

ASSIMETRIAS DE INFORMAÇÃO, QUALIDADE E MERCADOS DA CERTIFICAÇÃO: A NECESSIDADE DE UMA INTERVENÇÃO INSTITUCIONAL

Alain Herscovici^a

^aProfessor Titular do Departamento de Economia e do Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal do Espírito Santo e pesquisador CNPq.

Artigo recebido em 26/10/2015 e aprovado em 10/10/2017.

RESUMO: Neste trabalho, proponho-me a analisar as falhas dos sistemas de certificação privados a partir do conceito de assimetria da informação, da maneira como este foi desenvolvido por Akerlof, Grossman e Stiglitz. Esta análise pode ser aplicada a várias atividades sociais: meio ambiente, produção alimentar, sistema bancário, riscos financeiros e, de uma maneira mais geral, qualidade dos bens e dos serviços. A partir de uma concepção ampliada da qualidade, ressaltarei os mecanismos que permitem reduzir, de maneira substancial, esta incerteza; mostrarei igualmente porque um sistema de certificação privada não fornece as condições necessárias à implementação de um sistema fiável. Finalmente, indicarei as modalidades de governança alternativa que deveriam permitir alcançar este objetivo.

PALAVRAS-CHAVE: assimetrias de informação; certificação; comportamentos oportunistas; bem-estar social; opacidade dos preços.

CLASSIFICAÇÃO JEL: D82; L15.

ASYMMETRIES OF INFORMATION, QUALITY AND CERTIFICATION MARKETS: THE NECESSITY OF AN INSTITUTIONAL INTERVENTION

ABSTRACT: This paper aims to analyze, from Akerlof, Grossman and Stiglitz's works about information asymmetries, the role that the different mechanisms of certification may assume to reduce the uncertainty in relation with quality. Such mechanisms may be applied to various social activities: environment, financial system, food industry, evaluation of the financial risk, services and goods quality, and so on. From an extended conception of quality, I will highlight how a reliable system of certification may reduce such asymmetries, and I will demonstrate why a private system based on a market logic is not able to achieve such an objective. Finally, I will indicate the alternative modes of governance that enable to design a reliable system of certification.

KEYWORDS: information asymmetries; certification; opportunistic behaviors; social welfare; prices opacity.

1. ASSIMETRIAS DE INFORMAÇÃO, QUALIDADE E MERCADOS DA CERTIFICAÇÃO: A NECESSIDADE DE UMA INTERVENÇÃO INSTITUCIONAL

“Quem vigia os guardiões?” Talmud

Em um artigo recente, Stiglitz (2011) afirma que a economia atual se caracteriza pela intensificação da dimensão especulativa no conjunto dos mercados. Os diferentes mecanismos de certificação, no que diz respeito à qualidade, deveriam constituir uma ferramenta eficiente para contrabalançar esta tendência, ou seja, para restaurar a “transparência” do sistema de preços, de tal maneira que este forneça a totalidade das informações relativas aos componentes qualitativos dos bens e dos serviços.

Esses mecanismos de certificação se relacionam com vários tipos de atividades: produção alimentar, bens e serviços, segurança dos diferentes sistemas financeiros, “risco país”, impacto social e ecológico de determinadas atividades econômicas, entre outros. Por outro lado, a bolha imobiliária em 2008, nos Estados Unidos, ressaltou os limites e as fraquezas dos sistemas de certificação privados no que diz respeito à segurança propiciada pelo sistema financeiro, assim como a necessidade de uma modificação radical dos sistemas de controle institucionais e governamentais. A este respeito, podemos observar que, historicamente, a moeda, a qual é um dos componentes fundamentais da construção da Nação, sempre foi garantida pelo Estado e não por um sistema privado.

O conceito de qualidade definido neste trabalho será mais abrangente do que aquilo geralmente utilizado na análise econômica: além da utilidade imediata do consumidor final, definiremos um conceito de *utilidade ampliada*, em relação às condições que correspondem ao desenvolvimento sustentável: este inclui as condições necessárias à preservação dos equilíbrios ecológicos, culturais e antropológicos (HERSCOVICI, 2014).

A problemática central definida neste trabalho é a seguinte: na base de que modalidades de regulação, ou de governança, no sentido definido por Williamson, os mecanismos de certificação têm que ser implementados? A economia neoclássica preconiza uma regulação privada a partir da criação de um mercado da certificação. A *New Law and Economics*, a partir da leitura que Stigler faz da teoria dos custos de transação de Coase, chega às mesmas conclusões: a negociação privada deve ser estendida para o conjunto das atividades sociais (direitos de poluição, direitos de propriedade intelectual e mecanismos de certificação), à medida que ela representa a modalidade de governança a mais eficiente, do ponto de vista social e econômico.

No âmbito deste artigo, refutarei parcialmente esta tese e os principais resultados que lhe são ligados; a partir dos trabalhos seminais de Akerlof, Grossman e Stiglitz,

mostrarei porque, e segundo que tipo de modalidades, um sistema de negociação privado não pode fornecer os elementos necessários à implementação de um sistema confiável; os comportamentos oportunistas que aparecem nos mercados dos bens e dos serviços aparecem igualmente sobre os mercados da certificação, o que se traduz por efeitos negativos em termos de bem-estar social.

Em uma primeira parte, mostrarei porque, a partir da problemática definida neste trabalho, existe uma incerteza relativa à qualidade, e como esta incerteza atua mais especificamente no mercado da certificação. Em uma segunda parte, a partir de uma formalização simples, estudarei os principais mecanismos econômicos e suas implicações em termos de bem-estar social. Em uma terceira parte, ressaltarei os limites das lógicas privadas, e proporei modalidades alternativas de governança.

2. A INCERTEZA RELATIVA À QUALIDADE E OS MERCADOS DE CERTIFICAÇÃO

2.1. A REFUTAÇÃO DO POSTULADO DE HOMOGENEIDADE

O postulado de homogeneidade implica na ausência de incerteza no que diz respeito aos componentes qualitativos (STIGLITZ, 1987); o preço é um indicador confiável, no que diz respeito à qualidade, de tal maneira que há *uma relação unívoca entre preço e qualidade*, o que pode ser representado da seguinte maneira:

$$p_1 = \phi_1 (q_1) \quad (1)$$

com $\phi_1 > 0$.

(p representa o preço unitário, e q a qualidade).

A existência de assimetrias de informação constitui uma refutação do postulado de homogeneidade adotado pela economia neoclássica “padrão”.

É preciso estabelecer uma tipologia dos diferentes tipos de assimetrias de informação: as *assimetrias de oferta* são definidas a partir das relações entre os produtores e os consumidores. Os comportamentos oportunistas se relacionam com os componentes da oferta: conforme mostra o exemplo do *market for lemons* (AKERLOF, 1970), esses comportamentos produzem distorções importantes na relação entre a qualidade e os preços: à medida que a parte relativa dos vendedores “desonestos” aumenta, esta distorção se amplia, e isto pode provocar o desaparecimento daquele mercado (*thin market*).

Os vendedores desonestos produzem externalidades negativas em relação aos vendedores honestos, e os honestos externalidades positivas em relação aos desonestos. Isto se traduz por um aumento dos ganhos dos vendedores desonestos e por uma di-

minuição dos ganhos dos vendedores honestos: obviamente, a situação deixa de ser Pareto ótima e, em função desta *opacidade dos preços* (HERSCOVICI, 2013a), os vendedores desonestos se beneficiam de uma renda “extra”. A qualidade média diminui à medida que a parte relativa dos vendedores desonestos aumenta.

Assimetrias de demanda aparecem quando os consumidores possuem diferentes níveis de informação. Certos consumidores compram informações suplementares, o que permite diferenciar consumidores informados e consumidores pouco ou não informados (GROSSMAN e STIGLITZ, 1976, 1980), ou os diferentes grupos de consumidores apresentam diferentes níveis de experiência; uma mesma informação pode ser interpretada diferentemente, em função das diferentes informações possuídas, ou dos diferentes níveis de experiência.

A análise econômica mostra nitidamente que (a) à vantagem informacional corresponde, para os agentes informados, uma renda econômica e (b) no caso de um mercado especulativo, os agentes não informados produzem externalidades positivas em favor dos agentes informados, o que explica os ganhos diferenciais auferidos pelos agentes informados, em detrimento dos não informados (HERSCOVICI, 2013a).

Em todos os casos, o postulado de homogeneidade não é verificado. As diferentes distorções entre preço e qualidade podem ser representadas da seguinte maneira:

$$P = \phi_2(Q_1, Q_2, \dots, Q_x) \quad (2)$$

Situações deste tipo não permitem verificar as condições de otimalidade paretiana, pelo fato dos ganhos realizados por certos agentes (vendedores desonestos ou consumidores informados) serem realizados em detrimento de outros (vendedores honestos ou consumidores pouco ou não informados).

Essas distorções podem igualmente ser explicadas a partir da natureza econômica dos bens:

- i) Quando se trata de bens complexos (HERSCOVICI, 2013b), não é possível avaliar *ex-ante* a qualidade, ou seja, a utilidade propiciada pelo seu consumo; é altamente provável que se desenvolvam comportamentos oportunistas, por parte dos diferentes componentes da oferta.
- ii) Quando se trata de bens de experiência, aqui também, o consumidor não tem condições de avaliar, *ex-ante*, a utilidade: esta só será conhecida durante o ato de consumo (SALOP, 1976).
- iii) Finalmente, no caso de “bens de crença” (*credence goods*), a incerteza relativa à qualidade é ainda mais importante: por natureza, o consumidor não pode conhecer, mesmo depois do ato do consumo, as qualidades do bem ou do serviço: com-

ponentes técnicos, condições sociais de produção e impacto ecológico, avaliação do risco financeiro no caso dos diferentes produtos financeiros, e risco país.

Este conceito de *qualidade ampliada* inclui o conjunto das externalidades positivas e negativas gerado por este tipo de atividade. Conseqüentemente, *a incerteza relativa às qualidades assim definidas pode ser somente reduzida*; apenas um conhecimento exaustivo do universo e uma racionalidade substantiva permitiriam eliminar totalmente esta incerteza.

É possível distinguir assim dois tipos de assimetrias (BALINEAU e DUFEU, 2010): aquelas que provêm das informações que podem ser conhecidas pelos consumidores (A1), e das informações que é impossível conhecer (A2). A partir de um mecanismo de certificação fiável, é possível eliminar as assimetrias do primeiro tipo, mas não do segundo. O impacto (ecológico, econômico, cultural) de longo prazo gerado pela implementação de determinadas atividades não pode ser conhecido: à medida que a racionalidade dos agentes (e das instâncias de certificação) é limitada, e que o universo não é ergódico, não é possível avaliar o conjunto dessas externalidades. Os bens são *bens indeterminados* (*indeterminated goods*, conforme LUPTON, 2005), à medida que a incerteza relativa aos componentes qualitativos não pode ser eliminada.

No âmbito de uma abordagem coasiana, só é possível definir as externalidades uma vez que foram definidos certos valores críticos: nível máximo de poluição, valores que correspondem à manutenção de certos equilíbrios ecológicos, culturais e antropológicos (HERSCOVICI, 2014). Um aumento da qualidade, em nível social, se traduz pela diminuição da incerteza, ou seja, pela diminuição da dispersão das qualidades, em relação a um mesmo preço. A equação (2) mostra claramente que um aumento da qualidade se traduz por uma diminuição do intervalo $[Q_1, \dots, Q_n]$ e, obviamente, por um aumento dos valores que definem o intervalo.

2.2. A FUNÇÃO ECONÔMICA DOS MERCADOS DA CERTIFICAÇÃO

As atividades que se relacionam com a certificação consistem em restabelecer uma relação causal entre qualidade e preços; esses mercados representam *mercados secundários* em relação aos *mercados primários*, os quais se relacionam com os bens e serviços. Sua função consiste em restaurar o papel dos preços, no que diz respeito à sinalização da qualidade.

Em função da ampliação do conceito de qualidade, o conjunto das informações a serem transmitidas é muito mais importante: *essas informações se relacionam tanto com as atividades produtivas quanto com as atividades pré e pós produtivas*. No caso

mais específico de avaliação dos riscos financeiros, em função das características dos mercados, a incerteza é muito mais importante.

A implementação e o desenvolvimento desses mercados secundários só se justificam à medida que esses mercados melhoram a qualidade do sinal fornecido pelos preços, nos mercados primários; a confiabilidade do sistema de preços praticados nos mercados primários depende diretamente do funcionamento satisfatório desses mercados secundários. No que diz respeito aos *credence goods*, o funcionamento adequado dos mercados secundários permitiria eliminar, pelo menos parcialmente, os comportamentos oportunistas nos mercados primários e, conseqüentemente, as perdas decorrentes de bem-estar social.

Inversamente, o funcionamento inadequado desses mercados secundários tem por efeito uma diminuição do bem-estar social. Quanto mais elevado o aumento dos preços provocado pela implementação de um sistema de certificação, maior a diminuição do bem-estar social: esta diminuição se explica pelo fato do consumidor pagar um preço mais elevado, e da qualidade do sinal não melhorar nas mesmas proporções.

É importante ressaltar o fato que, no âmbito deste trabalho, não se trata de definir um hipotético ótimo social, que seja a partir do critério de Pareto ou de Kaldor-Hicks, mas simplesmente uma situação “satisfatória”¹, no sentido definido por Williamson (2002). Esta corresponde a um intervalo $[Q_1, \dots, Q_n]$ relativamente restrito e socialmente legítimo.

Neste nível, é preciso estudar as implicações ligadas à implementação de um mercado da certificação.

O aumento dos preços dos bens e dos serviços certificados se justifica a partir de dois elementos (a) a “confiabilidade” do sinal fornecido, nos mercados primários, relativos aos componentes qualitativos dos bens e dos serviços e (b) a ampliação do conceito de qualidade. Quando o sistema de certificação é fiável, o aumento da qualidade é superior ao aumento dos preços, o que se traduz por uma melhoria do bem-estar social.

É preciso agora analisar as implicações, em termos de bem-estar social, da escolha de uma modalidade de governança. Neste trabalho, ressaltarei os limites da regulação privada, e fornecerei elementos para poder escolher modalidades de governança alternativas a fim de alcançar, para um custo menor, os objetivos de transparência e de revelação da qualidade.

¹ No que diz respeito a uma análise mais completa deste problema, ver Herscovici (2012).

3. OS PRINCIPAIS MECANISMOS: INTERDEPENDÊNCIA DOS MERCADOS E EFEITOS CUMULATIVOS

3.1. A INTERDEPENDÊNCIA

$$pf = \Omega_1(q), \Omega_1' > 0 \quad (3)$$

O preço pago pelo consumidor final depende diretamente da qualidade, a partir da definição adotada neste trabalho.

$$D = \Omega_2(pf), \Omega_2' > 0 \quad (4)$$

Se a qualidade aumenta mais que o preço, a relação (4) se justifica. Esta função atípica de demanda lembra as funções de demanda construídas por Grossman e Stiglitz (1976), e notadamente os mecanismos característicos do salário de eficiência: a demanda aumenta quando o preço aumenta.

O lucro realizado pela instância de certificação pode ser representado pela seguinte equação:

$$lc = \Omega_3(pcr - ci) \quad (5)$$

lc representa o lucro realizado pela empresa de certificação, pcr o preço praticado pela instância de certificação, ou seja, o preço a ser pago pelas empresas que querem ser certificadas; ci é o custo de investigação que a instância de certificação assume para determinar a qualidade do bem ou do serviço.

A fiabilidade do processo de certificação depende diretamente do valor de ci . Quanto mais elevados os custos de investigação, maior a fiabilidade do mecanismo de certificação.

$$F = \Omega_4(ci), \Omega_4' > 0 \quad (6)$$

A interdependência que existe entre mercados primários e mercados secundários se expressa na seguinte relação:

$$l_p = \Omega_5(pf - cp - pcr) \quad (7)$$

Em (7), l_p representa o lucro realizado pelos diferentes produtores nos mercados primários, pf o preço que o consumidor final tem que pagar para adquirir um bem

de qualidade q , cp os custos que os produtores têm que assumir para que sua produção alcance o nível mínimo necessária para a obtenção do certificado.

A relação (7) mostra que o lucro realizado pelas empresas certificadas depende do preço a ser pago pelo consumidor final e do valor de $(cp + pcr)$; quanto menor este valor, maior o lucro. *Este mecanismo ressalta as convergências de interesses entre empresas certificadoras e certificadas: se o aumento de pcr for compensado pela diminuição de cp , o lucro dos dois tipos de empresas aumenta: os custos da empresa certificada são menores e suas receitas maiores, e o lucro da empresa certificadora é maior. Essas convergências favorecem o aparecimento dos comportamentos oportunistas nos dois mercados, intensificam a incerteza relativa à qualidade e reintroduzem no sistema importantes assimetrias de informação.*

3.2. FIABILIDADE DO SISTEMA DE CERTIFICAÇÃO E BEM-ESTAR SOCIAL

A partir do exemplo do *market for lemons* (AKERLOF, 1970), a diferenciação entre vendedores honestos e vendedores desonestos pode ser representada da seguinte maneira:

$$Qm_1 = \Omega_6(\alpha.O_1, \beta.O_2) \quad (8)$$

Com $dQm_1 / dO_1 > 0$ e $dQm_1 / dO_2 < 0$

(para um mesmo preço)

Qm_1 representa a qualidade média no mercado primário, O_1 e O_2 , respectivamente, as quantidades de bens de qualidade 1 e de qualidade 2 vendidos. Para um mesmo preço, temos obrigatoriamente $q_1 > q_2$; α representa a parte relativa dos vendedores honestos, e β a parte relativa dos vendedores desonestos ($\alpha + \beta = 1$). O índice 1 se relaciona com os vendedores honestos, e o índice 2 com os vendedores desonestos. A qualidade média, no mercado, é a seguinte:

$$Qm_1 = \alpha.q_1 + \beta.q_2 \quad (9)$$

- i) Um sistema de certificação fiável se traduz por uma qualidade média elevada, com um valor teto para o aumento de β .
- ii) Um sistema de certificação pouco ou não fiável se traduz, ao contrário, por um aumento de β ; a queda da qualidade média pode implicar no desaparecimento do mercado (AKERLOF, 1970).

A fiabilidade do sistema de certificação permite limitar o desenvolvimento desses comportamentos oportunistas, assim como as externalidades que eles produzem. As implicações, em termos de bem-estar, permitem verificar a relação seguinte:

$$E_1 = U_1 - p_1 > E_2 = U_2 - p_2 \quad (10)$$

Em (10), E_i representa a utilidade líquida, U_i a utilidade bruta e p_i o preço a pagar pelo consumidor final: os índices 1 e 2 se relacionam respectivamente com os sistemas fiáveis e não fiáveis de certificação.

Quando a certificação é confiável e obrigatória, contrariamente ao caso analisado por Grossman e Stiglitz (1976), todos os agentes são obrigatoriamente informados. Neste caso, o mercado implementa uma “seleção natural”: os bens de qualidade inferior são eliminados do mercado.

Quando a certificação não é obrigatória, há, no mercado, produtos certificados e outros não certificados. Se o sistema foi totalmente fiável, $E_1 > E_2$: *consequentemente, todos os agentes têm interesse em ser informados e assim não há comportamentos oportunistas.*

- a) À medida que $E_1 > E_2$, os agentes não informados (ou seja, aqueles que compram produtos não certificados) não podem se beneficiar da qualidade auferida pelos agentes informados: *as externalidades são inteiramente endogenizadas pelos agentes informados.*
- b) Por outro lado, as externalidades negativas produzidas pelos vendedores desonestos são anuladas, pelo fato do sistema de certificação ser totalmente fiável.
- c) O equilíbrio realizado no mercado é estável, e a utilidade social mais elevada.

Quando o sistema de certificação é pouco ou não fiável, a incerteza é reintroduzida no mercado. A relação $E_1 > E_2$ não é mais sistematicamente verificada; em outras palavras, a verificação desta relação depende do grau de confiabilidade do sistema de certificação, o qual depende da quantidade de certificadores honestos e desonestos.

Nos mercados secundários, aparecem e se desenvolvem mecanismos de seleção adversa e de risco moral; *esses mercados são objetos dos mesmos mecanismos “perversos” que atuam nos mercados primários.* A qualidade média nos mercados secundários pode ser expressa da seguinte maneira:

$$Q_{ms} = \Omega_4 (\delta \cdot O_3 + \chi \cdot O_4) \quad (11)$$

Q_{ms} representa a qualidade média dos mecanismos de certificação, δ a parte relativa dos certificadores honestos, χ dos desonestos, e O_3 e O_4 , respectivamente, a

oferta por parte dos certificadores honestos e desonestos. O mecanismo ressaltado por Akerlof vai assim atuar plenamente nos mercados secundários, o que vai se traduzir por uma diminuição progressiva de Qms .

Se a certificação for obrigatória, a perda de utilidade social é importante: o preço mais alto a pagar pelos consumidores não será sistematicamente compensado pelo aumento da qualidade média. *Está havendo uma generalização dos comportamentos oportunistas, dos mercados primários para os mercados secundários:*

- a) Os certificadores desonestos geram externalidades negativas para os certificadores honestos. Isto pode provocar a extinção dos mercados da certificação.
- b) Se a certificação não é obrigatória, no caso do sistema não ser fiável, é socialmente mais eficiente, em termos de bem-estar social, um sistema sem certificação do que um sistema com certificação. Esta perda de bem-estar social pode ser ainda maior no caso da certificação ser obrigatória.

3.3. AS DIFERENTES SITUAÇÕES POSSÍVEIS

1. À medida que a qualidade dos produtos, nos mercados primários, depende da qualidade dos mecanismos de certificação, podemos concluir que a uma diminuição de Qm_2 corresponde uma diminuição de Qm_1 (a qualidade média nos mercados primários).

O impacto em termos de bem-estar social depende diretamente da comparação entre $(U_1 - p_1)$ e $(U_2 - p_2)$.

A diminuição de Qms representa uma diminuição da utilidade propiciada pelos produtos certificados nos mercados primários; a partir de um certo valor crítico, a diminuição de U_1 não vai mais compensar o fato de p_1 ser maior que p_2 , e teremos a seguinte situação, que ressalta uma diminuição do bem-estar social:

$$(U_1 - p_1) < (U_2 - p_2) \quad (12)$$

2. A verificação da relação (4) depende diretamente da fiabilidade do processo de certificação, ou seja, de (6); a não verificação desta relação se traduz pelo desenvolvimento dos comportamentos oportunistas, e pela intensificação da incerteza. Uma maneira de limitar esses comportamentos nos mercados secundários, ou seja, de assegurar um nível “socialmente aceitável” de fiabilidade, implica em determinar um nível mínimo de custos de investigação, ci^* , por parte das empresas certificadoras (JAHN *et al.*, 2005, p. 54).

Quando $c_i > c_i^*$, não há comportamentos oportunistas nos mercados secundários, o sistema é fiável, o que, a partir de (3) e (4), implica em uma melhoria do bem-estar social. Se, ao contrário, $c_i < c_i^*$, o controle dos comportamentos oportunistas, nos mercados secundários, é mais “frouxo”: as instâncias de certificação vendem esses certificados sem assumir os custos necessários à manutenção de um nível mínimo de qualidade. A fiabilidade do sistema de preços, no mercado primário, diminui, o que se traduz por uma ampliação do intervalo $[Q_1, \dots, Q_n]$ (equação 2).

O mecanismo cumulativo característico daquele ressaltado por Akerlof (1970) aparece. *Não obstante, em relação à análise de Akerlof, a opacidade dos preços é maior: ela se relaciona com a qualidade nos mercados primários e nos mercados secundários; os preços praticados nos mercados primários são mais elevados, mas esta diferença não é compensada pelo fato da qualidade ser maior.*

Em função do conceito de qualidade ampliada utilizado aqui, o sistema de certificação não pode ser totalmente fiável. Não obstante, há como controlar os comportamentos oportunistas nos mercados secundários, e manter um nível mínimo de confiabilidade a partir da verificação dos custos de investigação das instâncias certificadoras.

Em resumo, podemos estabelecer as seguintes proposições:

Proposição 1

Na ausência de sistema de certificação, não existem limites no que diz respeito ao desenvolvimento dos comportamentos oportunistas, nos mercados primários. A queda da qualidade média, no mercado primário, pode desembocar no desaparecimento deste mercado.

Proposição 2

Na existência de um sistema de certificação fiável, mas imperfeito por natureza, os comportamentos oportunistas são limitados, nos dois tipos de mercados considerados, e a queda da qualidade média é limitada, nos mercados primários.

Proposição 3

Nos mercados primários, o aumento da qualidade média tem, pelo menos, que compensar o diferencial de preços e de custos de investigação. O sistema de controle faz com que o sistema de certificação se torne socialmente eficiente quando $E_1 > E_2$; para isto, $(U_1 - p_1) > (U_2 - p_2)$, com $p_1 > p_2$ e $U_1 > U_2$. Esta situação corresponde a um nível mínimo em termos de qualidade.

4. A ESCOLHA DE UMA MODALIDADE DE GOVERNANÇA

4.1. OS LIMITES DAS LÓGICAS PRIVADA

Tendo em vista esses elementos, podemos questionar a viabilidade e a eficiência de um mercado privado da certificação: o sistema de preços não constitui um sinal confiável no que diz respeito aos componentes qualitativos dos bens e dos serviços. Conforme demonstraram Grossman e Stiglitz (1976, 1980), os mercados não são eficientes, em relação ao critério de Pareto.

Não há razões para afirmar que as falhas de mercado que aparecem nos mercados primários não apareceram nos mercados secundários: ao contrário, as falhas nos mercados secundários ampliam as falhas nos mercados primários. Contrariamente ao que afirmam as teses neoclássicas, nos mercados secundários, aparecem e se desenvolvem igualmente comportamentos oportunistas.

Mercados secundários

A equação (5) mostra claramente que o aumento do lucro realizado pela instância de certificação se traduz por um aumento de pcr e por uma diminuição de ci ; o aumento de pcr é obrigatoriamente limitado, pelo fato de implicar em uma queda do lucro da empresa certificada, no mercado primário. A diminuição de ci é limitada: ci tem que ser igual ou superior a c^* .

Mercados primários

O aumento do lucro das empresas pode ser explicado a partir dos seguintes mecanismos:

- i) O aumento do preço a ser pago pelo consumidor final, pf . Se o aumento dos preços for menor que o aumento da qualidade, há um aumento do bem-estar social. No caso contrário, a implementação do sistema de certificação se traduz por uma diminuição do bem-estar.
- ii) A diminuição do custo ligado à obtenção de um nível mínimo de qualidade, cp .

No caso da firma não pagar os custos mínimos necessários para alcançar a qualidade mínima, são três situações possíveis:

- a) A instância de certificação é “honestá”: ela não certifica a empresa cuja qualidade é inferior a uma valor crítico q^* . As condições de bem-estar são mantidas.
- b) A instância de certificação tem um comportamento oportunista: ele diminui seus custos de investigação e certifica assim empresas que não alcançam o nível mínimo de qualidade q^* . Esta situação se caracteriza por uma diminuição do bem-estar social.

Neste caso, *há uma convergência de interesse entre a empresa certificada e a empresa certificadora*: a diminuição de *cp* será superior ao aumento do preço pago à instância de certificação *pcr*.

Há, obviamente, *um conflito de interesse patente entre, por um lado, empresas certificadas eificadoras e, por outro lado, o bem-estar da coletividade*. Comparado com uma situação que se caracteriza pela ausência de sistema de certificação, quando o sistema de certificação apresenta falhas, a perda de bem-estar é ainda maior: o consumidor tem que pagar um preço mais elevado, e a incerteza relativa à qualidade é elevada. *O desenvolvimento dos comportamentos oportunistas nos mercados secundários produz efeitos cumulativos, o que se traduz por perdas maiores de bem-estar social*.

4.2. A ESCOLHA DE UMA MODALIDADE DE GOVERNANÇA

Qual é a modalidade de governança mais eficiente, em termos de bem-estar social, no que diz respeito à implementação de um mecanismo de certificação da qualidade?

A este respeito, é preciso observar que os fenômenos de *rent seeking* se relacionam tanto com a gestão burocrática quanto com as lógicas privadas. No primeiro caso, os interesses particulares dos burocratas se traduzem por um sobrecusto e/ou por uma sobre produção (a teoria da ineficiência X). No segundo caso, as diferentes assimetrias da informação explicam o aparecimento dos comportamentos oportunistas: (a) no que diz respeito às externalidades de demanda, os consumidores informados se beneficiam de uma renda gerada pelos agentes não informados, o que é incompatível com o ótimo de Pareto (HERSCOVICI, 2013a). No que diz respeito às externalidades de oferta, os preços determinados pelas firmas oportunistas são superiores a seus custos marginais.

Qual é o modo de governança que corresponde à manutenção ou à melhoria do bem-estar? Neste nível da análise, é possível afirmar que o jogo do mercado não corresponde sistematicamente à solução mais eficiente, em termos de bem-estar social.

A manutenção ou o aumento do bem-estar social depende da confiabilidade dos mecanismos de certificação. Quais são os mecanismos de governança que permitem implementar um sistema confiável, e quais são seus respectivos custos sociais?

As lógicas dos mercados ligadas aos mecanismos privados não permitem eliminar nem controlar, os comportamentos oportunistas. Elas se traduzem por perdas de bem-estar importantes que são ampliadas. Por isto, é preciso implementar mecanismos de *coerção* para limitar esses comportamentos oportunistas:

- i) Fenômenos de reputação (SHAPIRO, 1983) atuam neste sentido: a marca, que se traduz por um preço mais elevado que o preço concorrencial, é uma garantia

de qualidade (AKERLOF, 1970; POSNER, 2005). À medida que as compras são repetitivas, os vendedores desonestos serão progressivamente eliminados do mercado. Não obstante, os limites são os seguintes:

- a) À medida que este mecanismo se relaciona com bens de capital, e não de consumo, as compras não são repetitivas: a eliminação dos vendedores/produtores desonestos será muito mais lenta e incompleta, por natureza.
 - b) Esses mecanismos de eliminação funcionam mais lentamente quando se trata de bens de experiência: o consumidor/usuário determina progressivamente as qualidades do bem durante o ato de consumo.
 - c) No que concerne aos *credence goods*, os componentes qualitativos não são plenamente conhecidos, mesmo depois do consumo. A eliminação dos produtores desonestos nunca será completa.
- ii) O mecanismo de coerção tem que ser exercido a partir de uma instância independente, ou seja, de um terceiro (*tierce partie*). A independência deste organismo constitui a condição necessária e suficiente para evitar o aparecimento e o desenvolvimento dos comportamentos oportunistas. O modelo adotado pode ser aquele das diferentes agências regulatórias que atuam no transporte aéreo, na distribuição da energia elétrica e da água, no audiovisual e nas telecomunicações; uma representação, no seio dessas instâncias, dos diferentes segmentos da sociedade civil, deveria assim assegurar uma independência relativa em relação aos interesses privados, independência esta necessária à obtenção de uma qualidade mínima.

Esta independência é garantida pelo acordo realizado entre os diferentes interesses representados no seio da agência: quanto mais diversos esses interesses e quanto mais firme o consenso estabelecido, mais eficiente o sistema de controle. *Esta independência ressalta o fato de que não há convergência de interesse entre a agência e as empresas controladas.* Qualquer convergência de interesses destrói esta independência, introduz de novo os desvios precedentemente analisados e se traduz por uma diminuição do bem-estar social: esta convergência corresponde às diferentes formas de corrupção (“cinza” ou não) e/ou de sobrecusto por parte da agência controladora.

As relações entre essas agências e as empresas que atuam nos mercados primários têm que ser analisadas em termos de agente e principal. Esta análise parte do princípio segundo o qual apenas as empresas que atuam no mercado primário podem desenvolver comportamentos oportunistas. O principal, representado pela agência reguladora, não tem função de utilidade própria, a não ser alcançar o que ficou definido como sendo o interesse geral; ele é “neutro”.

A implementação das condições necessárias para assegurar esta independência parte do pressuposto segundo o qual os agentes que atuam nessas agências não desenvolvem comportamentos oportunistas, o que é pouco realista. No âmbito deste trabalho, refuto as teses “heroicas” do Estado Hegeliano e do mercado autorregulador. Por esta razão, a comparação entre a governança assegurada pelo jogo do mercado e aquela implementada pelas agências reguladoras será realizada a partir dos seguintes elementos:

- i) Os custos de transação ligados a cada modalidade de regulação: custos burocráticos que provêm do funcionamento dessas agências, e custos ligados ao aumento dos preços e à diminuição da qualidade média, no caso do mercado (HERSCOVICI, 2012).
- ii) A redução da incerteza relativa aos componentes qualitativos dos bens e dos serviços, ou seja, o grau de confiabilidade do sistema.
- iii) Os ganhos de bem-estar social que provêm da implementação desses mecanismos, esses ganhos sendo avaliados a partir da diferença entre o aumento da qualidade e o aumento dos preços.

Os efeitos de reputação, nos mercados primários e secundários, podem igualmente contribuir para exercer um controle:

- a) Nos mercados secundários, o fato de tornar públicas as certificações fraudulentas prejudica diretamente a instância de certificação e a empresa certificada (JAHN, SCHRAMM e SPILLER, 2005, p. 65).
- b) A partir de uma perspectiva semelhante, certos mecanismos jurídicos permitem limitar os diferentes comportamentos oportunistas: se a instância de certificação é juridicamente responsável pelos bens e serviços que ela certifica, seus custos de investigação (assim como os custos de qualidade da firma certificada) não devem ser inferiores aos custos que correspondem ao nível de qualidade mínimo (JAHN, SCHRAMM e SPILLER, 2005, p. 63).

Essas medidas deveriam permitir limitar as convergências de interesses assim como as falhas do sistema de certificação.

Esses efeitos de reputação permitem entender porque, no mercado primário, as empresas elaboram estratégias de comunicação institucional cujo objetivo consiste em associar a empresa com determinadas características qualitativas: preservação do meio ambiente, ação social ou financiamento de atividade cultural, por exemplo². Não obstante, nada indica que esses efeitos midiáticos correspondem, efetivamente, ao respeito das normas.

² A este respeito, ver o conceito de Economia da Diferenciação (HERSCOVICI, 1994).

5. CONCLUSÃO

A análise desenvolvida aqui aplicou o método e os resultados formulados nos trabalhos de Akerlof, Grossman e Stiglitz, relativos às assimetrias da informação, para estudar as implicações ligadas à implementação de um mercado privado da certificação. Os resultados são conformes àqueles formulados por esses autores: (a) o mercado não constitui uma instância que, *systematicamente*, é a mais eficiente, de um ponto de vista social e econômico (GROSSMAN e STIGLITZ, 1976) e esses resultados permitem assim refutar as conclusões formuladas pelo *mainstream*; e (b) As instituições constituem um componente fundamental sem o qual os mercados não podem funcionar de uma maneira “satisfatória” (AKERLOF, 1970).

No meu conhecimento, não há, na literatura econômica, trabalhos que analisem as falhas dos sistemas de certificação privados a partir dos conceitos de assimetrias da informação da maneira como esses foram desenvolvidos por Akerlof, Grossman e Stiglitz.

Assim, a criação de mercados de certificação não permite, em si, resolver os problemas ligados à qualidade e às suas implicações em termos de bem-estar social; trata-se de uma *narrativa em abismo*. Esta metáfora literária é perfeitamente apropriada: Alain Robbe Grillet constrói um romance no romance, os Contos das Mil e uma Noites, umas histórias na história. Da mesma maneira, neste trabalho, estudei as modalidades de controle a serem aplicadas às próprias instâncias de controle, sejam elas privadas, públicas ou institucionais.

Os resultados obtidos neste estudo preliminar mostram, sem ambiguidade, que o funcionamento “satisfatório” dos mercados não pode ocorrer sem uma série de variáveis institucionais: marcas, efeitos de reputação, agências reguladoras, normas jurídicas, regras e sistemas de controle.

Esses resultados são totalmente conformes à análise ligada ao institucionalismo de Veblen, de Commons e à Escola Francesa da Regulação: os mecanismos concretos que correspondem a um sistema de certificação fiável só podem ser implementados no âmbito de instituições no seio das quais os interesses divergentes são socialmente negociados, ou seja, no âmbito de instituições no seio das quais um consenso mínimo e legítimo é assegurado. Neste sentido, a análise dessas formas institucionais, da maneira como elas foram definidas por Boyer (1987)³, é fundamental para estudar as modalidades “concretas” de funcionamento dos mercados, nas suas dimensões sociais, políticas e econômicas.

³ Boyer (1987, p. 48) define uma forma institucional como “(...) a codificação de uma ou de várias relações sociais fundamentais.”

REFERÊNCIAS

- AKERLOF, G. The market for “Lemons”: Qualitative uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, n. 89, Aug. 1970.
- BALINEAU, G.; DUFEU, I. Are fair trade goods credence goods? A new proposal, with French Illustrations. *Journal of Business Ethics*, v. 92, p. 331-345, 2010.
- BOYER, R. *La théorie de la regulation: une analyse critique*. Paris: La Découverte, 1987.
- GROSSMAN, S. J.; STIGLITZ J, E. Information and competitive price system, *American Economic Review*, v. 66, n. 2, May 1976.
- GROSSMAN, S. J.; STIGLITZ J, E. On the impossibility of informationally efficient markets. *The American Economic Review*, v. 70, n. 3, p. 393-408, June 1980.
- HERSCOVICI, A. *Economie de la Culture et de la Communication*. Paris: L'Harmattan, 1994.
- HERSCOVICI, A. Informação, conhecimento e Direitos de Propriedade Intelectual: os limites dos mecanismos de mercado e das modalidades de negociação privada. A contribuição de Williamson à análise dos Direitos de Propriedade Intelectual. *Economia e Sociedade*, Campinas, v. 21, n. 3 (46), p. 667-694, dez. 2012.
- HERSCOVICI, A. *Assimetrias de Informação e sistema de preços: uma análise dos mecanismos especulativos a partir do paradoxo da hipótese dos mercados eficientes*. Universidade Federal do Espírito Santo: Vitória, 2013a. Mimeo.
- HERSCOVICI, A. Economia de redes, externalidades e estruturas de mercado: o conceito de concorrência qualitativa. *Revista Brasileira de Inovação*, v. 12, n. 1, jan./jun. 2013 [2013b].
- HERSCOVICI, A. “Choix sociaux, gouvernance et développement des ‘commons’: vers une Économie Écologique”. In: *CONGRES DE L’ASSOCIATION FRANÇAISE D’ECONOMIE POLITIQUE*, 3, Paris, 2014.
- JAHN, G.; SCHRAMM, M.; SPILLER, A. The reliability of certification: quality labels as a consumer policy tool. *Journal of Consumer Policy*, v. 28, p. 53-73, 2005.
- LUPTON S. Shared quality uncertainty and the introduction of indeterminate goods. *Cambridge Journal of Economics*, v. 29, n. 3, 2005.
- POSNER, R. A. Intellectual property: the law and economics approach. *Journal of Economic Perspectives*, v. 19, n. 2, p. 57-73, 2005.
- SALOP, S. Information and monopolistic competition. *American Economic Review*, v. 66, n. 2, May, 1976.
- SHAPIRO, C. Premiums for high quality products as returns to reputations. *Quarterly Journal of Economics*, v. 98, p. 658-679, 1983.
- STIGLITZ, J. E. Rethinking macroeconomics: what failed and how to repair it. *Journal of the European Economic Association*, p. 591-645, 2011
- WILLIAMSON, O. E. The theory of the firm as governance structure: from choice to contract. *Journal of Economic Perspectives*, v. 16, n. 3, Summer, 2002.