é dicotômica. Ao mesmo tempo em que o acréscimo de variáveis não tradicionais tende a melhorar a especificação dos modelos, pouco se sabe sobre o seu real impacto na função de popularidade. Como bem ressaltam Belluci e Lewis-Beck (2010), os resultados para estas variáveis são pouco estáveis, uma vez que elas não são testadas com continuidade por muitos trabalhos. Além do mais, a significância estatística encontrada pode estar relacionada à duração da série

⁴ A questão do crescimento do PIB é mais bem discutida por Chappel Jr. (1990). Para testar a hipótese de que os indivíduos não se comportam do mesmo modo quando votam e quando avaliam o desempenho presidencial, Chappel Jr. (1990) encontra que o crescimento do PIB importa tanto para "eleitores" quanto para "opinadores". Entretanto, de forma interessante, seus resultados indicam que o crescimento do PIB é um critério mais importante para o voto do que para a avaliação presidencial.

temporal analisada, uma vez que, muitos destes estudos trabalham com séries temporais de curta duração. Portanto, é preciso testar melhor essas variáveis para séries temporais mais longas.

Entretanto, o cenário específico da economia do final do século XX tornou possível que muitos trabalhos especulassem sobre a possibilidade de influência da economia internacional nas avaliações domésticas do Presidente. O argumento é de que com a globalização, a internacionalização da economia e a integração econômica dos países, governos ficaram mais sujeitos a instabilidades na economia internacional (Bernhard e Leblang, 2006). Soma-se a isso o fato de que questões da economia internacional tornaram-se mais salientes na mídia, o que pode ser um componente adicional disponível para os indivíduos quando eles avaliam o desempenho do Presidente da República.

2.2 A Política

De longe, as variáveis econômicas abrangem grande parte dos esforços da literatura que busca explicar a função de popularidade do governo corrente. A parte-E da função de popularidade envolve as variáveis mais tradicionais e corriqueiramente incorporadas nas pesquisas sobre o assunto. Como bem ressaltam Bellucci e Lewis-Beck (2010), quase sempre as variáveis econômicas encontram elevado nível de significância estatística nos testes realizados, ao passo que, no rol das variáveis políticas, há pouca convergência sobre a sua incorporação na modelo da função de popularidade.

Por sua vez, a incorporação de variáveis políticas - ou a Parte-P da função da popularidade - é um desafio bem maior aos estudos sobre os determinantes da popularidade presidencial. Por ser uma parte menos tradicional da modelo da popularidade, usualmente as variáveis políticas são especificadas de forma muito assimétrica, ou mesmo nem incluídas em muitos estudos já desenvolvidos (Nannestad e Paldam, 1993).

Mesmo diante dessa dificuldade exposta, Berlemann e Enkelmann (2012) conceituam que as variáveis políticas usualmente representam um conjunto de variáveis que traduzem eventos, tendências ou mesmo instituições políticas do caso estudado. São geralmente variáveis dummy que tentam captar o grau de conformidade do ambiente político no qual o Presidente da República desempenha o seu governo. Dentre as mais relevantes destacam-se: (a) personalidade política do governante; (b) tempo de mandato;

(c) rally-events; (d) crises e dramas políticos; e (e) desenho institucional do compartilhamento de responsabilidades.

Dentre uma das variáveis políticas mais utilizadas, destaca-se aquela que representa o carisma pessoal do governante. Em geral, o carisma do Presidente representa um conjunto de características pessoais do governante, as quais ajudam as pessoas a formarem juízos sobre a personalidade e, também, sobre o seu desempenho no governo. A premissa defendida é a de que há determinadas características pessoais do Presidente da República que o fazem ser mais bem avaliado pelos eleitores, mantendo as demais condições políticas e econômicas constantes (Newman, 2004).

Diante disso, Popkin (1991) argumenta que avaliações individuais a respeito das características pessoais e estilo dos governantes possuem relativo peso no julgamento dos eleitores. Para Popkin, há duas principais razões para que esses fatores sejam tão importantes para formação da opinião dos indivíduos: (1) características pessoais dos governantes são atalhos cognitivos simples, utilizadas em contextos de decisão com alta ou baixa sofisticação e (2) envolvem baixos custos de informação (low-information shortcut) e, por isso, são usualmente importantes atributos avaliados no processo de formação das opiniões individuais.

O que se argumenta, portanto, é que parte da popularidade presidencial pode ser explicada por características inerentes ao próprio governante, principalmente no que se refere à sua personalidade ou à sua habilidade de governar⁵. Portanto, a percepção de características como (a) competência; (b) liderança; (c) empatia; e (d) honestidade no Presidente o torna mais popular (Cohen, 1999).

Outra variável política frequentemente incorporada nos estudos sobre popularidade é o tempo de mandato do Presidente. A variável tempo representa um dos principais focos de investigação, desde os primeiros estudos publicados sobre o assunto, começando desde o seminal artigo de Mueller (1970), que a denomina como *coalition of minorities*.

A variável representativa da "coalizão de minorias" é medida pelo tempo de efetivo exercício do mandato e está negativamente relacionada à popularidade do Chefe do Poder Executivo. Para Mueller, os Presidentes da República tipicamente tendem a

⁵ Entende-se assim que as percepções sobre as características do Presidente geralmente correspondem ao somatório de fatores cognitivos – opinião sobre traços da personalidade do Presidente–; afetivos–sentimentos relacionados às atitudes do Presidente –; e comportamentais –percepções sobre o seu modo de governar (Aldrich, Gronke e Grynaviski, 1999; Greene, 2001; Roeder, 2004).

perder popularidade durante seu mandato. Isso porque o governo é obrigado a enfrentar inúmeras decisões que usualmente lhe surgem e possam desgastá-lo perante alguns apoiadores iniciais de seu mandato. Haveria, assim, custos próprios por se governar, que se representariam na perda de popularidade.

Outra variável política – cujos efeitos também relacionam-se ao tempo de mandato – que possui resultados significativos em vários estudos é o efeito "lua-de-mel" – honeymoon effect. Esse efeito é baseado na ideia de que o Presidente desfruta de um período de alta de popularidade no início do mandato. Entretanto, o tamanho de duração do período de lua-de-mel é controverso: as medidas variam do período de três a quinze meses contados do início do mandato presidencial (Burden e Mughan, 2003). Analogamente, poucos estudos testam também um "efeito nostalgia", em que o Presidente obtém ganhos de popularidade no final do seu mandato. Porém, resultados sobre os efeitos dessa variável também são pouco convergentes. Se, por um lado, Geys (2010) encontra que a aprovação do governo aumenta cerca de três pontos no final do mandato, Berlemenn e Enekelmann (2012) testam o efeito nostalgia com três e seis meses e não encontram qualquer resultado significativo.

Tais explicações demonstram que eventos políticos reais – tais como rally events, guerras, escândalos ou mesmo dramas políticos – importam mais (junto com a economia) para explicar ganhos ou perdas de popularidade do Presidente da República.

Uma das variáveis políticas mais exploradas, e cujo resultado costumeiramente é significativo são os rally events. Mueller (1970), o primeiro a especificar tal variável, a define como eventos políticos internacionais, que envolvem diretamente a pessoa do Presidente da República, mas que tendem a gerar ganhos de popularidade a curto prazo em seu mandato. Para Mueller (1970), esses eventos geralmente são específicos e dramáticos, em ordem que captam a atenção e o interesse da opinião pública. A consequência disso seria o movimento de rally around the flag, em que a população passa a apoiar a política do governo em ocasião desse evento.

Quanto aos critérios de escolha dos rally events, não foram poucos os trabalhos que ampliaram o entendimento proposto por Mueller (1970). Ostrom e Smith (1992) oferecem uma tipologia de eventos que consiste em seis categorias: três delas relacionadas positivamente com a popularidade – (1) crises internacionais; (2) conquistas diplomáticas; (3) eventos que afetam diretamente a pessoa do Presidente, usualmente relacionados com a sua saúde –; e outras três relacionadas negativamente com a

aprovação presidencial – (1) escândalos políticos; (2) agitação doméstica; e (3) iniciativas políticas impopulares.

Outra variável – porém pouco considerada – variável política diz respeito a escândalos e dramas políticos. Em geral, por causa da grande repercussão e saliência midiática que escândalos políticos, são eventos relevantes, que representam perdas significativas na popularidade de um Presidente⁶.

Por fim, há que se destacar a influência do desenho político-institucional do país na formação da opinião pública acerca da popularidade presidencial, sobretudo porque o desenho institucional do país pode produzir diferentes níveis de clareza quanto à aplicação da função castigo-recompensa pelos indivíduos.

Os primeiros a explorarem essa dimensão foram Powell e Whithen (1993). Com base em observações recolhidas em relação a diversos países, eles encontraram que o desenho institucional – bicameralismo ou unicameralismo; governo de minoria ou governo de maioria; presidencialismo ou parlamentarismo – afetam a forma que as pessoas enxergam a responsabilidade do Presidente pelos resultados econômicos. Portanto, o arcabouço institucional serve como incentivos positivos ou negativos para os indivíduos atribuírem corretamente quem é o ator responsável pelo desempenho da economia.

O processo cognitivo de influência das instituições políticas na função castigo-recompensa é complexo e funciona da seguinte forma (Turgeon, 2011): (1) a atribuição de responsabilidade ocorre quando o governo é percebido como o ator responsável pelo resultado econômico; (2) a habilidade dos indivíduos identificarem corretamente quem é o responsável depende significativamente da clareza institucional, que demonstra quem é o ator responsável pela condução das políticas governamentais; (3) dependendo da clareza, os indivíduos identificam corretamente quem é o responsável e imputam-no opiniões positivas ou negativas, dependendo dos resultados políticos e econômicos.

Assim, a premissa geral conceitualizada é a de que onde há contextos políticos mais simples, os indivíduos identificam mais claramente quem é o responsável e o avaliam conforme suas percepções sobre o desempenho do governo. Por outro lado, em

⁶ Na literatura norte-americana, usualmente os testes buscam compreender os efeitos do escândalo de Watergate na popularidade do Presidente Nixon. Kernell (1978) e Hibbs (1982) encontraram resultados que apontam grandes perdas de popularidade causadas pelo caso.

contextos políticos mais complexos, o processo de identificação é mais sofisticado, e os indivíduos ajustam com maior dificuldade suas opiniões ao ator correto⁷.

3. Delimitação do Contexto

Por conta da estrutura centralizadora do Estado brasileiro, a figura do Presidente da República ocupa importante papel na definição da agenda e na condução das políticas internas e externas do país. Nesse sentido, atribui-se geralmente ao Chefe do Poder Executivo a responsabilidade pelo sucesso, ou pelo insucesso na resolução dos problemas políticos, econômicos e sociais do país.

Além da maior disponibilidade de dados existentes durante o período que compreende os dois mandatos de ambos os Presidentes, há outros fatores que justificam a escolha pelo intervalo temporal compreendido entre 1995 a 2010. De forma a simplificar a descrição desse quadro, é possível resumir as características desse período a partir de três contextos principais: econômico, político e social.

No plano econômico, o contexto das economias nacional e internacional sujeitou ambos os governos a situações diversas. De acordo com Ferreira e Sakurai (2009), o governo FHC foi marcado por diversas crises internacionais e domésticas que tiveram impacto sobre a economia do país: crise do México, em 1995; crise da Ásia, em 1997; crise russa, em 1998 e a crise cambial brasileira, ocorrida em 1999. Em meio às turbulências econômicas, o final do governo FHC viveu um período de grande instabilidade por causa da desconfiança do mercado financeiro em relação ao futuro político do país, o que representou forte aumento no risco-país e na desvalorização da moeda nacional (Rennó e Spanakos, 2006).

Não obstante as crises internacionais ocorridas no período, o governo do FHC precisou praticar políticas econômicas austeras de controle da inflação e da estabilização das contas do governo. Apesar do sucesso inicial do Plano Real – ao qual havia uma forte associação com a figura pessoal do Presidente da República – o governo FHC sofreu inúmeras resistências por conta do aumento da dívida externa e da dependência de investimentos do capital estrangeiro.

⁷ É fundamental separar que essa linha de pesquisa não afirma que o arcabouço institucional afeta diretamente a popularidade do Chefe do Poder Executivo. A causalidade entre instituição política e popularidade não é direta. Assim, o mais correto seria afirmar, por exemplo, que determinados contextos institucionais possibilitam que o eleitor compreenda melhor a dinâmica de decisões governamentais e atribua corretamente sua avaliação à instituição responsável pelo produto político.

Por outro lado, o governo Lula conviveu com cenários econômicos mais favoráveis ao crescimento e ao desenvolvimento do país, embora os primeiros meses do governo também tenham sido de grandes instabilidades econômicas. Internacionalmente, o período compreendido entre 2003 a 2010 foi caracterizado pela grande liquidez internacional, pelo crescimento do comércio mundial e da estabilidade macroeconômica, com exceção feita à crise financeira de 2008 (Ferreira e Sakurai, 2012). Esse cenário econômico internacional favorável gerou consequências positivas no mercado interno, por meio do crescimento dos investimentos e a queda acentuada do desemprego.

Por ora, é importante salientar que é possível atribuir boa parte do sucesso econômico do governo Lula à continuidade das principais políticas macroeconômicas implementadas pelo Banco Central do Brasil, como a manutenção do regime de metas de inflação e o regime de câmbio flexível. Muitos analistas econômicos consideram que o avanço do Brasil nesse período ocorreu principalmente pelo embalo econômico garantido pela continuidade das políticas macroeconômicas adotadas pelo governo Fernando Henrique Cardoso.

No plano político interno, ambos os governos tiveram que conviver com períodos de instabilidade política devido a denúncias de corrupção, reformas ministeriais e a necessidade de lidar com uma maioria instável no Congresso Nacional.

Primeiramente, a instabilidade provocada por severas denúncias de corrupção, se não afetam diretamente a imagem do Presidente da República, afetam ao menos a sua reputação perante a opinião pública. Durante o governo FHC, o Presidente da República conviveu com denúncias de compra de votos para que parlamentares aprovassem mudanças constitucionais que permitiram a reeleição ao cargo de Chefe do Poder Executivo.

Por sua vez, as denúncias de corrupção do governo Lula foram frequentes, como a Crise dos Correios, a Máfia dos Sanguessugas e, a mais grave delas, a Crise do Mensalão. Esta última referiu-se ao envolvimento de Ministros do primeiro escalão do gabinete presidencial com pagamentos a Parlamentares em troca de apoio ao governo em algumas votações no Congresso Nacional. Esse último escândalo culminou com uma ampla reforma ministerial e foi alvo constante de debate na mídia e nas eleições subsequentes.

Ademais, há outra semelhança no ambiente político-institucional existente no período compreendido entre os dois governos. Tanto FHC quanto Lula governaram com

maioria no Congresso Nacional. Entretanto, como traço presente no Presidencialismo de Coalizão brasileiro o custo de governabilidade no Poder Legislativo foi alto em ambos os governos, uma vez que a formação dessas maiorias se deu de forma instável.

4. Medição e construção da série da popularidade presidencial no Brasil

Como não basta a grande variedade de formas de abordar a função de popularidade, há também uma multiplicidade de formas de se especificar a variável dependente. O entendimento da opinião dos indivíduos sobre o Presidente pode incluir o conhecimento do público sobre as políticas presidenciais, as reações a essas políticas, avaliações sobre o desempenho do governo, desempenho pessoal do chefe da República, entre outros aspectos. Como popularidade não é uma variável factual, ela não pode ser diretamente observada. Assim, medidas recolhidas por meio de pesquisas de opinião são extremamente úteis para auxiliar nesse trabalho.

Dentre as três usuais formas de se mensurar a opinião dos indivíduos sobre o desempenho do governo⁸, a avaliação de governo foi a utilizada por este trabalho. A opção por ela foi a mais adequada por três razões: (1) estabilidade da pergunta, (2) comparabilidade dos resultados e (3) longevidade da pergunta no período de tempo.

A avaliação presidencial é uma variável estável porque ela é medida de forma idêntica pelos três maiores institutos de pesquisa de opinião no país: Ibope, Datafolha e Sensus. Os três institutos fazem a mesma pergunta, com as mesmas opções de escolha pelo respondente: “Pensando em uma escala de ótimo, bom, regular, ruim ou péssimo, como você avalia o desempenho do governo do Presidente da República?”.

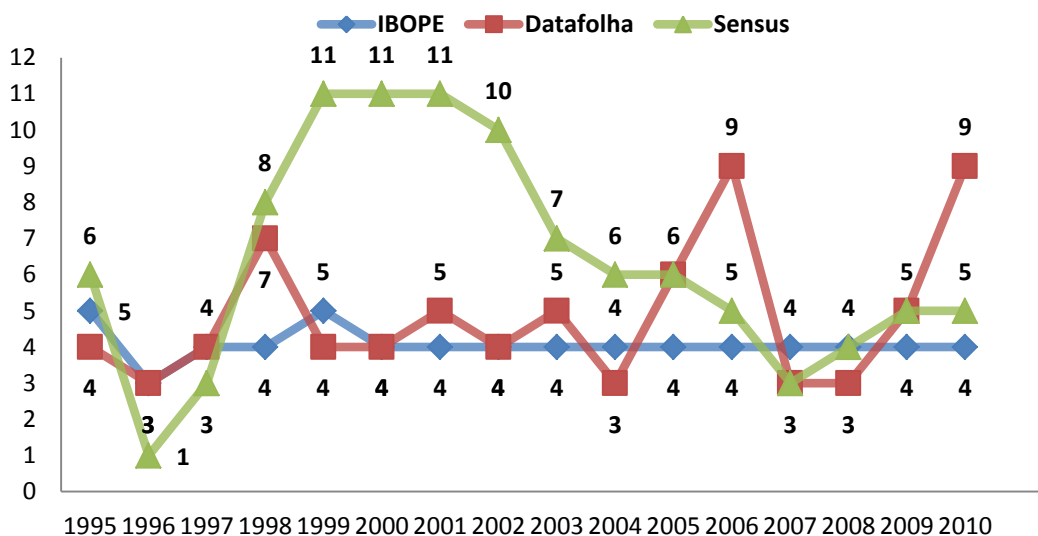
Por causa da igualdade de medição da avaliação presidencial, é possível comparar os resultados divulgados pelos institutos e, assim, utilizar uma medida mais robusta como variável dependente. Ademais, todas as pesquisas seguem a mesma metodologia: são pesquisas amostrais estratificadas, com a mesma margem de erro. Igualmente, a pergunta é mantida para todo o período selecionado, o que não dá margem para resultados viesados em relação à questão.

Entretanto, o maior obstáculo da sistematização desses dados consiste na periodicidade da realização da medição por cada instituto. O problema ocorre porque, em média, as pesquisas não se repetem na mesma razão sequencial durante o intervalo de

⁸ Aprovação de governo, avaliação de governo e confiança no governo.

tempo. Assim, em determinados anos, há a medição bimestral ou trimestral da popularidade do Presidente da República. Muitas vezes, alguns institutos chegam a repetir o instrumento em um mesmo mês. A frequência de realização anual das pesquisas, por instituto, é organizada no gráfico a seguir:

Figura 1 - Mensuração da Popularidade Presidencial por ano



Portanto, o principal problema é que não há uma observação sistemática mês a mês da popularidade presidencial. Para o período correspondente entre 1995 e 2010, há vários meses em que não houve divulgação da popularidade presidencial. Quando recortado apenas o período do governo Fernando Henrique Cardoso, observa-se que não há divulgação sistemática por nenhum dos institutos. A divulgação dos dados sobre popularidade começou a se estabilizar a partir do governo Lula, quando os institutos passaram a divulgar suas medidas de forma trimestral ou quadrimestral, em média.

Caso a série da avaliação do governo fosse mensal, o banco de dados teria, ao todo, 192 observações, referentes à soma de meses entre o início de 1995 e o final de 2010. Entretanto, nenhum dos institutos possui dados mensais para a variável dependente. O instituto Sensus é o que chega mais perto disso, com 102 observações. Datafolha e Ibope possuem 78 e 66 observações, respectivamente. Diante disso, há várias lacunas, ou missing values, na série temporal, que trazem uma série de implicações para sua análise.

Diante desse problema, foi preciso ajustar a variável dependente para se obter uma série sem missing values para a popularidade presidencial. Como quase a totalidade das variáveis independentes coletadas são variáveis mensais, optou-se por ajustar a variável dependente para se obter uma série mensal da popularidade presidencial.

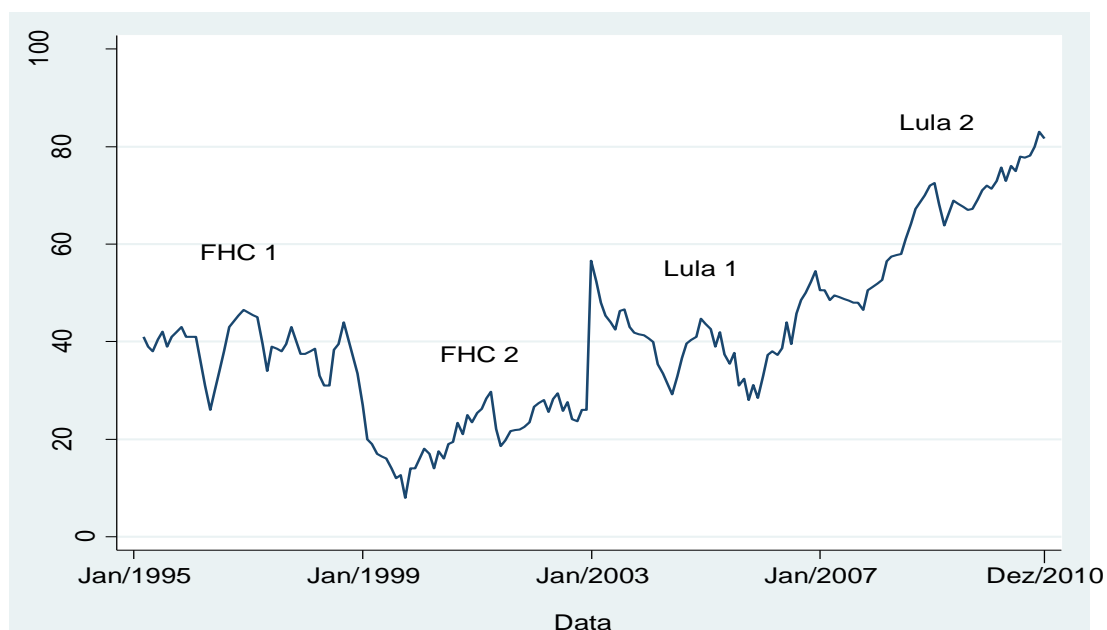
Assim, para cada mês, houve três tipos de casos que precisaram ser lidados de forma diferente: (a) meses com dados de um só instituto; (b) meses com dados de mais de um instituto; (c) meses com dados de nenhum instituto.

Para os meses em que havia observações de apenas um instituto, a solução foi mais fácil: atribuiu-se à popularidade daquele mês o valor divulgado pelo único instituto. Ao todo, a popularidade presidencial mensal foi medida por um único instituto 69 vezes (36,3 %). Quando foram coletadas mais de uma avaliação para um único mês, optou-se por atribuir a média entre os valores. Ao todo, a série ficou com 80 observações combinadas (42,1%). A alternativa da média para os meses em que havia observações mensais para mais de um instituto só foi possível porque a correlação entre os valores entre as mensurações da popularidade entre IBOPE, Datafolha e Sensus é bastante elevada⁹. Por fim, para os meses em que não havia uma observação sequer (41 casos), imputou-se na série o valor referente à média da popularidade no mês anterior e no mês posterior. É necessário ressaltar que esse ajuste só foi possível porque as três séries atendem aos requisitos acima citados: estabilidade, comparabilidade e longevidade.

A série construída a partir dos dados coletados da avaliação presidencial no Brasil é encontrada na figura 2 abaixo.

⁹ A correlação da série Ibope e Datafolha é 0,989. Já entre Ibope e Sensus é 0,954. Por fim, Sensus e Datafolha apresenta correlação de 0,973.

Figura 2 – Popularidade Presidencial no Brasil (1995/2010)



Fonte: compilado pelo autor.

Pela imagem acima, nota-se o comportamento dinâmico da opinião pública em relação à sua avaliação sobre o desempenho do Chefe do Poder Executivo para o período proposto. Essa dinâmica é claramente notada quando se observa que a dinâmica da popularidade presidencial é alterada sensivelmente a cada quatro anos. Mesmo que neste período, ambos Presidentes tenham sido contemplados com a continuidade de seus mandatos por meio da reeleição, a dinâmica da avaliação da opinião pública perante o trabalho do Presidente altera-se a cada início de mandato.

Vale ressaltar que o mesmo não é observado por estudos que analisam a popularidade presidencial de outros países. Por exemplo, ao analisar a série de 70 anos da popularidade do Presidente dos Estados Unidos, Cohen (2002) indica que há certa predisposição da popularidade manter sua tendência quando há continuidade dos mandatos.

Em que pese essa constatação, a popularidade observada durante o segundo mandato do Governo Lula, iniciado em janeiro de 2007, está mais associada à tendência de crescimento da popularidade já observada no final de 2006. Naquele período, Lula saía-se fortalecido das urnas, tendo sido reeleito com ampla maioria. Além do mais, o período eleitoral daquele ano testou a relação da imagem do Presidente com a crise do Mensalão, deflagrada em maio de 2005. Durante a campanha, Lula e seus aliados

transmitiram a imagem de que a pessoa do Presidente Lula esteve nada relacionada aos escândalos de corrupção apurados durante a sua gestão. Esse discurso, de certo modo, contribuiu para a sua reeleição e para a recuperação de sua popularidade, que continuou ascendente em seu segundo mandato.

Os dados mostram que a popularidade de Fernando Henrique Cardoso passou por dois momentos distintos ao longo dos oito anos de seu mandato. Em seu primeiro mandato, período compreendido entre janeiro de 1995 e dezembro de 1998, o peessedebista teve seu momento de maior popularidade, obtendo avaliações positivas de 46,5% da população (em dezembro de 1996). Muito dessa popularidade é atribuída ao sucesso do Plano Real (iniciado pelo Presidente FHC quando ainda era Ministro da Fazenda no Governo Itamar Franco) e ao controle da inflação. Ao longo do primeiro mandato de FHC, o apoio popular ao seu governo flutuou pouco, mantendo-se em volta da média de 38,91%.

Por sua vez, a popularidade de Fernando Henrique Cardoso foi bastante instável e frágil durante seu segundo mandato. Nesse período, sua média de apoio na opinião pública ficou em torno de 21,25%, patamar inferior ao momento mais crítico observado em seu primeiro mandato. No período, Fernando Henrique teve uma queda muito acentuada em sua popularidade, atingindo o patamar mínimo de 8% em outubro de 1999. No início daquele ano, o Brasil enfrentou uma grave crise econômica no cenário internacional, que elevou demasiadamente o valor do dólar, gerando novamente na população o temor pela volta da inflação. Como demonstra Borsani (2003), a turbulência econômica vivida naquele momento viria a comprometer a eleição de José Serra, corregilionario de FHC, nas eleições de 2002.

Por sua vez, os mandatos do Presidente Lula apresentam uma dinâmica diametralmente oposta àquela observada no mandato de seu antecessor. Primeiro, é de se destacar que, nesse período, o Presidente alcançou níveis inimagináveis de popularidade, obtendo avaliações positivas de 83% no último mês de novembro de seu mandato.

Em que pese o fato de a literatura encontrar que o Presidente da República vivencia cerca de três a seis meses de lua-de-mel com a opinião pública, a tônica parece ter sido diferente durante todo o Governo Lula. Ao longo dos dois mandatos, a popularidade média do Chefe do Poder Executivo foi de, aproximadamente, 40,45% e 64%, respectivamente. Até mesmo o patamar mínimo atingido pelo Presidente de 28% de

popularidade (em outubro de 2005, na esteira de todos os acontecimentos do Mensalão, que colocaram a figura de Lula em cheque perante à opinião pública) foi bem próximo ao patamar máximo (29,7%) do segundo mandato de seu antecessor.

Tabela 1 – Estatísticas Descritivas da Popularidade Presidencial, por mandato

Mandato	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
FHC 1 (1995/1998)	38,914	4,591	26	46,5
FHC 2 (1999/2002)	21,255	5,324	8	29,7
Lula 1 (2003/2006)	40,452	6,811	28	56,6
Lula 2 (2007/2010)	63,995	11,019	46,5	83

Fonte: compilado pelo autor.

4. Análise da Série Temporal da Popularidade Presidencial no Brasil

Assim, presente artigo busca explorar quais variáveis impactaram a série da popularidade presidencial no Brasil ao longo do período selecionado (1995 a 2010). Diante das evidências contextuais e do levantamento teórico realizado, selecionou-se um conjunto de variáveis que possam explicar as flutuações na avaliação do Presidente da República brasileiro no período.

Para traduzir o impacto da economia na popularidade foram selecionadas quatro variáveis. As duas primeiras são as mais tradicionais nos diversos estudos de função de popularidade na Ciência Política: inflação e desemprego. Ambas as variáveis são indispensáveis em qualquer estudo sobre o tema. Além disso, outras quatro econômicas foram também testadas: (a) variação mensal do Produto Interno Bruto (PIB); (b) percentual da dívida em relação PIB; (c) taxa de câmbio e (d) Ibovespa.

Já o conjunto das variáveis políticas é composto por quatro variáveis. A primeira delas é uma variável *dummy* referente aos três primeiros do mandato presidencial, para testar o efeito de *lua-de-mel* que Presidente goza perante à opinião pública no começo de seu mandato. Essa variável divide-se em quatro, uma referente ao começo de cada

mandato no período. Da mesma forma, o impacto do carisma político é testado. Assim, foi incluída uma variável *dummy* para Lula, Presidente que gozou de prestígio recorde durante o período analisado. Não se pode desconsiderar também a influência de alguns escândalos políticos na popularidade presidencial. Para o período selecionado, o grande escândalo político foi o mensalão, quando a figura do Presidente Lula foi acusada pela mídia de envolvimento direto no episódio de compra de votos de parlamentares. Assim, será incluída variável *dummy* para os meses de maio, junho e julho de 2005 (meses mais agudos da crise político-institucional do governo Lula).

Por fim, é preciso também avaliar como o período eleitoral afeta a popularidade presidencial. Durante as eleições, a avaliação do trabalho do Presidente da República fica mais latente na população, uma vez que aumenta a intensidade de informação política. A decisão do voto estimula os indivíduos a realizar avaliações sobre o desempenho do atual governo nas áreas mais importantes. Além disso, não se sabe qual a direção causal das eleições na avaliação presidencial, uma vez que há tanto o esforço do partido do governo no sentido de reforçar boas avaliações de seu mandato quanto a tentativa da oposição em estimular más avaliações do Presidente atual. Assim, primeiramente, é preciso testar se o período eleitoral afeta a popularidade presidencial e, em seguida, qual a direção desse efeito. Ela também é uma variável *dummy* que representa os meses de agosto, setembro e outubro de 1998, 2002, 2006 e 2010, todos meses de campanha presidencial.

Os modelos testados são apresentados na Tabela 2 a seguir:

Tabela 2 – Resultados dos estimadores calculados para os modelos - com variável popularidade presidencial no nível (1995/2010)

<i>Variable</i>	<i>Modelo 1</i>	<i>Modelo 2</i>	<i>Modelo 3</i>	<i>Modelo 4</i>	<i>Modelo 5</i>	<i>Modelo 6</i>	<i>Modelo 7</i>	<i>Modelo 8</i>
(1) Inflação	-5.77* (1.394)	-5.76* (1.396)	-4.97* (1.368)	-4.95* (1.370)	-4.29* (1.476)	-5.48* (1.406)	-5.05* (1.493)	-4.40* (1.391)
(2) Desemprego	-8.13* (0.582)	-8.15* (0.583)	-6.52* (.718)	-6.54* (.719)	-6.82* (0.750)	-8.14* (0.581)	-6.55* (.750)	-6.29* (.697)
(3) Variação no PIB	-	.00007 (.0001)	-	.00007 (.00009)	-	-	-	-
(4) Dívida	-	-	-.486* (.134)	-.486* (.134)	-	-	-.510* (.217)	-.646* (.203)
(5) Câmbio	-	-	-	-	-3.81* (2.672)	-	.317 (2.244)	.383 (2.083)
(6) Ibovespa	-	-	-	-	-	-0.101 (.071)	-	-
(7) Honeymoon FHC 1	-3.13 (8.944)	-3.97 (9.026)	-5.00 (8.674)	-5.86 (8.753)	-4.18 (8.800)	-4.53 (8.973)	-5.00 (8.698)	-5.04 (8.074)
(8) Honeymoon FHC 2	5.668 (5.529)	5.69 (5.266)	6.19 (5.094)	6.22 (5.099)	4.38 (5.192)	7.08 (5.338)	6.32 (5.194)	7.88 (4.829)
(9) Honeymoon Lula 1	16.42* (5.545)	16.53* (5.554)	17.08* (5.371)	17.19* (5.379)	17.79* (5.474)	15.87* (5.543)	16.99* (5.416)	18.02* (5.031)

(10) Honeymoon Lula 2	-1.76 (5.151)	-1.52 (5.166)	-1.63 (4.986)	-1.38 (5.001)	-2.44 (5.068)	-1.87 (5.136)	-1.57 (5.019)	-.264 (4.665)
(11) Lula	7.12* (1.768)	6.98* (1.781)	13.76* (2.499)	13.56* (2.509)	12.01* (2.509)	7.19* (1.763)	13.62* (2.571)	15.22* (2.405)
(12) Mensalão	-18.21* (4.493)	-18.21* (4.499)	-18.05* (4.350)	-18.05* (4.355)	-17.39* (4.427)	-18.05* (4.427)	-18.11* (4.383)	-16.75* (4.076)
(13) Apagão	-10.74* (4.035)	-10.65* (4.042)	-7.01** (4.041)	-6.92** (4.047)	-7.35** (4.161)	-11.58** (4.067)	-7.11** (4.111)	-4.88 (3.838)
(14) Eleicoes	-	-	-	-	-	-	-	10.46* (1.924)
Constante	91.89 (4.581)	91.96 (4.58)	90.93* (4.443)	91.01 (4.449)	87.82 (4.750)	91.99 (4.569)	91.23 (4.910)	90.68 (4.559)
R²	0.7461	0.7468	0.7633	0.7641	0.7560	0.7489	0.7633	0.7972

*Significância estatística a 95% (p < 0.05)

** Significância estatística a 90% (p < 0.01)

Os resultados dispostos revelam que o modelo básico (Modelo 1) explica grande parte da popularidade presidencial brasileira. Neste modelo, encontrou-se resultados esperados e significativos para as seguintes variáveis: inflação, desemprego, honeymoon do segundo mandato de Lula, dummy de Lula, e as rallies do apagão e do mensalão. Apenas com essas variáveis básicas, pode-se explicar aproximadamente 75% da popularidade presidencial do período.

No conjunto dos determinantes econômicos da avaliação do Presidente da República, destaca-se o comportamento satisfatório das duas principais variáveis: inflação e desemprego. Ambas as variáveis adquirem coeficientes negativos e significativos a 95% em todos os modelos estimados. Apenas os resultados estimados para os coeficientes também variam conforme o modelo: para a inflação, seu coeficiente varia de -5,77 a -4,40, ao passo que o coeficiente do desemprego varia de -8,15 a -6,29.

Com isso, pode-se aceitar a hipótese de que ambas as variáveis também explicam muito bem a popularidade presidencial no Brasil. Assim, como na literatura americana, identifica-se que o bom desempenho na inflação e no desemprego é o principal determinante para o Presidente da República ser bem avaliado. Quando os resultados das duas dimensões econômicas não são satisfatórios, o Chefe de Governo apresenta perdas em sua popularidade.

Esse resultado confirma a tese de MacKuen (1992) de que ambas questões possuem muita importância nos critérios pelos quais os indivíduos avaliam o desempenho do Presidente porque possuem resultados econômicos facilmente observados e são assimilados por boa parte da opinião pública, que as incorporam em suas funções de castigo e recompensa. Ademais, o arcabouço institucional brasileiro facilita que o Presidente da República seja identificado pela população como o principal ator responsável pelo sucesso ou insucesso da política econômica. Isso possibilita com que os resultados da política econômica de inflação e desemprego estejam associados às atribuições do Chefe do Poder Executivo.

Observa-se também que, para todos os modelos testados, o coeficiente calculado para o desemprego é maior do que para a inflação, em termos absolutos. Isso contraria os resultados propostos por Shienbaum e Shienbaum (1982) e MacKuen (1983), os quais encontram que, em média, o efeito da inflação é maior do que o do desemprego na função de popularidade. Entretanto, para o caso brasileiro, há fortes argumentos que suportam o contrário.

O fato de o desemprego ser mais importante do que a inflação indica que, supostamente, os brasileiros são mais tolerantes a aumentos na inflação do que a aumentos no desemprego. Até 1995 o grande problema da economia brasileira foi o controle da inflação. Até esse período, o país trocou diversas vezes sua moeda e a elevação geral dos preços chegou a atingir patamares superiores a 100%. Entretanto, a consolidação da política econômica com o Plano Real observada no começo do Governo FHC controlou grande parte do problema inflacionário, de modo a evitar que o país alcançasse patamares semelhantes nos dezesseis anos estudados. Como os Presidentes da República conseguiram, de certo modo, controlar o problema da inflação e como em nenhum momento da série a inflação teve aumentos descontrolados, é possível que a população tenha adquirido mais tolerância a aumentos na inflação do que no desemprego.

É importante ressaltar também que a literatura de Shienbaun e Shienbaun (1982) e MacKuen (1983) se adéqua perfeitamente ao caso norte-americano. Para este país, os dados apontam quase para a inexistência de inflação nas últimas duas décadas. A meta de inflação estipulada pelo Governo usualmente é zero. Por isso, a tolerância da opinião pública com esse determinante econômico é certamente menor. No Brasil, o Governo é forçado a lidar com uma meta de inflação pequena, porém relevante. Com isso, o esforço da política econômica é manter o país dentro da meta e controlar aumentos da inflação fora desse patamar mínimo aceitável. Assim, é possível que a opinião pública avalie o desempenho do Presidente da República no combate à inflação analisando seu trabalho em manter a inflação dentro da meta estipulada.

Analisando agora outras variáveis econômicas introduzidas ao modelo básico, observa-se que somente o montante da dívida total sobre o PIB e a taxa de câmbio foram variáveis que obtiveram parâmetros significativos a 95%. Primeiro, a variável relacionada à dívida total foi introduzida pelo Modelo 3, assumindo coeficiente equivalente à -0,486. Ou seja, a cada aumento de 1% no total da dívida pública, a popularidade presidencial cai aproximadamente 0,49 pontos (mantendo-se as demais variáveis constantes).

Embora o impacto dessa variável seja pequeno quando comparado com a inflação e o desemprego, ela tem significância estatística em todos os modelos nos quais é incluída. Isso comprova a hipótese de que a questão da dívida ganhou saliência no período e foi um fator considerável para a opinião pública ao se avaliar o desempenho do Presidente da República. Entre 1995 e 2010, a questão da dívida do Brasil, sobretudo a

dívida externa, foi uma questão diversas vezes colocada pela mídia. Principalmente entre 1995 e 2002, durante o Governo FHC, frequentemente, o país teve que contrair empréstimos perante o Fundo Monetário Internacional (FMI) com o objetivo de acertar as contas internas e possibilitar o investimento governamental. Além do mais, como demonstram Rennó e Spanakos (2006), essa questão foi uma das mais relevantes nas eleições de 2002, o que demonstra o destaque dado à dívida como um critério relevante de avaliação do governo. Desse modo, os resultados apontam que a opinião pública esteve atenta ao desempenho do Presidente da República quanto a dimensão da dívida. Embora a dívida seja menos importante do que a inflação e o desemprego, ela é outra questão econômica relevante na função de popularidade do Presidente brasileiro.

Por sua vez a influência da taxa de câmbio na popularidade presidencial é bastante curiosa. Quando incluída isoladamente pelo Modelo 5, a variável obtém resultado negativo e significativo (o coeficiente estimado é -3,81). Esse resultado confirma a hipótese de que a taxa de câmbio foi um fator relevante para a opinião pública. Novamente, a taxa de câmbio foi um indicador econômico de destaque, sobretudo no Governo FHC, quando o Real esteve indexado ao Dólar. Nesse período, qualquer flutuação mais significativa na moeda norte-americana influenciava diretamente os preços no mercado interno e aumentava o temor sobre o retorno da inflação. Entretanto, a variável perde significância estatística nos Modelos 7 e 8, quando ela é incorporada em conjunto com a dívida total.

No conjunto das variáveis políticas, deve-se atentar para o comportamento das variáveis relacionadas aos períodos de “lua-de-mel” de cada um dos mandatos. Como explicitado, a variável honeymoon refere-se à variável tempo que envolve os três primeiros meses de mandato do Presidente da República. Nesse período, espera-se que o Presidente tenha ganhos de popularidade por conta do mandato recém-iniciado.

Quando se observa o honeymoon individualizado para cada início de mandato, apenas os três primeiros meses de 2003 (primeiro mandato de Lula) apresentam resultados significativos e estáveis. Mais importante, nenhuma outra variável honeymoon deu efeitos em outros modelos, para outros mandatos. Nem mesmo FHC, no estágio inicial de seu governo parece ter desfrutado do período de “lua-de-mel” com a população igual ao período do primeiro mandato de Lula.

Os efeitos encontrados para o primeiro mandato de Lula representam o fato de que o começo de seu mandato foi um fato único e importante na recente história política

brasileira. Em 2003, a posse de Lula na Presidência da República causou grande comoção e repercussão nacional, principalmente por conta do simbolismo de sua vitória nas eleições de 2002. O resultado do pleito eleitoral daquele ano representou a eleição do Partido dos Trabalhadores (PT), primeiro partido de esquerda a assumir o Poder Executivo Federal. Além do mais, o resultado representou a vitória de um candidato que havia sido derrotado em três eleições anteriores (1989, 1994 e 1998). Por isso, havia muita curiosidade e expectativa por parte da opinião pública para o começo do Governo de Lula. Isso corrobora com a tese de Neustadt (1990) de que o começo do mandato influencia a forma a qual as pessoas avaliam o Presidente porque a euforia daqueles que votaram no Presidente ajuda a reforçar avaliações positivas no início do mandato, ao passo que os indivíduos contrários nas eleições tornam-se mais tolerantes.

A ausência de resultados significativos para o primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso é justificável. O início de 1995 representou o começo do mandato do peessedebista, que havia sido eleito no primeiro turno nas eleições ocorridas no ano anterior. Além do mais, o fato de o Presidente ter composto o gabinete durante o governo anterior não pode ser ignorado. Ao contrário do primeiro mandato de Lula, a posse de FHC não representou um fato novo que ensejasse o comportamento de “lua-de-mel” com a opinião pública.

Além do mais, era esperada a ausência de resultados significativos para o início do segundo mandato de ambos os Presidentes. Apesar de terem saído apoiados pelas urnas no ano anterior, imagina-se que o efeito honeymoon em um segundo mandato seja menor, uma vez que se trata da continuidade de um mandato anterior.

Assim como o fator continuidade do mandato sinaliza para a ausência de efeitos para o honeymoon para os segundos mandatos de FHC e Lula, há outros fatores próprios aos mandatos que também precisam ser considerados. Os primeiros meses do segundo termo de FHC foram extremamente explosivos no aspecto econômico. Ainda em janeiro, o país viveu uma abrupta desvalorização cambial, havendo aumento de 77% do valor do dólar entre dezembro de 1998 e aquele mês. Naquele momento, o Governo anunciava que o real deixaria de estar indexado ao dólar, culminando em um cenário de instabilidade econômica perante a opinião pública e ao mercado. O cenário econômico que se começou a se desenhar em janeiro de 1999 desencadeou a queda de popularidade do Presidente da República, que passou a ter tendência declinante a partir daquele mês.

Consequentemente, o índice de popularidade mais baixo de FHC foi observado em outubro daquele ano.

Entretanto, há mais a ser analisado nos fatores políticos que influenciaram as avaliações positivas durante o Governo Lula. Além dos efeitos consistentes para a variável honeymoon em seu primeiro mandato, a dummy que testou a influência de efeitos próprios aos mandatos de Lula também tem grande importância. Em todos os modelos estimados, a dummy Lula possui coeficiente robusto, significativo e positivo.

O resultado apresentado para esta variável significa que há fatores próprios do Governo Lula que ajudam a explicar a popularidade do período. Por exemplo, no modelo 9, aquele que melhor se ajusta para demonstrar o comportamento da popularidade presidencial, o coeficiente positivo de 15,22 para a variável em questão significa que a simples presença do Presidente Lula na chefia do Poder Executivo aumenta naquele valor a popularidade presidencial, mantendo-se constantes as demais variáveis.

Os resultados para a variável dummy de Lula indica que existe um nível de aprovação natural do Presidente, que independe da influência de outras questões, como as econômicas. Esse nível de aprovação natural está associado a elementos particulares de seu governo, tal como o carisma do Presidente, seus traços de personalidade, ou mesmo outros traços marcantes na sua forma de condução do Governo. Esses fatores foram captados pela inclusão da dummy para os períodos dos mandatos de Lula.

Ao certo, não se sabe quais características próprias do Governo Lula estão afetando a sua popularidade. A mais indicativa de todas é a personalidade e o carisma de Lula. Outro aspecto possível de ter sido captado pela variável é a influência de determinadas políticas sociais de transferência de renda, como o Bolsa Família, que foram uma das características mais marcantes do Governo Lula. Como essas políticas foram extremamente populares, sobretudo com a população de baixa renda, é possível que parte do alto impacto da variável correspondente à Gestão Lula se explique também por este fator. Ao que tudo indica, há algo inerente à sua gestão que elevou os patamares da popularidade a níveis inimagináveis de aprovação.

Não obstante o fato de os dados indicarem que há fatores inerentes à gestão de Lula que explicam a grande aprovação de seu mandato, os testes apontam também que sua popularidade foi negativamente afetada por um evento político: o Mensalão. Os resultados para a variável também são bem robustos: em todos os modelos, ela tem significância estatística a 95%, com sinal negativo que varia entre -18,21 e -16,75.

Esses resultados apontam que evento do Mensalão foi determinante para explicar quedas na popularidade presidencial de Lula. A ocorrência do escândalo político de grandes proporções atingiu em cheio figuras do alto-escalão do Poder Executivo, tal como o Ministro da Casa Civil, José Dirceu. Por causa disso, as denúncias reverberaram nas avaliações presidenciais, em que pese à estratégia do Partido dos Trabalhadores em disassociar a figura do Presidente aos escândalos.

Pode-se afirmar, nesse sentido, que a opinião pública identificou o Presidente da República como uma figura associada aos escândalos de corrupção que eclodiram em seu governo. Entretanto, os dados não conseguem apontar por qual razão a população puniu o Presidente: ou por suposto envolvimento direto no escândalo, ou por desconhecer o fato de que membros do alto escalão de seu governo praticavam atos de corrupção.

A outra variável que simboliza um evento político de relevância também possuiu resultados semelhantes. A dummy para a crise de energia elétrica (mais conhecida como o Apagão), ocorrida no Brasil nos meses de agosto a novembro de 2001, apresentou resultados significativos e negativos. Novamente, a opinião pública identificou o Presidente da República como o ator responsável pela política energética do país e puniu-o com avaliações mais negativas sobre seu governo.

Dentre os fatores políticos que influenciam a popularidade presidencial, o período eleitoral mostrou-se igualmente importante. A inclusão dessa variável pelo modelo 8 representou o aumento do poder explicativo do modelo em 3%. Pelos resultados estimados, encontrou-se que o período eleitoral beneficia a popularidade do Presidente da República. Os efeitos das eleições se mantêm mesmo quando o Presidente da República não está diretamente envolvido nas campanhas eleitorais como candidato¹⁰.

Durante as campanhas eleitorais, a presença do Presidente da República – tanto como candidato, quanto como “cabo eleitoral” – estimula a opinião pública a realizar avaliações retrospectivas sobre o desempenho do governo. Nesse período, imagina-se que é maior o fluxo de informações positivas sobre as políticas desenvolvidas pela Presidência durante o mandato. Como o candidato do governo busca associar-se a estas

¹⁰ No modelo, a variável eleições representa as eleições de 1998, 2002, 2006 e 2010. Nas eleições de 1998 e 2006, o Presidente da República estava diretamente envolvido nas campanhas eleitorais, uma vez que concorriam a um novo mandato. Por sua vez, não se pode ignorar o papel relevante que o Presidente desempenha mesmo em eleições nas quais ele não é candidato. Embora a figura não esteja diretamente envolvida nas disputas eleitorais, ele é ator relevante nas campanhas, uma vez que, nos casos, ele participou ajudando eleitoralmente o candidato de seu partido ao cargo máximo do Poder Executivo.

informações, o período eleitoral acaba reforçando predisposições individuais a avaliações positivas. Ou seja, o período eleitoral funciona como um elo que liga a popularidade presidencial ao voto, de modo a transformar avaliações positivas em votos favoráveis ao partido do governo.

5. Referências Bibliográficas

AMOR BRAVO, E., (1984) “El ciclo político de los negocios y su referencia al caso español (1976-1985)”. *Información comercial española. Boletín semanal*, n. 2015, p. 4259-4268.

APABLAZA, C., (2009) “Factores Explicativos de la Aprobación Presidencial”. *Serie Informe Sociedad y Política LyD*, n. 114, p. 1-12.

ARCE, M., CARRIÓN, J., (2010) “Presidential Support in a Context of Crisis and Recovery in Peru, 1985-2008”. *Journal of Politics in Latin America*, v. 2, n. 1, p. 31-51.

BELLUCCI, P., LEWIS-BECK, M. S., (2011) “A stable popularity function? Cross-national analysis”. *European Journal of Political Research*, v. 50, n. 2, p. 190-211.

BERLEMANN, M., ENKELMANN, S., (2012) “The Economic Determinants of U.S. Presidential Approval - A Survey”, *Working Paper Series in Economics 272*, University of Luneburg, Institute of Economics.

BERNHARD, W., LEBLANG, D., (2006) “Polls and Pounds: Public Opinion and Exchange Rate Behavior in Britain”. *Quarterly Journal of Political Science*, v. 1, n. 1, p. 25-47.

BUENDÍA, J., (1996) “Economic reform, public opinion, and presidential approval in Mexico, 1988-1993”. *Comparative Political Studies*, v. 29, n. 5, p. 566-591.

BURDEN, B., MUGHAN, A., (2003) “The international economy and presidential approval”. *Public Opinion Quarterly*, v. 67, n. 4, p. 555-578.

CHAPPELL JR, H. W., (1990). “Economic performance, voting, and political support: A unified approach”. *The Review of Economics and Statistics*, p. 313-320.

CHAPPELL JR, H. W., GONÇALVES VEIGA, L., (2000) “Economics and elections in Western Europe: 1960–1997”. *Electoral Studies*, v. 19, n. 2, p. 183-197.

COHEN, J. E., (1999) “The polls: The dynamics of presidential favorability, 1991–1998”. *Presidential Studies Quarterly*, v. 29, n. 4, p. 896-902.

COHEN, J. E., (2002) “The Polls: Policy-Specific Presidential Approval, Part 1”. *Presidential Studies Quarterly*, v. 32, n. 3, p. 600-609.

ENNS, P., (2007) “The Micro Foundations of Presidential Approval”. *Unpublished Manuscript*.

FERREIRA, A., SAKURAI, S., (2009) “Personal charisma or the economy? Macroeconomic indicators of presidential approval ratings in Brazil.

FERREIRA, A., SAKURAI, S., (2012); OLIVEIRA, Rodolfo. "Oito anos construindo popularidade". *Revista Economia & Tecnologia*, v. 7.

GEYS, B., (2010) "Wars, Presidents, and Popularity The Political Cost (s) of War Re-Examined". *Public opinion quarterly*, v. 74, n. 2, p. 357-374.

HIBBS, D., RIVERS, R., VASILATOS, N., (1982) On the demand for economic outcomes: Macroeconomic performance and mass political support in the United States, Great Britain, and Germany. *The Journal of Politics*, v. 44, n. 2, p. 426-462.

KENSKI, H., (1977) "The impact of economic conditions on presidential popularity". *Journal of Politics*, v. 39, n. 3, p. 764-773.

KERNEL, S., (1978) "Explaining presidential popularity. How ad hoc theorizing, misplaced emphasis, and insufficient care in measuring one's variables refuted common sense and led conventional wisdom down the path of anomalies". *The American Political Science Review*, p. 506-522.

LAFAY, J., (1984) "Political change and stability of the popularity function: The French general election of 1981". *Political Behavior*, v. 6, n. 4, p. 333-352.

LEWIS-BECK, M., PALDAM, M., (2000) "Economic voting: an introduction". *Electoral studies*, v. 19, n. 2, p. 113-121.

LEWIS-BECK, M., STEGMAIER, M., (2000) "Economic determinants of electoral outcomes". *Political Science*, v. 3, n. 1, p. 183.

MACKUEN, M., ERIKSON, R., STIMSON, J., (1992) "Peasants or bankers? The American electorate and the US economy". *The American Political Science Review*, p. 597-611.

MUELLER, J., (1970) "Presidential popularity from Truman to Johnson". *The American Political Science Review*, v. 64, n. 1, p. 18-34.

NANNESTAD, P., PALDAM, M., (1994) "The VP-function: A survey of the literature on vote and popularity functions after 25 years". *Public Choice*, v. 79, n. 3-4, p. 213-245.

NEUSTADT, R., (1991) "Presidential power and the modern presidents: The politics of leadership from Roosevelt to Reagan". Simon and Schuster.

NEWMAN, B., (2004) *The Polls: Presidential Traits and Job Approval: Some Aggregate-Level Evidence*. *Presidential Studies Quarterly*, v. 34, n. 2, p. 437-448.

NORPOTH, H., LEWIS-BECK, M., LAFAY, J. (1991) "Economics and politics: The calculus of support". University of Michigan Press.

OSTROM, C., SIMON, D., (1989) "The man in the Teflon suit? The environmental connection, political drama, and popular support in the Reagan presidency". *Public Opinion Quarterly*, v. 53, n. 3, p. 353-387.

OSTROM, C., SMITH, R., (1992) "Error correction, attitude persistence, and executive rewards and punishments: A behavioral theory of presidential approval". *Political Analysis*, p. 127-183.

POPKIN, S., (1991) "The reasoning voter: Communication and persuasion in presidential campaigns". University of Chicago Press.

POWELL JR, G. B., WHITTEN, G., (1993) "A cross-national analysis of economic voting: taking account of the political context". *American Journal of Political Science*, p. 391-414.

RENNÓ, L., SPANAKOS, A., (2006) "Fundamentos da economia, mercado financeiro e intenção de voto: As eleições presidenciais brasileiras de 1994, 1998 e 2002". *Dados*, v. 49, n. 1, p. 11-40.

ROEDER, M., (2004) "Explaining Presidential Approval: Persona Versus "Real World" Explanations". 2004. Tese de Doutorado. University of Cincinnati.

SANTAGATA, W., (1985) "The Demand Side of Politico-Economic Models and Politicians' Beliefs: the Italian Case". *European Journal of Political Research*, v. 13, n. 2, p. 121-134.

SCHNEIDER, F., POMMEREHNE, W., FREY, B., (1981) "Politico-economic interdependence in a direct democracy: The case of Switzerland". *Contemporary Political Economy, Studies on the Interdependence of Politics and Economics*, North Holland, Amsterdam.

SEGURA, G. M., WOODS, N.D., (2002) "Presidential approval and the mixed blessing of divided government". *Journal of Politics*, v. 64, n. 3, p. 701-720.

SHIENBAUM, K. E., SHIENBAUM, E., (1982) "Public Perceptions of Presidential Economic Performance: From Johnson to Carter". *Presidential Studies Quarterly*, p. 421-427.

STIMSON, J., (1976) "Public Support for American Presidents A Cyclical Model". *Public Opinion Quarterly*, v. 40, n. 1, p. 1-21.

WEYLAND, K., (2000) "A paradox of success? Determinants of political support for President Fujimori". *International Studies Quarterly*, v. 44, n. 3, p. 481-502.