



DESEMPEÑO MACROECONÓMICO Y APROBACIÓN PRESIDENCIAL: ESTIMADOR DE LA FUNCIÓN DE POPULARIDAD PARA BRASIL

Natália Rodrigues Corado¹
Geovana Lorena Bertussi²
Luis Guilherme Alho Batista³

Resumen: Este trabajo investigó cómo las variables económicas son afectadas por la percepción de los ciudadanos sobre el desempeño de un jefe de Estado. El enfoque adoptó un modelo econométrico diseñado para servir como una función de popularidad para Brasil, abarcando el período de 1995 a 2019. Los resultados indican que la aprobación de un gobierno por parte de la población es sensible a las variaciones en la tasa de desempleo y la tasa de inflación. El presente artículo contribuyó a la literatura porque comprendía el período más largo jamás analizado en estudios de este tipo para Brasil. Además, también fue la primera vez que se incluyó el impeachment de la expresidenta Dilma Rousseff en la estimación de la función de popularidad para Brasil. Los resultados obtenidos del modelo revelaron que el evento tuvo un impacto significativo en la tasa de aprobación de Dilma entre los ciudadanos brasileños.

Palabras clave: Función de popularidad; Aprobación presidencial; Resultado macroeconómico; Tasa de desempleo; Tasa de inflación.

1 Introducción

El ciudadano individual no tiene grandes incentivos para estar plenamente informado sobre la complejidad que subyace a la evolución de las principales variables económicas de un país (FREY; SCHNEIDER, 1978). Como resultado, asume que el gobierno tiene el mandato y la capacidad para controlar el desarrollo de la economía y, por lo tanto, responsabiliza al presidente por la coyuntura económica (NANNESTED; PALDAM, 1994). Esta noción se conoce como hipótesis de responsabilización y se constituye como la idea de que los votantes castigan o recompensan a los presidentes por el desempeño económico de un país, tanto en términos de votos como de popularidad (EVANS; PICKUP, 2010). El presente trabajo busca, por tanto, verificar si la hipótesis de la responsabilización es adecuada para el caso brasileño cuando se analiza como variable dependiente la tasa de aprobación disfrutada por el Presidente de la República.

Para Brasil, la literatura se centra especialmente en los resultados electorales, pero hay muy pocos trabajos que propongan modelar una función de popularidad para el país. Por tanto, este trabajo tiene como objetivo estimar el impacto de importantes variables macroeconómicas

¹ Economista por la Universidad de Brasilia (UnB), estudiante de máster en Economía de la PUC/RJ. Correo electrónico: corado.natalia@gmail.com y ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-8225-4615>.

² Doctora en Economía por la Universidad de Brasilia (UnB), Profesora Asociada del Departamento de Economía de la UnB. Correo electrónico: geovanalorena@unb.br y ORCID ID <https://orcid.org/0000-0001-5929-2536>.

³ Máster en Desarrollo Económico de la Universidad Federal de Paraná (UFPR), Profesor Suplente del Departamento de Estadística de la UnB. Correo electrónico: lgabatista@gmail.com y ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-8067-9185>.

sobre la aprobación de un gobierno por parte de la población. El artículo puede contribuir a dilucidar cómo los brasileños, en promedio, castigan a los gobernantes por variaciones en los indicadores macroeconómicos, ya que abarca la mayor cantidad de mandatos presidenciales, debido a la ventaja natural de ser una prueba más reciente, y utiliza datos provenientes de tres institutos de investigaciones diferentes. El modelo, estimado para los gobiernos de FHC, Lula, Dilma, Temer y Bolsonaro, también se benefició de la inclusión de variables de control por características intrínsecas al gobernador, escándalos políticos y el llamado "efecto *honeymoon*".

Además de esta introducción, el trabajo se divide en otras tres secciones. La sección 2 ofrece una revisión de la literatura que trata sobre cómo las condiciones económicas influyen en la votación y, sobre todo, en la aprobación popular. A su vez, la sección 3 se estructura en torno a los métodos y procedimientos utilizados para la estimación empírica y, finalmente, la sección 4 presenta los resultados obtenidos.

2 Revisión de la literatura

2.1 La influencia de los factores económicos sobre el voto para presidente

Se encuentra arraigada la percepción de que las condiciones económicas actuales observadas por los votantes pueden influir en sus preferencias políticas. Esta simple hipótesis de que el contexto macroeconómico influye en el comportamiento de la votación, además de parecer que integra la función de reacción de los políticos, fue probada a la luz de una serie de especificaciones diferentes. Pero, a pesar de ser diversa, la literatura que modela la elección electoral con base en el desempeño económico coincide en argumentar que el elector, al decidir por la continuidad del titular o de uno de sus oponentes, se concentra en el desempeño económico reciente del país para formar sus expectativas en relación a los diferentes candidatos. Estos votantes son principalmente egoístas y relativamente bien informados (FAIR, 1978) y, según Evans y Pickup (2010), la visión convencional es que, a través del deseo de rendición de cuentas, castigan o recompensan a los titulares por su desempeño económico.

Esta teoría del comportamiento electoral encuentra su resonancia más prominente en el artículo pionero de Kramer (1971), quien, a partir de un análisis de series de tiempo multivariante para los Estados Unidos, concluyó que las disminuciones en la producción real implican una reducción de los votos para el partido del presidente en ejercicio, mientras que el crecimiento de los ingresos impulsa el crecimiento del número de votos. Su modelo se basa en la noción de que votar representa una decisión racional entre alternativas basadas en información cuya adquisición es relativamente costosa, pero posible. Por lo tanto, el comportamiento de los votantes es, al menos en parte, el resultado de desarrollos económicos objetivos que han tenido lugar bajo la dirección del partido en el poder y no solo el producto de lealtades, retórica de campaña o *marketing*.

A pesar de toparse con la dificultad que presenta el reducido número de observaciones,

una parte de la literatura encuentra resultados significativos para la relación causal entre las percepciones económicas - en particular, el crecimiento de la producción - y el comportamiento de la votación. Lewis-Beck y Stegmaier (2007) catalogaron más de 400 estudios que comparten esta concepción.⁴ Stigler (1973) es una de las pocas voces disidentes y concluye que el ingreso real no influye en la elección de los votantes, aunque el aumento de la inflación se relaciona negativamente con la proporción de votos obtenidos por el presidente en ejercicio. Sin embargo, Bloom y Price (1975) argumentan que el resultado contradictorio encontrado por Stigler puede explicarse por problemas en su metodología. El autor solo considera las condiciones económicas actuales (o con *retraso* muy pequeño) como base para la evaluación.

A pesar del relativo consenso, Bloom y Price (1975) concluyen que es necesario distinguir el efecto de las recesiones del de los repuntes económicos. Los indicadores macroeconómicos jugarían un papel menor en la distribución de votos en ciclos de prosperidad. En estos períodos, el impacto del contexto macroeconómico estaría dominado por cuestiones más eminentemente políticas, en particular, la identificación partidista. Además, los autores argumentan que los ciclos recesivos no son enfrentados con el mismo nivel de crítica de manera uniforme. Es decir, las políticas económicas infructuosas son más decisivas para los votantes independientes o con una débil identificación partidista.

Finalmente, si bien Estados Unidos constituye el escenario principal para este tipo de prueba, Lewis-Beck-Stegmaier (2008) examinó la literatura sobre voto económico en Europa del Este, América Latina, Asia y África. La revisión exhaustiva de la literatura realizada por los autores nos permite concluir que los indicadores económicos afectan las decisiones de los votantes, a pesar del carácter reciente de la democracia en muchos países de estas regiones. Cerda y Vergara (2007) obtuvieron, para Chile, evidencias de que existe una relación entre un aumento del desempleo y una caída en la proporción de votos para el candidato que se postula a la reelección. Esta relación también se ha probado para Perú (Weyland, 2000; Echegaray 2005), Polonia (Bell, 1997) y Rusia (Kim y Sidorenko-Stephenson, 1999). Pacek y Radcliff (1995) adoptaron además un enfoque *cross-national* para investigar si los asuntos económicos afectan los resultados electorales en ocho países: Botswana, Costa Rica, India, Jamaica, Sri Lanka, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela. Los autores encuentran, para este grupo de países, que el efecto del desempeño económico es más relevante en ciclos positivos.

2.2 La influencia de los factores económicos en la tasa de aprobación presidencial

Para Estados Unidos, Fox y Phillips (2003) analizan catorce elecciones presidenciales y concluyen que la correlación entre la popularidad en los meses previos a la elección y los votos dirigidos al titular es del 79%. Además, el impacto de la popularidad en los votos para el

⁴ McRae (1977), Kiewit (1981), Peltzman (1990), Fox y Phillips (2003) son algunos de los que corroboran esta causalidad.

presidente actual es estadísticamente significativo al 1%. De hecho, la literatura tradicionalmente reúne los conceptos de voto y popularidad bajo la égida de la Hipótesis de Responsabilización, según la cual los votantes responsabilizan al gobierno de la coyuntura económica y, en consecuencia, recompensan --en términos de popularidad y votos-- la gestión que responde a sus preferencias (NANNESTAD; PALDAM, 1994).

Sin embargo, a pesar de la similitud conceptual, Chappel (1990) define una tendencia a afirmar que se debe tener cuidado al tratar la función de popularidad y la función de voto como sinónimos. A pesar de la correlación, el autor concluye que sus respuestas en relación con algunos indicadores macroeconómicos difieren significativamente: si bien el PBI real es la principal variable que afecta a los votos, la popularidad está influenciada principalmente por la tasa de inflación. Además de la variación del nivel de precios, otra variable con alto poder explicativo de las variaciones de popularidad es el desempleo (FOX, 1997) (SMYTH et al; 1991) (GARMAN; RICHARD, 1989) (GOODHART; BHANSALI, 1970). Detrás de esta diferencia empírica se encuentra la idea de que los análisis de popularidad típicamente se anclan en la teoría de los ciclos económicos políticos y, por lo tanto, enfatizan el *trade-off* de corto plazo entre desempleo e inflación (FOX; PHILLIPS, 2003).

Nannestad y Paldam (1994), al revisar la literatura especializada, señalan que las funciones de popularidad presentan una mayor adecuación a los datos (en forma de R²) que las funciones de voto. De hecho, las medidas de popularidad pueden considerarse más espontáneas, ya que no reflejan una elección entre alternativas, sino más bien una evaluación en un momento dado. Además, los autores argumentan que es mucho menos arriesgado enviar señales a través de encuestas que a través de votos, lo que también puede dilucidar el carácter miope y volátil de las encuestas de opinión. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que el número considerablemente mayor de observaciones contribuye a explicar el mejor ajuste de las medidas de popularidad al comportamiento político de los individuos.

El aspecto que analiza la popularidad, mediante el uso de datos de opinión pública recolectados mensual o trimestralmente, permite un análisis más profundo y dinámico de la aprobación experimentada por los jefes ejecutivos. Mueller (1970), a través del análisis de 292 encuestas de evaluación presidencial mensuales para los Estados Unidos, introduce la función de popularidad. A través de una regresión múltiple que abarca datos durante un período de 24 años, establece variables que se convertirían en herramientas omnipresentes para controlar los factores políticos en encuestas centradas en los efectos de las variables macroeconómicas en la aprobación presidencial. Entre ellos, se destaca lo que él llama una "coalición de las minorías": se espera que la popularidad de un presidente tenga una tendencia a la baja, en la medida que se ve obligado a actuar sobre temas delicados. A partir del trabajo de Mueller (1970), se hizo común que los *papers* del género controlen también para periodos de guerra, escándalos políticos de amplia repercusión y carisma personal del gobernante.

Casi simultáneamente, Goodhart y Bhansali (1970) formulan una función de popularidad para el cargo de Primer Ministro del Reino Unido. Sus pruebas empíricas concluyen que, en el país, un partido político que busque maximizar su aprobación en las encuestas debe buscar posicionar la economía en un punto de la Curva de Phillips que combine una tasa de desempleo razonablemente baja y una tasa de inflación relativamente alta. Sin embargo, una vez que la sociedad notara el aumento de la inflación, la curva de Phillips tendería a cambiar. Como Mueller (1970), los autores crean *dummies* para cada presidente con el fin de probar si el carisma personal de un líder afecta la popularidad de su partido y encuentran efectos pequeños pero significativos.

Los dos artículos antes mencionados allanaron el camino para una vasta y diversa literatura sobre los efectos de las variables económicas en la aprobación del gobierno. Hibbs (1982) innova desde el punto de vista técnico al formular, utilizando métodos de estimación probit y logit, un modelo de ajuste de capital aplicable a Alemania, Estados Unidos y el Reino Unido. En esto, la popularidad del gobierno consiste en un stock de capital que se deprecia con el tiempo, bajo la influencia de eventos políticos y económicos. Hibbs, siguiendo el consenso del área de investigación, encuentra la inflación y el desempleo como variables particularmente importantes para explicar las variaciones en la popularidad.

Los efectos macroeconómicos sobre la aprobación presidencial fueron probados en una amplia variedad de países y alcanzan significación estadística para gran parte de las democracias establecidas. Anderson (1995) analiza cinco democracias de Europa occidental - Francia, Reino Unido, Dinamarca, Países Bajos y Alemania - y atestigua que los datos mensuales de popularidad de estos países son sensibles a la coyuntura macroeconómica. También se realizaron estudios para Italia (Santagata, 1985; Bellucci, 1991), España (Amor Bravo, 1985). Más recientemente, Chappel y Veiga (2000) también analizaron trece países desarrollados, entre ellos: Finlandia, Bélgica, Austria y Dinamarca.

La literatura ha producido un número considerable de artículos que nos permiten concluir que las democracias recientes también responsabilizan a sus jefes ejecutivos por el desempeño macroeconómico. Entre los países sujetos a este tipo de análisis se encuentran: Rusia (Hesli y Bashkirova, 2001), Argentina (Canton y Jorrat, 2002), Perú (Arce, 2003), México (Buendía, 1996) y Hungría (Fidrmuc, 2000). Tucker (2001) también prueba el efecto de las condiciones económicas en la aprobación de los países ex repúblicas socialistas: Rusia, Polonia, Hungría, Eslovaquia y la República Checa. Para el caso brasileño, Ferreira y Sakurai (2013) realizaron un estudio empírico y encontraron que en las administraciones de FHC y Lula, el desempleo tuvo una influencia significativa en las fluctuaciones en la tasa de aprobación presidencial.

No solo se observa una variedad de países probados, sino que el espectro de variables incluidas en las funciones de popularidad también es amplio. Estos, sin embargo, tenían una

menor capacidad explicativa del desempleo, la inflación e incluso el producto. McAvoy (2006) introduce la política exterior como una variable independiente y concluye que tiene un mayor impacto en unos períodos que en otros, mientras que los indicadores económicos afectan consistentemente las encuestas de opinión pública. Geys y Vermeir (2008) estiman el efecto de la carga tributaria y los cambios en la estructura fiscal, y encuentran que la política fiscal parece haber influido en las evaluaciones en Estados Unidos. También fueron probadas: consumo (Frey y Schneider, 1978), saldo de la balanza comercial (Burden y Mughan, 2003) y mercado de valores (Shah y Watts, 2012; Fauvelle-Aymar y Stegmaier 2003). Sin embargo, la adición de variables que solo recientemente comenzaron a medirse sistemáticamente puede contribuir a aumentar la inestabilidad de la función de popularidad (BELLUCCI; LEWIS-BECK, 2011).

Otro resultado interesante compartido por muchos es la asimetría de la opinión pública. Mueller (1970) afirma que los individuos tienden a castigar a los jefes de estado por malas decisiones de política económica, pero no se observa una tendencia similar a recompensarlos por las decisiones acertadas. La idea de que el desempeño económico negativo tiene un impacto más que positivo encontró apoyo en encuestas posteriores. Lau (1985) proporciona una posible explicación: las personas están más fuertemente motivadas para evitar costos que para perseguir ganancias. Además, las noticias negativas tienen más atractivo para el público. Soroka (2006) investiga a través de un modelo del tipo *autoregressive distributed lag* (ADL), que los medios de comunicación de masa responden de forma asimétrica a la información de carácter económico y, en consecuencia, también el público.

Además, los votantes no responden de manera homogénea a la situación macroeconómica. Las respuestas de los individuos, por el contrario, tienden a variar significativamente debido a sus afiliaciones partidistas, que reflejan diferentes percepciones e interpretaciones de eventos económicos relevantes (HIBBS, 1982). Fox y Phillips (2003) encontraron que, en los Estados Unidos, el desempleo parece tener una mayor influencia en el comportamiento de los votantes en las administraciones demócratas. Ya bajo la administración de republicanos, los votantes son relativamente más reacios a la inflación. Además, Kirchgassner (1991) apoya con evidencia empírica la idea de que los individuos que votaron por el presidente en ejercicio tienden a presentar, *ceteris paribus*, una percepción más positiva del arreglo económico que las personas que votaron por candidatos de la oposición.

2.3 La teoría de los Ciclos Políticos y el electorado miope

Dado que el ciudadano individual no tiene fuertes incentivos para estar completamente informado sobre las condiciones económicas subyacentes que están más allá del control del gobernante, él responsabiliza al gobierno por los acontecimientos y asume que tiene la capacidad de controlar las variables macroeconómicas. Las opiniones de los electores se traducen en votos en las urnas - si están satisfechos con su desempeño - y, de esta manera, el

gobierno reacciona a los cambios en las medidas de popularidad, ya que estas representan indicadores de posibles resultados electorales futuros (FREY; SCHNEIDER, 1978). La popularidad sigue siendo de gran relevancia para un presidente, ya que su evaluación ante el público es estratégicamente importante para el mantenimiento de su poder (NEUSTADT, 1960). Edwards (1980) refuerza cuantitativamente esta noción al indicar que, en los Estados Unidos, las variaciones en el apoyo del Congreso a un presidente están sistemáticamente influenciadas por las encuestas de popularidad.

Dado que la opinión pública es importante para el gobernante, ellos las tienen en cuenta a la hora de diseñar políticas económicas. Según Frey y Schneider (1978), cuando el presidente teme el resultado de las urnas, tiende a esforzarse por ejercer influencia sobre la economía en el período preelectoral para maximizar sus posibilidades de reelección. Esta idea proviene de la Teoría de los Ciclos Políticos establecida por Nordhaus (1975), que se ancla en la Curva de Phillips. El gobierno estimula la demanda agregada en el período previo a las elecciones para explorar la reducción del desempleo a expensas de un pequeño aumento de la inflación. Sin embargo, luego del período electoral, las expectativas de inflación se solidifican y el gobernante debe implementar políticas contractivas para frenar el alza de precios.

MacRae (1977) demuestra que -asegurado que el gobierno tiene un comportamiento que minimiza la pérdida de votos ante un *trade-off* dinámico entre inflación y desempleo: existe la posibilidad de que ocurra un ciclo económico políticamente motivado en una sociedad democrática. Sin embargo, el autor enfatiza que este ciclo económico se sostiene solo si el electorado es "miope". Una circunscripción miope es aquella que forma sus evaluaciones del desempeño de un gobierno basándose únicamente en desarrollos recientes. Este no podría presentar una visión prospectiva, es decir, percibir las consecuencias de las políticas económicas actuales (CHAPPELL, 1983).

Los artículos ya han probado la hipótesis de que, de hecho, los votantes *son forward-looking*, es decir, toman en cuenta la inflación y el desempleo esperados (SMYTH et al, 1994) (CHAPPELL, 1983). Rogoff y Sibert (1988) avanzan incorporando la hipótesis de las expectativas racionales y al no analizar el desempleo y la inflación como variables orientadoras de los ciclos políticos. Lewis-Beck y Stegmaier (2013), sin embargo, al revisar más de 400 artículos en la literatura sobre voto económico y popularidad, concluyen que la mayoría presenta a los votantes como miopes, con una memoria típica de un año. Sin embargo, la prevalencia de artículos que modelan a votantes ingenuos no nos permite rechazar definitivamente la hipótesis de un votante sofisticado.

3 Métodos y procedimientos

3.1 Obtención de datos y definición de las variables

El presente trabajo busca estimar una función de popularidad para Brasil en el período que se extiende de 1995 a 2019. Para ello, establece la tasa de aprobación presidencial como variable dependiente y, como variables explicativas, se adoptan: desempleo, inflación, "efecto *honeymoon*", "escándalo Mensalão", "*impeachment* de la presidenta Dilma Rousseff" y *dummies* para cada mandato. Los datos sobre la tasa de aprobación del presidente fueron recopilados de tres instituciones: Datafolha, Ibope y CNT. Estas solicitan a los encuestados que evalúen el desempeño del Presidente de la República como: i) excelente / bueno; ii) regular; o iii) malo / muy malo. Como hicieron Ferreira, Oliveira y Sakurai (2011), la aprobación considerada en este estudio fue definida a partir de la suma de los conceptos excelente / bueno y regular.

A pesar del uso de tres fuentes diferentes, este tipo de trabajo para Brasil choca con la escasez de observaciones. Solo uno de estos institutos, Ibope, realiza sus estudios con periodicidad regular. Por lo tanto, en cada mes se calcularon los promedios de las tasas de aprobación medidos por los tres institutos y, para los meses en los que ninguno de ellos realizó encuestas, se realizó una interpolación lineal⁵ para completar los valores faltantes.

Lewis-Beck y Stegmaier (2013), tras revisar cerca de 25 años de prolífica literatura sobre la función voto y la función popularidad, afirman que las variables económicas más relevantes para este tipo de modelos son el desempleo y la inflación, a las que los autores denominan "las dos grandes". Así, se decidió adoptar el desempleo y la inflación (medida por el IPCA) como las variables económicas explicativas del modelo. Las series históricas de la tasa de desempleo (IBGE, 2019) y del IPCA (IBGE, 2019) tienen periodicidad mensual y se extienden desde diciembre de 1994 hasta octubre de 2019, totalizando 299 observaciones.

Como se vio en la sección 2, la mayoría de las obras de este género modelan al electorado como miope: forma sus evaluaciones del desempeño de un gobierno basándose únicamente en eventos recientes. El trabajo seguirá el consenso de la literatura especializada y adoptará esta hipótesis. Esta decisión también se toma debido a la falta de datos esperados para la tasa de desempleo en Brasil. Por tanto, las variables económicas se incluyeron en el modelo con un desfase de un mes.

El efecto *honeymoon*" (efecto luna de miel) es entendido como el período inicial del gobierno en el que el presidente, teóricamente, gozaría de una mayor buena voluntad por parte del electorado y, por lo tanto, sus decisiones serían recibidas con mejor aceptación (GEYS;

⁵ La interpolación lineal fue realizada en el software R utilizando la función `na.approx()`. Este tipo de interpolación se describe como:

$$y = y_1 + k(x - x_1), \text{ em que } k = (y_2 - y_1) / (x_2 - x_1); x_1 < x < x_2 \text{ e } y_1 < y < y_2.$$

En la fórmula, y es el valor interpolado y x es el punto temporal del valor interpolado. A su vez, y_1 y x_1 son las coordenadas del punto de inicio del gap y y_2 y x_2 son las coordenadas del punto final del gap (Junninen et al, 2004).

VERMEIR, 2007). Según la definición de Carrión (1998), Fox y Phillips (2003) y Enkelmann (2012), la variable *honeymoon* indica el valor 12 para el primer mes del año inicial del mandato y disminuye hasta indicar el número 1 para el duodécimo mes; para todos los demás años de mandato, asume un valor de 0. Es de destacar que, luego de probar diferentes especificaciones para la variable, se decidió insertar el efecto *honeymoon* solo para los primeros mandatos de cada presidente. Esta decisión encuentra resonancia con la percepción de que un gobernante inicia su segundo mandato con una herencia de su aprobación en el mandato anterior, en general, en el período analizado, de desgaste de su capital político.

El artículo fundamental de Mueller (1970) estableció pautas para estimar las funciones de popularidad. Entre las más difundidas⁶, cabe señalar el uso de *dummies* para controlar las características idiosincrásicas de cada gobernante, lo que el autor denomina “carisma personal”. Para el caso brasileño, Ferreira y Sakurai (2013) utilizaron *dummies* para el gobierno de FHC y el gobierno de Lula en su modelo. Siguiendo esta tendencia ya establecida en la literatura especializada, el presente trabajo también incluyó *dummies* para cada jefe del Ejecutivo.

Finalmente, también se decidió controlar factores primordialmente políticos de amplia repercusión y con posible impacto en la tasa de aprobación presidencial: el escándalo Mensalão y el *impeachment* de Dilma Rousseff. En esta decisión influyó el trabajo de Hibbs (1982) y Chappel (1990) para Estados Unidos, que incluyeron en su estimación variables de control para la guerra de Vietnam y el escándalo del Watergate. La variable utilizada para representar el Mensalão fue definida como un *dummy* que toma el valor 1 para los meses de mayo a diciembre de 2005 y el valor 0 para todos los demás meses. Según Luís Felipe Miguel (2007), fue en estos ocho meses que Mensalão recibió la mayor cobertura en los medios brasileños. A partir de 2006, la crisis política dejó de dominar las editoriales y la atención de los medios al escándalo se enfrió. Para definir la variable que representa el *impeachment* de Dilma Rousseff, fue incluido un *dummy* de valor 1 para los meses de diciembre de 2015 a abril de 2016. El último mes de diciembre de 2015 representó el inicio del proceso de la Cámara de Diputados (G1, 2015) y abril de 2016 constituyó el último mes completo del ex presidente al frente del Ejecutivo brasileño (G1, 2016). Estos dos episodios políticos fueron seleccionados por su amplia repercusión e importancia para la historia reciente de Brasil.

3.2 Modelo estimado

Por lo tanto, se estimó el siguiente modelo a través del método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO):

⁶ Fox y Phillips (2002), Geys y Vermeir (2008) y Chappel (1990) son otros trabajos que utilizaron variables de este tipo en la especificación de sus modelos.

$$ap_t = \beta_0 + \beta_1 desemp_{t-1} + \beta_2 IPCA_{t-1} + \beta_3 dummy_{FHC} + \beta_4 dummy_{LULA} \\ + \beta_5 dummy_{DILMA} + \beta_6 dummy_{TEMER} + \beta_7 honeymoon + \beta_8 mensalao \\ + \beta_9 impeachment + u_t$$

La variable dependiente está dada por la tasa de aprobación del presidente observada mensualmente y representada por ap_t . Las variables de desempleo e inflación (IPCA) fueron desfasadas para respaldar la hipótesis del electorado miope y están representadas por $desemp_{t-1}$ e $IPCA_{t-1}$. La variable *dummy* para el gobierno de Bolsonaro se omitió porque fue definida el *dummy* de referencia para la representación de los mandatos presidenciales.

4 Resultados y discusión

Los resultados pueden ser vistos en la Tabla 1. Las variables económicas mostraron los signos esperados según la literatura mostrada en la sección 2. Los coeficientes de desempleo e inflación negativos y estadísticamente significativos al 1% están de acuerdo con lo examinado por Lewis-Beck y Stegmaier (2013) en cerca de 400 artículos sobre el tema para diferentes países.

La variable "*honeymoon*" presentó significancia estadística y signo positivo, conclusión también obtenida por Geys y Vermeir (2008) y por Fox y Phillips (2003) en estimaciones para Estados Unidos. Entre los *dummies* insertados en el modelo con el objetivo de controlar por las características personales e idiosincrásicas de cada gobernante, sólo resultaron significativas las referidas a los gobiernos de Lula y Temer. Sin embargo, solo el presidente Lula parece haber gozado de un aumento de aprobación debido a las características de sus mandatos. Para el presidente Temer, la tasa de aprobación se redujo debido a las características propias del gobierno en relación con la administración de Bolsonaro, definida como un *dummy* de referencia.

La variable Mensalão falló en revelar relevancia estadística, lo que coincide con la percepción del instituto Datafolha de que el escándalo no perjudicó significativamente la popularidad del ex presidente Lula (DATAFOLHA, 2005). Pedro Mundim (2014) atribuye el mantenimiento de la aprobación de Lula durante el escándalo del Mensalão al buen desempeño de la economía y a los programas de transferencia de ingresos, ampliados y actualizados en ese momento.

Sin embargo, el proceso de *impeachment* enfrentado por Dilma Rousseff tuvo un efecto deletéreo en la popularidad de la ex presidenta, ya que el coeficiente para este proceso tuvo signo negativo y significancia al 1%. Esta es la primera inclusión de este evento político en la estimación de una función de popularidad para Brasil y el hecho de que el coeficiente alcanzó relevancia estadística corrobora la importancia de este proceso para la historia política reciente.

Tabla 1 – Estimación del modelo

Variable dependiente: Tasa de aprobación		
Variable explicativa	Coefficiente estimado	Error estándar
Inflación	-5,2***	1,4
Desempleo	-4,9***	0,4
Dummy FHC	-5,8	4,2
Dummy Lula	17,6***	3,8
Dummy Dilma	-5,1	4,4
Dummy Temer	-19,6***	3,6
Honeymoon	1,5***	0,2
Mensalão	-3,4	3,7
Impeachment	-19,8 ***	4,9
Constante	111,2 ***	5,9
Observaciones	299	
R2	0,8	
R2 ajustado	0,8	

*Nota: * p <0,1; ** p <0,05; *** p <0,01*

Fuente: Elaboración propia.

5 Conclusión

La tasa de aprobación de un gobierno es un indicador de los posibles resultados electorales futuros y, de esta manera, puede ayudar a orientar las decisiones de un gobernante. Además, la popularidad de que goza un presidente es estratégicamente decisiva para su capacidad de articulación y libertad de acción. Así, el intento de dilucidar cómo los ciudadanos responden, en términos de aprobación, a las consecuencias de un mandato resulta una cuestión relevante.

El núcleo del artículo se estructuró en torno a la estimación de una función de popularidad para Brasil. A partir de los resultados obtenidos, fue posible concluir, para el período analizado, que los incrementos en la tasa de desempleo y la tasa de inflación, en promedio, tienden a afectar negativamente la tasa de aprobación presidencial. Por lo tanto, se concluye que las variables macroeconómicas juegan un papel relevante para que los ciudadanos formulen sus percepciones sobre el desempeño del gobierno.

Además, los resultados permitieron concluir que los presidentes brasileños se benefician del llamado “efecto *honeymoon*”, que consiste en el período inicial de gobierno en el que el jefe del Ejecutivo goza de mayor popularidad. Al controlar por las características propias de cada gobernante, solo el presidente Lula parece haberse beneficiado de un aumento en la tasa de aprobación debido a características intrínsecas a su gobierno. Por último, el juicio político a la presidenta Dilma Rousseff parece haber tenido un gran impacto negativo en su popularidad, mientras que el Mensalão no logró arañar seriamente la aprobación popular del presidente Lula.

Referências

- AMOR BRAVO, Elias. El ciclo político de los negocios y su referencia al caso español (1976-1985). **Información comercial española**. Boletín semanal, n. 2015, 1985.
- ANDERSON, Christopher. Blaming the government: citizens and the economy in five European democracies, in C. Anderson, C.A. Anzalone e C.J. Anderson (eds.), **Blaming the Government**. M.E. Sharpe, p.p. 267, 1995.
- APROVAÇÃO do governo Dilma cai de 55% para 31%, aponta Ibope, **G1 Política**, Brasília, 25 de jun. de 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/07/aprovacao-do-governo-dilma-cai-de-55-para-31-aponta-ibope.html>. Acesso em 13 de nov. de 2019.
- ARCE, Moisés. Political violence and presidential approval in Peru. **The Journal of Politics**, v. 65, n. 2, 2003.
- BELL, Janice. Unemployment matters: voting patterns during the economic transition in Poland, 1990–1995. **Europe-Asia Studies**, v. 49, n. 7, 1997.
- BELLUCCI, Paolo. Italian economic voting: a deviant case or making a case for a better theory, in H. Norpoth, M.S. Lewick-Beck e J. Lafay (eds.), **Economics and politics: the calculus of support**. Michigan, The University of Michigan Press, pp. 387-412, 1991.
- BELLUCCI, Paolo; LEWIS-BECK, Michael. A stable popularity function? Cross-national analysis. **European Journal of Political Research**, v. 50, n. 2, 2011.
- BLOOM, Howard; PRICE, Douglas. Voter response to short-run economic conditions: The asymmetric effect of prosperity and recession. **American Political Science Review**, v. 69, n. 4, 1975.
- BURDEN, B.; MUGHAN, A. The international economy and presidential approval. **Public Opinion Quarterly**, v. 67, n. 4, 2003.
- CANTON, D.; JORRAT, J. Economic evaluations, partisanship, and social bases of presidential voting in Argentina, 1995 and 1999. **International Journal of Public Opinion Research**, v. 14, n. 4, 2002.
- CARRIÓN, Julio. Partisan Decline and Presidential Popularity: The Politics & Economics of Representation in Peru, 1980-1993, in K.V. Mettenhelm e J. Malloy (eds.), **Deepening Democracy in Latin America**, University of Pittsburgh Press, 1998.
- CERDA, R.; VERGARA, R. Business cycle and political election outcomes: Evidence from the Chilean democracy. **Public Choice**, v. 132, n. 1-2, 2007.
- CHAPPELL, Henry. Presidential popularity and macroeconomic performance: are voters really so naive? **The Review of Economics and Statistics**, vol. 65, no 3, pp. 385-392, 1983.
- CONTEI a Lula do 'mensalão', diz deputado, **Folha de São Paulo**, 06 de jun. de 2005. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0606200504.htm>. Acesso em: 08 de nov. de 2019.
- ECHEGARAY, Fabián. **Economic crises and electoral responses in Latin America**. Oxford, University Press of America, 2005.
- EDUARDO Cunha autoriza abrir processo de impeachment de Dilma, **G1**, 02 de dez. de 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/12/eduardo-cunha-informa-que-autorizou-processo-de-impeachment-de-dilma.html>. Acesso em: 20 de nov. de 2019.
- EDWARDS, George. **Presidential influence in Congress**. San Francisco: W.H. Freeman, 1980.
- ENTENDA a Operação Lava Jato, **G1 Política**, Brasília, 14 de abr. de 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/04/entenda-operacao-lava-jato-da-policia-federal.html>. Acesso em: 15 de nov. de 2019.

- ESCÂNDALO do mensalão não afeta popularidade de Lula. **DATAFOLHA**, 17 de jun. de 2005. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2005/06/1222268-escandalo-do-mensalao-nao-afeta-popularidade-de-lula-entre-brasileiros.shtml>. Acesso em: 20 de dezembro de 2019.
- EVANS, G.; PICKUP, M. Reversing the causal arrow: The political conditioning of economic perceptions in the 2000–2004 US presidential election cycle. **The Journal of Politics**, v. 72, n. 4, 2010.
- FAIR, Ray. The effect of economic events on votes for president. **The Review of Economics and Statistics**, vol. 60, no 2, pp. 159-173, 1978.
- FAUVELLE-AYMAR, C.; STEGMAIER, M. The stock market and US presidential approval. **Electoral Studies**, v. 32, n. 3, 2013.
- FERREIRA, Alex; SAKURAI, Sergio; OLIVEIRA, Rodolfo. Oito anos construindo popularidade. **Revista Economia & Tecnologia**, v. 7, 2011.
- FERREIRA, Alex; SAKURAI, Sérgio. Personal charisma or the economy?: Macroeconomic indicators of presidential approval ratings in Brazil. **Economia**, v. 14, n. 3-4, p. 214-232, 2013.
- FIDRMUC, Jan. Economics of voting in post-communist countries. **Electoral Studies**, v. 19, n. 2-3, 2000.
- FOX, G.; PHILLIPS, E. Interrelationship between presidential approval, presidential votes and macroeconomic performance, 1948–2000. **Journal of Macroeconomics**, v. 25, n. 3, 2003.
- FREY, Bruno; SCHNEIDER, Friedrich. Economic and personality determinants of presidential popularity. **Empirical Economics**, vol. 3, no 2, pp. 79-89, 1978.
- FREY, Bruno; SCHNEIDER, Friedrich. An empirical study of politico-economic interaction in the United States. **The Review of Economics and Statistics**, vol. 60, no 2, pp. 174-183, 1978.
- GEYS, B.; VERMEIR, J. Taxation and presidential approval: separate effects from tax burden and tax structure turbulence?. **Public Choice**, v. 135, n. 3-4, 2008.
- GIAMBIAGI, Fábio, et al., **Economia brasileira contemporânea**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
- GOODHART, C.; BHANSALI, R. Political economy. **Political Studies**, v. 18, n. 1, 1970.
- HESLI, L.; BASHKIROVA, E. The impact of time and economic circumstances on popular evaluations of Russia's president. **International Political Science Review**, v. 22, n. 4, 2001.
- HIBBS, Douglas. 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, 1982.
- JANOT apresenta ao Supremo denúncia contra Temer por corrupção passiva, **G1**, 26 de jun. de 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/janot-apresenta-ao-supremo-denuncia-contra-temer-por-corrupcao.ghtml>. Acesso em: 18 de nov. de 2019.
- JUNNINEN, Heikki et al. Methods for imputation of missing values in air quality data sets. **Atmospheric Environment**, vol. 38, pp. 2895-2907, 2004.
- KIM, B.; SIDORENKO-STEPHENSON, S. Economic experience and market commitment in the 1996 Russian presidential election. **Europe-Asia Studies**, v. 51, n. 3, 1999.
- KIRCHGÄSSNER, Gebhard. On the relation between voting intention and the perception of the general economic situation: an empirical analysis for the Federal Republic of Germany, 1972–1986. **European Journal of Political Economy**, v. 7, n. 4, 1991.
- KRAMER, Gerald. Short-term fluctuations in US voting behavior, 1896–1964. **American Political Science Review**, v. 65, n. 1, 1971.

- LAU, Richard. Two explanations for negativity effects in political behavior. **American Journal of Political Science**, vol. 29, no. 1, pp. 119-138, 1985.
- LEWIS-BECK, M.; STEGMAIER, M. **Economic Models of the Vote**. The Oxford Handbook of Political Behavior, 2007.
- MACRAE, D. A political model of the business cycle. **Journal of Political Economy**, v. 85, n. 2, 1977.
- MANIFESTANTES fazem protestos no país contra a PEC dos gastos, **G1**, 13 de dez. de 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/manifestantes-fazem-protestos-no-pais-contra-a-pec-dos-gastos.ghtml>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.
- MCAVOY, Gregory. Stability and change: The time varying impact of economic and foreign policy evaluations on presidential approval. **Political Research Quarterly**, v. 59, n. 1, 2006.
- MICHEL Temer assume interinamente a presidência após afastamento, **G1**, 13 de maio de 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/hora1/noticia/2016/05/apos-afastamento-michel-temer-assume-interinamente-presidencia.html>. Acesso em: 20 de nov. de 2019.
- MIGUEL, Luis Felipe; COUTINHO, Aline de Almeida. A crise e suas fronteiras: oito meses de "mensalão nos editoriais dos jornais". **Opinião pública**, v. 13, n. 1, p. 97-123, 2007.
- MUELLER, J. Presidential Popularity from Truman to Johnson 1. **American Political Science Review**, v. 64, n. 1, 1970.
- MUNDIM, Pedro. Cobertura da Imprensa e Eleições Presidenciais de 2005: efeitos realmente limitados? **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 29, n. 86, p. 91-107, 2014.
- NANNESTAD, P.; PALDAM, M. The VP-function: A survey of the literature on vote and popularity functions after 25 years. **Public Choice**, v. 79, n. 3-4, 1994.
- NEUSTADT, Richard. **Presidential power**. New York: Wiley, 1960.
- NORDHAUS, William. The Political Business Cycle. **The review of Economic Studies**, v. 42, n. 2, 1975.
- OPOSIÇÃO reúne 76 mil e promete greve nacional, **Folha de São Paulo**, 27 de ago. de 1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc27089902.htm>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.
- PACEK, Alexander.; RADCLIFF, Benjamin. The political economy of competitive elections in the developing world. **American Journal of Political Science**, vol. 39, no. 3, pp. 745-759, 1995.
- PRESIDENTE tem a melhor avaliação no início do governo em relação a antecessores. **DATAFOLHA**, 21 de mar. de 2011. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2011/03/1211069-dilma-e-aprovada-por-47-dos-brasileiros.shtml>. Acesso em: 13 de nov. de 2019.
- REAÇÃO da economia freia perda de popularidade de Bolsonaro. **DATAFOLHA**, São Paulo, 08 de dez. de 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/12/reacao-da-economia-freia-perda-de-popularidade-de-bolsonaro-diz-datafolha.shtml>. Acesso em: 18 de nov. de 2019.
- RELATOR condena ex-ministro José Dirceu e mais 7 por corrupção ativa, **G1**, Brasília, 03 de out. de 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/mensalao/noticia/2012/10/relator-condena-ex-ministro-jose-dirceu-e-mais-7-por-corrupcao-ativa.html>. Acesso em: 14 de nov. de 2019.
- REPROVAÇÃO a Temer sobe para 51%. **DATAFOLHA**, São Paulo, 12 de dez. de 2016. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2016/12/1840600-reprovacao-a-temer-sobe-para-51.shtml>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

- RIBEIRO, Fernando José, et al. **Economia brasileira no período 1987-2013: relatos e interpretações da análise de conjuntura no Ipea**. Brasília, Ipea, 2015.
- SANTAGATA, Walter. The Demand Side of Politico-Economic Models and Politicians' Beliefs: the Italian Case. **European Journal of Political Research**, v. 13, n. 2, 1985.
- SHAH, Dhavan. News framing and cueing of issue regimes: Explaining Clinton's public approval in spite of scandal. **Public Opinion Quarterly**, v. 66, n. 3, 2002.
- SOROKA, Stuart. Good news and bad news: Asymmetric responses to economic information. **The Journal of Politics**, v. 68, n. 2, 2006.
- STIGLER, George. General economic conditions and national elections. **The American Economic Review**, v. 63, n. 2, 1973.
- TEMER atinge índice mais alto de reprovação desde redemocratização. **DATAFOLHA**. São Paulo, 02 de out. de 2017. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2017/10/1923635-teme-atinge-indice-mais-alto-de-reprovacao-desde-redemocratizacao.shtml>. Acesso em: 18 de nov. de 2019.
- TUCKER, Joshua. Economic conditions and the vote for incumbent parties in Russia, Poland, Hungary, Slovakia, and the Czech Republic from 1990 to 1996. **Post-Soviet Affairs**, v. 17, n. 4, 2001.
- VIZEU, Rodrigo. **Os Presidentes: a história dos que mandaram e desmandaram no Brasil, de Deodoro a Bolsonaro**. Editora Harper Collins, 2019.
- WERNECK, Rogério. Alternância política, redistribuição e crescimento, 2003-2010. In: **A ordem do progresso: dois séculos de política econômica no Brasil**, v. 2, 2014.
- WEYLAND, Kurt. A paradox of success? Determinants of political support for President Fujimori. **International Studies Quarterly**, vol. 44, pp. 481-502, 2000.