

TRIBUNA LIVRE



MATHEUS ALBERGARIA DE MAGALHÃES

Pegando carona

Imagine a seguinte situação: eu e você somos convidados simultaneamente para um churrasco (pago), a ocorrer no próximo fim de semana. Chegando o dia da celebração, comparecemos e desfrutamos de todas as vantagens associadas ao churrasco (carnes, bebidas, companhia dos amigos, etc).

Entretanto, no tocante ao pagamento, apenas um de nós quita a devida contribuição, enquanto o outro não. Como costumamos chamar alguém que se comporta assim?

Alguns poderiam utilizar denominações conhecidas, como “oportunista” ou “proveitador”, por exemplo. Por sua vez, outros poderiam vir até a usar nomes impróprios para um veículo de comunicação como este jornal. O ponto importante, neste caso, é sabermos que alguém que usufrui dos benefícios de um evento coletivo sem arcar com os devidos custos é conhecido como “carona” pelos economistas.

Apesar desta parecer uma atitude inofensiva à primeira vista, ela costuma ocorrer em uma frequência maior do que gostaríamos de presenciar.

Por exemplo, mesmo quando vários cidadãos se dizem favoráveis à instauração de determinadas leis na teoria, poucos poderiam estar dispostos a arcar com seu custo de implementação na prática, que aparece, em muitos casos, sob a forma de impostos mais altos.

O “problema do carona” aparece de forma recorrente em áreas como a economia e a ciência política, estando diretamente relacionado a uma categoria especial de bens, denominados “bens públicos” (como praias, praças e segurança pública, por exemplo).

Pensando nesta questão, o aluno de mestrado da Fucape Business School, Edvan Soares de Oliveira e eu resolvemos, em uma pesquisa em coautoria, testar a ocorrência de comportamentos do tipo “carona” em situações reais. Para tanto, optamos por uma abordagem distinta daquela usualmente empregada por economistas e outros cientistas sociais aplicados: decidimos realizar experimentos envolvendo alunos de graduação em cursos de Administração, Contabilidade e Economia.

Ao longo de cada experimento, entrávamos em salas de aula da faculdade e, com base em critérios aleatórios, dividíamos cada turma em dois grupos distintos: um pri-

meiro, que teria composição fixa durante o experimento (ou seja, seus integrantes não mudariam a cada rodada) e um segundo, cuja composição mudaria (seus componentes seriam constantemente realocados a cada rodada).

Por razões óbvias, chamamos o primeiro grupo de “companheiros” e o segundo de “forasteiros”. À primeira vista, esperaríamos maiores taxas de cooperação no primeiro grupo, uma vez que seus integrantes teriam mais tempo para desenvolver relações de confiança.

No caso de ambos os grupos, aplicamos um mesmo questionário relacionado a decisões de investimento, onde queríamos investigar como seus integrantes agiriam em uma situação envol-

vendo a possibilidade de comportamentos carona na provisão de bens públicos.

Os resultados dos experimentos nos levaram a conclusões surpreendentes: contrariamente ao que era esperado, notamos que as taxas de cooperação foram, em média, superiores em grupos

de “forasteiros”. Por outro lado, percebemos que, à medida que cada experimento se aproximava do fim, a cooperação diminuía, um resultado condizente com princípios de teoria dos jogos, que preveem que atos cooperativos tendem a diminuir quando os participantes notam a proximidade do fim de um jogo repetido.

Apesar da surpresa inicial, ficamos animados com as possibilidades futuras. Em nossa opinião, uma das belezas de se trabalhar com experimentos corresponde à possibilidade de sermos constantemente surpreendidos pelos comportamentos das pessoas, o que nos faz repensar as implicações das teorias que estamos tentando analisar. Estamos bastante otimistas quanto as possibilidades futuras relacionadas à utilização de experimentos como instrumento de pesquisa nas ciências sociais aplicadas.

Matheus Albergaria de Magalhães é Professor de Economia da Fucape Business School.



**O principal
mercado
consumidor do
Brasil, o
interno,
pode morrer
na praia**