

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

SÉRIE CADERNOS ECONÔMICOS

Lie to me: uma breve nota sobre a racionalidade da mentira

Texto didático n.6

Autor: Claudio Djissey Shikida

PELOTAS

Abril 2016

Incentivos racionais à mentira: o modelo de Tullock

Mentir é um ato racional? Tullock, em artigo de 1967 (reproduzido no quinto volume da coletânea de seus trabalhos, Tullock (2005)), achava que sim. Sua primeira formulação, simples, para um indivíduo apenas, é:

$$B_1 - C_1 = P_1 \quad (1)$$

Temos, do lado esquerdo, o benefício total antecipado do ato de mentir subtraído do custo antecipado deste mesmo. Do lado direito, temos o *payoff*. Esta formulação é, obviamente, quase uma tautologia. Assim, logo após uma breve discussão, Tullock propõe uma formulação mais detalhada. Trata-se de (2) a seguir².

$$BLP - C_c - (1-L)(C_p L_p + C_r L_r) = P_1 \quad (2)$$

Em (2), as variáveis são:

- (a) B = benefício total esperado derivado da ação sobre a qual se pretende mentir;
- (b) L = probabilidade de que a mentira enganará o público-alvo;
- (c) P = efeito persuasivo da mentira, ou seja, a probabilidade de que se a mentira “pegar”, a ação desejada (pelo mentiroso) ocorrerá;
- (d) C_c = custo interno (“consciência”) da mentira;
- (e) C_p = custo da punição ;
- (f) L_p = probabilidade da punição, caso a mentira não “pegue”;
- (g) C_r = prejuízo à reputação caso outro(s) descubra(m) que se mentiu;

¹ Este texto é um resumo, para fins didáticos, de Tullock (1967) *apud* Tullock (2005). Para modelos mais sofisticados e evidências experimentais, ver, por exemplo, Abeler, Becker & Falk (2014), Kim & Pogach (2014), Arbel et al (2014), Rosenbaum, Billinger & Stieglitz (2014), Kartik, Tercieux & Holden (2014), Polnaszek & Stephens (2014), Peeters, Vorsatz & Walzl (2015) e Schreck (2015). Como o objetivo desta nota é apenas fazer uma exposição introdutória ao tema, a literatura citada não será resenhada em detalhes.

² No texto original de Tullock há um erro na grafia do *payoff*. O correto é P₁, não P.

(h) L_r = probabilidade de que o prejuízo à reputação ocorra se a mentira não “pegar”.

(i) P_i = payoff para o indivíduo “i”.

A mentira, item a item

O primeiro termo, BLP é o benefício da mentira ponderado pela probabilidade de que ela ganhe credibilidade e pelo seu efeito persuasivo. Um exemplo deste primeiro termo pode ser o de um político que busque se passar como honesto e negue que tenha participado de algum esquema de corrupção, afim de ganhar uma eleição. Neste caso, “B” pode ser a manutenção de sua fama de político honesto, “L” seria a probabilidade de que a mentira fosse crível e “P” seria a probabilidade de que os eleitores votassem nele, dado que ele mentiu.

O custo C_c pode ser pensado como função de valores morais adquiridos pelo indivíduo por meio de algum tipo de doutrinação religiosa ou familiar (“valores morais”). Em uma linguagem de sabor *northiano*, pode-se supor que C_c é função positiva das restrições institucionais informais que influenciam o indivíduo³. Note que este é o único componente dos custos da mentira que não depende de restrições externas ao indivíduo⁴.

O segundo componente do custo, C_p , por exemplo, pode ser pensado como um *impeachment*, no caso de um político eleito ser julgado e processado por mentiras. A revelação, por meio de investigações policiais, de que um político eleito mentiu pode ser mais alta em uma democracia mais antiga (*established democracy*) do que em uma democracia jovem (*new democracy*)⁵, ou seja, podemos pensar que $C_p L_p$ é uma restrição à mentira maior em um país como os EUA do que na Grécia ou no Brasil, por exemplo.

³ De maneira cínica – uma famosa característica de Tullock (ver D’Amico (2006) e Tabarrok (2006)) – ele sugere: Thus, if you want your child to do well in the world, you should advocate generalized moral instruction against lying while privately telling the child that lying is alright, provided only that the liar is not caught. [Tullock (2005). 264]

⁴ De certa forma, o argumento de Tullock lembra bastante o de Frey (1997). Para um resumo deste argumento com aplicação empírica, ver Shikida, Araujo Jr & Shikida (2005). Evidências experimentais que suportam a importância deste componente do custo podem ser encontradas em Abeler, Becker & Falk (2014).

⁵ Uso aqui a terminologia de Brender & Drazen (2005).

Já $C_r L_r$, o custo à reputação do mentiroso, é considerado pelo autor como um componente mais informal e seu impacto ocorre mais no sentido de uma diminuição futura do bem-estar do mentiroso. Supondo que o indivíduo analisado seja um vendedor de doces que se encontra com seus fregueses uma vez a cada semana, em uma feira, então caso ele minta sobre a qualidade do seu produto e seja descoberto, provavelmente terá que abandonar a feira⁶.

O político mentiroso: possibilidades empíricas

Analisando especificamente o caso do político, Tullock distingue entre os eleitores, geralmente pouco informados sobre as propostas ou a carreira do político e, portanto, mais sujeitos às eventuais mentiras propagadas pelo político (ou por sua assessoria de comunicação) e os grupos de interesse, geralmente, mais informados e que são mais efetivos na detecção de mentiras⁷. Não é à toa, por exemplo, que empresas envolvidas em escândalos de corrupção, tenham informações mais sistematizadas sobre as ações dos políticos do que um eleitor qualquer.

De qualquer forma, valerá a pena mentir quando: $BLP > C_c + (1-L)(C_p L_p + C_r L_r)$.

Digamos que a mentira lhe garanta a (re)eleição e, portanto, o poder de transferir recursos para grupos de interesse que, em troca, garantem-lhe apoio, financiando, por exemplo, manifestações em seu apoio (ou campanhas difamatórias contra seus adversários potenciais ou reais).

Operacionalizar a expressão acima não é fácil, notadamente em nível individual, mas pode-se pensar em algumas sugestões. Por exemplo, um país com instituições mais fracas apresentará um baixo valor de $(1-L)(C_p L_p)$, facilitando a disseminação das mentiras de

⁶ A título de curiosidade, o autor menciona a imprensa brasileira como exemplo na discussão dos custos. Diferentemente dos EUA, onde jornais podem ser processados por difamação (*libel*), no Brasil a abordagem é a de ceder espaço para resposta. A prática elimina C_p , mas aumenta $(1-L)C_r L_r$.

⁷ A análise de Tullock não se altera se considerarmos a possibilidade de que eleitores podem ser racionalmente irracionais. Pelo contrário, o argumento de Caplan (2007) apenas reforçaria o argumento. Para uma exposição do argumento da irracionalidade racional, ver Caplan (2007). Em português, ver Kanayama (2016).

políticos. Uma proxy para a força das instituições, seguindo o exemplo de Tullock⁸, pode ser a existência de um mecanismo constitucional de *impeachment*⁹.

O outro termo de custo, $(1-L)(C_r L_r)$, ajuda a ilustrar um fato da política que é o gasto com serviços de assessoria. Nem sempre o político mente diretamente, já que o custo reputacional pode ser elevado, caso ele seja flagrado mentindo. Entretanto, mensagens indiretas por meio de intermediários ou por assessores podem ser alternativas mais baratas. O gasto em *marketing* político por parte de um candidato é um candidato à *proxy* deste conceito, já que envolve, dentre outros, gastos com desinformação¹⁰.

O termo C_c é o de mais difícil mensuração, em termos individuais. Uma *proxy* para o mesmo, em um nível agregado (sob a hipótese de que, aleatoriamente, a chance de um candidato retirado da população seguir a média da *proxy* escolhida), poderia ser algum indicador de valores informais da sociedade, correlacionado com a “honestidade”, no sentido de aversão à mentira¹¹.

Um teste econométrico interessante envolveria alguma medida de desonestidade dos políticos e os custos da mentira¹².

Conclusão

Esta nota resumiu o argumento de Tullock sobre os incentivos econômicos à mentira e fez algumas sugestões sobre uma possível implementação empírica do modelo, em termos de ciclos político-econômicos.

⁸ “Society sometimes provides formal punishments for lies, particularly in the case of what the law terms fraud. Other examples include the honor system at West Point, impeachment, etc”. [Rowley (2005), 264]

⁹ Uma rápida consulta na Wikipedia (uma fonte mais anedótica do que científica) nos mostra uma lista de 19 servidores públicos que sofreram impeachment nos EUA em nível federal. Há presidentes, juízes e um secretário da guerra. Os processos ocorrem ao longo do período 1797-2010, o que serve como evidência de que democracias com processos legais de impeachment sobrevivem aos mesmos, ao contrário do que acreditam alguns. A título de curiosidade, há também uma listagem relativa a estados e territórios, com 26 políticos, vários deles governadores.

¹⁰ Obviamente, a dificuldade de se conseguir dados desagregados é um problema, mas é um problema para qualquer país do mundo. Não é fácil saber, por exemplo, quanto cada político gasta com o financiamento de militância política virtual.

¹¹ Ver também os resultados de Arbel et al (2014) e a resenha de Rosenbaum, Billinger & Stieglitz (2014).

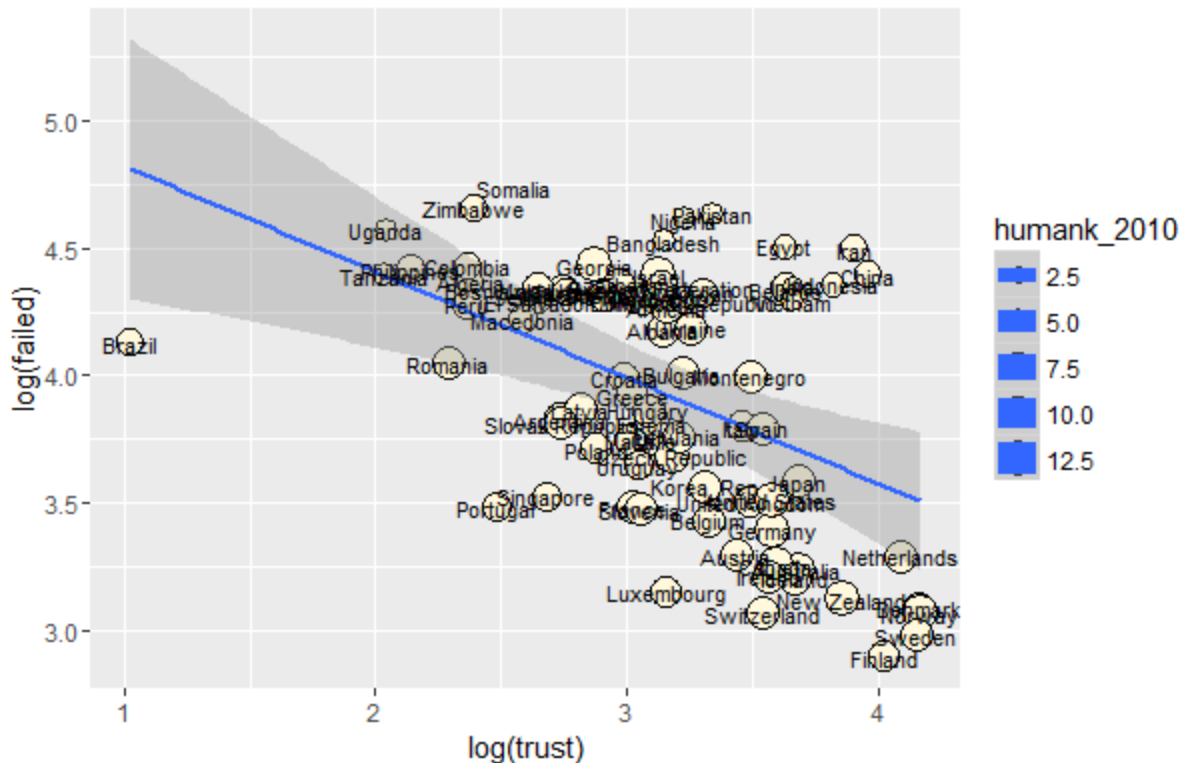
¹² Ver o Apêndice para evidências anedóticas.

Bibliografia

- Abeler, J., Becker, A., & Falk, A. (2014). Representative evidence on lying costs. **Journal of Public Economics**, *113*, 96–104. doi:10.1016/j.jpubeco.2014.01.005
- Arbel, Y., Bar-El, R., Siniver, E., & Tobol, Y. (2014). Roll a die and tell a lie - What affects honesty? **Journal of Economic Behavior and Organization**, *107*(PA), 153–172. doi:10.1016/j.jebo.2014.08.009
- Brender, Adi and Allan Drazen. (2005) "Political Budget Cycles In New Versus Established Democracies," **Journal of Monetary Economics**, v52(7,Oct), 1271-1295.
- Caplan, Bryan. (2007) **The Myth of the Rational Voter - Why Democracies Choose Bad Policies**. Princeton, Princeton University Press.
- D'Amico, Daniel J. (2006) **The Quotable Gordon Tullock**. (http://imprisonersdilemma.rationalmind.net/2006/01/19/the_quotable_go/). Acesso em 27/03/2016.
- Frey, Bruno. (1997) **Not Just For The Money**. Edward Elgar.
- Kanayama, Rodrigo L. (2016) O mito do eleitor racional. In: Ribeiro, Marcia C.P., Domingues, Victor H. & Klein, Vinicius (orgs) **Análise Econômica do Direito: justiça e desenvolvimento**. Curitiba, Editora CRV.
- Kartik, N., Tercieux, O., & Holden, R. (2014). Simple mechanisms and preferences for honesty. **Games and Economic Behavior**, *83*, 284–290. doi:10.1016/j.geb.2013.11.011
- Kim, K., & Pogach, J. (2014). Honesty vs. advocacy. *Journal of Economic Behavior and Organization*, *105*, 51–74. doi:10.1016/j.jebo.2014.04.020
- Mueller, D.C. **Public Choice III**. Cambridge University Press, 2003.
- Peeters, R., Vorsatz, M., & Walzl, M. (2015). Beliefs and truth-telling: A laboratory experiment. **Journal of Economic Behavior and Organization**, *113*(November 2013), 1–12. doi:10.1016/j.jebo.2015.02.009
- Polnaszek, T. J., & Stephens, D. W. (2014). Why not lie? Costs enforce honesty in an experimental signalling game. **Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences**, *281*, 20132457. doi:10.1098/rspb.2013.2457
- Rosenbaum, S. M., Billinger, S., & Stieglitz, N. (2014). Let's be honest: A review of experimental evidence of honesty and truth-telling. **Journal of Economic Psychology**, *45*, 181–196. doi:10.1016/j.joep.2014.10.002

- Rowley, Charles K. (2005) **The Economics of Politics. The Selected Works of Gordon Tullock**, vol.4, Indianapolis, Liberty Fund, 465p.
- Schreck, P. (2015). Honesty in managerial reporting: How competition affects the benefits and costs of lying. **Critical Perspectives on Accounting**, 27, 177–188. doi:10.1016/j.cpa.2014.01.001
- Shikida, C. D., Araujo Jr, A. F. de, & Shikida, P. F. A. (2005) A moral importa? **Revista de Economia e Administração**, 4(4), 415–426.
- Tabarrok, A. (2006) **Tullock Insults**. (http://marginalrevolution.com/marginalrevolution/2006/08/insults_from_go.html). Acesso em 27/03/2016.
- Tullock, G. The Economics of Lying. In: Tullock, G. (1967) **Toward a Mathematics of Politics**. Ann Arbor: University of Michigan Press, p.133-43.
- Williamson, C. R., & Mathers, R. L. (2010). Economic freedom, culture, and growth. **Public Choice**, 148(May 2010), 313–335. doi:10.1007/s11127-010-9656-z

Apêndice



O gráfico acima mostra o índice de “falência estatal” (*failed states index*) de 2013 e a variável *trust*, que indica uma característica informal das sociedades que pode ser pensada como uma *proxy* da honestidade. Segundo Williamson & Mathers (2011), a variável é construída a partir dos dados da *World Values Survey* (amostra no período 1981-2007), especificamente da pergunta: “generally speaking, would you say that most people can be trusted or that you can’t be too careful in dealing with people?”

Embora seja apenas uma correlação, pode ser um bom ponto de partida para se pensar uma análise posterior dos impactos das mentiras de políticos sobre a (in)eficiência dos governos.