

ANDRÉ JÁCOMO DE PAULA PINTO

**Os enigmas da popularidade presidencial no Brasil: economia ou
política?**

BRASÍLIA

2013

ANDRÉ JÁCOMO DE PAULA PINTO

Os enigmas da popularidade presidencial no Brasil: economia ou política?

Dissertação apresentada ao Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília para a obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Mathieu Turgeon

BRASÍLIA

2013

A todos que me ajudaram nessa trajetória

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família, em especial a minha mãe, Maria de Fátima, que me apoiou em todo momento na minha trajetória de vida. Graças a seu apoio e sacrifício, pude escolher os caminhos certos que me formaram como profissional e como indivíduo. Agradeço também o meu pai, Guilherme, e a minha irmã, Anna Luisa, por me motivarem a seguir com este projeto, quando foi necessário.

Agradeço também a todos os amigos que fiz durante esta fase da minha vida. Todos contribuíram bastante na formação da minha visão de mundo, que de certa forma, influenciou no desenvolvimento deste trabalho. Em especial, agradeço os amigos Carlos, Felipe, Marcelo e Max, que trilharam juntos essa trajetória acadêmica.

Agradeço em especial a minha namorada, Raissa Messias, quem me acompanha de perto há quase 4 anos. Sua atenção e paciência foram importantes alicerces aos quais pude recorrer sempre que necessário.

Igualmente, agradeço alguns profissionais que me ajudaram nessa trajetória. Primeiro, agradeço os professores Marcelo Medeiros e Wladimir Gramacho, que me ofereceram valiosos conselhos sobre como conduzir este trabalho. Não posso esquecer também do indispensável trabalho do professor Osvaldo Pinheiro de revisar com zelo e paciência este texto. Também, agradeço a equipe da Assessoria Parlamentar do Ministério do Planejamento, que acompanhou todo esforço empreendido.

Por fim, agradeço imensamente o meu orientador e mentor, Mathieu Turgeon. Sem sua orientação, grande parte da qualidade deste trabalho não teria sido alcançada. Tive a oportunidade de trabalhar com um grande profissional, que se mostrou sempre solícito e disponível, e cujos ensinamentos me aprimoraram como profissional e como indivíduo.

RESUMO

O objetivo deste estudo é de analisar os determinantes da popularidade do Presidente da República no Brasil. Apesar de a literatura estrangeira sobre o tema ser extremamente rica e eclética, há poucos estudos específicos para o caso brasileiro. Assim, testou-se a hipótese de que os indivíduos responsabilizam o Chefe do Poder Executivo pelo bom desempenho do país em algumas dimensões, sobretudo a econômica e a política. A responsabilização opera como uma função de castigo e recompensa, em que o Presidente é bem avaliado quando os resultados econômicos e políticos são positivos, e mal avaliado quando estes resultados são negativos. Desse modo, observou-se como que algumas variáveis econômicas e políticas influenciaram as avaliações positivas dos Presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luis Inácio Lula da Silva. Foi construída uma série mensal da popularidade presidencial a partir de dados divulgados por três importantes institutos de pesquisa brasileiros: Ibope, Datafolha e Sensus. No aspecto metodológico, foram aplicadas técnicas próprias da análise de série temporal para compreender o comportamento da função de popularidade no Brasil. Desse modo, observou-se que, para o período recortado, a série temporal é não estacionária, em que pese o fato de a literatura sobre o tema considerar teoricamente a popularidade uma série estacionária. Quanto aos resultados, encontrou-se que a opinião pública brasileira avalia o trabalho do Presidente a partir do bom desempenho da inflação e do desemprego, sob influencia extraordinária do cenário político. Eventos como mensalão e o apagão tiveram efeitos destacados. Ademais, constatou-se que há fatores inerentes à gestão Lula, tal como o seu carisma, que explicam o patamar recorde de popularidade observado em seu mandato. Por fim, o período eleitoral pode ajudar contribuir com a popularidade do Presidente, no sentido de que as campanhas reforçam avaliações retrospectivas sobre o desempenho do governo ao longo do mandato.

Palavras-chave: Popularidade presidencial, aprovação presidencial, função de popularidade, opinião pública.

ABSTRACT

The goal of this study is to analyse the factors that influence the presidential popularity in Brazil. Despite the foreign literature about the theme be extremely rich and eclectic, there are few studies for the Brazilian case. Therefore, I tested the hypothesis that citizens hold the Chief of the Executive responsible for the good performance of the country, especially over the economy and politics. The responsibility thesis works as a function of punishment and reward, that the president is well valued when the economical and political results are positives, and bad valued when this results are negative. Thereby, was seen as some economical and political variables influences positively two presidents: Fernando Henrique Cardoso and Luis Inácio Lula da Silva. The time series of the presidential popularity was built in function of the results publicized by three important Brazilian survey institutes: Ibope, Datafolha and Sensus. Were applied appropriated techniques time series analysis to understand the behavior of the popularity function in Brazil. Thereby, was seen that the series is a non stationarity process, although the literature regard it as a stationary series. In the results, I discovered that the Brazilian public opinion evaluates the work of the president when it comes from the good performance in the inflation and unemployment rates, under the influence of the political variables. Events like the corruption scandal named "Mensalão" and the energetic crisis established in FHC's term had important effects. Was found also the were particular factors inherent to the Lula's government, such as his charisma, that explains the his record popularity. Anyway, the electoral period may contribute with the presidential popularity, in the way that campaigns reinforce retrospective evaluations on his performance along the term in the office.

Keywords: presidential popularity, presidential approval, public support, VP function, public opinion

SUMÁRIO

Conteúdo

1. Introdução.....	10
2. A Função Voto-Popularidade	15
2.1 A Economia	18
2.2 A Política	26
3. Metodologia e Dados.....	36
3.1 A(s) variável(eis) dependente(s).....	37
3.2 As variáveis independentes.....	42
4. Delimitação do Contexto	46
5. Resultados.....	48
5.1 A popularidade presidencial entre 1995 e 2010	48
5.2 A Estacionariedade da Série da Popularidade	52
5.3 Análise Multivariada dos Dados.....	63
6. Considerações Finais	78
7. Referências Bibliográficas.....	83

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mensuração da Popularidade Presidencial por ano.....	39
Figura 2 – Popularidade Presidencial no Brasil (1995/2010)	49
Figura 3 - Plotagem dos resultados de autocorrelação da popularidade presidencial (1995-2010)	54
Figura 4 - Popularidade Presidencial no Brasil, na primeira diferença (1995/2010).....	58
Figura 5 - Plotagem dos resultados de autocorrelação da popularidade presidencial, na primeira diferença (1995-2010)	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Observações Anuais da Popularidade Presidencial	40
Tabela 2 - Matriz de Correlação entre a Popularidade Mensurada pelos 3 institutos	41
Tabela 3 – Estatísticas Descritivas da Popularidade Presidencial, por mandato	51
Tabela 4 – Teste de Dickey-Fuller aumentado para raízes unitárias para a variável Popularidade, no nível.....	56
Tabela 5 – Teste de Dickey-Fuller aumentado para raízes unitárias para a variável Popularidade, na primeira diferença.....	60
Tabela 6 – Resultados dos estimadores calculados para os modelos - com variável popularidade presidencial no nível (1995/2010)	65
Tabela 7 – Resultados dos estimadores calculados para os modelos - com variável popularidade presidencial na primeira diferença (1995/2010)	67
Tabela 8 – Resultados do Modelo 8 para FHC (1995/2002) e Lula (2003/2010), no nível	76

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 afeta a forma como 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, admite-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.

De modo geral, mudanças na popularidade do Chefe de Governo da maioria dos países democráticos são explicadas por esse referencial teórico. Vale ressaltar, entretanto, que os estudos atualizados baseiam-se em problemas de pesquisa mais sofisticados, que extrapolam os limites do quadro teórico acima exposto. Isso se deve à tradição e à consolidação da literatura, sobretudo na Ciência Política norte-americana.

Pesquisas mais recentes não se limitam a explicar apenas quais fatores influenciam a forma pela qual os indivíduos estabelecem sua opinião sobre o desempenho do governo. De certo modo, grande parte dos estudos atuais busca compreender como o comportamento político opera para formatar as opiniões individuais concretizadas em avaliações disponíveis por meio de pesquisas de opinião pública. O problema atual trata, portanto, das micro-fundações da popularidade presidencial.

Por exemplo, problemas de pesquisa mais recentes indagam se as avaliações presidenciais são eminentemente retrospectivas ou prospectivas; os indivíduos avaliam o desempenho do Governo com base em seu próprio bolso (*pocketbook*) ou com base no cenário econômico da coletividade (*sociotropic*); há arranjos institucionais menos claros que enviesam a forma de os indivíduos atribuírem responsabilidade ao Presidente da República, dentre outras questões.

Em que pese o cenário exposto das pesquisas internacionais sobre o tema, pouco foi desenvolvido e pesquisado sobre a popularidade presidencial brasileira. Além disso, grande parte dos trabalhos utiliza o grau de satisfação da população com o governo do Presidente como variáveis explicativas, ou independentes, de determinados processos políticos.

Dentre alguns trabalhos, destaca-se a contribuição de Santos (1997), que encontrou resultados afirmando que a disciplina partidária no Congresso Nacional é maior quando o Presidente da República é avaliado positivamente pelo eleitor. Resultados semelhantes encontram Pereira, Power e Rennó (2005). Por meio de estudos mais robustos, os autores

afirmam que a popularidade presidencial pode explicar determinadas estratégias utilizadas pelo Chefe do Poder Executivo em sua relação com o Congresso Nacional, como a adoção de meios extraordinários de governar, a exemplo das Medidas Provisórias.

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. A primeira delas diz respeito ao arcabouço institucional do país, ao passo que a segunda se refere ao contexto político de consolidação do regime democrático, originado com a Constituição Federal de 1988.

Primeiro, o contexto institucional brasileiro reforça a tese de que o Chefe do Poder Executivo ocupa o principal papel no processo político de tomada de decisões. A Constituição Federal de 1988 centralizou no Poder Executivo Federal o provimento de diversas políticas públicas e bens públicos, tais como a política de saúde, educação, defesa nacional, econômica, monetária, emprego, dentre outras. Desse modo, o Presidente da República concentra diversas atribuições inerentes ao seu cargo, o que lhe consigna centralidade e protagonismo na realização das políticas públicas no país.

Ademais, o arranjo institucional do país impulsiona o predomínio do Poder Executivo perante os outros poderes constituídos. O mandato presidencial no Brasil é definido após escolha direta dos cidadãos, que lhe outorgam um poderoso mandato de governo e controle dos recursos estatais. Isso se representa, por exemplo, em uma série de prerrogativas que confirmam sua proeminência, sobretudo perante o Poder Legislativo: possibilidade de edição de Medidas Provisórias, disponibilidade de poder de veto a matérias contrárias ao seu interesse, controle do comportamento parlamentar por meio de recursos que reforçam a adesão ao governo, tais com recursos orçamentários e postos-chave dentro da coalizão de apoio.

Segundo, dada a natureza do mandato presidencial, 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 se tornam o elo de responsabilidade 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.

São alguns fatos ocorridos em 25 anos de recente democratização que confirmam a existência dessa proximidade entre opinião pública e Poder Executivo no país. O *impeachment* do Presidente Collor foi impulsionado graças ao grande descontentamento da opinião pública em relação às denúncias de corrupção e ao contexto econômico geral (grave inflação, congelamento das poupanças). Ademais, Fernando Henrique Cardoso e Lula compartilharam de oito anos de mandato presidencial, mas em contextos econômicos e políticos diferentes. Também, a relação da opinião pública com ambos os Presidentes foi diferente: enquanto o primeiro terminou seu mandato extremamente impopular, o segundo alcançou patamares recordes de popularidade.

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?

Nesse sentido, o trabalho aqui apresentado aproveitará a oportunidade para realizar um estudo sobre a popularidade presidencial no Brasil nos últimos dezesseis anos, período que compreende os dois mandatos de FHC e Lula. Assim, o trabalho está estruturado da seguinte maneira:

Primeiro, será aprofundado o referencial teórico que fundamenta a discussão sobre os determinantes da popularidade presidencial. A teoria parte do pressuposto que há uma função de castigo e recompensa em que a opinião pública identifica o Presidente da República como o ator responsável pelo sucesso ou pelo insucesso do desempenho do país no cenário econômico. Ademais, a forma como os indivíduos avaliam o desempenho do Chefe do Poder Executivo também é afetada por fatores políticos.

Nesta seção, será pormenorizado que a popularidade é entendida como uma função, explicada por um conjunto de fatores econômicos e políticos - a função de popularidade. Essa função fundamenta os cálculos de castigo ou recompensa da opinião pública. Além disso, serão abordados, em separado, os fatores econômicos e políticos usualmente associados à função de popularidade.

Os fatores econômicos correspondem à grande parte das explicações encontradas para as avaliações individuais sobre o desempenho do governo. A inflação e o desemprego são variáveis indispensáveis pelos estudos dessa área e representam em larga escala a parte econômica da teoria. Outras variáveis econômicas como o Produto Interno Bruto (PIB), balança de pagamentos, taxa de câmbio e gastos orçamentários foram também testadas, mas seus resultados são pouco estáveis. Por sua vez, os fatores políticos são usualmente traduzidos em um conjunto de quatro variáveis: (a) crises e escândalos políticos, (b) guerras, (c) eventos políticos, (d) traços da personalidade do governante.

Em seguida, serão apresentadas três formas diferentes de se mensurar a popularidade do Presidente: (a) aprovação presidencial; (b) confiança presidencial e (c) avaliação presidencial. Apesar de serem bem semelhantes a um primeiro olhar, cada uma dessas mensurações possui suas particularidades.

Também, mostrar-se-á como os institutos de pesquisa no Brasil geralmente abordam cada uma dessas três medidas. A avaliação presidencial é a única medida que é compartilhada pelos três institutos de pesquisa analisados: Ibope, Datafolha e Sensus. Mesmo assim, a série temporal para a popularidade brasileira é marcada pela ausência sistemática de dados e pela inconstância das mensurações realizadas. Assim será revelado como este trabalho lidou com esse problema para construir uma série mensal da popularidade presidencial para o período proposto. Ademais, serão apresentadas todas as variáveis independentes utilizadas na pesquisa.

Por fim, os resultados serão apresentados em três partes. Primeiro, é importante destacar a análise univariada da popularidade presidencial. Ela será abordada isoladamente, de forma a possibilitar uma visão geral sobre o comportamento da série temporal. Em seguida, serão apresentados os testes para a estacionariedade da série. Os testes de estacionariedade são importantes e antecedem qualquer outro procedimento ao se lidar com séries temporais. Uma vez que a característica da série afeta a técnica empregada e a especificação dos modelos, a exposição dos testes é fundamental para validação dos resultados. Por fim, serão apresentados os resultados para as análises multivariadas a partir de oito modelos propostos, que levam em consideração variáveis políticas e econômicas. De modo geral, os resultados obtidos são significativos e amparados pelo arcabouço teórico levantado.

2. A Função Voto-Popularidade

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-Popularidade (Nannested e Paldam, 1994). A parte V (Voto) explica o voto dos indivíduos em eleições presidenciais a partir de – ou por mudanças em – variáveis econômicas e variáveis políticas. Identicamente, a parte P (Popularidade) explica a aprovação dada pelos indivíduos ao governo atual a partir de – ou por mudanças em – variáveis econômicas e variáveis políticas.

Por causa dessa aproximação conceitual, tornou-se usual nos trabalhos produzidos abordar voto e popularidade como sendo coisas similares (Nannested e Paldam, 1994). De acordo com Schneider, Pommerehne e Frey (1981), voto e popularidade são próximos porque tratam de formas de os indivíduos sinalizarem suas opiniões sobre o desempenho do Governo. A premissa é que os indivíduos apontam seu descontentamento com as políticas governamentais por meio de suas avaliações sobre a *performance* do governo no poder, o que, posteriormente, é concretizado nas urnas. De modo simplificado, o governo que atende as preferências dos indivíduos tende a ser beneficiado nas urnas, ao passo que o governo que não concretiza essas preferências é derrotado por outro programa de governo (Downs, 1991).

De fato, voto e popularidade são próximos nessa perspectiva. Mas, em que pese a grande aproximação feita pela literatura entre a parte-V e a parte-P da função, é um erro comum tratar as duas questões de forma idêntica. E a principal diferença está na especificação dos dois modelos. Voto e popularidade são variáveis dependentes diferentes entre si, que não são observadas e mensuradas da mesma forma.

A função do voto tem no voto formal seu objeto de estudo. Ela é medida com as informações oficiais sobre a quantidade de votos dados pelos eleitores em uma determinada eleição. Se, por um lado o voto é uma medida concreta, a popularidade tem a particularidade

de ser uma medida relacionada com a opinião das pessoas. Ela é medida por meio de pesquisas de opinião, que perguntam sobre como os indivíduos estão avaliando o desempenho do governo do momento.

Explicitadas estas diferenças, é importante questionar: qual variável dependente consegue melhor captar a sinalização dada pelas pessoas a respeito do julgamento do governo?

Lewis-Beck e Paldam (2004) afirmam que a Função-Popularidade melhor se ajusta a explicar a hipótese da responsabilidade sugerida por Downs (1991). Para os autores, é mais fácil para os indivíduos sinalizarem sua opinião sobre o governo por meio de avaliações captadas por pesquisas de opinião do que por meio do voto. A popularidade é calculada em intervalos mais curtos de tempo (usualmente são medidas mensais) e, por isso, refletem melhor a opinião dos indivíduos em um determinado ponto do tempo. Além disso, a medida da popularidade consegue captar com mais precisão mudanças nas opiniões das pessoas: o acontecimento de eventos que importam para a formação da opinião dos indivíduos sobre o governo são mais bem captadas quando relacionadas à popularidade do que ao voto.

Por sua vez, a medição do voto é feita com maiores intervalos de tempo – a cada quatro anos, no caso brasileiro – e ocorre após a realização de campanhas eleitorais, em que muito esforço é gasto para apontar assuntos que o eleitor deve levar em consideração antes de votar. Portanto, a popularidade é uma medida muito mais espontânea e que se ajusta melhor para explicar o comportamento político dos indivíduos (Nannestad e Paldam, 1994).

Outra distinção é importante ser destacada, e influencia diretamente no comportamento político do indivíduo. Ao contrário do voto, que é reflexo de uma tomada de decisão entre alternativas, a popularidade é apenas um julgamento, uma opinião do indivíduo. A popularidade é uma medida que reflete a avaliação sobre o desempenho do Chefe do Poder Executivo no momento no qual o indivíduo é perguntado, não havendo comparação com outras alternativas existentes.

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; Goodhart & Bhansali, 1970). Posteriormente, também foram desenvolvidos estudos

semelhantes sobre a França (Lafay, 1984), Alemanha (Kirchgassner, 1986), 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). Por sua vez, Pacek e Radcliff (1995) elaboraram estudo semelhante para países em democratização do Leste-Europeu. Para os estudos de popularidade na América Latina, destacam-se os trabalhos de Buendia (1996), Aplaaza (2009), Arce (2010) e Varas (2012).

Conceitualmente, a típica função de popularidade pode ser entendida a partir da seguinte modelo¹:

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

Em outras palavras, a popularidade presidencial é determinada por fatores econômicos e fatores políticos², 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.

A opção por revisar os estudos já publicados separando as engrenagens dos fatores econômicos e políticos conjuga melhor com os objetivos deste trabalho. Grande parte das revisões teóricas já desenvolvidas prefere separar os trabalhos de forma cronológica, mostrando a existência de três grandes ondas de estudos que compartilham problemas de

¹ Bellucci & Lewis-Beck, 2011.

² Na literatura estrangeira, Paldam (1991) disseminou que a popularidade é determinada por uma parte-E e por uma parte-P

pesquisa, variáveis consideradas e aspectos metodológicos. Assim, a próxima seção abordará a literatura separando as abordagens econômicas e políticas que afetam a popularidade presidencial, de modo a estender uma lente de aumento em cada um desses componentes.

Primeiramente, será detalhado como os fatores econômicos são utilizados para explicar a avaliação dos indivíduos sobre o governo. A Parte-E consome grande parte dos estudos já publicados e, inegavelmente é indispensável para a explicitação de qualquer modelo da função de popularidade. Em seguida, serão apresentadas as razões políticas que influenciam a forma a qual o governante é avaliado pelos governados. Para ambos os casos, serão detalhadas as variáveis utilizadas, a forma a qual elas são inseridas nos modelos, os argumentos teóricos que as subsidiam, dentre outros aspectos.

2.1 A Economia

A economia e seus efeitos no comportamento político dos indivíduos se tornou um dos grandes problemas da Ciência Política na metade do século passado. A partir do estudo de Downs (1957), a busca por justificativas econômicas para explicar muitos dos fenômenos democráticos se tornou cada vez mais comum. Nesse contexto, insere-se toda a discussão sobre o voto econômico, a qual acaba repercutindo no embasamento teórico da função de popularidade.

A Teoria do Voto Econômico tem um mecanismo explicativo muito simples: quando a economia vai bem, os eleitores aprovam o desempenho do governo e, conseqüentemente, estão mais propícios a votarem no partido do governo nas próximas eleições. Contrariamente, quando a economia vai mal, os eleitores tendem a votar no partido de oposição (Lewis-Beck, 1988; Nannestad e Paldam, 1994, Anderson, 1995; Lewis-Beck e Paldam, 2000). Essa premissa funciona por meio da hipótese da responsabilização, em que os indivíduos acabam premiando ou punindo os Chefes de Governo considerando, sobretudo, o cenário econômico. O ponto central da denominada Teoria do Voto Econômico é que os eleitores conseguem perceber variações no ambiente econômico de modo a recompensar ou castigar o governo em função dos resultados econômicos por este produzidos.

Assim, a Teoria do Voto Econômico também é extremamente importante para os estudos que trabalham com a Função de Popularidade. Ao analisar especificamente o impacto

da economia nas avaliações individuais sobre o desempenho do governo, a teoria pode ser transposta da seguinte forma: 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. Novamente, a premissa é de que o Presidente é responsabilizado pelo sucesso - ou pelo insucesso - da política econômica do país.

Entretanto, explicações sobre a influência da economia no comportamento político são muito mais sofisticadas e não se restringem somente ao enunciado acima. Ao longo do período, mais luz foi lançada sobre as reações dos indivíduos quanto ao desempenho econômico e algumas questões foram colocadas no centro da discussão do assunto. Muitas vezes, alguns resultados são inconclusivos.

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 propostos, tais como desemprego, inflação, PIB, déficit público, déficit comercial, peso da carga tributária, dentre vários outros. Ademais, muitas dessas questões foram testadas apenas uma ou duas vezes, o que mantém incertos os seus efeitos nas avaliações individuais do Presidente. 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 variáveis³.

³ Frequentemente os trabalhos encontram significância estatística para as duas variáveis. Entretanto, não é raro deparar-se com outros estudos que apontam resultados pouco plausíveis do ponto de vista explicativo ou mesmo sem significância estatística para ambas. Norpoth e Yantek (1983), Smyth et al. (1991), Olstrom e Smith (1992), Newman (2002) e Geys e Vernier (2008), por exemplo, encontram que desemprego e inflação não causam efeitos na popularidade presidencial. Já Lanoue (1987), Chappell (1990) e Nicholson (2002) encontram efeitos somente para a inflação. Por sua vez, Dua (1995) e Smyth e Taylor (2003) encontram resultados esperados

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 governo⁴. 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. Portanto, Mueller (1970) encontra que não há relação estatística significativa para afirmar que o Presidente torna-se mais popular quando enfrenta cenários positivos para a política de emprego. Por sua vez, essa dimensão é muito pouco explicada pelo autor.

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,

somente para o desemprego. De acordo com Berlemenn e Enelkemann (2012) resultados inconsistentes ocorrem porque os estudos trabalham com séries temporais de durações diferentes. Igualmente, postulam que as diferenças de resultado ocorrem devido ao emprego de diferentes técnicas para estimação dos parâmetros na regressão.

⁴ Especificamente, Mueller (1970) utiliza a diferença entre a taxa de desemprego do mês corrente e a taxa de desemprego para o mês que o Presidente assumiu seu mandato.

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.

Os trabalhos também são ecléticos ao especificar as *proxies* para a variável inflação. Wisniewski et al. (2009) mensuram a inflação a partir de mudanças no Índice de Preços ao Consumidor (*Consumer Price Index - CPI*). Outros usam índices oficiais de inflação com deflação anual (Newman, 2002), mensal (Chappel, 1983), ou mesmo a função quadrada da inflação (Smyth et al., 1983). Também, Chappel e Keech (1985) testam pela inflação específica de alguns bens de consumo básico, tais como alimentos, saúde e transportes.

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. (Sniderman, Glaser e Griffin, 1991; MacKuen et al., 1992, Enns, 2007).

O grande peso dessas questões é mas bem ilustrado pelo exercício proposto por Berlemenn e Enelkemann (2012). Diante da multiplicidade de variáveis já incluídas na função de popularidade, os autores sistematizaram resultados obtidos a partir de 256 regressões, as quais compartilham de idênticas variáveis dependentes. Assim, encontraram que grande parte das variáveis independentes adquire pouca significância estatística quando adicionadas as variáveis inflação e desemprego ao modelo. Ademais, para quase todas as regressões, ambas questões adquirem o resultado esperado: relação negativa e significativa.

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. Segundo Nannestad e Paldam (1993), medidas do crescimento econômico, muitas vezes, funcionam melhor do que a variável desemprego. Uma dessas *proxies* é o crescimento do PIB⁵, 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.

Ademais, outras variáveis econômicas são também testadas. Frey e Scheneider (1978) testam o crescimento do consumo das pessoas. Wisniewskiet al. (2009), por exemplo, utilizam o índice da relação preço e lucro dos produtos. Burgen e Mughan (2003), por sua vez, incluem o déficit do setor público (em relação ao PIB) e o déficit comercial para relacionar gastos orçamentários e aprovação do governo. Desse modo, encontram que há relação positiva e significativa para ambas as variáveis, o que lhes permite concluir que os indivíduos aprovam governos que prezam pela responsabilidade fiscal e orçamentária.

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 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 (Clark e

⁵ 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.

Hallerberg, 2000; 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 (Burden e Sanberg, 2003; Wolf e Holian, 2006).

A hipótese de influência da economia internacional é mais bem testada por Burden e Mughan (2003), para o caso norte-americano. Além do modelo tradicional da função de popularidade, os autores analisam a hipótese com duas variáveis: saldo da balança comercial e inflação para bens importados. Assim, concluem que o efeito das duas variáveis é modesto, e somente o efeito da segundo variável é significativo. A justificativa apresentada é a de que essa é uma questão econômica mais sofisticada, que provavelmente não tem a mesma atenção do que outras questões mais importantes, como o desemprego e a inflação.

Entretanto, ao testarem o índice específico do saldo da balança comercial norte-americana com o Japão, Burden e Mughan (2003) encontram que a economia internacional pode impactar a popularidade presidencial. Para os autores, à medida que essa questão foi colocada na agenda pública pela mídia durante o governo Clinton, esse atributo tornou-se mais importante para as avaliações individuais.

A especificação das questões relativas à economia internacional sofre do mesmo problema das questões de economia doméstica: os modelos propostos testam a mesma variável com *proxies* diferentes, o que dificulta a comparabilidade dos resultados. Por exemplo, Shah e Watts (2012) e Fauvelle-Aymar e Stegmeier (2013) testam a influência do mercado de ações. Entretanto, somente o estudo mais recente encontra resultados significativos estatisticamente. Berlemenn e Enelkemann (2012) acrescentam questões como o *output gap*, mercado de ações e balança comercial. Apenas esta última chega a ser estatisticamente significativa, mas a 10% de confiança e com coeficiente muito próximo a zero.

Outras questões do mercado financeiro são também testadas, novamente com resultados pouco consistentes. Price e Sanders (1993) encontram resultados significativos e negativos para a influência da taxa de juros na aprovação do Primeiro-Ministro Britânico entre 1956 e 1986. Kleykamp (2009) constata também que a taxa de juros têm o mesmo comportamento para série 40 anos da aprovação presidencial nos Estados Unidos, ressalvados alguns períodos.

Explicadas quais as questões macroeconômicas usualmente testadas nos modelos da função de popularidade, é preciso avançar sobre outras questões mais substantivas no que tange ao comportamento político dos indivíduos. Uma dessas questões diz respeito para a direção do olhar da opinião pública quando ela avalia o governante: sua avaliação é baseada tão somente nos fatos do passado ou também com base em perspectivas futuras?

Antes de mais nada, é importante frisar que não se pode misturar a literatura de voto econômico com a de avaliação presidencial. Apesar de muito semelhantes, cada uma possui uma variável dependente específica. Para o voto econômico, a variável a ser explicada é o voto do eleitor. Para a avaliação presidencial, ela é o suporte da opinião pública para as políticas do governo. Assim, enquanto a avaliação geralmente é baseada em ações do passado e do presente do governo, o voto é associado à campanha e promessas eleitorais para o futuro. Portanto, as mesmas conclusões sobre voto econômico não podem ser tiradas para a avaliação presidencial.

Como a popularidade presidencial é uma medida representativa sobre como a população avalia o desempenho do governo, ela é eminentemente retrospectiva. Portanto, as pessoas geralmente avaliam o desempenho do Presidente com base em fatos do passado ou do presente. O modelo retrospectivo puro considera que a opinião dos indivíduos representa avaliações do Presidente em termos de condições econômicas do passado. Ou seja, a avaliação do governo é uma medida comparativa das condições econômicas do passado e do presente (Nickelsburg e Norpoth, 2000, Feld e Kirchgassner, 2002) Assim, quando as condições são melhores, o Presidente da República é mais bem avaliado; quando as condições são piores, ele é pior avaliado.

Por sua vez, estudos mais robustos apresentam dados que permitem afirmar que o indivíduo comporta-se tanto de forma retrospectiva quando prospectiva ao avaliar o Presidente (MacKuen, Erikson, and Stimson, 1992; Clarke e Stewart, 1994; Norpoth, 1996). Essa literatura argumenta que avaliação presidencial, no que tange à parte-E, é o agregado das expectativas racionais dos indivíduos para o cenário econômico.

Isto é, a população incorpora às suas avaliações sobre o cenário econômico do passado informações e perspectivas sobre o futuro. Mais do que isso, os indivíduos utilizam informações do passado para fazer avaliações sobre o futuro. Assim, mudanças na aprovação presidencial correspondem a julgamentos retrospectivos, mas somente à medida que elas

sejam um guia para o futuro (MacKuen, Erikson e Stimson, 2000), de modo que o apoio ao governo é maior quando a população está mais otimista em relação às condições econômicas.

Essa dimensão, por sua vez, é mais bem explorada por trabalhos que trabalham com dados individuais sobre a popularidade presidencial. A discussão sobre comportamento prospectivo ou retrospectivo não é recomendável quando se trabalha com dados agregados (Lewis-Beck e Paldam, 2000), uma vez que os resultados induzem a resultados com problemas de inferência ecológica. Em geral, dados agregados não permitem tirar muitas conclusões sobre como pensam os indivíduos.

Uma das conclusões mais interessantes foi feita por Roeder (2004). Usando dados individuais, o autor encontrou que o comportamento prospectivo é mais marcante para indivíduos mais sofisticados, ao passo que indivíduos menos sofisticados avaliam o desempenho presidencial com base no comportamento retrospectivo. Os indivíduos sofisticados avaliam horizontes de curto e médio prazos da economia. Por sua vez, indivíduos menos sofisticados possuem uma visão acentuada de curto prazo da economia, punindo o Presidente essencialmente pela política inflacionária.

Outra questão mais substantiva sobre o comportamento econômico nas avaliações presidenciais lida com os tipos de condições econômicas as quais o indivíduo considera quando julga o desempenho do governo. Em geral, os indivíduos avaliam o Presidente da República considerando suas condições econômicas individuais (*pocketbook*) ou as condições econômicas da sociedade como um todo (*sociotropic*)? (Kinder e Kiewiet, 1981, Lau e Sears, 1981, Lewis-Beck, 1988).

Para a teoria do *pocketbook*, quando as condições das rendas das pessoas e das famílias estão piores, o Presidente é punido com menos apoio popular. Quando as mesmas condições estão melhores, o Chefe do Poder Executivo é premiado com mais prestígio e popularidade. Mas, ao contrário do que se pensa, grande parte dos estudos (Monroe, 1983; Conover e Feldman, 1986, Brody, 1991) indica que as pessoas tendem a utilizar condições econômicas nacionais para julgar o Presidente da República. Justifica-se que o comportamento sociotrópico é mais acentuado porque, geralmente, os indivíduos não responsabilizam o Presidente por suas condições econômicas individuais (Anderson, 1995). Além do mais, o *framing* da mídia para as questões econômicas é muito mais voltado para o impacto agregado das condições econômicas (Enns, 2007), o que estimula o viés sociotrópico.

Em geral, esta é inclusive uma das justificativas encontradas para os achados significativos das outras variáveis econômicas (Nannestad e Paldam, 1993). Variáveis agregadas do desemprego, inflação, crescimento econômico e do cenário econômico internacional são medidas eminentemente sociotrópicas, uma vez que impactam nas condições econômicas da população como um todo.

Entretanto, Lewis-Beck e Stegmeier (2000) afirmam que especificamente a inflação possui um componente duplo: ela pode ser tanto sociotrópica quanto egotrópica. Os autores demonstram esse comportamento quando regridem medidas globais da inflação (sociotrópicas) e medidas específicas da inflação para determinados produtos (egotrópicas) e encontram resultados significativos para ambas. Assim, a punição ao Presidente é justificada quando os prejuízos decorrentes da subida da inflação são generalizados para todos, ou mesmo porque a inflação prejudica o poder de compra individual das famílias.

Assim, o mais plausível é que ambas as questões sejam importantes para os indivíduos. Diante da dificuldade de sistematização de informações sobre a conjuntura econômica nacional, os indivíduos recorrem à mídia para formar um quadro sobre a economia, mas a partir de julgamentos iniciais tomados a partir de sua condição econômica individual (Shah e Watts, 2012). Assim, o cenário posto pela mídia sinaliza como um atalho cognitivo que amplia sua avaliação relacionada à economia, passando a integrar o seu julgamento baseado nos impactos econômicos individuais e os que são percebidos nas demais pessoas.

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) guerras; (e) crises e dramas políticos; e (f) 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, 2002).

Consideráveis estudos sobre popularidade apontam para o fato de que nem sempre os indivíduos lançam mão de avaliações sobre o cenário econômico para formarem suas opiniões sobre o desempenho do governo, uma vez que estas avaliações são, em algumas circunstâncias, mais sofisticadas (Roeder, 2004). Assim, quando perguntados sobre suas avaliações sobre o desempenho do governo, os indivíduos substituem a avaliação do trabalho do Presidente sobre a condução das políticas governamentais para avaliações específicas sobre o Presidente da República em pessoa, ou seja, sobre traços de sua personalidade, simplesmente por estas serem avaliações mais rápidas e fáceis. Deste modo, avaliações sobre características pessoais do Presidente da República chegam a ser mais importantes do que a avaliação sobre sua *performance* na condução das políticas governamentais.

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 governar⁶. 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 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. Tempo seria, portanto, uma forma de se representar o desgaste causado por acumuladas decisões governamentais. Mueller (1970) propõe, assim, que além de uma correlação negativa entre tempo e popularidade, ambos estão linearmente relacionados.

A preocupação dos efeitos do decurso do tempo de mandato também é uma preocupação primária do estudo de Stimson (1976). Para ele, o tempo também é central para explicar reduções no nível de aprovação do governo. Entretanto, ao contrário de Mueller, Stimson encontra resultado significativo para sustentar que a relação entre tempo e

⁶ 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).

popularidade respeita uma função quadrática. Assim, a função tempo-popularidade seria representada graficamente em forma de "U".

Stimson argumenta que o declínio na popularidade no início do mandato é consequência da perda de suporte de indivíduos mais desinformados. Haveria, portanto, um apoio ingênuo durante o começo do termo do mandato presidencial, período ao longo do qual o Presidente goza de prestígio com grande parte da população (que Stimson chama de período de lua-de-mel), mas que declina naturalmente. Ao final do mandato, o Presidente teria ganhos de aprovação por conta de decisões e eventos favoráveis, os quais coincidiriam com o início de um novo ciclo eleitoral, para maximização da chance de sucesso eleitoral do incumbente.

Entretanto, não são poucas as críticas a esses dois modelos. Edwards (1983), por meio de dados individuais da avaliação presidencial, encontra resultado que possibilita afirmar que o eleitorado americano tem um viés otimista, que corresponde à tendência e a predisposição para avaliações positivas do mandato presidencial. Brody (1991), por sua vez, defende que é contra intuitivo acreditar que a aprovação presidencial declina conforme o Chefe do Poder Executivo é obrigado a enfrentar decisões políticas. Para Brody (1991), presidentes com perfil político mais próativo não necessariamente perdem popularidade mais rapidamente do que presidentes mais reativos. Ainda, Neustadt (1990) e Light (1991) encontram que há os presidentes que possuem uma curva de aprendizado durante o seu mandato, que resulta em ganhos de popularidade à medida que o seu governo amadurece.

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 (Smyth et al, 1994; 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 evento⁷.

Entretanto, o próprio entendimento sobre a anatomia de um *rally event* passou a ser um problema enfrentado por diversos estudos publicados. Como bem ressaltam Newman e Forcehimes (2010), em que pese o consenso em torno da importância desses eventos na explicação das flutuações da popularidade presidencial, estudos divergem principalmente no que se refere aos critérios de escolha dos *rally events* inclusos e na sua modelagem no modelo.

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 impopulares⁸.

No que se refere aos aspectos da metodologia de modelagem dos *rally events*, há também grande diversidade de formas de inclusão dessas variáveis no modelo da função de popularidade. Mueller (1970) defende que ela seja uma medida do tempo, em anos, que

⁷Kernell (1978), Hibbs (1982), Norpoth (1984) e Brace e Hinckley (1991) também conceituam a variável como Mueller (1970). Igualmente, todos estes trabalhos encontram resultados que suportam a hipótese de que os *rally events* possuem um efeito positivo de curto-prazo na aprovação presidencial.

⁸Para outros critérios ver Brace e Hincley (1991).

represente a diferença temporal entre dois *rally points*. Ao contrário do que especifica Mueller, a maioria dos trabalhos aponta que a melhor forma de incluir essa variável é especificando-a como uma *dummy* que representa cada ocorrência de *rally event* (Norpoth, 1996). Por exemplo, Nadeau et. al. (1999), ao analisar a flutuação da popularidade presidencial norte-americana de 1977 a 1995, incluíram diversas *dummies* para estimar o impacto de eventos como o Acordo de Camp David, a tentativa de assassinato do Presidente Reagan, a invasão do Panamá, as fases da Guerra do Golfo, dentre outros eventos.

Levando em consideração os dois problemas supracitados, o trabalho de Newmann e Forcehimes (2010) é um excelente esforço para minimizá-los e para forçar a busca por uma abordagem unificada dos *rally events*. Primeiro, seguem uma abordagem híbrida, a qual inclui um indicador para listas de eventos, e *dummies* para eventos extraordinários (como os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, por exemplo). Para resolver o problema dos critérios de seleção dos eventos⁹, os autores sugerem um critério de seleção mais objetivo para inclusão de *rally events*. Assim, definem que a extensa cobertura da mídia do evento é condição necessária para defini-lo como um *rally event*, uma vez que apresentam argumentos de que mídia possui centralidade na definição da agenda pública de questões e na formação da opinião dos indivíduos sobre determinado assunto.

Deste modo, o critério de decisão de Newmann e Forcehimes (2010) aponta para a seleção de eventos que tiveram destaque na primeira página do jornal *New York Times*. Os autores atribuem também critérios mínimos para inclusão dos eventos. Definem que o evento deve ser publicado ao menos três vezes na capa do jornal para serem incluídos, além de atribuírem peso diferenciado para eventos publicados mais de cinco vezes no mesmo mês.

Como resultado, Newmann e Forcehimes (2010) destacam que o modelo obtém um ganho de 8% no poder de explicação da variação da popularidade presidencial. Além disso, com apenas uma exceção, todas variáveis apresentaram os sinais esperados e significativos: o Caso Watergate resultou na queda brusca da popularidade, enquanto o evento de 11 de setembro resultou em um positivo *rally effect*.

⁹Newmann e Forcehimes, por exemplo, citam que para um mesmo período de tempo (1953-1988), Ostrom e Smith (1992) identificaram 122 eventos, enquanto Brace e Hincley (1992) identificaram 98. Desses eventos, apontam que apenas 42 estavam nas duas listas.

Entre as variáveis que representam eventos políticos específicos, aquelas que representam guerras provocam resultados igualmente controversos. Como boa parte da literatura sobre a função de popularidade é oriunda dos Estados Unidos, não é de surpreender a necessidade de especificá-las como uma das variáveis independentes do modelo. Embora Stimson (1976) tenha encontrado resultados que suportam a tese de que guerras não causam efeitos na avaliação das pessoas sobre o desempenho do governo, Mueller (1970), Kernell (1978), Norpoth (1983) e Ostrom e Simon (1985) apontam para um único caminho: guerras afetam, e negativamente, a popularidade presidencial. Hibbs (1982), por sua vez, lançando mão de dados individuais, encontrou que guerras afetam diferentemente a opinião de indivíduos de acordo com a sua posição política: republicanos tendem a apoiar o Presidente durante períodos de guerra, ao passo que democratas passam a desaprová-lo com maior intensidade.

Uma das razões apontadas para a falta de convergência dos resultados desta variável é, com certeza, a sua multiplicidade de formas de especificação (Berlemann e Enekelmann, 2010).

Há várias formas de se lidar com as variáveis relacionadas à guerra. A mais tradicional é acrescentar uma variável *dummy* para os meses quando há conflitos (Mueller, 1970; Norpoth, 1984; Gronke e Newman, 2003). Entretanto, estudos encontram resultados mais consistentes quando se mede a variável guerra por formas alternativas. Para Kernell (1978), a guerra afeta negativamente a popularidade presidencial quando os custos humanos da guerra são altos. Em outras palavras, há correlação negativa entre número de mortes e popularidade. Por outros estudos, pode-se concluir que a hipótese de Kernell (1978) é consistente. Erikson, MacKuen e Stimson (2002) encontram resultado significativo regredindo a variável com o número de mortos na Guerra do Vietnã. O mesmo resultado foi apontado por Newmann e Forcehimes (2012) ao incluir o número de mortos na Guerra do Kuwait. Igualmente, Eichenberg e Stoll (2006) encontraram que a popularidade de Bush foi severamente danificada na medida em que aumentava o número de mortos no conflito com o Iraque. Por fim, Geys (2009) conclui que os custos financeiros da guerra possuem peso equivalente aos custos humanos e que, portanto, a melhor forma de se especificar a variável guerra é combinando uma *proxy* entre as duas variáveis.

A quinta – porém pouco considerada – variável política diz respeito a escândalos e dramas políticos. Na literatura norte-americana, usualmente os testes buscam compreender os

efeitos do escândalo de Watergate na popularidade do Presidente Nixon. Kernell (1978), Hibbs (1982) e Norpoth (1984), todos encontraram resultados que apontam grandes perdas de popularidade causadas pelo caso. Outro caso bastante estudado pela literatura norte-americana é o caso Irã-Contras (conhecido como Irangate¹⁰), o qual Ostrom e Simon (1989) e Krosnick e Kinder (1990) também observam causalidade negativa e significativa entre os eventos e popularidade.

Em que pese a existência inegável de estabilidade entre a relação explicitada, há na literatura consideráveis estudos que apontam para a ausência de efeito do escândalo Lewinsky na popularidade do Presidente Clinton. O estudo de Brody (1998) é o mais expressivo. Ele demonstrou que, apesar do fato de o escândalo Lewinsky ter saturado a cobertura da mídia no período, ele pouco afetou a avaliação do governo Clinton¹¹. A partir de dados individuais, Brody (1998) apontou que as pessoas aparentemente não associaram avaliações da figura pessoal entre a figura política de Clinton. Com base nesses dados, o autor encontrou que a opinião da população sobre algumas características pessoais de Clinton - honestidade, confiança, moralidade - piorou, mas sua avaliação de governo manteve-se constante. Isso, segundo Brody (1998), se deve ao fato de que a economia e a política externa possuem pesos muito maiores na avaliação do governo, o que significou que as pessoas julgaram Clinton com os mesmos critérios que julgaram os demais Presidentes.

Por fim, há que se destacar a influência do desenho político-institucional do país na formação da opinião pública acerca da popularidade presidencial. Como ressalta Pierson (2006), instituições políticas são relevantes variáveis que afetam diretamente o comportamento político dos atores envolvidos no processo de tomada de decisões. Mais especificamente aplicando ao caso da popularidade presidencial, o desenho institucional do país pode produzir diferentes níveis de clareza quanto à aplicação da função castigo-recompensa pelos indivíduos (Anderson, 2000).

¹⁰ O caso Irã-Contras foi um escândalo de corrupção ocorrido no Governo Reagan, em 1986, no qual membros do Poder Executivo dos Estados Unidos foram pegos facilitando o tráfico de armas para o Irã - o qual estava sujeito a um embargo internacional de armas. Na ocasião, Reagan, pressionado pelo grande volume de provas divulgadas pela mídia, assumiu a responsabilidade pelas ações feitas sem seu conhecimento.

¹¹ Igualmente, Brody (1998) controlou por outros *rally events* e encontrou que, no mesmo período, não houve evento significativo que tenha encoberto o efeito do escândalo.

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

Com as bases lançadas por Powell e Whithen (1993), várias dimensões da clareza na responsabilização foram testadas. A mais comum é avaliar como o número de atores em jogo dificulta a atribuição de responsabilidade. Lewis-Beck (1997) sugere que sistemas parlamentaristas ou semipresidencialistas, em que geralmente dois atores dividem a responsabilidade pelo Poder Executivo¹², dificultam a correta responsabilização pelo bom desempenho econômico do país. Assim, em países onde há um Presidente da República e um Primeiro-Ministro, os indivíduos possuem mais dificuldade em identificar quem é o responsável pela condução da política econômica.

¹² No caso, Presidente da República e Primeiro-Ministro

Ademais, Anderson (2000) testa a hipótese da clareza da responsabilização usando dados sobre o suporte governamental no Poder Legislativo. Para isso, testa duas dimensões do apoio presidencial dentro do Congresso: (a) o tamanho da base de apoio e (b) a quantidade de partidos que apoiam o governo. Assim, Anderson (2000) encontra que a função castigo e recompensa funciona melhor quando o partido do Presidente detém a maioria das bancadas no Congresso Nacional. A situação intermediária ocorreria quando há uma coalizão majoritária dividida igualmente entre vários partidos. Por último, a situação mais complexa envolve apoio minoritário dos parlamentares no Legislativo.

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.

3. Metodologia e Dados

O objetivo desta seção é discutir de forma mais detalhada alguns aspectos da metodologia empregada no trabalho e descrever os dados utilizados e o comportamento esperado para cada uma das variáveis.

Quanto aos aspectos metodológicos, serão empregadas técnicas estatísticas próprias para análise de séries temporais. Séries temporais são um dos tipos mais importantes de dados utilizados em análises empíricas. Simplesmente, são dados observados de forma sequencial ao longo do tempo. Embora o trabalho com séries temporais seja um dos mais frequentes na econometria, há uma série de cuidados e desafios que precisam ser considerados ao se trabalhar com dados desta natureza.

Um desses aspectos diz respeito à variável dependente. Nessa seção serão apresentadas certas particularidades da variável dependente em questão: a popularidade presidencial. Primeiro, é importante destacar que a popularidade presidencial pode ser mensurada por, no mínimo, três formas: (a) aprovação; (b) avaliação e (c) confiança no Presidente da República. Cada forma tem sua particularidade e forma de operacionalização.

Em seguida, serão apresentados alguns aspectos metodológicos sobre a realização e a divulgação de pesquisas de opinião pública sobre a popularidade do Presidente da República brasileiro. Em que pese a existência de diversos institutos que mensuram este objeto de pesquisa, a realização destas pesquisas não é sistemática, o que resulta em uma série temporal com diversas lacunas de dados.

Posteriormente, será demonstrado como que este trabalho lidou com dois problemas particulares: existência de mensurações realizadas por vários institutos (e nenhum com periodicidade frequente) e a existência de lacunas na série temporal.

Por fim, serão descritas as demais variáveis independentes e qual o comportamento esperado por cada uma delas no modelo que será testado no capítulo de resultados. Cada variável terá identificada pelo seu objeto pesquisado, sua forma de mensuração, periodicidade de divulgação, dentre outros aspectos.

3.1 A(s) variável(eis) dependente(s)

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.

Há, em geral, três formas de se perguntar qual a opinião dos indivíduos sobre o desempenho do governo: (a) aprovação do governo; (b) avaliação do governo e (c) confiança no governo.

A aprovação do governo é a medida mais antiga da popularidade presidencial. Desde 1937, a empresa norte-americana Gallup mensura a aprovação, perguntando às pessoas a seguinte questão: "*Você aprova ou desaprova o modo que [o nome do Presidente] está conduzindo o governo?*" (Berlemenn e Enelkemann, 2012). Dada a pergunta, são duas as opções dos respondentes: aprovação ou rejeição. Uma vez que o instituto faz a mesma pergunta há mais de sessenta anos, este é o instrumento mais estável para as pesquisas norte-americanas, e, por isso, o mais utilizado para estudos de popularidade presidencial (Cohen, 1999, 2002; Gronke e Brehm, 2002, Gronke e Newmann, 2000).

A avaliação de governo, por sua vez, é uma medida bastante semelhante à aprovação de governo. A principal diferença entre ambas consiste na escala de respostas disponíveis para os indivíduos. Enquanto a aprovação do governo possibilita que o respondente avalie o presidente em apenas duas respostas possíveis, a avaliação presidencial permite que o respondente o faça em um maior leque de opções possíveis¹³. Justamente por não ficar restrita a apenas duas opções de resposta, esta é uma medida recomendada (Cohen, 1999, 2002, 2004).

Em geral, as pesquisas de opinião pública fazem a pergunta relacionada à avaliação do governo de duas formas, uma quantitativa e outra qualitativa. A alternativa quantitativa mais

¹³ Trata-se de uma escala de Likert com cinco opções de resposta.

famosa é o "*president feeling thermometer*". Regularmente conduzida pelo NES (*National Election Studies*), e medida de forma quantitativa, ela pede para que o respondente atribua ao Presidente uma nota de 0 a 100, em que 0 representa a nota mais fria, 100 a nota mais quente. Usualmente atribui-se que notas acima de 50 simbolizam presidentes populares e notas abaixo disso, presidentes impopulares. Assim, essa medida não somente apresenta se o respondente avalia o Presidente da República positivamente ou negativamente, mas também permite que observe o grau em que se posiciona na escala de apoio ao governo.

Por outro lado, a alternativa qualitativa da avaliação de governo é mais semelhante à medida da aprovação de governo. Nela o entrevistado é perguntado sobre como ele avalia o desempenho do governo de um Presidente específico. Assim, o entrevistado é confrontado com cinco possibilidades de resposta: (1) ótimo, (2) bom, (3) regular, (4) ruim e (5) péssimo. Para se chegar a um índice numérico, utiliza-se a soma da porcentagem de respondentes das categorias "ótimo" e "bom", representando, assim, o nível de avaliação positiva atribuído ao governo de determinado Presidente da República. Esta é a principal medida da popularidade presidencial no Brasil.

Por último, a confiança no governo é a medição que menos se relaciona diretamente com a popularidade presidencial. Ela afere, de maneira binária, apenas se o entrevistado confia no Chefe do Poder Executivo. Trata-se do instrumento menos adequado, uma vez que confiança é um conceito extremamente subjetivo e impreciso.

Para este trabalho, a seleção da alternativa qualitativa da avaliação presidencial mostrou-se a saída mais adequada. Há três razões principais que justificam sua utilização: (1) estabilidade da pergunta, (2) comparabilidade dos resultados e (3) longevidade da pergunta no período de tempo.

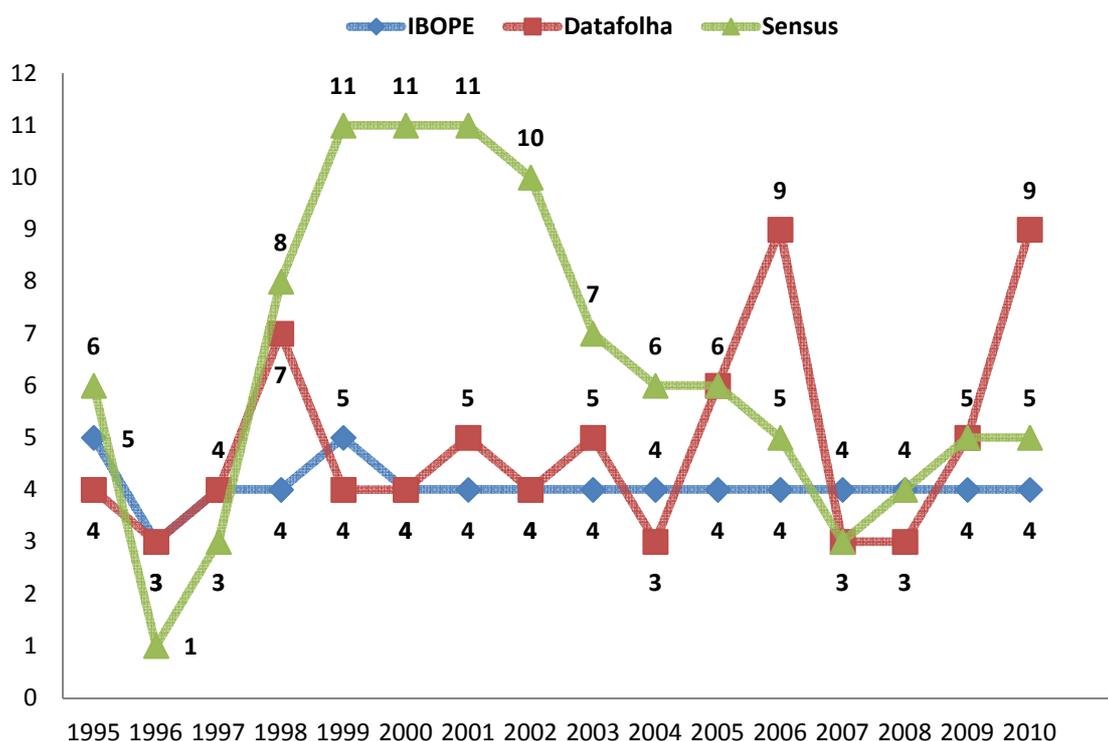
A avaliação presidencial é uma variável estável porque ela é medida de forma idêntica pelos três maiores institutos de pesquisa de opinião no país: Ibope, Datafolha e Sensus. Os três institutos fazem a mesma pergunta, com as mesmas opções de escolha pelo respondente: "Pensando em uma escala de ótimo, 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 questão¹⁴.

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 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



Fonte: compilado pelo autor.

¹⁴ O IBOPE é o único instituto que têm resultados divulgados para a avaliação presidencial, a aprovação presidencial e a confiança no governo. Mesmo assim, pelos dados encontrados no site do instituto, as duas últimas só foram sistematicamente mensuradas a partir de 2007, no segundo governo de Lula.

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. As informações estão resumidas na tabela a seguir:

Tabela 1 - Observações Anuais da Popularidade Presidencial

Ano	IBOPE	Datafolha	Sensus	Medida Combinada	Medida Imputada
1995	1	1	2	5	1
1996	2	2	1	1	6
1997	2	1	1	3	5
1998	0	0	1	8	3
1999	0	1	4	7	0
2000	1	0	4	7	0

2001	0	0	7	5	0
2002	1	1	5	5	0
2003	1	0	2	6	3
2004	1	0	1	5	5
2005	1	1	3	5	1
2006	1	1	0	8	2
2007	1	1	2	3	5
2008	1	1	2	3	5
2009	0	2	1	4	5
2010	1	6	1	4	0
TOTAL	14	18	37	80	41

Fonte: compilado pelo autor.

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. Por exemplo, no mês março de 1995, a popularidade do Presidente ficou em 41%, 39% e 43% para Ibope, Datafolha e Sensus, respectivamente. Ao final, atribuiu-se 41% ao mês em análise, por ser a média entre os três 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 elevada, conforme demonstrado na tabela abaixo.

Tabela 2 - Matriz de Correlação entre a Popularidade Mensurada pelos 3 institutos

Instituto	IBOPE	Datafolha	Sensus
IBOPE	1,000		
Datafolha	0,989	1,000	
Sensus	0,954	0,973	1,000

Fonte: compilado pelo autor.

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. A título de exemplo, selecionou-se o mês de outubro de 1995. Nele, nenhum instituto divulgou pesquisas sobre a popularidade presidencial. Para resolver o problema de *missing value*, optou-se pela a média da popularidade de setembro com a popularidade de novembro.

É necessário ressaltar que esse ajuste só foi possível porque as três séries atendem aos requisitos acima citados: estabilidade, comparabilidade e longevidade.

3.2 As variáveis independentes

Para o caso brasileiro, quase não há problemas na especificação das variáveis econômicas tradicionalmente incorporadas nos estudos de popularidade. Grande parte delas são medidas de forma periódica e consistentes, o que significa que usualmente são utilizadas por institutos oficiais para formulação de análises sobre o cenário econômico brasileiro.

Para a inflação, serão testadas duas variáveis: o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) e o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC). Ambas são medidas mensalmente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) desde 1980. O IPCA é o índice oficial de inflação no Brasil e mede a variação nos preços de produtos e serviços consumidos pelas famílias com rendas entre 1 e 40 salários mínimos, para as principais regiões metropolitanas do Brasil¹⁵. Semelhante ao IPCA, o INPC mede a inflação apenas para produtos e serviços consumidos por famílias com rendas variantes entre 1 e 6 salários mínimos.

Especificamente para a medida do IPCA, o IBGE costuma calcular também a inflação específica para o preço de alguns serviços e produtos essenciais, tais como alimentação, habitação, vestuário, saúde e transportes. Estas variáveis serão incluídas de forma periférica nos testes a seguir, uma vez que se presume que a variável ampla do IPCA já abrange a inflação específica de todas as categorias. Espera-se que as variáveis da inflação estejam negativamente relacionadas à inflação.

A variável do desemprego também é indispensável para este trabalho. No Brasil, ela também é medida mensalmente pelo IBGE, por meio da Pesquisa Mensal de Emprego. Os

¹⁵ Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, São Paulo, Belém, Fortaleza, Salvador, Curitiba, Goiânia e Distrito Federal.

dados oficiais sobre desemprego no Brasil são calculados utilizando o critério de desemprego aberto, no qual somente são consideradas desempregadas pessoas que estavam disponíveis para trabalhar e realmente procuraram trabalho no período de referência da pesquisa. Como nos trabalhos tradicionais sobre função popularidade, espera-se que o desemprego seja uma das variáveis de maior impacto na aprovação presidencial.

Igualmente importante, precisa-se testar se o crescimento econômico do país afeta a forma como os indivíduos avaliam seu Presidente da República. Assim, utiliza-se a variação do Produto Interno Bruto (PIB) como variável representativa do crescimento econômico. O PIB brasileiro é medido oficialmente pelo Banco Central e representa a soma, em valores monetários, de todos os bens e serviços produzidos pelo país em determinado período de tempo. Recomenda-se a utilização do PIB para testar o crescimento econômico, porque ele, em sua essência, busca mensurar o nível da atividade econômica do país. Também, para testar a hipótese de que governos mais responsáveis com as contas públicas são mais bem avaliados pela população, acrescenta-se também a variável dívida pública, que representa o peso da dívida do setor público sobre o total do PIB.

Para testar a influência da conjuntura econômica internacional na popularidade presidencial no Brasil, foram incluídas duas variáveis que representam a atividade do mercado financeiro. O Índice da Bolsa de Valores de São Paulo (IBOVESPA) é o mais importante indicador do desempenho das cotações do mercado de ações brasileiro. Ele é bastante representativo porque serve como indicador do comportamento do mercado de ações negociadas pela Bolsa de São Paulo. Por sua vez, a taxa de câmbio é uma variável indispensável no caso brasileiro. Para o período selecionado, indicadores sobre o comportamento de (des)valorização do Real ganharam destaque na mídia e a atenção da população (Rennó e Spankos, 2006). Com isso, é possível cogitar que essa variável tenha impacto significativo na aprovação do governo presidencial.

Outra variável econômica testada diz respeito à dívida total do país. Ela é mensurada mensalmente pelo Banco Central e diz respeito à soma das dívidas interna e externa do país. Nos modelos, utilizou-se a *proxy* da proporção da dívida em relação ao PIB. Espera-se que essa variável afete negativamente a popularidade.

A seleção de variáveis políticas para o caso brasileiro é uma atividade muito mais dificultosa. Como o país não tem histórico de conflitos externos, tampouco de grandes

eventos nas relações internacionais, como no caso norte-americano, não faz sentido incluir esse grupo de variáveis.

Entretanto, algumas variáveis políticas podem ser incluídas no modelo proposto. Primeiramente, a variável tempo precisa ser especificada. Ela mede, em dias, a duração do mandato do Presidente da República. A variável tempo será especificada tanto em sua função linear, quanto em sua função quadrática, abarcando as duas formas funcionais testadas pela literatura. Igualmente, é indispensável que sejam considerados os efeitos do *honeymoon* na popularidade presidencial. Ela é uma variável *dummy*, que assume o valor 1 para os meses especificados. No modelo, serão testados os efeitos de *honeymoon* para 3 meses de mandato. 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 eventos 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). Igualmente, será incorporada outra variável que representa importante evento ocorrido durante o governo FHC: o apagão, que se refere à crise de racionamento de energia elétrica imposto pelo governo. Também é uma variável *dummy* para os meses de julho, agosto, setembro e outubro de 2001.

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.

A variável eleições é testada de duas formas. Para os meses de agosto, setembro e outubro de 1998, 2002, 2006 e 2010, é incluída uma variável *dummy* para testar o efeito geral

das eleições na popularidade presidencial. Em seguida, são especificadas de forma semelhante quatro variáveis para as eleições, cada uma representando um período eleitoral. O objetivo é testar o impacto isolado de cada um dos certames. Além disso, espera-se que esta variável possa elucidar o possível efeito causal das eleições nas opiniões dos indivíduos. A hipótese é que, quando o Presidente é candidato à reeleição, as eleições podem aumentar sua popularidade; quando há outro candidato em seu lugar, o governo tende a ser mais mal avaliado nesses períodos.

4. 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 (Carreirão, 2002; Figueiredo e Limongi, 1999). 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.

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.

5. Resultados

Nesta seção, serão apresentados os resultados obtidos a partir dos testes empíricos realizados com os dados coletados. Esta seção será dividida em três partes.

A primeira apresenta o comportamento geral da variável dependente ao longo do período. Serão apresentados dados descritivos sobre a popularidade presidencial brasileira, de modo a permitir uma leitura generalizada sobre a avaliação dos governantes brasileiros para o período proposto.

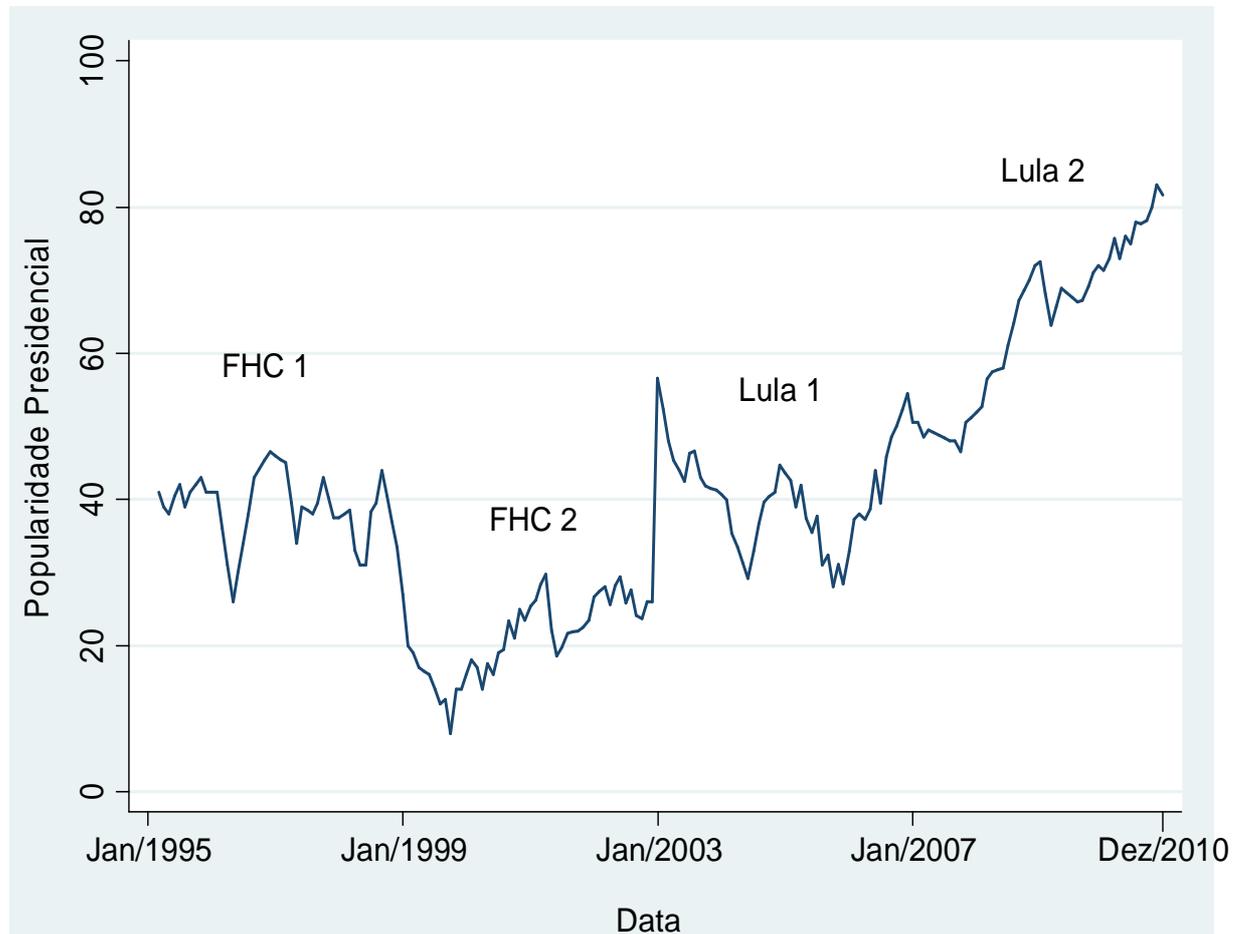
Em seguida, demonstrar-se-ão os testes da estacionariedade da popularidade presidencial brasileira. Esta etapa é indispensável porque é o primeiro passo ao se trabalhar com séries temporais, uma vez que o conjunto de técnicas estatísticas empregadas depende do comportamento temporal da série. Igualmente, as interpretações e as inferências realizadas a partir dos dados também dependem da análise da estacionariedade da série temporal.

Por fim, esta seção encerra-se com a análise multivariada dos dados coletados. Serão propostos nove modelos que levam em consideração as variáveis explicativas explicitadas anteriormente. Os modelos serão testados tanto para a variável da popularidade no nível, quanto na sua primeira diferença.

5.1 A popularidade presidencial entre 1995 e 2010

Como já foi referido, os dados analisados sobre a série da popularidade presidencial brasileira foram obtidos a partir da conjugação dos resultados divulgados por três institutos de pesquisa (Ibope, Datafolha e Sensus). Diante da inexistência de uma série de popularidade contínua e periódica para o caso brasileiro, essa estratégia foi satisfatória para se obter uma série mensal das avaliações positivas do Chefe do Poder Executivo. A alternativa de construir a série utilizando dados de três institutos de pesquisa só foi possível porque a pergunta realizada nos questionários é idêntica, além de compartilharem aspectos metodológicos extremamente semelhantes. A evolução da popularidade presidencial entre 1995 e 2010 é explicitada na figura 2.

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



Fonte: compilado pelo autor.

A Figura 2 ilustra o comportamento dinâmico da opinião pública em relação à sua avaliação sobre o desempenho do Chefe do Poder Executivo para o período proposto, fato evidenciado 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 de 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 não esteve 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 população¹⁶ (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 inflação¹⁷. Ao longo do primeiro mandato de FHC, o apoio popular ao seu governo flutuou pouco, mantendo-se na 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.

¹⁶ De acordo com Pereira, Power e Rennó (2005) os níveis de popularidade de FHC foram, de modo geral, os mais altos já observados, quando comparados com governos de seus antecessores (Sarney e Itamar Franco).

¹⁷ Por exemplo, em dezembro de 1996, período o qual Fernando Henrique Cardoso teve sua popularidade mais alta durante todo período em que esteve na Presidência, a economia brasileira havia controlado a inflação e o câmbio havia se estabilizado no valor médio de \$1. Naquele momento, era divulgada a expansão do consumo pelas famílias brasileiras, fruto do resultado do bom desempenho econômico do país até então.

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 a opinião pública) foi bem próximo ao patamar máximo (29,7%) do segundo mandato de seu antecessor.

A chave para a alta popularidade de Lula nesses oito anos de mandato esteve relacionada a alguns fatores, além do carisma pessoal do próprio presidente: (a) relativa estabilidade econômica, (b) presença de uma grande base de apoio no Congresso Nacional, que permitia a aprovação de políticas de interesse do Poder Executivo, (c) sucesso de políticas públicas de transferência de renda, que tiveram forte apelo popular durante seu segundo mandato.

Tabela 3 – 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.

5.2 A Estacionariedade da Série da Popularidade

Ao se trabalhar com dados de séries temporais, um dos aspectos técnicos mais relevantes diz respeito ao comportamento da variável dependente. Em outras palavras, uma das primeiras perguntas a serem respondidas é: a série da popularidade presidencial brasileira é estacionária ou não estacionária?

Assim, a questão da estacionariedade dos dados coletados é fundamental para o emprego de técnicas de pesquisa mais adequadas ao tipo de série temporal e para a leitura dos resultados obtidos. Desse modo, essa etapa antecede a análise multivariada dos dados.

Séries temporais estacionárias são aquelas cuja média e variância são constantes ao longo do tempo e cujo valor da covariância entre dois períodos de tempo depende apenas da distância, do intervalo ou da defasagem entre dois períodos. Ao contrário, séries temporais não estacionárias possuem média que varia com o tempo, ou uma variância que oscila com o tempo, ou, ainda, ambas. (Gujarati, 2011). Em suma, séries temporais estacionárias possuem equilíbrio estatístico, no sentido que possuem nenhuma tendência em seu comportamento, ao passo que uma série não estacionária possui propriedades que mudam com o tempo.

Por causa disso, grande parte dos manuais estatísticos considera que séries temporais não estacionárias são de pouco valor prático porque não possuem equilíbrio estatístico, o conjunto de dados da série temporal pode ser apenas considerado para o período de tempo em questão e, conseqüentemente, não se pode generalizar os dados para outros períodos. Ademais, séries não estacionárias geralmente deságuam em resultados espúrios, isto é, quando a regressão aponta relação estatística significativa entre duas variáveis, quando, *a priori*, não deveria haver nenhuma. Igualmente, esse tipo de série temporal pode levar à estimação de parâmetros viesados e duvidosos, mesmo que os valores respectivos do teste t de student sejam significativos e que o coeficiente de determinação da regressão (R^2) seja elevado.

Embora a questão da estacionariedade dos dados seja um primeiro passo extremamente relevante ao se trabalhar com séries temporais, ela é apenas um problema tangencial para grande parte dos estudos que trabalham com a série da popularidade presidencial norte-americana. Esse diagnóstico é confirmado por Berlemenn e Enelkemann (2012). Os autores indicam que quase a totalidade dos estudos sobre popularidade sequer mencionam testes sobre o comportamento da variável dependente, já assumindo o

comportamento estacionário para os dados. Ainda, os poucos estudos que empregam qualquer teste de estacionariedade apontam para resultados que indicam o comportamento estacionário da série¹⁸.

Do ponto de vista teórico, é possível sugerir que a popularidade é uma série estacionária. Por possuir valor mínimo igual a zero e máximo igual a cem, indica-se que há certo equilíbrio estatístico na variável, e, portanto, razoável possibilidade de a série ser estacionária. Ao mesmo tempo, a estacionariedade requer também que o número de observações seja grande, ou então que o processo esteja ocorrendo há um período significativamente longo. Como o presente estudo refere-se a um período de tempo relativamente curto e recente, há fortes indícios também para a possível não estacionariedade da série.

Por causa da escassez de estudos sobre a popularidade presidencial brasileira em particular e igualmente por causa da existência de bons argumentos para se defender a estacionariedade e a não estacionariedade da série, a realização de determinados testes estatísticos é fundamental.

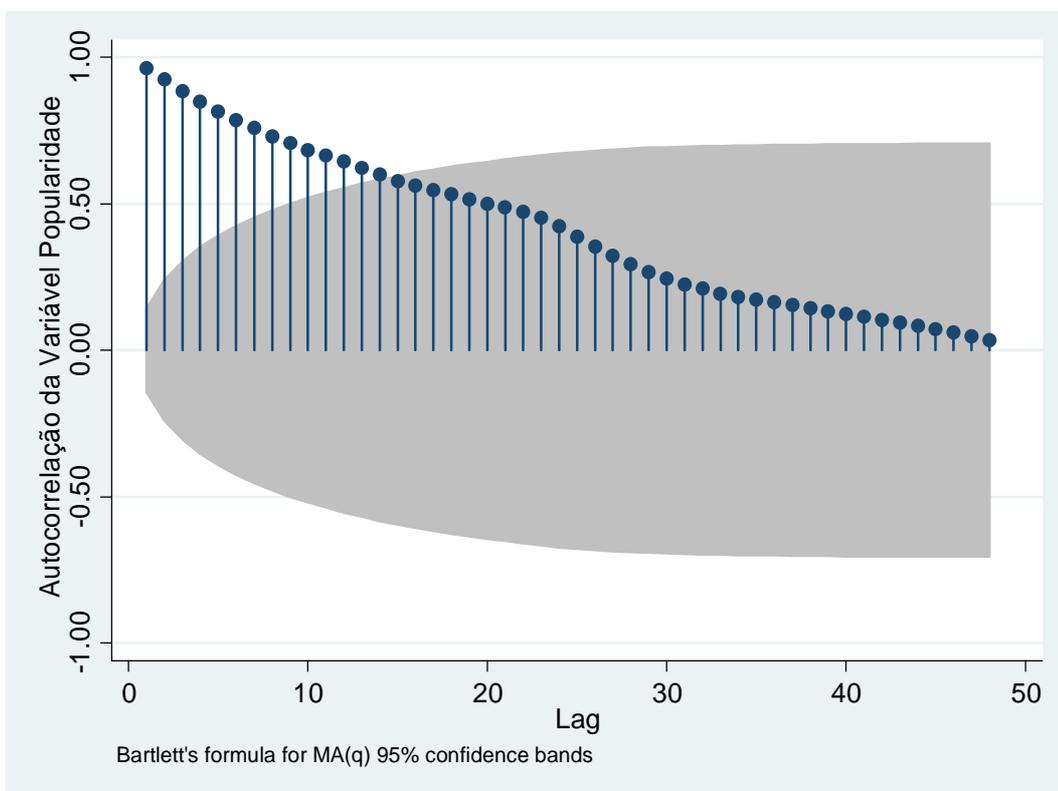
De acordo com Gujarati, há três formas principais de se avaliar a estacionariedade de uma série temporal: (a) análise gráfica da variável dependente, (b) função de autocorrelação e (c) teste de raiz unitária. Para este trabalho, a estacionariedade será testada por estes dois últimos testes mencionados.

A função de autocorrelação (FAC) é um teste simples de estacionariedade. Ele testa a correlação entre dois valores da série temporal, dividindo a covariância entre valores, com defasagem k , por sua variância. A FAC mostra os valores de ρ_k para valores crescentes de k . Como a covariância e a variância são medidas na mesma unidade, ρ_k é um número sem unidades, que varia de -1 a +1. Quando há uma série temporal estacionária, o valor da autocorrelação fica próximo de zero para muitas defasagens. Ao contrário, em séries temporais não estacionárias, o valor somente fica próximo de zero com grandes defasagens.

¹⁸ Dos estudos levantados para a revisão teórica deste trabalho, Norpoth e Yantek (1983), Yantek (1988) e Ostrom e Smith (1992) parecem ser os únicos a indicarem o comportamento não estacionário da série da popularidade presidencial norte-americana. Por outro lado, Norpoth (2000), Geys e Vermeir (2008), Wisniweski et al (2009) e Geys (2010) explicitam resultados que demonstram a estacionariedade da popularidade.

Em suma, esse teste mede a autocorrelação entre valores defasados da série. Se, a autocorrelação entre esses valores for baixa, trata-se de uma série estacionária, com equilíbrio estatístico em suas propriedades. Caso contrário, se a o valor de autocorrelação for alto, há uma série não estacionária, que possui propriedades estatísticas que variam com o tempo. Os resultados para a série obtida com a popularidade presidencial são apresentados na figura abaixo:

Figura 3 - Plotagem dos resultados de autocorrelação da popularidade presidencial (1995-2010)



Fonte: compilado pelo autor.

Pela análise do gráfico de correlação na Figura 3, o conjunto dos dados da popularidade presidencial brasileira para o período de 1995 a 2010 é claramente um processo não estacionário. A Figura 3 apresenta a função de correlação típica de uma série temporal não estacionária: o coeficiente de autocorrelação começa com um valor muito alto e diminui muito lentamente em direção a zero à medida que a defasagem aumenta. A característica que

mais se destaca nessa função de correlação é que os coeficientes de autocorrelação são muito altos, mesmo em grandes defasagens¹⁹.

Ademais, somente os pontos plotados fora da área cinzenta do gráfico representam os valores estatísticos diferentes de zero, por estarem todos fora do intervalo de 95% de confiança (área cinzenta do gráfico). Apenas na 13^a defasagem, os valores tornam-se estatisticamente insignificantes. Isso representa que a popularidade demonstra valores autocorrelacionados para um intervalo de até 12 meses (1 ano). Por causa dessa autocorrelação existente, não se pode rejeitar a hipótese de que a série não possua raiz unitária.

Resultados semelhantes foram encontrados mesmo quando empregado o teste Dickey-Fuller Aumentado (ADF), cujo objetivo é testar a presença de raiz unitária na variável dependente do modelo. Ele inclui variações defasadas da variável dependente como regressores para testar a estacionariedade da série. Caso o teste detecte a presença de uma raiz unitária, aceita-se a hipótese nula de que a série em questão é não estacionária.

O principal interesse do teste ADF encontra-se no parâmetro **tau** (τ) estimado por meio de mínimos quadrados ordinários. O procedimento para se avaliar se a série é estacionária é o seguinte: se o valor absoluto computado para *tau* $|\tau|$ for maior do que o valor crítico da estatística, a série será estacionária; caso o módulo de *tau* seja menor do que o valor crítico, a série será não estacionária²⁰.

A implementação do teste ADF implica várias decisões. As séries temporais possuem diversas características, tais como a existência ou não de deslocamento (constante) ou mesmo a existência ou não de tendências determinísticas. Para permitir diversas possibilidades, o teste ADF pode ser estimado de diversas formas diferentes.

¹⁹ O tamanho da defasagem para se calcular a função de autocorrelação é escolhido a partir de uma regra de bolso apresentada por Gujarati (2011). Para ele, basta computar na função de correlação defasagens referentes a um terço ou um quarto da extensão da série temporal. Uma vez que a série em comento traz 190 observações, optou-se por testar a autocorrelação com defasagens de 48 meses.

²⁰ A vantagem do teste ADF é que se pode testar se a estacionariedade da série temporal é devido à existência de uma tendência ou de um termo constante que influencia o comportamento da variável. Caso a tendência, ou a constante, ou mesmo ambas determinarem o comportamento da estacionariedade da série, o teste ADF possibilita realizar esse diagnóstico para corrigir para a estacionariedade da série.

Os resultados do teste ADF²¹ para a variável popularidade são apresentados na Tabela 4 a seguir²².

Tabela 4 – Teste de Dickey-Fuller aumentado para raízes unitárias para a variável Popularidade, no nível

<i>Variável</i>	<i>Parâmetro</i>	<i>Augmented Dickey-Fuller</i>	
		<i>Valor Crítico 1%</i>	<i>Valor Crítico 5%</i>
<i>Com constante e sem tendência</i>			
Popularidade lag (0)	0.590	-2.588	-1.950
Popularidade lag (1)	0.598	-2.588	-1.950
Popularidade lag (2)	0.522	-2.588	-1.950
Popularidade lag (3)	0.564	-2.589	-1.950
Popularidade lag (4)	0.630	-2.589	-1.950
Popularidade lag (5)	0.776	-2.589	-1.950
<i>Com constante e com tendência</i>			
Popularidade lag (0)	-1.865	-4.010	-3.438
Popularidade lag (1)	-1.838	-4.011	-3.438
Popularidade lag (2)	-1.915	-4.011	-3.439
Popularidade lag (3)	-1.915	-4.011	-3.439

²¹ Igualmente, foram realizados também testes ADF (a) sem constante e sem tendência e (b) sem constante e com tendência, mas os resultados foram semelhantes aos dipostos na tabela 5.1.4.

Popularidade lag (4)	-1.854	-4.012	-3.439
Popularidade lag (5)	-1.651	-3.481	-2.884

Fonte: compilado pelo autor.

Os resultados da tabela acima apresentam a estimação do teste ADF de duas formas: (a) com constante e sem tendência e (b) com constante e com tendência. A realização do teste ADF com tendência justifica-se pelo fato de que a série temporal dos dados da popularidade presidencial pode ter uma tendência que influencia no comportamento da estacionariedade da série. Em outras palavras, é possível que a série seja estacionária em torno de uma tendência determinística.

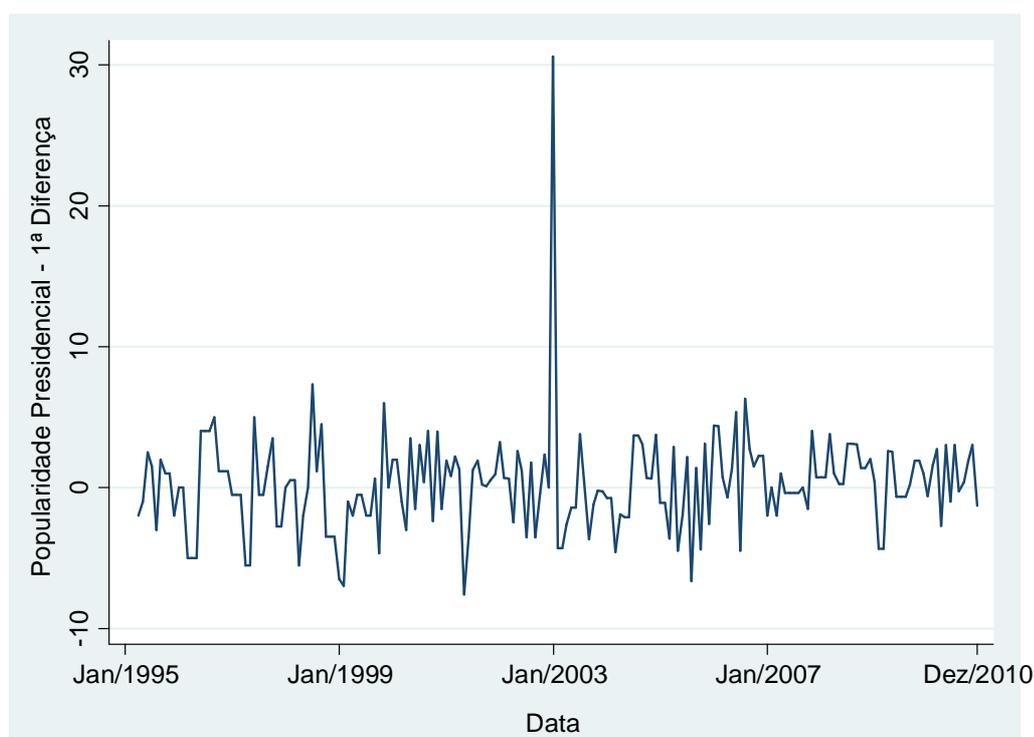
Assim, o teste ADF conduzido foi estimado de duas formas, sob duas diferentes hipóteses nulas. A primeira hipótese nula é testada na estimação da estatística τ com constante e sem tendência. Essa hipótese afirma que a série possui uma raiz unitária, logo, ela é não-estacionária. Diante dos resultados apresentados, não se pode rejeitar a hipótese a nula, uma vez que o valor absoluto de τ não excede o valor crítico de *tau*, nem mesmo com até cinco defasagens. Em todas as estimações, o $|\tau|$ é menor do que os valores críticos calculados.

Como há a possibilidade de que a estacionariedade da série ocorra somente em torno de uma tendência determinística, conduziu-se novamente o teste ADF, com a inclusão de uma variável de tendência. Trata-se da segunda hipótese nula a ser testada: a série não possui uma tendência determinística (ou seja, possui uma tendência estocástica). Novamente, os resultados apresentados também na Tabela 4 suportam que não se pode rejeitar a hipótese nula. Mais uma vez, os valores absolutos de τ não excedem o valor crítico de *tau*, em até cinco defasagens. Portanto, nem mesmo a inclusão de uma tendência torna a série estacionária²³.

²³ Caso os resultados indicassem que a própria tendência da série temporal influencia o seu comportamento não estacionário, a tendência deveria ser incluída como regressor na estimação do modelo, para controlar pelos seus efeitos.

Diante da comprovação da não estacionariedade da série temporal da popularidade do Presidente da República brasileiro²⁴, é preciso realizar determinados ajustes na série para enfrentar esse problema. Para Gujarati (2011) a recomendação mais apropriada trata da transformação da série temporal não estacionária para torná-la estacionária. Desse modo, Gujarati (2011) sugere o método da diferença estacionária (DE)²⁵. O método DE consiste simplesmente na solução de tomar a primeira diferença da série temporal. Em outras palavras, obtém-se uma nova variável subtraindo o valor da variável no tempo t pelo valor observado no tempo $t - 1$. A figura abaixo mostra a representação gráfica da popularidade presidencial, na sua primeira diferença.

Figura 4 - Popularidade Presidencial no Brasil, na primeira diferença (1995/2010)



Fonte: compilado pelo autor.

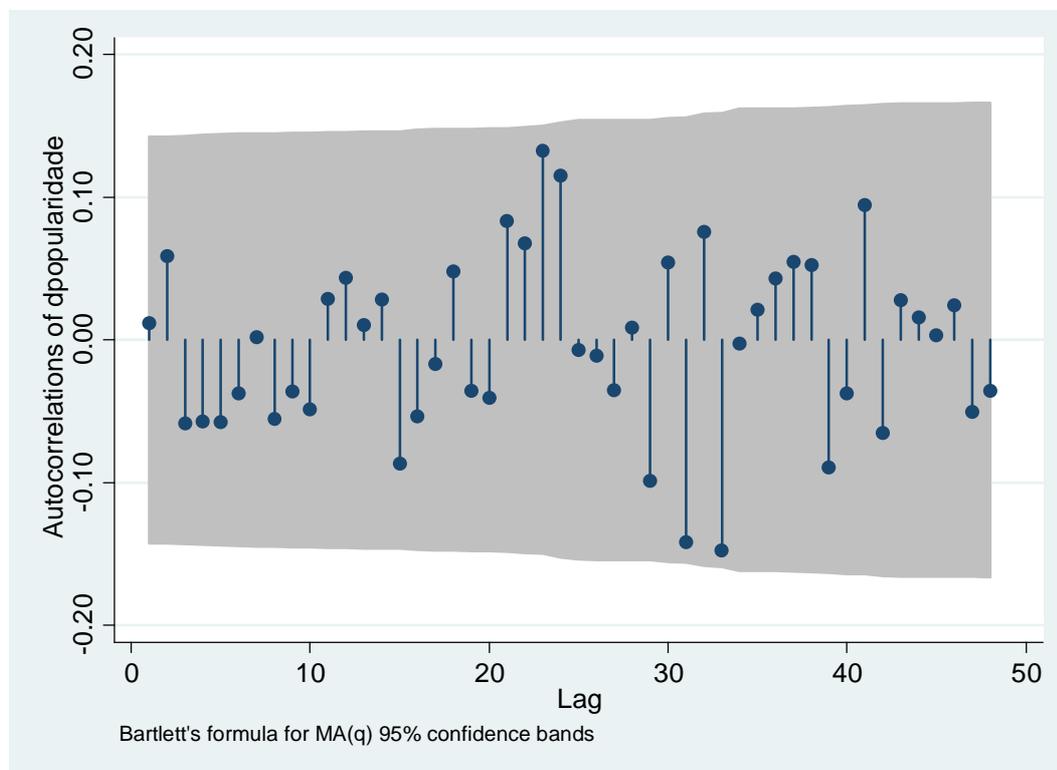
²⁴ A possibilidade de que a estacionariedade fosse própria a um dos governos foi considerada neste trabalho. Após a realização dos mesmos testes, com recortes para os períodos compreendidos entre 1995 e 2002 e 2003 e 2010, comprovou-se que a não estacionariedade é característica para ambos períodos da série.

²⁵ Gujarati (2011) sugere também o método da tendência estacionária (TE). Essa solução funciona para os casos em que a série é estacionária em torno de uma linha de tendência., embora comporte-se de maneira não estacionária de modo geral. A maneira de corrigir tornar a série estacionária pelo TE é regredi-la no tempo, torando os resíduos dessa regressão estacionários.

Assim como na análise da variável dependente no nível, deve-se replicar os mesmos testes para a nova variável gerada, e, desse modo, analisar se o problema da não estacionariedade dos dados ficou corrigido ao se aplicar o método DE para a primeira diferença. Em seguida, serão apresentados os resultados para a Função de Autocorrelação e os testes de Dickey-Fuller Aumentado para a variável da popularidade.

Ao contrário da Figura 3, que apresentava a Função de Autocorrelação de uma série tipicamente não estacionária, a Figura 5 a seguir apresenta resultados que suportam a idéia de que a série da popularidade do Presidente da República é estacionária na primeira diferença. Como observado na Figura 5, a autocorrelação entre os valores gira em torno de zero em várias defasagens, que é o desenho típico do gráfico de autocorrelação parcial para séries estacionárias. Igualmente, todos os valores plotados no gráfico apresentado estão dentro da margem de 95% de confiança (parte hachurada da figura), o que significa que todos os valores estimados não são diferentes de zero. Logo, a ausência de significância estatística aponta pela ausência de correlação entre a popularidade e seus valores defasados.

Figura 5 - Plotagem dos resultados de autocorrelação da popularidade presidencial, na primeira diferença (1995-2010)



Fonte: compilado pelo autor.

Em seguida, são apresentados os resultados do teste ADF para a série da popularidade na primeira diferença. Assim como no teste conduzido para a série no nível da popularidade, os parâmetros do teste ADF foram estimados sob duas formas: (a) com constante e sem tendência e (b) com constante e com tendência.

Pelos resultados do teste ADF, não resta dúvidas de que o problema da estacionariedade da série temporal foi corrigido com a primeira diferença da variável popularidade. Nas duas formas em que foram estimados, os valores absolutos de *tau* são maiores do que os valores críticos calculados. Assim, pode-se rejeitar a hipótese nula de que a série não possui raiz unitária, mesmo sem a inclusão do termo de tendência.

Tabela 5 – Teste de Dickey-Fuller aumentado para raízes unitárias para a variável Popularidade, na primeira diferença

<i>Variable</i>	<i>Test Statistic</i>	<i>Augmented Dickey-Fuller</i>	
		<i>1% Critical Value</i>	<i>5% Critical Value</i>
<i>Com constante e sem tendência</i>			
Dpopularidade lag (0)	-13.420	-2.588	-1.950
Dpopularidade lag (1)	-8.979	-2.588	-1.950
Dpopularidade lag (2)	-7.884	-2.588	-1.950
Dpopularidade lag (3)	-7.166	-2.589	-1.950
Dpopularidade lag (4)	-6.597	-2.589	-1.950
Dpopularidade lag (5)	-6.068	-2.589	-1.950
<i>Com constante e com tendência</i>			
Dpopularidade lag (0)	-13.590	-4.011	-3.438

Dpopularidade lag (1)	-9.107	-4.011	-3.438
Dpopularidade lag (2)	-8.057	-4.011	-3.438
Dpopularidade lag (3)	-7.401	-4.011	-3.438
Dpopularidade lag (4)	-6.851	-4.011	-3.438
Dpopularidade lag (5)	-6.351	-4.011	-3.438

Fonte: compilado pelo autor.

Observa-se que o valor calculado para τ , em todos os casos, possui valor absoluto maior até mesmo do que os valores críticos de 1%. Ou seja, até com 99% de confiança pode-se afirmar que a série é estacionária quando se obtém a primeira diferença da variável popularidade.

Mesmo diante da certeza quanto a não estacionariedade dos dados da popularidade presidencial brasileira, as análises multivariadas serão apresentadas tanto para a variável no nível quanto na primeira diferença. Como dito anteriormente, do ponto de vista teórico, a popularidade é uma série estacionária. Uma vez que a série somente pode transitar entre os valores de 0 a 100, é concreto supor também que a popularidade transite em torno de uma mesma média e variância.

É possível que a não estacionariedade encontrada esteja relacionada com a seleção de um período curto de tempo para ser estudado. Caso fosse possível ter em mãos uma série mais longa sobre a popularidade, a alternativa de se encontrar uma série temporal estacionária seria mais viável. Em função disso, é possível assumir a série da popularidade de 1995 a 2010 como estacionária, mesmo que os testes indiquem resultado alternativo. Essa estratégia também é utilizada por outros estudos estrangeiros. Quando o intervalo da série é curto, outros trabalhos analisados assumem de antemão a estacionariedade da variável popularidade, uma vez que há razões teóricas e empíricas que explicam a estacionariedade da série.

Entretanto, como os resultados apresentados acima sustentam a ideia de que a série da popularidade presidencial brasileira é não estacionária, as análises multivariadas que seguirão

serão conduzidas para a variável dependente em suas duas formas: no nível e na primeira diferença. Desse modo, será possível observar qual forma da variável melhor se ajusta aos modelos propostos.

5.3 Análise Multivariada dos Dados

Analisada a característica da estacionariedade da série temporal, o próximo passo é a análise multivariada dos dados. Com o objetivo de se observar quais são os determinantes da popularidade presidencial no Brasil, o presente trabalho testou as hipóteses lançadas estimando regressões para oito modelos propostos, para tornar possível a realização de explicações causais em torno do comportamento da variável dependente. Todos os testes foram feitos com o pacote estatístico Stata®.

Os modelos foram desenhados para testar o peso das variáveis políticas e econômicas na popularidade presidencial, de modo que cada modelo procura isolar um possível componente que influencia na popularidade. Assim como sugerido pela literatura, cada modelo possui duas partes: uma com as variáveis econômicas (Parte-E) e outra com as variáveis políticas (Parte-P). Seis variáveis, por causa de sua abordagem já consolidada na literatura, são testadas em todos os modelos: inflação, desemprego, honeymoon, *dummy* para Lula, e as variáveis para os eventos do Apagão e do Mensalão.

Acrescenta-se também que algumas variáveis foram incorporadas em duas formas funcionais distintas, a considerar se o modelo testava a variável dependente no nível ou a variável dependente na primeira diferença. As variáveis inflação, desemprego, variação no PIB, taxa de câmbio, dívida interna e Ibovespa foram incluídas com defasagens de um mês quando o modelo testava pela variável dependente na primeira diferença. Também, a variável do *honeymoon* foi substituída por outra variável *dummy*. Esta, por sua vez, busca captar mudanças de governo. A cada mês em que houve começo de um novo mandato, esta variável adquire valores iguais a um.

Quando se retira a primeira diferença da variável dependente, não está mais em consideração a análise da popularidade presidencial naquele corrente mês, mas, sim, a variação mês a mês da popularidade. Trata-se de nova variável, com outra forma funcional. Portanto, os efeitos das variáveis independentes não são mais os mesmos. Por exemplo, imagina-se que o desemprego do mês corrente explique a popularidade do Presidente naquele mesmo mês. Ao contrário, quando tiramos a primeira diferença, busca-se explicar a variação da popularidade em um dado mês. Assim, imagina-se que os efeitos do desemprego são defasados, ou seja, o valor observado do desemprego no mês anterior explica a variação da popularidade no corrente mês.

As equações abaixo tentam explicar a diferente dinâmica entre as duas formas funcionais da variável dependente:

$$(1) \textit{Popularidade} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots \beta_n X_n + u$$

$$(2) \Delta \textit{Popularidade} = \beta_0 + \beta_1 X_{1t-1} + \beta_2 X_{2t-1} + \beta_3 X_{3t-1} + \dots \beta_n X_{nt-1} + u$$

Antes de apresentar os testes realizados, deve-se primeiro apresentar os modelos sugeridos. Todos os modelos foram desenhados a partir de um modelo básico, no qual se considera aquele que possui as variáveis mais explicativas da popularidade presidencial. Assim, o modelo básico é composto por duas variáveis econômicas (inflação e desemprego), uma variável de tempo (especificada pela *Proxy* do *honeymoon* de cada mandato presidencial do período), a *dummy* Lula, e duas variáveis que representam eventos políticos (apagão e mensalão). Trata-se do Modelo 1 disposto na Tabela 6.

Em seguida, outras variáveis econômicas relevantes foram incorporadas ao modelo básico na análise multivariada. A variação do PIB foi acrescentada pelo Modelo 2, ao passo que a dívida total do Brasil foi incorporada pelo Modelo 3. Por sua vez, o modelo 4 acrescentou ao modelo básico tanto a variação do PIB quanto a dívida total do país. Adiante, duas variáveis do cenário econômico internacional foram somadas ao Modelo 1: taxa de câmbio e o Índice da Bolsa de Valores de São Paulo (Ibovespa), cada qual acrescentada pelos Modelos 5 e 6, respectivamente.

Com o objetivo de incluir em um único modelo todas as variáveis econômicas que apresentaram resultados significativos nos modelos anteriores, o Modelo 7 incorpora ao modelo básico a variável da dívida total e a taxa de câmbio. Por fim, o Modelo 8 acrescenta ao anterior somente a variável eleições (*dummy* que representa os meses de junho a outubro em cada ano eleitoral).

Os resultados dos testes dos modelos especificados são encontrados na Tabela 6 e na Tabela 7.

Tabela 6 – 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 ²⁶	-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 ²⁷	-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)

²⁶ A variável inflação foi testada nos modelos por meio de duas *proxies*: o IPCA e o INPC. Como dito anteriormente, ambas são mensurações oficiais de inflação no país, que diferem apenas no que diz respeito ao grupo de referência (até 40 salários mínimos e até 6 salários mínimos, respectivamente). Quanto aos resultados, ambas são negativamente relacionadas à popularidade, com significância estatística de 95%. Entretanto, os modelos acima detalhados apresentam resultados apenas para o IPCA, uma vez que essa é a medida de inflação mais completa, posto que considera o impacto da inflação para uma maior parcela da população

²⁷ Foram testados também modelos com a inclusão de variável honeymoon única para todos os mandatos. Entretanto, o resultado não foi estatisticamente significativo.

(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)

Tabela 7 – Resultados dos estimadores calculados para os modelos - com variável popularidade presidencial na primeira diferença (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>
Inflação_{t-1}	.52 (.502)	.52 (.503)	.32 (.523)	.32 (.523)	0.309 (.542)	.553 (.509)	.359 (.546)	.529 (.561)
Desemprego_{t-1}	-.19 (.218)	-.19 (.219)	-.505 (.318)	-.519 (.318)	-0.39 (0.295)	-0.19 (0.219)	-.506 (.319)	-.490 (.319)
Variação no PIB_{t-1}	-	.00002 (.00003)	-	.00002 (.00003)	-	-	-	-
Dívida_{t-1}	-	-	.063 (.0474)	.064 (.0475)	-	-	.084 (.0951)	.086 (.0949)
Câmbio_{t-1}	-	-	-	-	.58 (.568)	-	-.286 (1.135)	-.409 (1.138)
Ibovespa_{t-1}	-	-	-	-	-	-.01 (.027)	-	-
Troca de Governo	6.8* (2.013)	6.94 (2.026)	6.62* (2.013)	6.75* (2.026)	6.76* (2.026)	6.74* (2.026)	6.58* (2.024)	6.65* (2.022)
Lula	.545 (.651)	.509 (.654)	-.488 (1.007)	-.53 (1.011)	.509 (.654)	.557 (.653)	-.44 (1.011)	-.31 (1.027)
Mensalão	-3.23** (1.756)	-3.22** (1.75)	-3.28** (1.752)	-3.28 (1.755)	--3.29** (1.757)	-3.26 (1.761)	-3.27 (1.758)	-3.13 (1.759)
Apagão	-1.41 (1.579)	-1.41 (1.582)	-1.95 (1.626)	-1.96 (1.629)	-1.87 (1.640)	-1.87 (1.640)	-1.90 (1.642)	-1.71 (1.642)
Eleicoes	-	-	-	-	-	-	-	1.05 (.845)
Constante	.844 (1.695)	.830 (1.698)	.667 (1.696)	.65 (1.699)	1.50 (1.810)	.834 (1.699)	.290 (2.266)	.044 (2.271)
R²	0.1068	0.1088	0.1156	0.1179	0.1121	0.1076	0.1159	0.1236

Ao se comparar os resultados apresentados em ambas as tabelas, a primeira consideração a ser feita diz respeito à significância estatística dos coeficientes estimados. Comparando-se modelos análogos que possuem variáveis dependentes diferentes, constata-se a ausência de resultados para os modelos da Tabela 7 – quando se utiliza a variável dependente em sua primeira diferença.

Enquanto, no nível, quase todas variáveis independentes são significativas estatisticamente a 95%, a mesma característica não é observada quando a popularidade é testada em sua primeira diferença. Na série estacionária, a única variável que apresenta resultados estáveis em todos os modelos é a variável “*troca de governo*”. Ela possui significância estatística de 95% em quase todos os modelos estimados. Outra variável que apresenta resultado considerável é a variável Mensalão. Entretanto, seus resultados são pouco estáveis e significativos somente a 90%. Ademais, nenhuma outra variável apresentou resultados satisfatórios para os modelos na primeira diferença.

Entretanto, a ausência de resultados significativos para os parâmetros estimados nos modelos cuja variável dependente é a popularidade em sua primeira diferença é justificável. Ao se tirar a primeira diferença da variável, remove-se muito da variância amostral dos dados. Assim, grande parte da variação a ser explicada na variável original é removida com a primeira diferença. Não por acaso a maioria dos trabalhos sequer conduz algum teste de estacionariedade da série. Como a perda de significância estatística nos parâmetros é considerável e também porque há fortes razões teóricas para suportar a tese de que a popularidade trata de uma série estacionária, os autores preferem assumir a estacionariedade da série, sem empreender qualquer teste.

Desse modo, a Tabela 6, que apresenta resultados para a variável popularidade no nível, é a que possui os resultados mais relevantes. De certo modo, isso corrobora a tese de que há fortes razões teóricas para se acreditar que a série da popularidade é realmente estacionária. Assim, é possível que a não estacionariedade encontrada esteja relacionada à seleção de uma série temporal curta.

Feita essa consideração, passa-se à análise dos resultados dispostos na Tabela 6. Os resultados dispostos revelam que o modelo básico (Modelo 1) explica grande parte da popularidade presidencial brasileira. Neste modelo, foram encontrados 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 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 claramente a popularidade presidencial no Brasil. Assim, tal qual 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 os incorpora em suas funções de castigo e recompensa. Ademais, o arcabouço institucional brasileiro favorece que o Presidente da República seja identificado pela população como o principal ator responsável pelo sucesso ou insucesso da política econômica. Isso possibilita 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 do 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 16 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 enquadra perfeitamente no caso norte-americano. Para este país, os dados apontam praticamente 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 taxa inflacionária 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 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, com frequência, o país teve que contrair empréstimos junto ao Fundo Monetário Internacional (FMI) com o objetivo de acertar as contas internas e possibilitar o investimento governamental. Além do mais, como indicam 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 à 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 ainda é observar que 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 a tese de Neustadt (1990) de que o começo do mandato influencia a forma como 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 aponta a ausência de efeitos para o *honeymoon* nos 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 o mercado. O cenário econômico que 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 efeitos do Mensalão na popularidade presidencial de Lula foram testados pela *dummy* que capta os meses críticos de denúncias do escândalo de corrupção (maio, junho, julho e agosto de 2005). Essa variável faz parte do modelo básico proposto e, logo, está incorporada em todos os modelos estimados. 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 o 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 a estratégia do Partido dos Trabalhadores em disassociar a figura do Presidente do imbróglio.

Durante as fases mais agudas do escândalo, não se soube ao certo qual o nível de envolvimento do Presidente da República. Em determinado momento, o Presidente Lula declarou perante a opinião pública que nada conhecia sobre a compra de votos parlamentares articulada pelo então Ministro da Casa Civil. Mesmo assim, a figura de Lula não passou ilesa por esse momento crítico.

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 o puniu 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 candidato²⁸.

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

Por último, é relevante apresentar também alguns resultados comparativos dos determinantes da popularidade presidencial entre os oito anos de mandato de Fernando Henrique e os oito anos de mandato de Lula. Os dados estão dispostos na Tabela 8 a seguir.

Esta tabela compara os resultados apenas para o modelo 8. Este modelo foi escolhido por ter apresentado, nos outros testes, os resultados mais interessantes. Além do mais, é o modelo mais completo, uma vez que possui quatro variáveis econômicas, uma variável de tempo, duas variáveis que representam eventos importantes e duas variáveis políticas.

²⁸ 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 concorria a um novo mandato. Por sua vez, não se pode ignorar o papel relevante que o Presidente desempenha mesmo em eleições nas quais não é candidato. Embora a figura não esteja diretamente envolvida nas disputas eleitorais, ele é ator relevante nas campanhas, posto que, nos casos, ele ajudou eleitoralmente o candidato de seu partido ao cargo máximo do Poder Executivo.

Tabela 8 – Resultados do Modelo 8 para FHC (1995/2002) e Lula (2003/2010), no nível.

<i>Variable</i>	<i>Fernando Henrique Cardoso (1995-2002)</i>	<i>Luis Inácio Lula da Silva (2003-2010)</i>
Inflação	-3.70* (.983)	.785 (3.860)
Desemprego	-2.23* (.692)	-5.14* (2.319)
Dívida	-1.68* (.266)	-2.65* (.634)
Câmbio	10.18* (2.88)	-.909 (4.068)
Honeymoon FHC 1	.37 (5.098)	-
Honeymoon FHC 2	5.29 (3.090)	-
Honeymoon Lula 1	-	28.13* (7.505)
Honeymoon Lula 2	-	.543 (4.901)
Lula	-	-
Mensalão	-	-16.00* (4.390)
Apagão	-5.21* (2.459)	-
Eleicoes	10.30* (1.896)	4.59 (2.872)
<i>Constante</i>	69.01* (3.868)	161.94* (13.370)
<i>R</i> ²	0.7833	0.7218

Fonte: compilado pelo autor.

Da tabela, destaca-se a mudança nos resultados encontrados para a variável inflação. Enquanto no mandato FHC a inflação foi uma variável que teve peso negativo e significativo na opinião das pessoas sobre o desempenho do governo, ela perdeu significância estatística no teste do mesmo modelo para os mandatos de Lula. Por sua vez, a variável desemprego manteve-se significativa nos dois mandatos. Mas, entre 1995 e 2002, a inflação foi mais

importante do que o desemprego para a formação das opiniões individuais sobre o desempenho do Presidente. Na medida em que a variável inflação perdeu peso e significância, o desemprego tornou-se mais importante para determinar a popularidade presidencial.

Em resumo: durante o governo FHC, a opinião pública responsabilizou e puniu o Presidente da República pelo mau desempenho do controle da inflação. Como a inflação era um problema mais sério da economia brasileira e o contexto inflacionário do início da década de 1990 ainda era latente, a variável teve impacto relevante na opinião dos indivíduos em relação ao desempenho do governo. Na medida em que o Brasil passou a conviver com índices moderados de inflação, outros atributos econômicos ganharam maior peso nas avaliações presidenciais, como o desemprego. A inflação deixou de ser um critério relevante para a função castigo-recompensa, imputando-se mais importância para a responsabilização por outros critérios²⁹.

Esse argumento sugere uma possível explicação para o elevado prestígio gozado pelo Presidente Lula a partir da metade de seu segundo mandato. A partir desse momento, a taxa de desemprego no Brasil passou a cair substancialmente, atingindo níveis tão baixos que chegaram a pressionar o salário real (Ferreira e Sakurai, 2010). À medida que o Governo Lula conseguiu concretizar uma política que possibilitou a redução do desemprego, sua recompensa ocorreu em ganhos de popularidade acima da média. Isso se deve ao fato de que o desemprego ganhou saliência nas opiniões dos indivíduos a partir de 2003³⁰.

A dinâmica da popularidade presidencial brasileira, portanto, é influenciada pela soma de um conjunto de fatores econômicos com outro conjunto de fatores políticos. Os fatores econômicos são mais estáveis do que os fatores políticos, porém, o peso destes é bem maior do que aqueles.

²⁹ Mesmo raciocínio pode ser utilizado para explicar a perda de importância observada no coeficiente da taxa de câmbio.

³⁰ Esse raciocínio precisa ser mais bem testado posteriormente. Entretanto, ele contraria o que Muller (1970) defende em seu artigo seminal. Para o autor, só há um modo de o desemprego afetar a popularidade presidencial: de forma negativa. Muller (1970) argumenta que o Presidente não é recompensado quando o cenário econômico é positivo para a redução do desemprego, uma vez que boa parte dos empregos é ofertada pela iniciativa privada. Ao contrário, os indivíduos punem o Chefe do Poder Executivo quando a ocupação de empregos é baixa.

6. Considerações Finais

Este trabalho teve como objetivo investigar quais os principais determinantes da popularidade do Presidente da República brasileiro. Mais concretamente, buscou-se analisar como os fatores econômicos e políticos impactam nas avaliações positivas dos Presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luis Inácio Lula da Silva.

O referencial teórico deste trabalho seguiu as pesquisas norte-americanas sobre a popularidade presidencial, visto que se tratar de um objeto de pesquisa recorrente na literatura americana há mais de setenta anos. A premissa básica é a de que as reações da opinião pública em relação ao desempenho do Presidente seguem uma função de castigo e recompensa, que opera à medida que o Chefe do Poder Executivo é identificado como o ator responsável pelos resultados econômicos e políticos do sistema. Assim, quando o desempenho nas dimensões política e econômica é baixo, o Presidente é mal avaliado. Quando esse desempenho é bom, o Presidente é bem avaliado.

Um dos percalços enfrentados pelo trabalho refere-se à construção da série temporal dos dados da popularidade presidencial. Para o período proposto, nenhum dos três grandes institutos de pesquisa do Brasil (Ibope, Datafolha e Sensus) desenvolveu uma série frequente e periódica dos dados de popularidade. Quem chegou mais próximo disso foi o Ibope, que passou a divulgar trimestralmente suas pesquisas desde o ano 2000. Diante disso, foi preciso construir uma série própria da popularidade, com dados mensais, visto que esta periodicidade coincide com a referência temporal de todas as variáveis independentes recolhidas. Para os *missing values* da série, foi preciso imputar o valor na série utilizando-se a média dos valores do mês anterior e do mês subsequente. Para os meses em que houve mensuração de mais de um instituto, também foi imputada na série a média entre os valores coletados entre os institutos.

Essa estratégia de pesquisa somente foi possível porque os três institutos compartilham a mesma pergunta de pesquisa: “*Como você avalia o desempenho do Presidente da República?*”. Em seguida, a pergunta é respondida a partir de uma escala com cinco opções que variam entre ótimo, bom, regular, ruim e péssimo. Ademais, a popularidade presidencial é definida como a soma daqueles que responderam ótimo e bom na pergunta supracitada.

Na análise univariada da variável dependente, constatou-se que a opinião pública reagiu de modo diferente aos governos dos dois Presidentes estudados. Em seu governo, Fernando Henrique Cardoso obteve boas avaliações à medida que emplacou sua política econômica. Mesmo assim, a popularidade média do Presidente foi de aproximadamente 39% e 21% no primeiro e no segundo mandatos, respectivamente. Foi também FHC que teve a menor popularidade analisada no período (8%). Por sua vez, o Presidente Lula alcançou patamares recordes de popularidade para o período analisado. Durante os oito anos de seu mandato, Lula alcançou avaliações positivas de 83% da população, a ponto de o Presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, reconhecer o Presidente brasileiro como um fenômeno político. Nos oito anos em que esteve no poder, o petista teve popularidade média de 40,4% e 63,9%, no primeiro e no segundo mandatos, respectivamente. Vale ressaltar que a média obtida no primeiro mandato foi alcançada mesmo após a denúncia do escândalo do Mensalão, o qual teve relevante impacto na forma de a opinião pública avaliar o desempenho do Presidente à frente do governo.

Um dos resultados obtidos pela análise multivariada tange justamente este ponto. Há aspectos inerentes à própria gestão de Lula que explicam o elevado prestígio do Presidente com a opinião pública. Como demonstrado nos modelos testados, os resultados econômicos como o controle da inflação e a redução do desemprego asseveraram decisivamente o sucesso do governo petista. Entretanto, estes fatores isolados não foram suficientes. Esse adicional que elevou o governo a patamares inimagináveis de popularidade diz respeito justamente a esses fatores próprios da gestão de Lula. Sugeriu-se que esses fatores possam ser inerentes à figura do Presidente (tal como seu carisma ou traços de sua personalidade) ou às características de seu estilo de governo (como a priorização e o sucesso de algumas políticas sociais de transferência de renda, tal qual o Bolsa Família).

Ademais, os resultados apontaram que o binômio inflação-desemprego também representa aspectos econômicos exponencialmente relevantes para a opinião pública nas suas avaliações sobre o desempenho da política econômica. Ambas as questões fazem parte do cotidiano da população, e não dependem de um maior nível de sofisticação para serem incorporadas aos julgamentos políticos dos indivíduos. Além do mais, são questões sensíveis, costumeiramente reportadas pela mídia e cujos produtos econômicos são facilmente percebidos.

Entretanto, quando os modelos detalham a dinâmica de influência desses fatores na avaliação presidencial, duas questões importantes são ressaltadas. Primeiro, o peso atribuído ao desemprego é maior do que o atribuído à inflação. Ou seja, os valores absolutos estimados para a variável desemprego são maiores do que para a inflação. Isso sugere que a opinião pública brasileira é mais tolerante à inflação do que se imagina. Como a inflação foi o grande problema do país até a estabilização do Plano Real, é possível que a população tolere determinados aumentos na inflação porque, mesmo assim, ela está sob controle, permanecendo dentro da meta estabelecida pela política econômica. Outro resultado interessante disse respeito aos efeitos comparados de ambas as variáveis para o governo dos dois Presidentes. Obteve-se que o coeficiente da inflação perde significância estatística no modelo estimado apenas para o Governo Lula. Imagina-se que, à medida que a inflação deixou de ser o principal problema a ser solucionado pelo governo, ela também perdeu importância na função de popularidade dos indivíduos.

Assim, sugere-se que a popularidade do Presidente da República brasileiro entre 1995 e 2010 respeita a seguinte função:

$$\begin{aligned}
 \textit{Popularidade} = & \beta_0 - \beta_1(\textit{Inflação}) - \beta_2(\textit{Desemprego}) - \beta_3(\textit{Dívida}) \\
 & + \textit{Dummy}(\textit{Honeymoon}) + \textit{Dummy}(\textit{Lula}) - \textit{Dummy}(\textit{Mensalão}) \\
 & - \textit{Dummy}(\textit{Apagão}) + \beta_4(\textit{Eleições}) + \mu
 \end{aligned}$$

Não obstante a contribuição deste trabalho em ajudar a compreender a dinâmica entre opinião pública e instituições políticas, a agenda de trabalho relacionada à pesquisa da popularidade presidencial está longe de ser esgotada. Há alguns pontos relevantes que precisam ser mais bem desenvolvidos e outros, que podem ser mais bem explorados.

Ao se trabalhar com medidas agregadas da popularidade presidencial, limita-se razoavelmente o horizonte dos resultados deste trabalho. Um novo desafio é trabalhar com dados individuais, os quais permitem aprofundamento mais sensível no entendimento sobre como opera a função de popularidade no comportamento político dos indivíduos. Com dados individuais, é possível relacionar determinadas características sociais e políticas dos indivíduos com suas opiniões a respeito do desempenho do governo. De acordo com Enns (2007), dados desta natureza permitem analisar as microfundações da avaliação presidencial, tais como a influência do sectarismo partidário na forma como o indivíduo opina sobre o

Presidente, a possibilidade de o grau de sofisticação política do indivíduo permitir mais eficiência na operação do mecanismo de castigo e recompensa, dentre outros aspectos.

Ademais, as dimensões do comportamento retrospectivo x comportamento prospectivo e do comportamento sociotrópico x comportamento egotrópico também são mais bem analisadas quando há disponibilidade de dados individuais. A ausência de dados relacionados a estas dimensões impossibilitou a incorporação na agenda deste trabalho. Essas linhas de pesquisa já estão consolidadas na literatura que trabalha com a popularidade presidencial. Por isso, deve ser mais bem explorada por estudos futuros.

Igualmente relevante, os efeitos de algumas variáveis podem ser mais bem testados em trabalhos futuros. De certa maneira, houve entendimento sobre o modo geral como cada variável impacta na popularidade presidencial. Entretanto, pouco foi avaliado sobre a duração dos efeitos dos determinantes ao longo da série temporal. Por exemplo, encontrou-se que o evento do mensalão impactou consideravelmente nas avaliações sobre o Presidente Lula. Entretanto, não se sabe até quando os efeitos deste escândalo repercutiram na popularidade presidencial. É possível que, neste caso, o Mensalão tenha trazido apenas danos de curto prazo na imagem do Presidente perante a opinião pública e perdido seus efeitos ao longo do mandato. Assim, permite-se classificar os determinantes da aprovação presidencial conforme o prazo de duração de seus efeitos.

Também, há alguns pontos da literatura sobre comportamento político que este trabalho pode dialogar em estudos futuros. Nesse aspecto, o trabalho de Petrocik (1996) sobre *issue ownership* deve contribuir bastante para esclarecer alguns aspectos dos resultados apresentados. Segundo esse entendimento, partidos políticos e candidatos acabam desenvolvendo mais ascendência sobre determinados assuntos, de modo que são percebidos pela opinião pública como os mais habilitados para lidar com determinado problema político.

Desse modo, é válido questionar se a presença de resultados significativos para a inflação durante o Governo FHC e a ausência desses para o Governo Lula está relacionada ao fato de a população atribuir que o PSDB é o partido mais apto a lidar com problemas econômicos, uma vez que essas questões são usualmente relacionadas a partidos mais à direita do espectro ideológico. Ou seja, a seleção e o peso dos critérios de avaliação do mandato presidencial seriam influenciados também pelo partido que estaria no poder.

A literatura sobre *issue salience* também precisa ser resgatada para permitir que outros resultados sejam encontrados sobre a série da popularidade do Presidente da República no Brasil. Essa questão é extremamente relevante quando se avalia a influência dos meios de comunicação na formação dos indivíduos. De acordo com Iyengar e Kinder (1987), quando a mídia dá extensa cobertura a um assunto particular, os indivíduos tendem a atribuir maior peso a essa questão ao julgar a *performance* do Presidente. Assim, conforme a questão surgisse na agenda pública, a população utilizaria diferentes critérios ao longo do tempo para avaliar o Presidente, dependendo da importância e da saliência dada à questão.

No aspecto metodológico, os resultados que sugerem a não estacionariedade da série de popularidade brasileira precisam ser novamente testados. Técnicas mais avançadas de pesquisa já possibilitam testar se a série é fracionalmente integrada (*fractionally integrated*). Essa técnica permite tirar frações da diferença da variável dependente no nível, por meio da introdução de um fator autorregressivo. Assim, não seria necessário tirar a primeira diferença da variável popularidade, mas apenas uma fração, para encontrar a estacionariedade nos dados. Com isso, há menos perda da variância amostral da variável dependente (problema enfrentado neste trabalho) e, conseqüentemente, melhor estimação dos parâmetros das variáveis independentes.

Expostas as perspectivas para a elaboração de estudos futuros relacionados ao tema deste trabalho, fica clara a concisão do escopo aqui pesquisado. Entretanto, a escolha por essa abordagem foi a mais viável, principalmente por conta da ausência de dados mais sistemáticos que possibilitassem análises mais sofisticadas da variável dependente. Ademais, ficou exposta a necessidade de realização de outras pesquisas semelhantes cujo objeto aborde especificamente a função de popularidade para o caso brasileiro.

A entrada definitiva desse tema na agenda de pesquisa da Ciência Política brasileira contribuiria para o refinamento e aprimoramento do presente estudo, o qual revelou que há ainda perguntas a serem respondidas por estudos ainda no futuro próximo.

7. Referências Bibliográficas

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

ANDERSON, Christopher. Blaming the government: Citizens and the economy in five European democracies. ME Sharpe, 1995.

APABLAZA, Carolina. Factores Explicativos de la Aprobación Presidencial. Serie Informe Sociedad y Política LyD, n. 114, p. 1-12, 2009.

ARCE, Moisés; CARRIÓN, Julio. 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, 2010.

BELLUCCI, Paolo; LEWIS-BECK, MICHAEL S. A stable popularity function? Cross-national analysis. European Journal of Political Research, v. 50, n. 2, p. 190-211, 2011.

BERLEMANN, Michael; ENKELMANN, Soeren. The Economic Determinants of U.S. Presidential Approval - A Survey", Working Paper Series in Economics 272, University of Luneburg, Institute of Economics, 2012.

BERNHARD, William; LEBLANG, David. Polls and Pounds: Public Opinion and Exchange Rate Behavior in Britain. Quarterly Journal of Political Science, v. 1, n. 1, p. 25-47, 2006.

BUENDÍA, Jorge. Economic reform, public opinion, and presidential approval in Mexico, 1988-1993. Comparative Political Studies, v. 29, n. 5, p. 566-591, 1996.

BRACE, Paul; HINCKLEY, Barbara. The structure of presidential approval: Constraints within and across presidencies. Journal of Politics, v. 53, n. 4, p. 993-1017, 1991.

BRODY, Richard A. Assessing the president: The media, elite opinion, and public support. Stanford University Press, 1991.

BRODY, Richard A.; JACKMAN, Simon. The Lewinsky affair and popular support for President Clinton. The Polling Report, v. 14, p. 41, 1998.

BURDEN, Barry C.; MUGHAN, Anthony. The international economy and presidential approval. Public Opinion Quarterly, v. 67, n. 4, p. 555-578, 2003.

BURDEN, Barry C.; SANBERG, Joseph Neal Rice. Budget rhetoric in presidential campaigns from 1952 to 2000. Political behavior, v. 25, n. 2, p. 97-118, 2003.

CARREIRÃO, Yan. A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras. FGV Editora, 2002.

CHAPPELL, Henry W. Presidential popularity and macroeconomic performance: are voters really so naive?. The Review of Economics and Statistics, v. 65, n. 3, p. 385-392, 1983.

CHAPPELL JR, Henry W.; KEECH, William R. A new view of political accountability for economic performance. *The American Political Science Review*, p. 10-27, 1985.

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

CHAPPELL JR, Henry W.; GONÇALVES VEIGA, Linda. Economics and elections in Western Europe: 1960–1997. *Electoral Studies*, v. 19, n. 2, p. 183-197, 2000.

CLARK, William Roberts; HALLERBERG, Mark. Mobile capital, domestic institutions, and electorally induced monetary and fiscal policy. *American Political Science Review*, p. 323-346, 2000.

CLARKE, Harold D.; STEWART, Marianne C. Prospections, retrospections, and rationality: The "bankers" model of presidential approval reconsidered. *American Journal of Political Science*, p. 1104-1123, 1994.

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

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

COHEN, Jeffrey E. If the news is so bad, why are presidential polls so high? Presidents, the news media, and the mass public in an era of new media. *Presidential Studies Quarterly*, v. 34, n. 3, p. 493-515, 2004

CONOVER, Pamela Johnston; FELDMAN, Stanley; KNIGHT, Kathleen. Judging inflation and unemployment: The origins of retrospective evaluations. *Journal of Politics*, v. 48, n. 3, p. 565-88, 1986.

DUA, Pami; SMYTH, David J.; TAYLOR, Susan W. Public perceptions of macroeconomic policy during the Bush presidency. *Southern Economic Journal*, p. 775-782, 1995.

EDWARDS, George C. *The public presidency: The pursuit of popular support*. New York: St. Martin's Press, 1983.

EICHENBERG, Richard C.; STOLL, Richard J.; LEBO, Matthew. War President The Approval Ratings of George W. Bush. *Journal of Conflict Resolution*, v. 50, n. 6, p. 783-808, 2006.

ENNS, Peter K. *The Micro Foundations of Presidential Approval*. Unpublished Manuscript, 2007.

ERIKSON, Robert S.; MACKUEN, Michael B.; STIMSON, James A. *The macro policy*. 2002.

FAUVELLE-AYMAR, Christine; STEGMAIER, Mary. The stock market and US presidential approval. *Electoral Studies*, 2013.

FELD, Lars P.; KIRCHGÄSSNER, Gebhard. Official and hidden unemployment and the popularity of the government: An econometric analysis for the Kohl government. *Electoral Studies*, v. 19, n. 2, p. 333-347, 2000.

FERREIRA, Alex; SAKURAI, Sérgio Naruhiko. Personal charisma or the economy? Macroeconomic indicators of presidential approval ratings in Brazil. 2009.

FERREIRA, Alex Luiz; SAKURAI, Sergio Naruhiko; OLIVEIRA, Rodolfo. Oito anos construindo popularidade. *Revista Economia & Tecnologia*, v. 7, 2012.

FIGUEIREDO, Argelina Cheibub; LIMONGI, Fernando. Executivo e Legislativo na nova ordem constitucional. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

FREY, Bruno S.; SCHNEIDER, Friedrich. Economic and personality determinants of presidential popularity. *Empirical Economics*, v. 3, n. 2, p. 79-89, 1978.

GEYS, Benny; VERMEIR, Jan. Taxation and presidential approval: separate effects from tax burden and tax structure turbulence?. *Public Choice*, v. 135, n. 3-4, p. 301-317, 2008.

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

GRAMACHO, Wladimir. Popularidade e economia no semipresidencialismo português. *Análise social*, n. 188, p. 531-550, 2008.

GRONKE, Paul; BREHM, John. History, heterogeneity, and presidential approval: a modified ARCH approach. *Electoral Studies*, v. 21, n. 3, p. 425-452, 2002.

GRONKE, Paul; NEWMAN, Brian. FDR to Clinton, Mueller to?: A field essay on presidential approval. *Political Research Quarterly*, v. 56, n. 4, p. 501-512, 2003.

HIBBS, Douglas A.; RIVERS, R. Douglas; VASILATOS, Nicholas. 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, 1982.

KENSKI, Henry C. The impact of economic conditions on presidential popularity. *Journal of Politics*, v. 39, n. 3, p. 764-773, 1977.

KERNELL, Samuel. 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, 1978.

KINDER, Donald R.; KIEWIET, D. Roderick. Sociotropic politics: the American case. *British Journal of Political Science*, v. 11, n. 2, p. 129-161, 1981.

KIRCHGÄSSNER, Gebhard. Economic conditions and the popularity of West German parties: a survey. *European Journal of Political Research*, v. 14, n. 4, p. 421-439, 1986.

KROSNICK, Jon A.; KINDER, Donald R. Altering the foundations of support for the president through priming. *The American Political Science Review*, p. 497-512, 1990.

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

LANOUE, David J. Economic prosperity and presidential popularity: Sorting out the effects. *Political Research Quarterly*, v. 40, n. 2, p. 237-245, 1987.

LAU, Richard R.; SEARS, David O. Cognitive links between economic grievances and political responses. *Political Behavior*, v. 3, n. 4, p. 279-302, 1981.

LEWIS-BECK, Michael S. Economics and the American voter: Past, present, future. *Political Behavior*, v. 10, n. 1, p. 5-21, 1988.

LEWIS-BECK, Michael S.; PALDAM, Martin. Economic voting: an introduction. *Electoral studies*, v. 19, n. 2, p. 113-121, 2000.

LEWIS-BECK, Michael S.; STEGMAIER, Mary. Economic determinants of electoral outcomes. *Political Science*, v. 3, n. 1, p. 183, 2000.

LIGHT, Paul C. *The President's Agenda: Domestic Policy Choice from Kennedy to Reagan*, rev. ed. 1991.

MACKUEN, Michael B.; ERIKSON, Robert S.; STIMSON, James A. Peasants or bankers? The American electorate and the US economy. *The American Political Science Review*, p. 597-611, 1992.

MONROE, Kristen R.; Economic influences on presidential popularity among key political and socioeconomic groups: A review of the evidence and some new findings. *Political Behavior*, v. 5, n. 3, p. 309-345, 1983.

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

NADEAU, Richard et al. Elite economic forecasts, economic news, mass economic judgments, and presidential approval. *Journal of Politics*, v. 61, p. 109-135, 1999.

NANNESTAD, Peter; PALDAM, Martin. 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, 1994.

NEUSTADT, Richard E. *Presidential power and the modern presidents: The politics of leadership from Roosevelt to Reagan*. Simon and Schuster, 1991.

NEWMAN, Brian. Bill Clinton's approval ratings: The more things change, the more they stay the same. *Political Research Quarterly*, v. 55, n. 4, p. 781-804, 2002.

- NEWMAN, Brian. The Polls: Presidential Traits and Job Approval: Some Aggregate-Level Evidence. *Presidential Studies Quarterly*, v. 34, n. 2, p. 437-448, 2004.
- NEWMAN, Brian; FORCEHIMES, Andrew. "Rally Round the Flag" Events for Presidential Approval Research. *Electoral Studies*, v. 29, n. 1, p. 144-154, 2010.
- NICHOLSON, Stephen P.; SEGURA, Gary M.; WOODS, Nathan D. Presidential approval and the mixed blessing of divided government. *Journal of Politics*, v. 64, n. 3, p. 701-720, 2002.
- NICKELSBURG, Michael; NORPOTH, Helmut. Commander-in-chief or chief economist?: The president in the eye of the public. *Electoral Studies*, v. 19, n. 2, p. 313-332, 2000.
- NORPOTH, Helmut. Presidents and the prospective voter. *Journal of Politics*, v. 58, p. 776-792, 1996.
- NORPOTH, Helmut; YANTEK, Thom. Macroeconomic conditions and fluctuations of presidential popularity: The question of lagged effects. *American Journal of Political Science*, p. 785-807, 1983.
- NORPOTH, Helmut; BECK, Michael S. Lewis; LAFAY, Jean Dominique (Ed.). *Economics and politics: The calculus of support*. University of Michigan Press, 1991.
- OSTROM, Charles W.; SIMON, Dennis M. 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, 1989.
- OSTROM JR, Charles W.; SMITH, Renee M. Error correction, attitude persistence, and executive rewards and punishments: A behavioral theory of presidential approval. *Political Analysis*, p. 127-183, 1992.
- PACEK, Alexander; RADCLIFF, Benjamin. Economic voting and the welfare state: A cross-national analysis. *Journal of Politics*, v. 57, n. 1, p. 44-61, 1995.
- PALDAM, Martin. How robust is the vote function? A study of seventeen nations over four decades. *Economics and politics: the calculus of support*, p. 9-31, 1991.
- POPKIN, Samuel L. *The reasoning voter: Communication and persuasion in presidential campaigns*. University of Chicago Press, 1991.
- POWELL JR, G. Bingham; WHITTEN, Guy D. A cross-national analysis of economic voting: taking account of the political context. *American Journal of Political Science*, p. 391-414, 1993.
- PRICE, Simon; SANDERS, David. Modeling government popularity in postwar Britain: a methodological example. *American Journal of Political Science*, p. 317-334, 1993.

RENNÓ, Lucio; SPANAKOS, Anthony P. 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, 2006.

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

SANTAGATA, WALTER. 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, 1985.

SCHNEIDER, Friedrich; POMMEREHNE, Werner W.; FREY, Bruno S. 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, 1981.

SEGURA, Gary M.; WOODS, Nathan D. Presidential approval and the mixed blessing of divided government. *Journal of Politics*, v. 64, n. 3, p. 701-720, 2002.

SHAH, Dhavan V. et al. News framing and cueing of issue regimes: Explaining Clinton's public approval in spite of scandal. *Public Opinion Quarterly*, v. 66, n. 3, p. 339-370, 2002.

SHIENBAUM, Kim Ezra; SHIENBAUM, Ervin. Public Perceptions of Presidential Economic Performance: From Johnson to Carter. *Presidential Studies Quarterly*, p. 421-427, 1982.

SMYTH, David J.; TAYLOR, Susan W.; DUA, Pami. Structural change in the United States' social preference function, 1953–88. *Applied Economics*, v. 23, n. 4, p. 763-768, 1991.

SMYTH, David J.; TAYLOR, S. W. Presidential popularity: what matters most, macroeconomics or scandals?. *Applied Economics Letters*, v. 10, n. 9, p. 585-588, 2003.

SNIDERMAN, Paul M.; GLASER, James M.; GRIFFIN, Robert. Information and electoral choice. *Information and democratic processes*, v. 117, 1990.

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

VARAS, Pablo. Aprobación presidencial en Chile 2000-2012 Su efecto en la toma de decisiones y sus determinantes Jorge Ramirez R.

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

WISNIEWSKI, Tomasz Piotr; LIGHTFOOT, Geoffrey; LILLEY, Simon. Speculating on presidential success: exploring the link between the price–earnings ratio and approval ratings. *Journal of Economics and Finance*, v. 36, n. 1, p. 106-122, 2012.

WOLF, Michael R.; HOLIAN, David B. Polls, elite opinion, and the president: How information and issue saliency affect approval. *Presidential Studies Quarterly*, v. 36, n. 4, p. 584-605, 2006.

ZALLER, John R. Monica Lewinsky's contribution to political science. *PS: Political Science and Politics*, v. 31, n. 2, p. 182-189, 1998.