



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI
"M.FANNO"

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA

PROVA FINALE

**PROMESSE ELETTORALI E BENESSERE:
UN ESPERIMENTO NATURALE IN INDIA**

RELATORE:

CH.MO PROF. Antonio Nicolò

LAUREANDO: Lorenzo Giardi

MATRICOLA N. 1091943

ANNO ACCADEMICO 2016 – 2017

INDICE

ABSTRACT.....	3
Electoral promises and welfare: a quasi-natural experiment in India	3
INTRODUZIONE	5
CAPITOLO I: comportamento altruistico e promesse	7
I.1 Reputazione, immagine sociale ed altruismo	8
I.2 Promesse in assenza di vincoli legali e reputazionali	11
CAPITOLO II: Promesse e campagne elettorali	16
II.1 Elezioni e selezione casuale, due sistemi a confronto	17
II.2 La competizione elettorale come fonte di promesse	19
CAPITOLO III: Esperimento sulle promesse elettorali in India.....	24
III.1 Descrizione dell’esperimento.....	25
III.2 Analisi dei dati e risultati.....	27
CONCLUSIONI	34
BIBLIOGRAFIA	35

ABSTRACT

Electoral promises and welfare: a quasi-natural experiment in India

Democratic elections, whether direct or indirect, are a very common way to delegate authority to both public and private decision makers in all the branches of the government (legislative, executive, and sometimes also judiciary), in the board of joint stock companies, and in many other institutions. The main arguments in favour of elections are linked not only to the concept of political accountability (Ferraz and Finan, 2011), meaning that the electorate has the power to punish or reward the decision maker according to its behaviour during the previous mandate, but also to the idea of elections as a selection device (Lierl, 2014) and to the fact that because of electoral competition candidates are incentivized to commit themselves to the achievement of specific goals through electoral promises (Corazzini et al., 2014). However, in some low-information contexts there could be little scope for both accountability and selection effects to operate properly. This could be the case in developing countries, where literacy rates are generally astonishingly low and the main source of information is word of mouth, but also in developed countries there could be a certain degree of asymmetric information that lays the ground for moral hazard. This is especially true when, during the electoral campaign, politicians make promises that concern the accomplishment of generic goals, like a reduction in the crime rates, whose achievement is certainly easier with a good degree of diligence, but which is not certainly sufficient by itself, as there are also many other variables which are out from the policy maker's reach.

Generally, one of the best reasons to keep a promise is to avoid a loss of reputation, but many researchers found out that promises play an important role and are generally respected even when reputation is not at stake (Charness and Dufwenberg, 2006). There are two leading explanations that have been proposed: the first is the so-called *commitment-based theory*, according to which people have a certain preference for sticking with their word, the second one is called the *expectation-based theory* and it argues that promisors experience guilt when letting down the payoff expectations induced in others. Vanberg (2008) found experimental evidence that is consistent with the former explanations, whereas Ederer and Stremitzer (2013) found evidence consistent with the latter, but both observed high degrees of promise fulfilment. More specifically on the topic of democratic elections, Corazzini et al. (2014), by comparing elected and randomly selected representatives, found that electoral competition greatly enhances the level of promises, which then are not treated as cheap-talk by electors, but are taken into account when deciding who to vote for. Furthermore, representatives behave more

benevolently when elected compared to when they are randomly appointed and the difference looks to be driven by the more generous electoral promises that are triggered by the higher degree of competition.

Building on the existing literature about promises and elections, I examined some data from an incentivized field experiment that was conducted in India by professors P. Banerjee (University of Manchester) and A. Nicolò (University of Padova), which design makes possible to control for possible audience effects following the same technique used by J. Andreoni and B.D. Bernheim (2009). The results suggest that candidates in the transparency treatment promise and transfer to some extent more on average, but the difference is not statistically significant for the former ($p = 0.90$) and it's only marginally significant for the latter ($p = 0.12$). However, if we combine the two variables together by considering the degree of promises fulfilment the difference between the two treatments becomes highly statistically significant ($p = 0.043$), with an average observed value near 90% for the low-info treatment and 100% for the high-info one. In each case, we observe a very high degree of promise fulfilment and hence we can conclude that electoral promises aren't treated as cheap-talk, even though they are not binding. This result is confirmed by a regression model in which the actual transfer is the dependent variable and the promises and the treatment are explicative variables. The OLS estimates suggest that promises have a very substantial effect on effective transfers ($\beta = 0,71$) that is highly statistically significant ($p\text{-value} < 0,01$). This means that, on average, 1 rupee promised translates into 0.71 rupees effectively transferred. Also, the coefficient for the treatment dummy is of statistical and economic significance ($\beta = -108$, $p\text{-value} < 0.10$), meaning that on average candidates in the low-transparency treatment transferred less than those in the control treatment. In addition, I analysed how promises influence voting behaviour in the transparency treatment by estimating a linear probability model (LPM) in which I regressed whether subject i voted for candidate A over the difference in the amount promised between candidate A and B (Δ_{A-B}) in hundreds of rupees. The resulting estimates suggest that promises have a very significant effect on voting behaviour ($p\text{-value} < 0.01$) and that the relationship is linear, in contrast with at least another study that had found significant non-linearities (Corazzini et al., 2014). On average, an increase of 100 rupees promised over the other candidate leads to an increase of 4.1% in the probability of being voted by elector i , and thus, to a significant increase in the probability of being elected.

INTRODUZIONE

Le elezioni sono uno dei metodi più diffusi, soprattutto nel mondo occidentale, per scegliere le persone che devono ricoprire posizioni di una certa rilevanza, sia nel settore pubblico che privato. Sono generalmente eletti i membri del parlamento, i capi di stato e di governo, talvolta lo sono anche i giudici ed i procuratori (ad esempio negli Stati Uniti), così come nel settore privato sono eletti i membri dei consigli di amministrazione e i sindaci revisori delle società per azioni. È quindi molto interessante studiare il comportamento di questo istituto democratico in confronto ad altri alternativi come, ad esempio, la nomina da parte di organi superiori e la selezione casuale. In particolar siamo interessati a osservare i differenti risultati in termini di alcune caratteristiche come, ad esempio, il grado di avversione alla corruzione, la competenza tecnica e così via. Uno dei principali argomenti a favore dell'elezione democratica riguarda la responsabilità politica: con le elezioni i cittadini possono decidere se premiare o punire gli individui uscenti dalle cariche, quindi, in presenza di incentivi a favore della rielezione si dovrebbe assistere a una riduzione dei fenomeni opportunistici (Ferraz e Finan, 2011). Altri argomenti riguardano la possibilità, da parte dei cittadini, di selezionare i candidati migliori (Lierl 2014), le promesse rilasciate durante le campagne elettorali (Corazzini et al., 2014), gli effetti positivi sulle norme sociali, per cui ad esempio è stato dimostrato che in una democrazia si tende a tollerare meno corruzione, e infine la maggiore fiducia nelle istituzioni (Lierl, 2017).

Il sorteggio casuale è frequentemente impiegato come benchmark con cui confrontare i risultati, infatti, in presenza di campioni sufficientemente ampi, è in grado di assicurare che i soggetti scelti rispecchino perfettamente le caratteristiche medie della popolazione da cui sono stati estratti. Inoltre è un sistema interessante in quanto perfettamente egualitario, poiché ogni soggetto ha esattamente la stessa probabilità di essere estratto, e perché potrebbe rappresentare un'alternativa pratica e realizzabile al sistema elettivo qualora questo rischiasse di essere catturato da poteri forti, come può succedere più facilmente nei paesi meno sviluppati (Carson e Martin, 1999). Tuttavia tra i due sistemi vi è un'importante differenza: mentre il sorteggio casuale lascia i cittadini passivi, senza dare loro possibilità di scelta, le elezioni sono attive e competitive. Questo può avere importanti conseguenze, prevalentemente positive, grazie agli incentivi legati alla rielezione, alla selezione dei candidati migliori e più onesti da parte dei cittadini e alla concessione di promesse durante le campagne elettorali.

Quest'ultimo punto, in particolare, è spesso sottovalutato poiché generalmente le promesse elettorali non essendo vincolanti vengono considerate di scarso valore sia da parte dei cittadini che di molti studiosi, tuttavia, diversi studi recenti hanno dimostrato che questo genere di

impegni può comunque giocare un ruolo importante grazie alle preoccupazioni di natura reputazionale e all'avversione a mentire al proprio elettorato. Infatti, è stato anche osservato (Corazzini et al, 2014) che l'efficacia delle promesse elettorali è proporzionale al numero di voti ottenuto alle elezioni, in quanto non mantenere i propri impegni significherebbe deludere la fiducia di un maggior numero di persone. Tuttavia, nel mondo reale l'impegno dei politici nel mantenere le promesse elettorali che riguardano obiettivi generali che dipendono da una serie di variabili (es. disoccupazione, criminalità, ...) non è direttamente osservabile dai cittadini in quanto la sovrapposizione di una moltitudine di eventi rende molto difficile individuare i meriti e le responsabilità. In questo genere di situazione si può creare un'asimmetria informativa per cui il politico ha la possibilità di nascondere il proprio comportamento opportunistico dietro gli altri eventi che si sono più o meno casualmente verificati e, contemporaneamente, i cittadini non essendo completamente in grado di distinguere e separare i vari eventi non potranno punire efficacemente i politici scorretti alle elezioni successive, riducendo fortemente il potenziale positivo derivante dalle elezioni democratiche.

Il capitolo I ripercorre i principali apporti presenti in letteratura sul tema dei comportamenti altruistici in situazioni di incertezza (Andreoni e Bernheim, 2009) e delle promesse in generale (Vanberg, 2008; Ederer e Stremitzer, 2013), successivamente il capitolo II tratta in maniera più specifica il tema delle elezioni (Lierl, 2017) e delle promesse elettorali (Corazzini et al., 2014). Infine, il capitolo III presenta un'analisi originale di dati tratti da un esperimento condotto in India con lo scopo di fare chiarezza riguardo agli effetti dell'incertezza su un sistema elettorale.

CAPITOLO I: comportamento altruistico e promesse

Le promesse svolgono un ruolo importante nella società e nell'economia moderna contribuendo a rendere più saldi i rapporti e a rinforzare la fiducia tra gli individui (Charness e Dufwenberg, 2006). Moltissime transazioni quotidiane sono rafforzate da promesse, cioè da obbligazioni, che possono essere esplicite (come nel caso di un contratto) o implicite (nel caso di un impegno informale, magari neanche dichiarato verbalmente). Il loro ruolo è senza dubbio fondamentale in tutte quelle transazioni che non si concludono istantaneamente, con uno scambio reciproco e contestuale, ma che si protraggono nel tempo con prestazioni posticipate nel tempo, come ad esempio nel caso di concessione di dilazioni di pagamento tra imprese fornitrici e acquirenti, e in particolare nel mondo bancario e finanziario, dove in particolare nel rapporto tra banche e clientela, anche una piccola rottura nel vincolo di fiducia può facilmente portare a una corsa ai depositi con conseguente crisi di liquidità che, se non risolta, può facilmente propagarsi e diventare sistemica.

A prima vista si potrebbe essere indotti a pensare che il comportamento più razionale, che massimizza il benessere del soggetto, potrebbe essere quello di non mantenere le promesse date, con un indubbio guadagno nel breve periodo. Tuttavia, soprattutto se si considera un orizzonte temporale più lungo, si possono facilmente individuare almeno tre ragioni che contribuiscono a spiegare l'interesse ad onorare i propri impegni. Innanzitutto, in tutte le società avanzate sono presenti meccanismi formali che possono obbligare il soggetto all'adempimento e applicare sanzioni in caso di inadempimento, tuttavia questo è vero solo per i contratti (promesse formali). Altre ragioni, forse meno ovvie, ma altrettanto importanti sono la presenza di preoccupazioni reputazionali per cui l'inadempimento attuale potrebbe avere ripercussioni negative sulla propria immagine, riducendo la fiducia nei propri confronti da parte dei terzi con effetti potenzialmente molto negativi sui rapporti futuri. Infine, la terza ed ultima motivazione considera semplicemente il desiderio etico e morale di mantenere la parola data, tale per cui il soggetto potrebbe subire una perdita di benessere legata a costi non monetari come, ad esempio, la perdita di autostima (Fischbacher e Heusi, 2008; Mazar et al., 2008).

Tralasciando la prima spiegazione, che sicuramente riveste un ruolo importante nel regolare la vita economica, ma che non è particolarmente interessante poiché l'effetto sul comportamento è estremamente ovvio ed immediato, al contrario è molto più interessante soffermarsi sulle ultime due motivazioni in quanto agiscono tramite canali di azione più sottili e nascosti.

I.1 Reputazione, immagine sociale ed altruismo

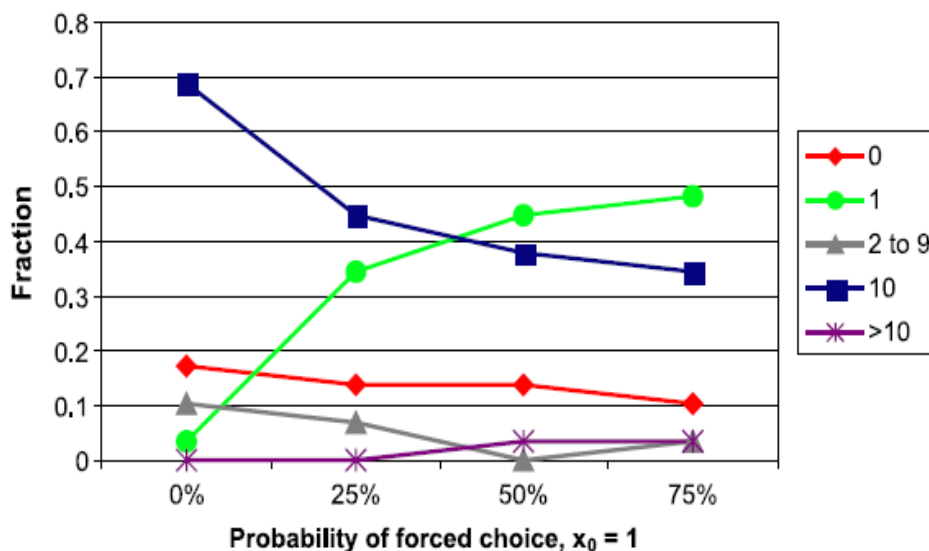
Il ruolo della reputazione e dell'immagine sociale nelle scelte altruistiche in un ambito generale è stato studiato a fondo nel corso degli anni tramite numerosi studi sia osservazionali che sperimentali, tra cui soprattutto si rilevano i giochi del dittatore e le sue varianti. Secondo i principali apporti presenti nella letteratura in materia le scelte altruistiche possono essere guidate da motivazioni che generalmente vengono classificate in tre macro-aree: motivazioni intrinseche, per le quali il soggetto che compie l'azione non riceve alcuna ricompensa al di fuori dell'utilità derivante dal gesto (Andreoni, 1990), motivazioni estrinseche, per cui il soggetto compie l'azione con l'obiettivo di ricevere dei benefici materiali (ad esempio deduzioni/detractions fiscali, premi, ...), e infine motivazioni reputazionali, per cui il soggetto compie l'azione con l'obiettivo di migliorare la propria reputazione ed immagine sia nei confronti di altri soggetti che di sé stesso (Andreoni e Bernheim, 2009).

In generale, in tutti i casi in cui il comportamento è osservabile da un pubblico, la reputazione ha un ruolo molto importante nel determinare le scelte di comportarsi in maniera altruistica piuttosto che individualistica, al fine di conseguire un migliore riconoscimento sociale. Inoltre, per le aziende, soprattutto di media e grande dimensione, la reputazione è talmente importante da costituire una vera e propria forma di capitale immateriale che ha un'importanza non solo a livello di marketing, ma anche nel facilitare la risoluzione delle crisi, attirare i dipendenti migliori e minimizzare il rischio di interventi legislativi negativi da parte delle autorità.

Di particolare rilievo se pur non strettamente connesso al tema delle promesse è il modello teorico sviluppato da J. Andreoni e B. Douglas Bernheim, pubblicato nel 2009 su *Econometrica*, secondo cui le persone non sono interessate all'equità o all'altruismo in sé, ma piuttosto, ad essere percepite come tali dagli altri soggetti. A supporto della propria tesi gli autori hanno sviluppato un opportuno design sperimentale, con cui hanno dimostrato che le persone tendono a comportarsi in maniera maggiormente individualistica quando le loro scelte possono essere nascoste dal giudizio degli altri partecipanti. Questo risultato è stato ottenuto introducendo nel tipico gioco del dittatore un elemento di casualità: quando il dittatore compie una scelta c'è una probabilità pari a p che questa non venga implementata e che al suo posto intervenga la natura con una data distribuzione conosciuta a priori da ambedue le parti. In questo modo, al crescere della probabilità di intervento della natura aumenta anche la possibilità per il dittatore di nascondere la propria scelta individualista imitando quella della natura in modo tale da mantenere intatta la propria reputazione. In particolare i risultati dell'esperimento mostrano che le persone, in assenza di probabilità d'intervento della natura, si comportano in modo tale per

cui le distribuzioni scelte si concentrano soprattutto sul 100:0 (scelta perfettamente individualistica) e sul 50:50 (scelta perfettamente egualitaria), mentre sono molto rari i casi vicini a questi due estremi (ad esempio 99:1 o 49:51). Tuttavia se, ad esempio, si introduce il fatto che la natura con una probabilità p sceglie la distribuzione $(100-X_0):X_0$, con X_0 vicino a 0, allora si osserva che all'aumentare di p la moda si sposta in maniera sempre maggiore da 100:0 (e in parte anche da 50:50) verso $(100-X_0):X_0$ poiché questo valore consente di mascherare il comportamento opportunistico e la perdita di guadagno derivante dal fatto di ottenere $100-X_0$ invece che 100 è più che compensata dalla mancata perdita di reputazione, perlomeno finché X_0 è un numero abbastanza piccolo. Come accennato, il trasferimento di densità distributiva non riguarda solo l'opzione 100:0, ma anche quella 50:50, per cui complessivamente si osserva una riduzione della somma mediamente trasferita al beneficiario. In particolare nell'esperimento i soggetti avevano da distribuire una somma di denaro il cui valore è stato normalizzato a 20, quindi 10:10 costituisce la divisione perfettamente egualitaria e 20:0 quella perfettamente opportunistica. Dal grafico riportato in fig. 1 si può facilmente osservare che all'aumentare di p (asse orizzontale) aumenta anche la frequenza (asse verticale) con cui i soggetti scelgono l'allocazione 19:1 a scapito di quella 20:0 e, soprattutto, 10:10.

Fig. 1 – Distribuzione di frequenza delle allocazioni con $X_0 = 1$



Fonte: J. Andreoni e B. Douglas Bernheim, “Social image and the 50-50 norm: a theoretical and experimental analysis of audience effects”.

L'analisi econometrica del fenomeno tramite *random-effects probit model* (fig. 2) suggerisce che il risultato ottenuto è statisticamente significativo con livelli di significatività che arrivano anche oltre l'1%. La prima e la seconda colonna mostrano che l'aumento di p da 0 a 0,25 (prima riga) e da 0,25 a 0,50 (seconda riga) ha un effetto molto significativo e positivo sulla frequenza

con cui i soggetti scelgono di distribuire $X=X_0$, mentre il passaggio di p da 0,50 a 0,75 non è statisticamente significativo. Specularmente la terza e la quarta colonna mostrano che all'aumentare di p si riduce la frequenza dei soggetti che scelgono la distribuzione egualitaria 10:10, tuttavia la significatività è minore, seppur molto elevata nel passaggio da 0 a 0,25.

Fig. 2 - *Random-effects probit model*

RANDOM EFFECTS PROBIT MODELS: MARGINAL EFFECTS FOR REGRESSIONS ^a				
	Probability of Choosing $x = x_0$		Probability of Choosing $x = 10^b$	
$p \geq 0.25$	0.467*** (0.110)	0.467*** (0.110)	-0.532*** (0.124)	-0.532*** (0.124)
$p \geq 0.50$	0.346*** (0.129)	0.345*** (0.113)	-0.175* (0.133)	-0.196** (0.116)
$p = 0.75$	-0.002 (0.132)		-0.042 (0.130)	
$x_0 = 1$	-0.524*** (0.179)	-0.524*** (0.179)	0.224 (0.219)	0.224 (0.219)
Observations	236	236	236	236

^aStandard errors given in parentheses. Significance: *** $\alpha < 0.01$, ** $\alpha < 0.05$, * $\alpha < 0.1$, one-sided tests.

^bEqual division.

Fonte: J. Andreoni e B. Douglas Bernheim, "Social image and the 50-50 norm: a theoretical and experimental analysis of audience effects"

Questo dimostra che, in generale, le persone sono fortemente interessate alla propria immagine sociale e sono disposte a comportarsi in maniera maggiormente altruistica quando le decisioni ed i comportamenti sono osservabili da altri soggetti. Questo, per esempio, spiega anche perché molte associazioni rendono pubblici i nomi dei propri donatori o, almeno, di quelli più importanti, che quindi possono essere incentivati a donare dalla ricerca di un riconoscimento sociale. Sempre sullo stesso argomento uno studio condotto in Italia sulle donazioni di sangue (Lacetera e Macis, 2010) ha dimostrato che i cittadini sono significativamente più propensi ad offrire il proprio sangue quando sono in prossimità di raggiungere un numero di donazioni tale per cui la sezione AVIS prevede la consegna in forma pubblica di un premio simbolico, e che questo effetto è molto maggiore rispetto ai traguardi più bassi che prevedono la consegna privata, per i quali non si nota alcun effetto statisticamente significativo. Questo è importante perché in presenza di motivazioni reputazionali importanti, mentre da un lato gli incentivi monetari sono costosi per la collettività e rischiano di spiazzare i comportamenti altruistici, dall'altro gli incentivi simbolici consegnati pubblicamente possono ottenere grandi risultati ad un costo irrisorio per la società. Inoltre, così come la reputazione è importante nel motivare i comportamenti altruistici, sicuramente lo è anche nel determinare il rispetto delle promesse,

infatti, si può facilmente intuire che il mancato mantenimento della parola data possa danneggiare la reputazione del soggetto e, quindi, costituire un costo in termini di minore utilità, perlomeno nelle situazioni in cui il comportamento è osservabile in quanto non offuscato dalla contemporanea presenza di altre variabili.

I.2 Promesse in assenza di vincoli legali e reputazionali

Nel corso degli anni è stato ampiamente dimostrato da parte di più ricercatori che lo scambio di promesse tra soggetti ha un effetto molto significativo sul successivo comportamento e, in particolare sul livello di cooperazione, anche in assenza di obblighi contrattuali o di preoccupazioni dal punto di vista reputazionale. Tuttavia, non è ancora ben chiaro quali siano le motivazioni intrinseche maggiormente determinanti e in generale la letteratura si è divisa a sostegno di due teorie, entrambe compatibili con i fenomeni osservati. La prima sostiene che le persone tendono a rispettare le promesse perché sono avverse alla colpa e, quindi, preferiscono non deludere le aspettative sorte negli altri soggetti in virtù del fatto di aver ricevuto una promessa (*expectation-based theory*), la seconda invece sostiene che gli individui mantengono le promesse perché hanno una preferenza per il mantenere la parola data (*commitment-based theory*). Comunque, le due teorie non sono necessariamente in contrasto, e anzi, potrebbero anche essere considerate complementari in quanto entrambe potrebbero avere un ruolo importante nello spiegare i fenomeni osservati.

In generale per studiare questo genere di fenomeni si preferisce un approccio sperimentale piuttosto che osservazionale, al fine di poter identificare alcuni aspetti ben precisi in un ambiente strettamente controllato. Infatti, è necessario che il design sperimentale assicuri la totale assenza di preoccupazioni reputazionali, attraverso la garanzia dell'anonimato, e di altri fenomeni che potrebbero interagire con quelli oggetti dello studio. In particolare per studiare l'efficacia e i canali di azione delle promesse si usano varie versioni di un gioco basato sulla fiducia derivato dal classico gioco del dittatore in cui due soggetti decidono in maniera consecutiva e devono cooperare tra di loro per massimizzare il guadagno complessivo. Prima dell'inizio del gioco i ricercatori solitamente danno la possibilità al giocatore che muove per secondo di inviare un messaggio al soggetto che muove per primo, in genere allo scopo di chiedere che gli venga data fiducia promettendo in cambio che questa sarà ricambiata nel suo turno, impegnandosi quindi con una promessa formale ma non vincolante. Il fatto che le scelte dei due soggetti siano consecutive e non parallele fa sì che il secondo giocatore abbia la possibilità di comportarsi in maniera opportunistica tradendo la fiducia accordatagli. Oggetto dell'analisi sono prevalentemente il grado di soddisfazione delle promesse, le convinzioni di

primo ordine (stima da parte del primo giocatore di quanto riceverà dal secondo giocatore) e di secondo ordine (stima da parte del secondo giocatore di quanto il primo giocatore pensa che riceverà dal secondo giocatore).

Seguendo questo approccio Charness e Dufwenberg (2006) hanno alterato il gioco di base mettendo a confronto un trattamento in cui vi è comunicazione (e quindi scambio di promesse) tra i giocatori e un altro trattamento in cui non è lasciata alcuna possibilità di scambiare messaggi. In questo modo è stato possibile rilevare che le promesse hanno un effetto molto significativo sulle convinzioni di primo e secondo ordine, cioè causano un aumento della fiducia e delle aspettative, e contemporaneamente, determinano un aumento significativo dei trasferimenti effettivi da parte del secondo giocatore. Secondo l'interpretazione degli autori, questo secondo effetto era una conseguenza di quello sulle aspettative, quindi, significava che il soddisfacimento delle promesse è guidato prevalentemente dal senso di colpa derivante dalla delusione delle aspettative come previsto dalla *expectation-based theory*.

Tuttavia questo risultato è stato criticato da autori successivi in quanto la variazione nelle convinzioni di secondo ordine non è esogena e, quindi, il risultato potrebbe essere spiegato dalla presenza di fattori non osservati come il grado di altruismo, le preferenze per l'uguaglianza o per il mantenimento delle promesse. Per risolvere questo problema Vanberg (2008) ha alterato il gioco di base rimescolando metà delle coppie dopo la fase di comunicazione in cui i soggetti potrebbero essersi scambiati delle promesse. Tuttavia solo il giocatore che successivamente svolge il ruolo di dittatore sa se la sua controparte è stata coinvolta nello scambio oppure no e, in caso, può leggere tutte le comunicazioni precedenti per vedere se aveva ricevuto promesse dal giocatore nella coppia precedente. Siccome il soggetto beneficiario non è informato dello scambio è immediato notare che le sue convinzioni di primo ordine dovrebbero rimanere costanti, così come quelle di secondo ordine se il dittatore si comporta in modo razionale. Quindi, se il soddisfacimento delle promesse fosse spiegato dalla teoria delle aspettative ci dovremmo aspettare di trovare che il grado di soddisfacimento delle promesse rimane costante tra i due trattamenti (con e senza scambio).

Fig. 3 – Promesse e convinzioni di secondo ordine.

PROMISES AND SECOND-ORDER BELIEFS^a

	Average Second-Order Belief (All Sessions)		
	No Switch	Switch	
		Partner Received a Promise	Partner Received No Promise
Dictator promised	0.80 (0.23)	0.76 (0.25)	0.62 (0.31)
Dictator did not promise	0.60 (0.33)	0.70 (0.31)	0.58 (0.29)

^aPooled data from all sessions, all rounds. Standard errors in parentheses.

Fonte: Vanberg C., “Why do people keep their promises? An experimental test of two explanations”.

Al contrario, tuttavia, Vanberg osserva nel suo esperimento che i dittatori coinvolti nello scambio e che avevano rilasciato una promessa distribuiscono una quantità significativamente inferiore di denaro rispetto ai dittatori che avevano anch’essi dato la propria parola, ma che non erano coinvolti nello scambio. Questo risultato è stato interpretato a favore della teoria dell’impegno (*commitment-based theory*) e contro la teoria delle aspettative, poiché in media i dittatori coinvolti nello scambio pur essendo consapevoli che il proprio partner aveva ricevuto una promessa e, quindi, aveva delle aspettative elevate, hanno comunque deciso di non rispettare la promessa altrui deludendo le aspettative dei propri beneficiari.

Fig. 4 – Promesse e comportamento

PROMISES AND BEHAVIOR^a

	Fraction of Subjects Choosing Roll (All Sessions)		
	No Switch	Switch	
		Partner Received a Promise	Partner Received No Promise
Dictator promised	227/309 (73%) [0.03]	129/238 (54%) [0.03]	29/56 (52%) [0.07]
Dictator did not promise	39/75 (52%) [0.06]	30/56 (54%) [0.07]	19/34 (56%) [0.09]

^aPooled data from all sessions, all rounds. Standard errors in brackets.

Fonte: Vanberg C., “Why do people keep their promises? An experimental test of two explanations”.

Secondo l'opinione più recente di alcuni ricercatori anche queste conclusioni potrebbero essere, almeno parzialmente, errate. Infatti, è plausibile che le aspettative della controparte abbiano un'influenza sul grado di soddisfacimento delle promesse solo nel caso in cui tra i due soggetti vi sia un collegamento promissorio diretto. Nell'esperimento di Vanberg questo collegamento viene rotto a seguito dello scambio di soggetti e questo potrebbe potenzialmente contribuire a spiegare perché nei risultati le aspettative non hanno un effetto sulla realizzazione delle promesse. Per tentare di risolvere il problema Ederer e Stremitzer (2013) hanno proposto una nuova variante del gioco in cui dopo il turno del primo giocatore (beneficiario) la natura effettua una scelta tra un dispositivo affidabile (5/6 di probabilità che il dittatore possa compiere una scelta) e uno inaffidabile (1/6 di probabilità). La probabilità con cui la natura sceglie i due dispositivi è uguale e pari a 1/2, tutti i soggetti conoscono con quale dispositivo si sta giocando e nel caso in cui il dittatore sia incapace di compiere una scelta tutto il denaro rimane in mano sua. È evidente che le aspettative di primo e secondo ordine saranno inferiori nel caso la natura scelga il dispositivo difettoso, poiché il soggetto si aspetterà sicuramente di ricevere meno denaro se è più probabile che il dittatore sarà incapace di distribuire la propria dotazione. I risultati confermano questa intuizione: le aspettative sia di primo che di secondo ordine sono sensibilmente e significativamente superiori nel caso di dispositivo affidabile, in particolare in presenza di una promessa da parte del secondo giocatore il tasso medio di contribuzione attesa passa dal 64% al 72% (100% = 12\$), con una differenza che è statisticamente molto significativa (p-value < 0,01).

Tab. 1 – Aspettative di secondo ordine (*conditional on performance being feasible*)

(100% = 12\$)	Promise	Cheap-talk	No message
Reliable device	8,64\$ (72%)	7,08\$ (59%)	7,08\$ (59%)
Non-reliable device	7,68\$ (64%)	5,16\$ (43%)	5,76\$ (48%)

Fonte: Ederer F. e Stremitzer A., "Promises and expectations".

Per cui confrontando i due trattamenti (con dispositivo affidabile o inaffidabile) è possibile stimare l'effetto di una variazione esogena delle aspettative sul grado di realizzazione delle promesse, senza alcuna rottura del collegamento promissorio come nell'esperimento di Vanberg. I risultati dell'analisi permettono di osservare che la scelta del dispositivo ha un effetto statisticamente molto significativo sulla contribuzione media dei dittatori che avevano rilasciato una promessa (p-value < 0,01), nonostante il valore della differenza non sia particolarmente rilevante (0,60\$).

Tab. 2 – Tasso medio di contribuzione (*conditional on performance being feasible*)

(100% = 12\$)	Promise
Reliable device	7,08\$ (59%)
Non-reliable device	6,48\$ (54%)
Difference	0,60\$ (p-value < 0,01)

Fonte: Ederer F. e Stremitzer A., “Promises and expectations”.

Ederer e Stremitzer inoltre hanno anche proposto un semplice modello teorico in cui la realizzazione delle promesse è spiegata dall'avversione alla colpa, intesa come grado di interesse a non deludere le aspettative del beneficiario. Questo modello adotta una struttura lessicografica: le aspettative del beneficiario interessano al dittatore se e solo se egli ha fatto una promessa diretta al beneficiario. In questo contesto le convinzioni di primo e secondo ordine giocano un ruolo nella realizzazione delle promesse se e solo se il dittatore ha un grado di avversione al rischio maggiore di zero e se esiste un collegamento promissorio diretto tra i due soggetti. Le osservazioni empiriche di tutti gli studi precedenti (Charness e Dufwenberg, Vanberg, Ederer e Stremitzer) sono compatibili con questo modello, tuttavia ad oggi non è ancora stato eseguito alcun esperimento direttamente progettato al fine di testarne la validità in maniera più rigorosa.

CAPITOLO II: Promesse e campagne elettorali

Nei paesi occidentali molto spesso i partiti spendono cifre enormi per le proprie campagne elettorali, ad esempio, negli Stati Uniti la spesa totale per ciascuna delle ultime due elezioni è stata superiore al miliardo di dollari. Ciononostante, soprattutto nei paesi come l'Italia in cui la cultura democratica è meno radicata, è abbastanza frequente il pensiero secondo cui le promesse elettorali hanno una validità abbastanza limitata in quanto, essendo non vincolanti, non ci si aspetta che saranno veramente mantenute. Tuttavia questo pensiero comune non è, almeno non totalmente, d'accordo con l'evidenza empirica secondo cui una parte rilevante della popolazione presenta un'avversione a mentire tale per cui in generale preferirebbe dire la verità e rispettare la parola data anche in situazioni in cui la reputazione non è a rischio. Alcune possibili motivazioni sono già state spiegate nei capitoli precedenti, inoltre, essendo l'operato politico sotto i riflettori dei media e dei cittadini, le ragioni di natura reputazionali potrebbero avere un'importanza molto rilevante, in quanto legate alla volontà di mantenere una buona immagine personale, sia nei confronti di sé stessi che dell'elettorato. Difatti, un meta-studio su 18 paesi condotto da Petry and Benoit (2009) ha rilevato che, in media, i politici eletti mantengono circa il 67% delle promesse rilasciate durante la campagna elettorale, un valore abbastanza elevato e sostanzialmente in linea con quelli rilevati dagli studi sperimentali di Vanberg (2008) ed Ederer e Stremitzer (2013).

Se le promesse elettorali hanno un effetto rilevante sul comportamento in carica, può essere interessante studiare quali sono le variabili che influenzano il numero di promesse rilasciate e il grado di realizzazione delle stesse. Inoltre, questa la presenza di promesse elettorali costituisce anche un'importante fattore di differenziazione tra un sistema democratico (elettivo) e uno basato sul sorteggio casuale (non-elettivo), infatti soltanto nel primo i candidati svolgono una campagna elettorale, rilasciano promesse e in media ne mantengono circa i due terzi, mentre nel secondo tipo di sistema non avviene nulla di tutto ciò. Questo può avere importanti riflessi sul grado di onestà dei governanti e in generale sul loro comportamento in carica, senza contare gli ulteriori effetti di selezione che possono essere presenti in un sistema di tipo elettorale, anche in ragione del fatto che il gioco viene ripetuto in maniera consecutiva e regolare, per cui gli elettori hanno modo di punire i governanti che si sono dimostrati disonesti e incompetenti.

II.1 Elezioni e selezione casuale, due sistemi a confronto

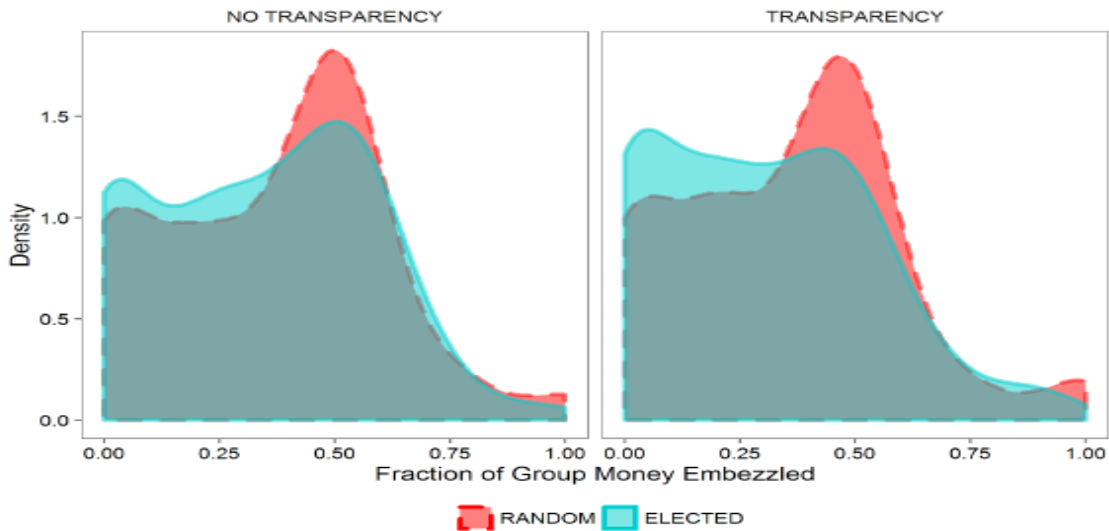
Come già accennato nell'introduzione, è molto frequente in letteratura l'impiego della selezione casuale dei governanti come benchmark con cui confrontare le performance dei sistemi elettorali in termini di alcune caratteristiche come, ad esempio, il grado di avversione alla corruzione e la competenza tecnica dei governanti. I principali argomenti a favore dell'elezione democratica riguardano la responsabilità politica (Ferraz e Finan, 2011), cioè la possibilità da parte dei cittadini di premiare o punire i governanti alle elezioni successive; il ruolo delle elezioni come dispositivi di selezione dei candidati migliori (Lierl, 2014), tali per cui le caratteristiche dei governanti potrebbero differire, in senso positivo, da quelle della popolazione generale; e infine la presenza di una pressione competitiva che porta a rilasciare promesse elettorali la cui influenza sul comportamento in carica può anche essere molto rilevante (Corazzini et al, 2014). Viceversa il sorteggio casuale è un sistema perfettamente egualitario, poiché ogni soggetto ha esattamente la stessa probabilità di essere estratto, tuttavia non è per nulla partecipativo e competitivo, per cui sono totalmente assenti effetti di selezione, di responsabilità e di competizione elettorale, ma in presenza di campioni sufficientemente ampi, è in grado di assicurare che i soggetti scelti rispecchino perfettamente, almeno in media, le caratteristiche della popolazione da cui sono stati estratti.

Uno studio sperimentale interessante che confronta i due sistemi e analizza in maniera approfondita gli effetti di selezione è stato condotto da Malte Lierl (2017) con la partecipazione di oltre 2300 soggetti appartenenti a 118 comunità rurali del Burkina Faso. Si tratta di un campione ampio, ma particolarmente sfidante per un sistema elettorale: nelle aree rurali del paese i tassi di alfabetizzazione sono estremamente bassi, con quasi l'84% della popolazione che non ha mai frequentato alcuna scuola. In questo contesto le principali fonti di informazioni politiche sono il passaparola e la radio, per cui non è affatto scontato che vi siano i presupposti affinché i cittadini siano in grado di valutare le politiche pubbliche e scegliere i candidati migliori. Lo studio è stato condotto in condizioni controllate sottoponendo i soggetti a una specie di gioco del dittatore con vari trattamenti in cui viene variato il sistema di nomina del dittatore, casuale o elettivo, e il grado di trasparenza delle informazioni sull'ammontare del budget a disposizione.

I risultati ottenuti suggeriscono che le elezioni hanno un effetto rilevante per quanto riguarda la riduzione dei comportamenti opportunistici, tuttavia la differenza è statisticamente significativa solo nella condizione di trasparenza ($p\text{-value} = 0.032$ *unweighted*, 0.005 *weighted*).

La rappresentazione grafica in fig. 5 consente di identificare chiaramente le differenze nella distribuzione delle scelte da parte dei soggetti eletti e selezionati casualmente.

Fig. 5 – Distribuzione delle decisioni di appropriazione indebita



Fonte: Lierl M., “Elections and embezzlement: experimental evidence from Bukina Faso”.

In aggiunta a questo, lo studio prevedeva anche che tutti i soggetti, prima dell’elezione, decidessero come distribuire tra sé e il gruppo un certo ammontare di denaro (*baseline decisions*). In questa fase i soggetti non avevano ancora avuto modo di dialogare e non erano ancora state tenute le elezioni, quindi sicuramente le decisioni sono attribuibili solamente al senso dell’onestà e dell’equità di ciascun soggetto. I risultati mostrano che gli eletti si sono comportanti in maniera mediamente più altruistica rispetto ai soggetti nominati casualmente (Mann-Whitney U test $p = 0.026$), a conferma della presenza e dell’importanza degli effetti di selezione, tali per cui le i governanti eletti sono mediamente più onesti della popolazione.

Fig. 6 – Percentuale di voti e frazione appropriata indebitamente

	<i>DV: Vote Share (First Round)</i>			
	population-weighted		unweighted	
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>OLS coefficients</i>				
Fraction embezzled (baseline)	-0.046 (0.028)	-0.051* (0.028)	-0.041 (0.025)	-0.047* (0.025)
Distance from optimal ballot position ⁶		-0.031*** (0.011)		-0.041*** (0.0093)
Constant	0.42*** (0.012)	0.47*** (0.020)	0.42*** (0.011)	0.48*** (0.018)
Groups	236	236	236	236
Observations	1180	1180	1180	1180

Standard errors in parentheses, adjusted for clustering by group. * $p < 0.1$ ** $p < 0.05$ *** $p < 0.01$ (two-sided)

Fonte: Lierl M., “Elections and embezzlement: experimental evidence from Bukina Faso”.

II.2 La competizione elettorale come fonte di promesse

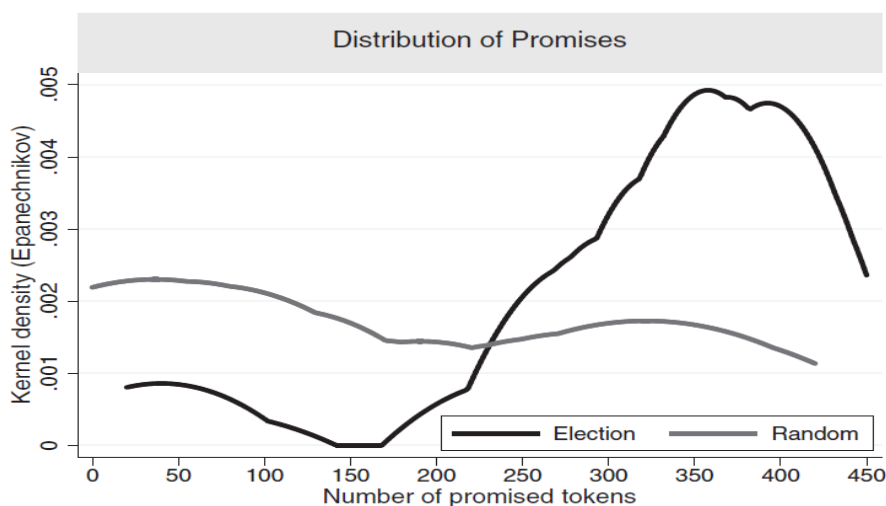
Una delle ragioni per cui un sistema elettorale è potenzialmente migliore della selezione casuale è legato alla competitività delle elezioni: per vincere il favore dei cittadini i candidati e i partiti organizzano campagne elettorali e, solitamente, queste sono basate su un programma elettorale che sostanzialmente non è altro che un elenco di promesse nei confronti dei cittadini in merito a quali politiche saranno implementate e quali risultati saranno raggiunti. Generalmente, siccome questi impegni non sono vincolanti, le promesse elettorali vengono considerate di scarso valore sia da parte dei cittadini che di molti studiosi. Se da un lato questo può essere vero per i temi più complessi in cui il risultato dipende dall'interazione di più variabili che esulano dal controllo del policy maker e quindi rendono molto difficile valutare l'impegno dello stesso, non è così scontato che sia vero anche per le promesse riguardanti obiettivi di più semplice valutazione. Per quanto riguarda i fattori che influenzano il numero di promesse rilasciate, da intendersi sia in termini qualitativi che quantitativi, sicuramente il grado di competizione elettorale gioca un ruolo di primo piano. Infatti, è verosimile che in situazioni in cui la pressione competitiva è meno forte, i candidati saranno disposti ad offrire un minor numero di promesse elettorali ed è più probabile che il contenuto di queste sarà più debole, limitandosi magari al raggiungimento di obiettivi abbastanza generici e/o di facile conseguimento.

Uno studio sperimentale che ha analizzato alcuni aspetti importanti della questione è stato condotto da L. Corazzini, S. Kube, M. A. Maréchal ed A. Nicolò ed è stato pubblicato sull'*American Journal of Political Science* nel 2014. L'esperimento ha visto la partecipazione di 210 soggetti divisi in tre trattamenti: elezioni con campagna elettorale, elezioni senza campagna elettorale e selezione casuale (sempre con campagna elettorale). Lo studio è stato condotto in condizioni controllate, per evitare la presenza di effetti reputazionali, riproducendo delle elezioni con soggetti destinati casualmente al ruolo di candidati (2 per gruppo) o al ruolo di elettori (5 per gruppo). In tutti i casi i soggetti candidati, prima di sapere se erano stati eletti, hanno dovuto decidere quanto denaro distribuire agli elettori avendo a disposizione un budget di circa 16€ (450 tokens), condizionando la scelta al fatto di essere stati eletti con il 60%, 80% o 100% dei voti. La decisione di anticipare la scelta rispetto alla comunicazione dei risultati delle elezioni è stata guidata dalla volontà di evitare possibili effetti di selezione, che non erano oggetto di interesse e avrebbero potuto distorcere i risultati.

I risultati evidenziano innanzitutto una forte diminuzione delle promesse mediamente rilasciate passando dal trattamento "elezioni" a quello "selezione casuale". La differenza è statisticamente

molto significativa (Wilcoxon rank-sum test $p = 0,001$). La distribuzione di densità delle promesse nel trattamento “elezioni” presenta una moda molto marcata nei pressi della scelta che trasferisce il budget in maniera perfettamente egualitaria tra tutti i soggetti, mentre nel trattamento “selezione casuale” la distribuzione di densità è quasi uniforme, con una leggera concentrazione verso i comportamenti opportunistici.

Fig. 6 – Distribuzione delle promesse elettorali



Fonte: Corazzini et al., “Elections and deceptions: an experimental study on the behavioral effects of democracy”

Per quanto riguarda il grado di soddisfazione delle promesse non si rilevano differenze significative tra i due trattamenti (63% elezioni, 60% random), segno che le elezioni non aumentano l’avversione a mentire, ma che piuttosto operano tramite altri canali, quali la competizione elettorale e la selezione dei candidati migliori. Ciononostante, si rileva che in media i trasferimenti effettivi nel trattamento elettivo sono molto più generosi rispetto alla selezione casuale. La differenza è statisticamente molto significativa ed è verosimilmente dovuta alle maggiori promesse elettorali rilasciate nel corso della campagna elettorale competitiva, in quanto al contrario non si osservano differenze rilevanti tra i trasferimenti nel trattamento “selezione casuale” e in quello “elezioni senza campagna elettorale”.

Per corroborare questa tesi gli autori hanno anche stimato un modello di regressione lineare in cui il trasferimento effettivo, variabile dipendente, è spiegato dalle promesse elettorali e da variabili dummy che identificano il trattamento casuale ed elettivo senza campagna (fig. 7). I risultati in colonna (3) confermano che l’elezione dei governanti tramite elezioni competitive ha un effetto positivo sui comportamenti altruistici e negativo sui quelli opportunistici. Infatti,

si rileva dall'analisi che, in media, i candidati hanno distribuito 41 tokens nel trattamento elettivo senza campagna, 75 tokens in quello casuale e 197 tokens in quello elettivo con campagna elettorale. La differenza tra questi ultimi due trattamenti è molto significativa ($p < 0,01$), mentre quella tra i primi due non è significativamente diversa da zero. La colonna (2), invece, conferma l'ipotesi secondo cui le promesse elettorali rivestono un ruolo molto importante nel determinare le scelte di quanto trasferire all'elettorato. In particolare, si rileva che in media un aumento del trasferimento promesso pari ad 1 token determina un aumento del trasferimento effettivo di 0,40 token e che l'effetto è statisticamente molto significativo ($p < 0,01$).

Fig. 7 – Regressione OLS del trasferimento effettivo

	(1)	(2)	(3)
Election	121.217*** (39.392)	57.169 (49.205)	121.217*** (39.392)
Promise		0.401*** (0.139)	
NoCampaign			-34.750 (29.696)
Constant	75.500*** (26.005)	9.448 (14.178)	75.500*** (26.005)
Wald test:			
Election=NoCampaign			0.000
R ²	0.199	0.351	0.287
Obs.	40	40	60
Sample	Election & Random	Election & Random	Full

Fonte: Corazzini et al., "Elections and deceptions: an experimental study on the behavioral effects of democracy"

Un altro aspetto interessante riguarda l'influenza delle promesse elettorale sulle aspettative degli elettori e, di conseguenza, sulla scelta di quale candidato votare nell'ottica di massimizzare il proprio payoff. Il primo modello di regressione lineare presentato in fig. 8 stima l'effetto del trasferimento promesso nella campagna elettorale sull'aspettativa del trasferimento effettivo. I valori dei parametri sono molto significativi ($p < 0,01$) e suggeriscono la presenza di una relazione non lineare, segno che gli elettori anticipano il fatto che quando le promesse superano una certa soglia, mantenerle diventa molto costoso per il candidato che, quindi, perde credibilità. Similarmente il secondo modello (fig. 8-b) stima l'effetto della differenza tra la promessa del candidato A e quella del candidato B sulla probabilità che l'elettore i voti il

candidato A. Anche in questo caso i parametri in colonna (2) hanno valori statisticamente molto significativi ed evidenziano una relazione non lineare.

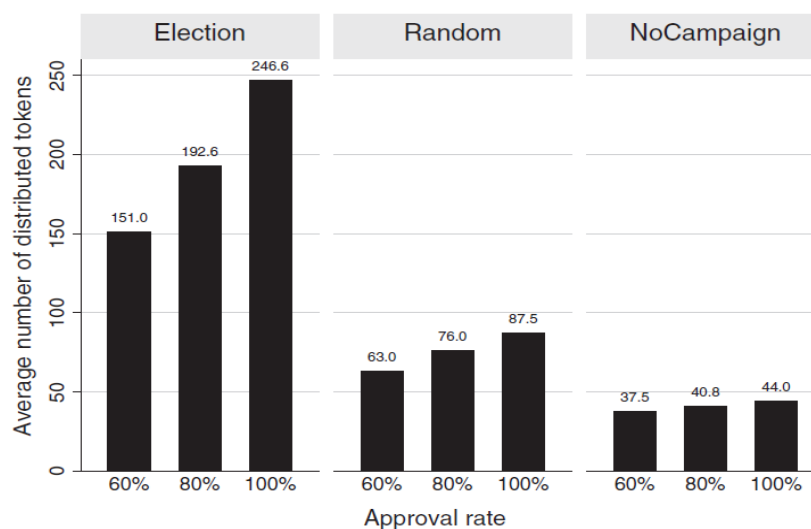
Fig. 8 – Regressione OLS delle aspettative (a) e del comportamento di voto (b)

	(1)	(2)		(1)	(2)
Promise	0.426*** (0.101)	1.174*** (0.127)	$\Delta_{A,B} \text{Promise}$	0.146 (0.116)	0.321*** (0.088)
(Promise) ²		-0.002*** (0.000)	$(\Delta_{A,B} \text{Promise})^2$		-0.194*** (0.057)
Constant	89.125** (31.477)	30.004*** (6.258)	Constant	0.579*** (0.096)	0.684*** (0.082)
R ²	0.112	0.138	R ²	0.065	0.180
Obs.	100	100	Obs.	50	50
Sample	Election	Election	Sample	Election	Election

Fonte: Corazzini et al., “Elections and deceptions: an experimental study on the behavioral effects of democracy”

Siccome il tasso di gradimento del candidato è un segnale del grado di fiducia nello stesso, in accordo con la *expectations-based theory*, è possibile che i costi psicologici derivanti dal fatto di deludere le aspettative dei propri elettori siano proporzionali al tasso di gradimento. Questa ipotesi risulta verificata per il trattamento elettivo standard, tuttavia, come si vede chiaramente in fig. 9, non è altrettanto vero per gli altri due trattamenti in quanto il tasso di gradimento non contiene alcuna informazione rilevante.

Fig. 9 – Tasso di approvazione e trasferimenti effettivi



Fonte: Corazzini et al., “Elections and deceptions: an experimental study on the behavioral effects of democracy”

Anche l'analisi tramite modello di regressione (fig. 10) conferma che il tasso di gradimento ha un effetto positivo, di entità rilevante e statisticamente molto significativo ($p < 0,01$) nel trattamento elettivo con campagna elettorale.

Fig. 10 – Regressione OLS del trasferimento effettivo sul tasso di gradimento

	(1)	(2)
Approval (in %)	1.983*** (0.490)	1.993*** (0.489)
Promise	0.442** (0.192)	0.464** (0.202)
Experience		-11.617 (12.550)
Constant	-119.662 (83.814)	-121.935 (83.455)
R ²	0.063	0.066
Obs.	132	132
Sample	Election (direct)	Election (direct)

Fonte: Corazzini et al., "Elections and deceptions: an experimental study on the behavioral effects of democracy"

CAPITOLO III:

Esperimento sulle promesse elettorali in India

Se da un lato è stato ampiamente dimostrato il valore delle promesse, elettorali e non, in un ambiente perfettamente deterministico in cui è possibile inferire il comportamento dall'osservazione del risultato finale, questo non significa che le stesse conclusioni siano automaticamente estendibili al mondo della politica reale. Infatti, non sono certamente infrequenti i casi in cui il risultato finale dipende non solo dall'impegno del soggetto, ma da una moltitudine di variabili che interagiscono tra di loro nascondendo il contributo dell'impegno agli occhi di un osservatore esterno. In una situazione come quella appena descritta si vengono a formare i presupposti di una vera e propria situazione di asimmetria informativa di tipo *moral hazard*, in cui l'agente è il soggetto che rilascia la promessa e il principale è il soggetto che la riceve.

Rimanendo nell'ambito delle elezioni, una situazione di questo genere si può creare facilmente quando i cittadini sono chiamati a valutare l'impegno dei politici nel mantenere le promesse elettorali che riguardano obiettivi di carattere generale il cui conseguimento dipende da una serie di variabili che esulano dalle capacità di controllo del policy maker. Variabili che, quindi, contribuiscono a nascondere l'impegno, le competenze e i meriti del governante, caratteristiche che non possono essere osservate direttamente dai cittadini e che, in presenza di asimmetrie informative, non possono nemmeno essere dedotti con certezza dall'osservazione del risultato finale. In questo contesto il politico disonesto potrebbe sfruttare questo velo di ignoranza per nascondere il proprio comportamento opportunistico dietro gli eventi casuali senza subire particolari perdite in termini di reputazione e gradimento elettorale. Infatti, i cittadini non essendo in grado di distinguere i vari eventi non potranno punire efficacemente i politici scorretti alle elezioni successive, riducendo fortemente il potenziale positivo delle elezioni democratiche.

Un valido esempio riguardo al modo in cui è possibile modellare e testare empiricamente questo genere di implicazioni viene fornito da Andreoni e Bernheim (2009), anche se riferito all'ambito leggermente diverso dei giochi del dittatore. In particolare, è possibile sfruttare l'elemento di incertezza fornito dalla probabilità di intervento della natura che, essendo fuori dal controllo del governante, fornisce la possibilità di nascondere un risultato negativo dietro l'intervento della stessa, rendendo di fatto non osservabili i comportamenti opportunistici.

III.1 Descrizione dell'esperimento

L'esperimento è stato progettato con l'intento di riprodurre in un ambiente controllato delle elezioni su piccola scala allo scopo di studiare le scelte distributive al variare di alcune condizioni. All'inizio del gioco due soggetti sono selezionati casualmente come candidati e tre soggetti come elettori. I due gruppi, aventi interessi contrapposti, sono stati scelti in modo tale da assicurare che appartengano sempre a villaggi diversi per evitare ogni possibile influenza derivante dalla conoscenza reciproca tra i soggetti o dal fatto che i candidati potrebbero sfruttare il gioco per ottenere consenso alle successive elezioni locali. I soggetti appartenenti ai due distinti gruppi si possono vedere, ma gli elettori non hanno modo di determinare fattori come la casta, la religione, gli anni di istruzione o la carriera politica passata dei candidati. Successivamente si svolge una fase di campagna elettorale in cui i due candidati hanno la possibilità di rilasciare promesse non vincolanti riguardo a quanto denaro hanno intenzione di tenere per sé e quanto distribuire agli elettori su un budget di 2000 rupie (circa 25€), una somma che è molto significativa se rapportata al reddito pro-capite del paese. Contemporaneamente, prima di conoscere i risultati elettorali, i candidati devono anche decidere quanto denaro hanno effettivamente intenzione di distribuire nell'ipotesi che risultino eletti, in questo modo è possibile osservare le scelte sia dei perdenti che dei vincitori, evitando anche possibili preoccupazioni concernenti il fatto che gli elettori potrebbero selezionare i candidati più benevolenti. Sia per quanto riguarda le promesse che le decisioni effettive, i candidati non possono tenere per sé più di 1700 rupie, per cui è sempre assicurata una ricompensa pari ad almeno 100 rupie per ogni elettore. In seguito i tre soggetti che compongono l'elettorato procedono ad eleggere uno tra i due candidati tramite semplice maggioranza, per cui risulta vincitore colui che ottiene almeno due voti su tre. Successivamente viene applicata la distribuzione precedentemente scelta dal candidato che è stato eletto ed i soggetti elettori osservano la propria ricompensa.

Il design sperimentale prevede lo svolgimento di più trattamenti, ciascuno dei quali differisce dall'esperimento di base per un singolo elemento, allo scopo di poterne studiarne gli effetti a parità di altre condizioni. In particolare per quanto riguarda il presente lavoro sono stati oggetto di studio il trattamento numero 6, che consiste in quanto descritto sopra, e il trattamento numero 5, che si differenzia perché vi è una probabilità pari a 0,75 che vi sia un intervento della "natura" (intesa come sostituto in ambiente controllato delle ragioni di forza maggiore che si possono verificare nella vita reale) tale per cui la decisione presa dal candidato non sia attuabile e al suo posto viene applicata in maniera coattiva la distribuzione di 300 rupie all'elettorato, lasciando

le rimanenti 1700 rupie al soggetto eletto. Tuttavia, siccome l'elettorato osserva solamente il proprio saldo finale, i soggetti che vi appartengono non hanno alcuna possibilità di sapere se il risultato dipende dall'intervento della natura o dalla scelta individualistica del vincitore che, in tal caso, potrebbe anche avere violato le promesse rilasciate durante la campagna elettorale. In questo modo i candidati hanno la possibilità di nascondere il proprio comportamento opportunistico dietro all'intervento della natura, evitando di incorrere in preoccupazioni di carattere reputazionale poiché gli elettori non hanno più la possibilità di inferire in maniera deterministica le decisioni dei candidati dalla semplice osservazione del proprio saldo finale, poiché c'è una probabilità molto elevata (75%) che questo sia dovuto all'intervento della "natura". Dall'analisi delle differenze tra i due trattamenti è possibile determinare se il grado di soddisfacimento delle promesse elettorali e di benevolenza in generale dipende da ragioni di carattere reputazionale o da altri fattori come l'altruismo o la volontà di rispettare la parola data. In particolare, in base anche alla letteratura esistente in materia, possiamo aspettarci di osservare i seguenti risultati:

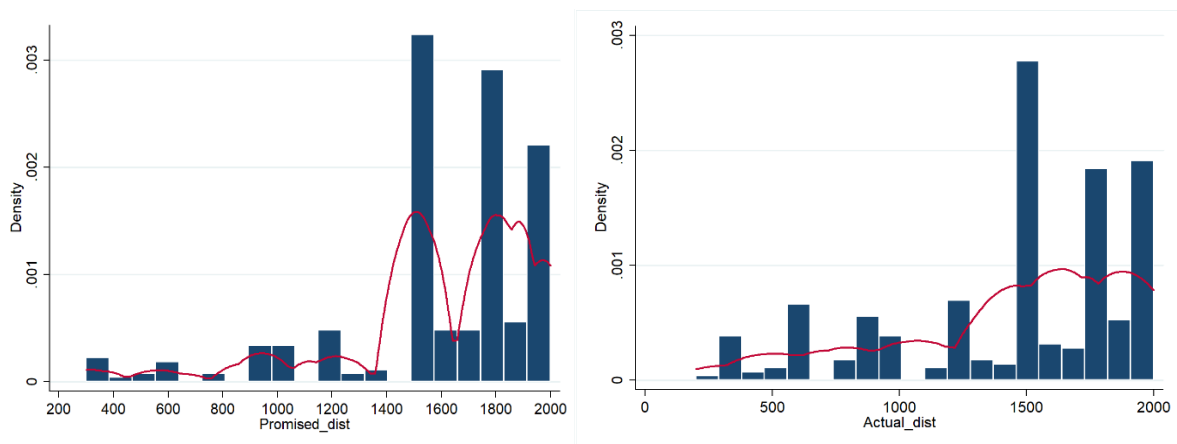
1. I trasferimenti promessi dovrebbero mediamente rimanere stabili tra i due trattamenti, tuttavia, se la minore visibilità riduce il costo di mentire al proprio elettorato, i candidati potrebbero lanciarsi in promesse più estreme senza avere intenzione di rispettarle;
2. I trasferimenti effettivi dovrebbero essere mediamente più bassi nel trattamento a minore visibilità a causa dei minori costi di natura reputazionale;
3. Complessivamente, l'insieme dei due fenomeni dovrebbe ridurre il grado di realizzazione delle promesse che, quindi, dovrebbe essere minore nel trattamento a bassa visibilità rispetto alla situazione di base;

La fase sperimentale è tuttora in corso e al momento per i trattamenti di interesse sono state raccolte osservazioni relative a 60 elezioni, per un totale di 120 soggetti candidati (due per ogni elezione) e 180 soggetti elettori (tre per ogni elezioni). Di queste elezioni 40 sono state svolte sotto le condizioni del trattamento 5 e 20 sotto il trattamento 6. In 10 elezioni relative al trattamento 5 si è svolto un solo round di gioco, mentre in tutte le altre (sia del trattamento 5 che 6) i soggetti hanno eseguito in maniera consecutiva tre round di gioco, al fine di incrementare il numero di osservazioni. In caso di round multipli alla fine della sessione solamente uno di questi è estratto casualmente per il pagamento. In totale sono disponibili 320 osservazioni relative ai trasferimenti promessi ed effettivi dei candidati, di queste 200 sono relative al trattamento 5 (bassa visibilità) e 120 al trattamento 6 (alta visibilità). Tuttavia le decisioni di ogni candidato costituiscono una sola osservazione indipendente, per cui i test non parametrici sono basati sul valore medio osservato nei tre round di gioco.

III.2 Analisi dei dati e risultati

Considerando tutte le 320 osservazioni disponibili è possibile rilevare una forte eterogeneità di comportamento tra i candidati per quanto riguarda la fase di campagna elettorale: mentre alcuni hanno promesso di distribuire tutto il budget (2000 rupie), altri hanno promesso di distribuire il minimo possibile, cioè 300 rupie, con una media pari a 1600 rupie. La moda è costituita dalla distribuzione egualitaria in cui ogni soggetto, incluso il candidato, riceve come ricompensa 500 rupie, seguita dalla promessa di distribuire 1800 rupie (600 per ogni elettore e 200 per il candidato) e infine da quella di distribuire l'intero budget agli elettori. Similmente anche per la scelta riguardante la distribuzione effettiva del denaro a disposizione si osserva che molti candidati, eletti o meno, hanno rispettato la parola data. Infatti anche per questa variabile la moda è di distribuire 1500 rupie, seguita da 1800 e 2000 rupie. Tuttavia l'importo mediamente distribuito è leggermente più basso (1460 rupie) segno che ci sono anche diversi candidati che non hanno rispettato la propria parola, infatti, si osserva che più del 20% dei candidati ha scelto di distribuire meno di 1000 rupie, mentre solo il 10% lo aveva promesso ai propri elettori. Come si può facilmente notare dalla fig. 11 la distribuzione sia delle promesse che delle decisioni effettive è decisamente asimmetrica, essendo molto più frequenti le scelte di carattere altruistico rispetto a quelle opportunistiche.

Fig. 11 – Distribuzione delle promesse elettorali (a) e dei trasferimenti effettivi (b)

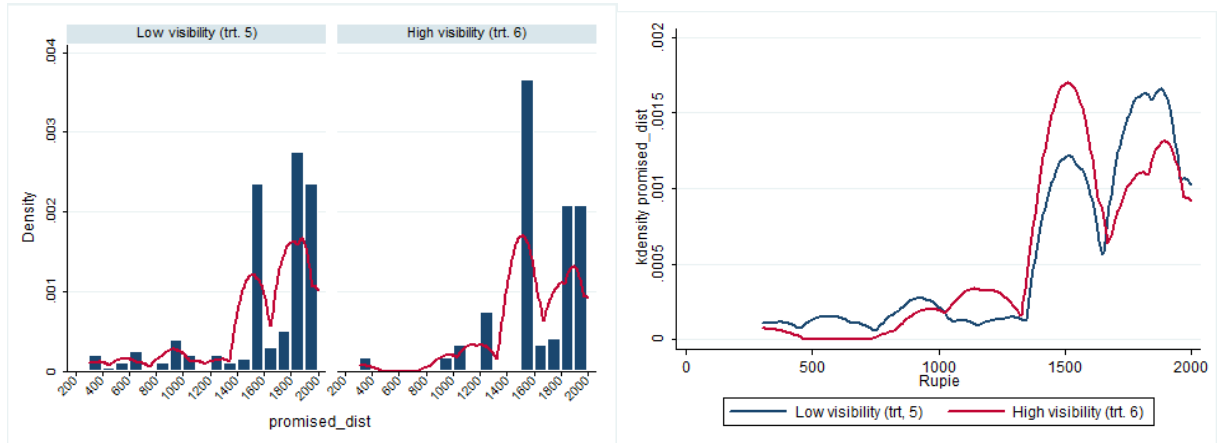


Note: 320 osservazioni; tutti i trattamenti; kernel di densità (Epanechnikov).

Analizzando separatamente i due trattamenti è possibile comprendere quali sono gli effetti delle preoccupazioni reputazionali sul livello delle promesse rilasciate, sul livello dei trasferimenti effettivi e, infine, sul grado di realizzazione delle promesse. La fig. 12 evidenzia le differenze nella distribuzione delle promesse nei due trattamenti: è immediato notare che mentre nel trattamento 5 sono molto frequenti le promesse estremamente altruistiche (1800-2000 rupie),

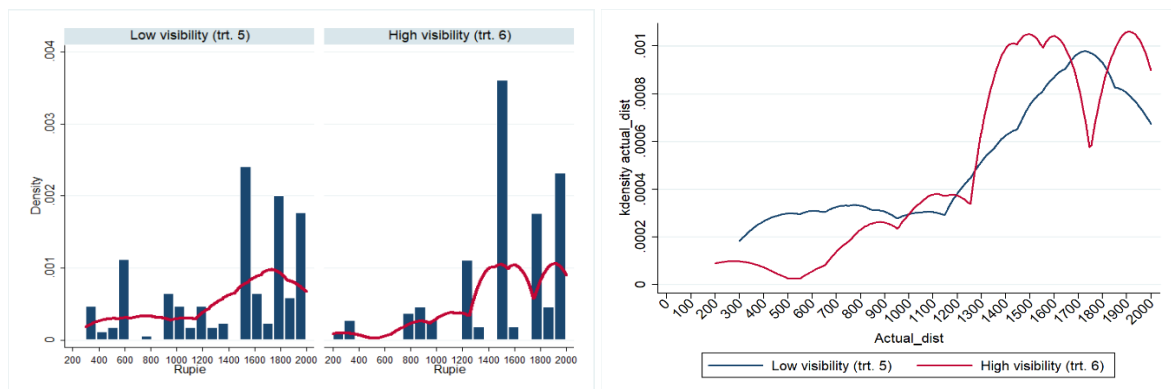
al punto da costituire la moda della distribuzione, al contrario nel trattamento 6 sono molto più frequenti le promesse perfettamente egualitarie (1500 rupie). Viceversa non si osservano differenze significative tra i due trattamenti nel tratto di distribuzione che va da 300 a circa 1300 rupie e che, comunque, costituiscono una netta minoranza del totale in quanto scarsamente compatibili con l'obiettivo di vincere il voto dell'elettorato.

Fig. 12 - Differenza nei trasferimenti promessi tra i due trattamenti



Per quanto riguarda la distribuzione dei trasferimenti effettivi tra i due trattamenti si nota immediatamente dall'analisi grafica presentata in fig. 13 che al di sotto delle 1000 rupie si presenta un addensamento maggiore per il trattamento numero 5 (bassa visibilità), mentre oltre le 1000 rupie si osserva una maggiore densità per il trattamento numero 6, interrotta solamente nel segmento 1600-1800 rupie, mentre i due trattamenti hanno sostanzialmente uguale densità nel segmento 900-1300 rupie. Questo può significare che gli eletti tendono a sfruttare la possibilità di intervento della natura per violare le promesse elettorali e tenere di più per sé.

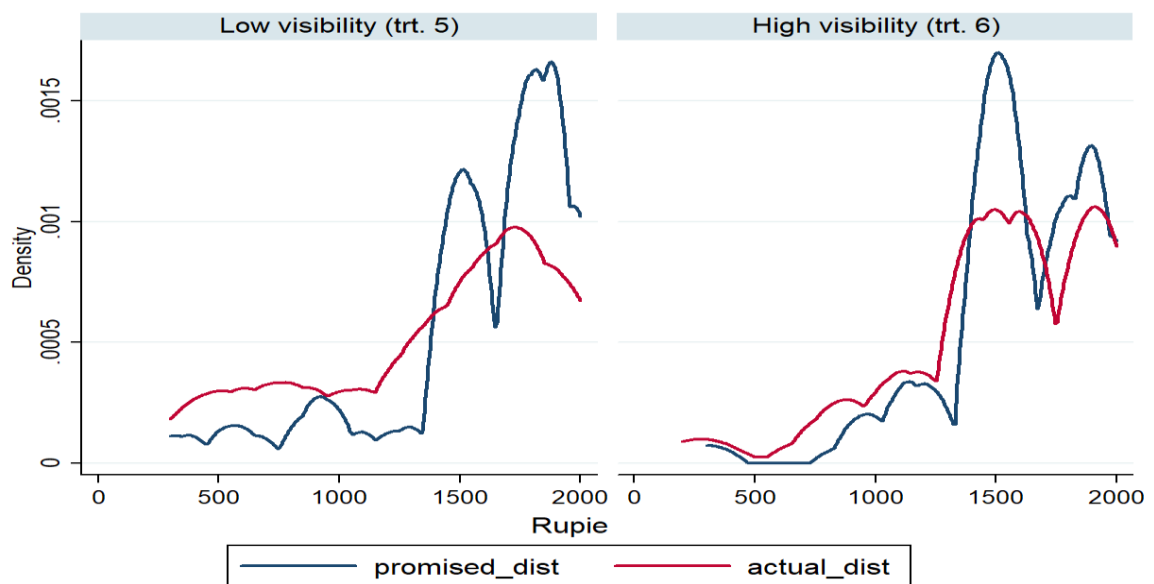
Fig. 13 – Differenza nei trasferimenti effettivi tra i due trattamenti



Note: trattamento 5 (200 osservazioni) e trattamento 6 (120 osservazioni); kernel di densità (Epanechnikov).

Se si combina assieme l'effetto delle differenze nella distribuzione delle promesse e dei trasferimenti effettivi, cioè se si considera il **tasso di realizzazione delle promesse**, inteso come rapporto tra il trasferimento effettivo e quello promesso, si osservano differenze decisamente più rilevanti tra i due trattamenti. In particolare dalla fig. 14 si nota chiaramente che nel trattamento 6 (alta visibilità) la curva di densità dei trasferimenti effettivi (rosso) segue in maniera molto più marcata la curva dei trasferimenti promessi (blu) rispetto al trattamento 5 (bassa visibilità). Infatti, in quest'ultimo trattamento sono particolarmente frequenti le promesse di importo molto elevato (1800-2000 rupie) che non vengono poi realizzate, sfruttando la possibilità di nascondersi dietro all'intervento della natura, mentre invece in presenza di un maggior grado di visibilità dei comportamenti i candidati tendono a rilasciare promesse più contenute e a rispettarle con maggiore frequenza.

Fig. 14 – Distribuzione dei trasferimenti promessi ed effettivi nei due trattamenti



Analizzando le differenze nel comportamento dei candidati tra i due trattamenti in maniera statisticamente più rigorosa è possibile rilevare che da un lato le promesse rimangono sostanzialmente invariate, passando da una media di 1596 rupie nel trattamento 5 a una media di 1610 rupie nel trattamento 6. La differenza è statisticamente non significativa (Wilcoxon rank-sum test p-value 0,57). Viceversa, per quanto riguarda la scelta di quanto distribuire effettivamente si osserva un'importante differenza: il trasferimento medio passa da 1415 rupie nel trattamento 5 a 1533 rupie nel trattamento 6, con una differenza di 118 rupie che, tuttavia, non è comunque significativa (Wilcoxon rank-sum test p-value 0,1205).

Tuttavia se si considera il grado di soddisfazione delle promesse, sia in termini assoluti (differenza) che relativa (rapporto), le differenze tra i due trattamenti diventano molto più sostanziali e significative, confermando i risultati dell'analisi grafica. In particolare si rileva uno scostamento medio tra trasferimento promesso ed effettivo pari a circa -180 rupie per il trattamento 5 e circa -76 rupie per il trattamento 6. Similmente per quanto riguarda il tasso medio di realizzazione delle promesse, questo è pari al 91% per il trattamento a bassa visibilità, contro una media del 100% per il trattamento ad elevata visibilità. In entrambi i casi la differenza è statisticamente significativa al livello del 5% (Wilcoxon rank-sum test p-value 0,0336 e 0,0432).

Tab. 3 – Promesse elettorali, trasferimenti effettivi, differenza e tasso di realizzazione delle promesse (valori medi)

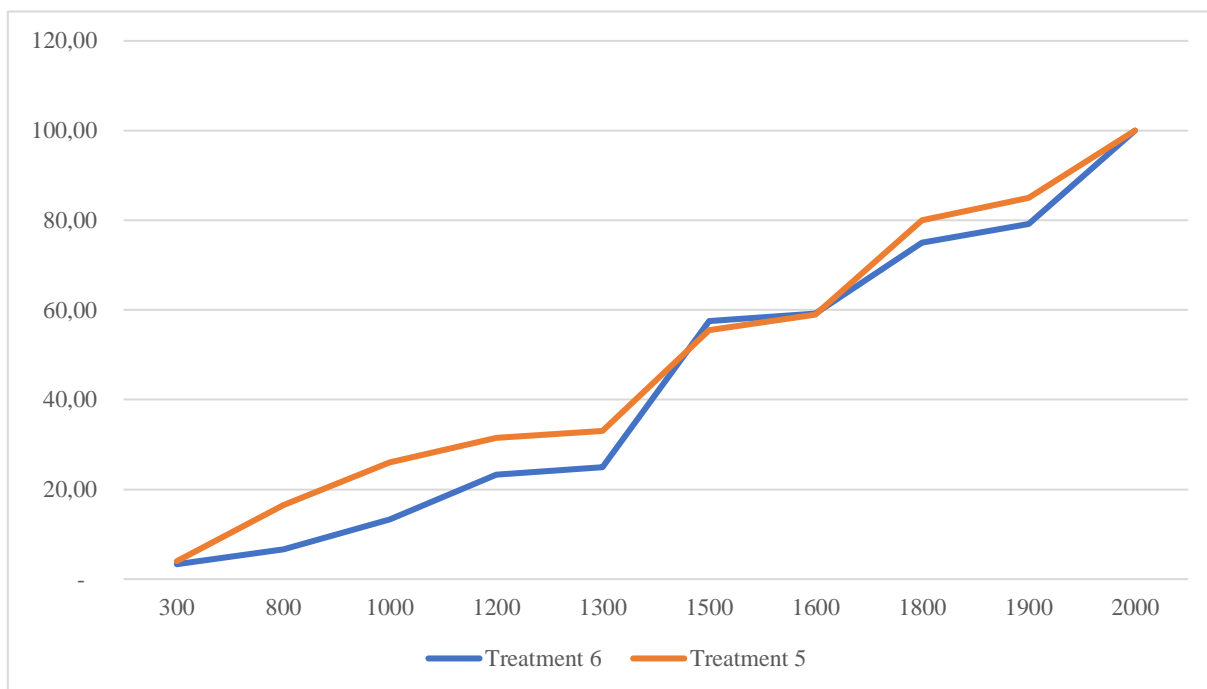
	Trasferimento promesso	Trasferimento effettivo	Differenza (effett. - prom.)	Tasso di realizzazione
Bassa visibilità (trt. 5)	1595,91	1415,24	-180,675	90,77%
Alta visibilità (trt. 6)	1609,88	1533,29	-76,58333	100,50%
Differenza (trt. 5 – trt. 6)	-13,97	-118,06	-104,0917**	-9,73%**
z (Wilcoxon rank-sum test)	0,126	-1,553	-2,125	-2,021
p-value	0,8997	0,1205	0,0336	0,0432

Note: Livelli di significatività: *p < 0.10, **p < 0.05, ***p < 0.01

Seguendo la stessa metodologia di analisi utilizzata da Andreoni e Douglas Bernheim (2009), è possibile valutare quanti soggetti appartenenti al trattamento a bassa visibilità (5) hanno imitato la distribuzione della natura, approfittando effettivamente della possibilità di nascondere il proprio comportamento dietro all'intervento della stessa. In particolare, in questo esperimento, la natura quando interviene distribuisce 300 rupie all'elettorato (100 per elettore) e lascia 1700 rupie al policy maker. I risultati, tuttavia, suggeriscono la presenza di una differenza poco significativa tra i due trattamenti per quanto riguarda il numero di soggetti che ha scelto di distribuire 300 rupie all'elettorato, infatti, si tratta solamente del 3,33% dei candidati nel trattamento numero 6 (alta visibilità) e del 4% nel trattamento 5 (bassa visibilità). Questo risultato non si collega bene con quanto osservato precedentemente riguardo alla variazione significativa nel grado di rispetto delle promesse tra i due trattamenti, in quanto la differenza di visibilità tra i due trattamenti è presente se e solo se i soggetti scelgono la distribuzione che imita la natura e, quindi, è possibile concludere che la differenza di visibilità tra i due trattamenti è stata meno significativa di quanto sperato. Le possibili cause del problema sono attualmente oggetto di analisi, ma probabilmente sono ricollegabili ad errori di trascrizione

dei risultati (l'esperimento è stato svolto in lingue locali diverse dall'inglese) o ad una incompleta comprensione dell'esperimento da parte dei soggetti che vi hanno partecipato.

Fig. 15 – Distribuzione cumulata dei trasferimenti effettivi



Per confermare la validità di quanto osservato è possibile anche stimare un modello di regressione lineare con cui studiare quanto i vari fattori, tra cui le promesse, contribuiscono mediamente a determinare i trasferimenti effettivi. In particolare il modello può essere formulato come segue:

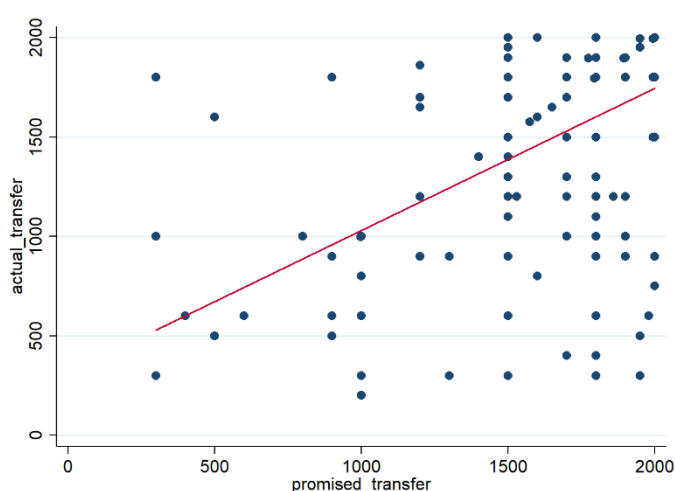
$$TE_i = \alpha_0 + \alpha_1 TP_i + \alpha_2 TRT_i + \alpha_3 TRT_i * TP_i + \epsilon_i$$

Dove TE_i è il trasferimento effettivo scelto dal candidato i , TP_i è il trasferimento promesso, TRT è una variabile dicotomica che vale 1 per il trattamento 5 (ridotta visibilità) e 0 per il trattamento 6 (elevata visibilità). Infine, ho stimato l'effetto dell'interazione tra promesse e trattamento ($TRT * TP$) ed di altre variabili relative alle caratteristiche individuali (sesso, religione, età, ...), tuttavia nessuna di queste ultime è risultata statisticamente significativa. Dall'analisi dei risultati in colonna (1) si rileva che in media le promesse elettorali hanno un effetto rilevante (0,71) e statisticamente molto significativo (p-value < 0,001). Questo significa che, in media, ad un aumento pari ad 1 dell'importo che si promette di distribuire corrisponde un aumento dell'ammontare effettivamente distribuito pari a 0,71. Questo risultato non sorprende in quanto sostanzialmente in linea con numerosi studi passati (Vanberg 2008, Ederer

e Stremitzer 2013) che hanno pure trovato elevati livelli di rispetto delle promesse. Anche la variabile *dummy* che identifica il trattamento ha un valore rilevante e significativo (p-value < 0,01), il cui segno negativo significa che, mediamente, i candidati distribuiscono più denaro nel trattamento 6 rispetto al 5. I risultati nella seconda colonna permettono di rilevare che l'efficacia delle promesse

è mediamente inferiore nel trattamento 5, con un contributo negativo derivante dall'interazione tra promesse e trattamento (-0,059), tuttavia non il parametro non risulta statisticamente significativo. Infine, l'ultimo modello in colonna (3) è una regressione panel di tipo *between* che, quindi, considera sia per le variabili dipendenti che indipendenti il valore mediamente osservato per ciascun soggetto nel corso dei tre round, ottenendo quindi un'unica osservazione per ognuno di essi. I risultati che si ottengono sono di valore particolarmente rilevante, con un effetto marginale pari a 0,919 per il trattamento 6 e 0,8396 per il trattamento 5, entrambi statisticamente molto significativi.

Fig. 16 – Trasferimenti promessi ed effettivi



Tab. 4 – Regressione lineare dei trasferimenti effettivi sulle promesse elettorali

Actual_transfer	(1) OLS	(2) OLS	(3) OLS - BE
Promised_transfer	0,7132187*** (0,08095)	0,7559375*** (0,094178)	0,9193066*** (0,0934745)
Treatment_interaction (1 = low info; 0 = high info)		-0.059026 (0,0392603)	-0.0797638** (0,0384897)
Treatment_dummy (1 = low info; 0 = high info)	-108,0966* (56,80941)		
Constant	385,0987**	308,0145***	56,13301
R ²	0,3306	0,3282	0,4539
N of observations	320	320	120

Note: La tabella mostra le stime OLS dei coefficienti, in colonna (1) e (2) per tutte le osservazioni con standard errors corretti per il clustering a livello di ciascun individuo in modo tale da considerare la correlazione lineare tra i round, in colonna (3) per la media tra le osservazioni relative allo stesso candidato. Gli standard errors sono riportati in parentesi e i livelli di significatività osservati sono classificati come segue: *p < 0.10, **p < 0.05, ***p < 0.01.

Un'ulteriore analisi che può essere interessante condurre riguarda il rapporto tra le promesse rilasciate agli elettori e i voti ricevuti da questi. Per investigare il fenomeno è possibile stimare un modello di probabilità lineare (LPM) del tipo:

$$VA_i = \beta_0 + \beta_1 \Delta_{A-B} + \beta_2 (\Delta_{A-B})^2 + \epsilon$$

Dove VA è una variabile dicotomica che vale 1 se l'elettore i ha votato per il candidato A, mentre vale 0 se ha votato per il candidato B, e Δ_{A-B} è la differenza tra quanto hanno promesso di distribuire i due candidati. Limitando l'analisi al solo trattamento 6 (elevata visibilità) le osservazioni disponibili per ogni candidato sono 180, in quanto relative alle decisioni di 60 elettori, ciascuno dei quali ha partecipato a tre round di gioco. I risultati suggeriscono che le promesse hanno un effetto molto significativo sulle decisioni di voto (p -value < 0.01) e che la relazione è sostanzialmente lineare. Le stime dei parametri, riportate per valori in centinaia di rupie, sono molto rilevanti anche da un punto di vista quantitativo se si considera che il budget è di 2000 rupie e che quindi, ad esempio, un delta nel trasferimento promesso pari a 100 rupie determina un aumento medio della probabilità di essere votato pari ad oltre il 4%. Viceversa risultano statisticamente non significativi i coefficienti di secondo grado, in contrasto con quanto rilevato da studi precedenti (Corazzini et al., 2014). Inoltre, come era lecito aspettarsi, il valore della costante pari a poco meno di 0,40 suggerisce che in caso di parità tra le promesse dei due candidati, votare uno o l'altro è quasi indifferente.

Tab. 5 – Regressione LPM del comportamento di voto

Voted_for_A	(1) OLS	(2) OLS - BE
(Δ_{A-B})	0,0416855*** (0,0016277)	0,0437341*** (0,012058)
$(\Delta_{A-B})^2$	0,0016277 (0,3835871)	0,0019982 (0,0019982)
Constant	0,383587***	0,3730308***
R ²	0,1564	0,1995
N of observation	180	60

Note: La tabella mostra le stime OLS dei coefficienti, in colonna (1) per tutte le osservazioni con standard errors corretti per il clustering a livello di ciascun individuo in modo tale da considerare la correlazione lineare tra i round, in colonna (2) per la media tra le osservazioni relative allo stesso elettore. Gli standard errors sono riportati in parentesi e i livelli di significatività osservati sono classificati come segue: * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$.

CONCLUSIONI

Sia dai risultati dell'esperimento che dagli altri contributi presenti in letteratura emerge in maniera piuttosto chiara che le promesse elettorali hanno un'elevata influenza sul successivo comportamento e che, in media, si osservano livelli molto elevati di realizzazione delle promesse. Questo, se si somma al fatto che la competizione elettorale spinge a rilasciare promesse più numerose e più sostanziose, agli effetti di selezione e di responsabilità politica, ha un impatto molto significativo sulle performance di un sistema elettorale rispetto alla selezione casuale dei policy makers. Inoltre, pur non essendo stati oggetto di studio nel presente elaborato, può essere rilevante anche la presenza di effetti di autoselezione tali per cui i soggetti che partecipano alle elezioni possono essere potenzialmente più motivati, altruisti e competenti rispetto a coloro che non vi partecipano.

Dai risultati dell'esperimento, sembra che le motivazioni reputazionali abbiano un ruolo significativo nella determinazione del grado di rispetto delle promesse elettorali, tuttavia, permangono dei punti di ombra su cui sarà necessario fare chiarezza. In particolare, mentre da un lato si osservano livelli medi di rispetto delle promesse più bassi nel trattamento con probabilità di intervento della "natura", dovuto all'effetto congiunto di aumento delle promesse rilasciate e riduzione dei trasferimenti effettivi, dall'altro si osserva che pochi soggetti cercano di imitarne la distribuzione e quindi, in realtà, la differenza di trasparenza tra i due trattamenti è meno significativa di quanto sperato. Tuttavia, se questo risultato è dovuto a un'incomprensione da parte dei soggetti che, ad esempio, non avevano capito che per godere effettivamente del minor grado di trasparenza dovevano sceglierlo in maniera consapevole ed attiva implementando la distribuzione di 300 rupie, allora i risultati sarebbero comunque sostanzialmente corretti, almeno da un punto di vista qualitativo.

Infine, così come già rilevato anche da altri studi passati, il presente studio conferma che gli elettori non trattano le promesse elettorali come cheap-talk ma, al contrario, le tengono in forte considerazione quando devono decidere a quale candidato dare il proprio voto. ¹

¹ Totale parole: 10418.

BIBLIOGRAFIA

Andreoni, J., 1990. *Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving*. *Economic Journal*. 100. 464-77.

Andreoni, J., Douglas Bernheim B., 2009. *Social Image and the 50:50 Norm: a Theoretical and Experimental Analysis of Audience Effects*. *Econometrica* 77(5): 1607-1636.

Carson, L., Martin, B., 1999. *Random selection in politics*. Praeger Publishers, Westport, CT.

Charness, G., Dufwenberg, M., 2006. *Promises and Partnership*. *Econometrica*, 74(6): 1579-1601.

Corazzini, Kube, Maréchal e Nicolò, 2014. *Elections and Deceptions: An Experimental study on the Behavioral Effects of Democracy*. *American Journal of political Science* 58(3): 579-592.

Ederer F., Stremitzer A., 2014. *Promises and Expectations*. Levine's Working Paper Archive.

Engel C., 2010. *Dictator games: A meta study*. Preprints of the Max Planck Institute for Research on Collective Goods, No. 2010,07

Ferraz, C., Finan, F., 2011. *Electoral Accountability and Corruption: Evidence from the Audits of Local Governments*. *American Economic Review*, 101(4):1274-1311.

Fischbacher, U., Heusi, F., 2008. *Lies in Disguise - An Experimental Study on Cheating*. TWI Research Paper Series 40.

Gottlieb, J., 2016. *Greater Expectations: A Field Experiment to Improve Accountability in Mali*. *American Journal of Political Science*, 60(1):143-157.

Lacetera N., Macis, M., 2010. *Social image concerns and prosocial behaviour: Field evidence from a nonlinear incentive scheme*. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76.

Lierl, M., 2014. *Preferences or Incentives: What Motivates Village Leaders to Refrain From Embezzlement?*. Working Paper. Yale University, New Haven, CT.

Lierl M., 2017. *Elections and Embezzlement: Experimental Evidence from Burkina Faso*. Policy Research Working Paper No. 8067. World Bank, Washington, DC.

Lundquist, T., Ellingsen, T., Gribbe, E. and Johannesson, M., 2009. *The aversion to lying*. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 70(1-2): 81-92.

Mazar, N., Amir, O., and Ariely, D., 2008. *The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance*. *Journal of Marketing Research* 45(6): 633-44.

Petry, F., Benoit, C., 2009. *Measuring How Political Parties Keep Their Promises: A Positive Perspective from Political Science*. *Studies in Public Choice* 15(2): 65-80.

Vanberg C., 2008. *Why do people keep their promises? An experimental test of two explanations*. *Econometrica* 76(6): 1467-1480.