

ISBN: 968-651-117-4
1990

Traducción de
EDUARDO L. SUÁREZ

RICHARD A. POSNER

EL ANÁLISIS ECONÓMICO DEL DERECHO



FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
MÉXICO

XIII. LA ELECCIÓN ENTRE LA REGULACIÓN Y EL DERECHO COMÚN

§ XIII.1. LA REGULACIÓN ÓPTIMA

El monopolio, la contaminación, el fraude, el error, la mala administración y otras consecuencias negativas del mercado suelen verse como fracasos de los mecanismos de autorregulación del mercado y, por ende, como ocasiones apropiadas para la regulación pública. Este enfoque es engañoso. De ordinario, la falla es del mercado y de las reglas del mercado prescritas por el derecho común. La contaminación, por ejemplo, no se consideraría un problema grave si los remedios del derecho común, tales como el perjuicio y la invasión, fuesen métodos eficientes para la minimización de los costos de la contaminación. La elección se establece raras veces entre un mercado libre y la regulación pública. Se establece entre dos métodos del control público —el sistema de derecho común de derechos de ejecución privada y el sistema administrativo del control público directo— y debería depender de una ponderación de sus puntos buenos y malos en contextos particulares.

Las características esenciales (relacionadas entre sí) del método de regulación del derecho común son dos: 1) el método recurre en medida mínima a los funcionarios públicos —jueces y otros servidores judiciales— y en alto grado a los ciudadanos privados: las víctimas y sus abogados; 2) los incentivos de la obediencia se crean con la amenaza de tener que compensar a las víctimas por el daño que se les hace al violar las reglas. En cambio, la regulación directa o administrativa recurre en medida mucho mayor a los funcionarios públicos (el personal de la agencia reguladora) y trata de evitar daños, en primer lugar, antes que compensar a las víctimas. Bajo el derecho común del perjuicio, mediante un juicio legal puede obligarse al contaminador a pagar una compensación a los individuos perjudicados por la contaminación; bajo las leyes federales del aire y el agua limpios, las agencias públicas crean y administran normas destinadas a impedir la emisión de contaminantes en cantidades dañinas.

Estas sencillas distinciones permiten pronosticar cuándo el método del derecho común tenderá a ser inferior a la regulación directa. Si el perjuicio que una actividad causa a cada una de las víctimas es demasiado pequeño para que costee un juicio legal, habrá un argumento en favor de la regulación directa, siempre que el perjuicio total infligido por la actividad sea sustancial en relación con el costo de la prevención. (Este argumento no es definitivo; como veremos en el capítulo XXI, la acción clasista es un instrumento para la acumulación de reclamaciones pequeñas a fin de integrar un gran juicio legal.) Aunque parezca extraño, el argumento en favor de la regulación directa vuelve a aplicarse cuando el perjuicio no es muy pequeño, sino muy grande. Es posible que alguien que causa lesiones no tenga recursos para pagar una condena de daños muy grande; en tal caso, su incentivo para cumplir con la ley se reducirá por-

que el lesionador transferirá a la víctima la diferencia entre el costo real para ésta y la cantidad máxima que el lesionador puede pagar. Sin embargo, parecería que, siempre que la condena prive al lesionador de toda su riqueza, creará un incentivo suficiente. No es así (compárese con § VII.2). Supongamos que B , en la fórmula de Hand, es \$100, mientras que P es 0.001 y L es \$1 millón, de modo que $PL = \$1000$, pero la condena máxima que el demandado (potencial) puede pagar sería \$10000. Entonces, al decidir si gastará B , comparará un gasto de \$100 con un costo esperado del juicio de sólo \$10 ($\$10000 \times P$). ¡Tendría que sentir una enorme aversión al riesgo para preferir el costo cierto al costo incierto con estas probabilidades!

Este análisis no concluye que la regulación deba remplazar al derecho común en alguna área, sino que debe complementarlo en áreas en que el derecho de la negligencia podría no proveer incentivos suficientes para la conducta eficiente porque los daños de la víctima son demasiado pequeños o demasiado grandes. Sin embargo, el análisis se vuelve más complicado cuando abordamos otros problemas de la regulación del derecho común. Por ejemplo, el derecho común tiene un problema, en cuanto a las lesiones fatales, que se relaciona con el caso de las lesiones muy grandes en general, pero que no es idéntico. Se relaciona porque la muerte es una forma particularmente costosa de la lesión y puede agotar los recursos del lesionador. Además, como vimos en el capítulo VI, resulta muy difícil asignar un valor en términos de dinero a la vida humana. Y aunque parece que este problema no podría evitarse cambiando el derecho común por la regulación directa de la seguridad (que los reguladores, al determinar lo estricto que debe ser la regulación de la seguridad, tendrían que asignar por los menos un valor implícito a la vida humana), esto no es cierto. Por ejemplo, el problema económico planteado por la propuesta de obligar a los ferrocarriles a remplazar las señales de alto en los cruces con señales luminosas intermitentes no es el valor que el viajero que llegue a un cruce ferroviario asigne a su vida, sino el valor que asigne a la nueva reducción de un riesgo que ya es pequeño. Tenemos suficiente información sobre cómo los individuos valúan las medidas de seguridad que reducen el riesgo de la lesión o la muerte; el problema para el sistema de la negligencia consiste en extrapolar de estas estimaciones el valor de la vida misma. En el capítulo VI sugerimos un método para lograr esto (o mejor dicho, para no tener que hacerlo), pero el sistema de la negligencia aún no lo ha adoptado.

Si pensáramos que el derecho de la negligencia subestima sistemáticamente los daños en los casos de muerte, de nuevo el papel de la regulación directa sería la complementación y no la sustitución del sistema de la negligencia, lo que la haría funcionar mejor en el extremo superior y en el extremo inferior de la distribución de las lesiones. No obstante, si pensáramos que el derecho de la negligencia sobrestima sistemáticamente tales daños, o simplemente los estima mal en la mayoría de los casos, surgiría un argumento en favor de la regulación sustituta, a menos que se piense que los reguladores harían estimaciones tan deficientes como las de los jueces y jurados.

Otro problema de la regulación del derecho común, abordado en el capítulo VI, es la posible incomprendibilidad de la relación causal entre un lesionador (o incluso una clase de lesionadores) y una víctima en particular. Si tenemos la idea suficientemente aproximada de que un accidente en un reactor nuclear aumentará en 0.01% el número de casos de cáncer, pero no sabemos cuáles casos

de cáncer no habrían ocurrido si no se hubiese producido el accidente, será difícil imputar los costos del accidente al propietario del reactor nuclear por los métodos del sistema de negligencia. La contaminación aérea plantea este problema y otro más: la incertidumbre en lo tocante al lesionador. Una lesión dada (afección pulmonar, ropa sucia, hedor o cualquier otra cosa), derivada de la contaminación aérea, a menudo se deberá a las emisiones combinadas de numerosos contaminantes, y puede resultar imposible plantear todos los contaminantes en un solo juicio legal o establecer una relación causal entre un contaminador dado y la lesión. (¿Aconsejan estos problemas una aplicación sustituta o complementaria de la regulación directa?)

No obstante, la regulación directa puede ser de suyo radicalmente imperfecta. Por una parte, tiende a ser más costosa que la regulación del derecho común, porque es continua; se recurre a la maquinaria del derecho común sólo cuando alguien realmente es lesionado. Advértase la analogía con la cuestión de que convenga recompensar a los rescatadores (restitución) o castigar a quienes no rescatan (responsabilidad negligente). Véase § VI.9. Por otra parte, la regulación directa tiende a hallarse más politizada que el derecho común porque recurre en mayor medida al sector público y porque los jueces, aunque son funcionarios públicos, están más protegidos contra la recompensa y la retribución políticas que los administradores. Una observación relacionada es que la regulación conlleva graves problemas de información. Si las víctimas de accidentes no tienen nada que ganar al llamar la atención del gobierno sobre una condición insegura, los reguladores pueden tener dificultades para determinar cuál es el problema exactamente.

La regulación funciona mejor cuando es posible, al manipular unos cuantos insumos bien entendidos en el campo de la seguridad, generar resultados muy claros y plausiblemente justificados por sus costos. El castigo para quienes conducen en estado de ebriedad es un buen ejemplo. Los costos externos superan casi seguramente a los beneficios del conductor, y la dificultad de medir los costos de los accidentes fatales aconseja que se trate de impedir los accidentes prohibiendo la conducta peligrosa antes de que ocurran tales accidentes.

Ilustraremos algunas de estas observaciones con una discusión más extensa, aunque inevitablemente muy incompleta, de algunos ejemplos específicos de la regulación directa, incluida una forma distinta de regulación administrativa directa —la tributación (como una medida reguladora, no recaudatoria)—, así como un examen breve de la posibilidad de emplear el derecho común para controlar los monopolios naturales.

§ XIII.2. EL FRAUDE AL CONSUMIDOR

Algunas fuerzas del mercado dan a los consumidores información acerca de los productos que compran, pero es posible que tales fuerzas no funcionen siempre bien y que tampoco el derecho común remedie el fraude (véase § IV.7). El remedio podría mejorarse. Podría permitirse que los consumidores defraudados recuperaran sus gastos legales, más un castigo como incentivo adicional para demandar judicialmente, en toda acción triunfante contra el ven-

dedor. Podrían facilitarse las acciones de grupos de consumidores. Podrían aclararse los derechos de las empresas que pierden ventas como resultado de las presentaciones engañosas de sus competidores. Y no debemos olvidar el papel de las marcas comerciales en la protección de los consumidores contra el engaño (véase § III.3). La inversión de un productor en su marca comercial es como un rehén: aumenta el costo, para el productor, de reducir subrepticamente la calidad del producto o de tratar de engañar de otro modo a los consumidores, porque cuando los consumidores se enteran el productor puede haber perdido ya toda su inversión. (La inversión puede perderse aunque los consumidores no se enteren, porque la incapacidad para mantener el control de la calidad es un impedimento legal para hacer valer una marca comercial contra un competidor infractor.) Esto no ocurriría si el productor pudiera retirarse del mercado sin costo alguno. Dado el papel de las marcas comerciales en la protección de las expectativas de los consumidores, resulta paradójico que las marcas comerciales a menudo hayan sido criticadas con el argumento de que inducen a los productores a gastar dinero en la creación de una imagen falsa de alta calidad que permite obtener rentas monopólicas cuando se desvía a los consumidores de los sustitutos de calidad igual o aun mayor y de precio menor. En esas críticas se citan a modo de prueba productos tales como la aspirina y los blanqueadores de ropa que se elaboran de acuerdo con una fórmula común pero tienen precios diferentes; las marcas comerciales como Bayer y Clorox obtienen precios mayores que sus equivalentes genéricos. No obstante, el hecho de que dos bienes tengan la misma fórmula química no significa que tengan la misma calidad. Es posible que no se fabriquen con el mismo control de calidad. El fabricante que ha invertido fuertemente en una marca comercial tiene un incentivo mayor para mantener la calidad; sabiendo esto, un consumidor racional podría estar dispuesto a pagar una cantidad adicional por la marca de ese fabricante.

Comparemos los remedios públicos de la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) con los remedios privados contra el engaño al consumidor que señalamos antes. Al principio, los consumidores prácticamente no tenían incentivo para recurrir a la maquinaria de cumplimiento de la Comisión, la cual no podía otorgar la reparación de daños a un consumidor defraudado. A veces, la amenaza de una queja ante la Comisión induciría a un vendedor a apaciguar a un consumidor enojado, pero, una vez que la Comisión iniciara sus procedimientos, el vendedor no tendría incentivo para arreglarse con el consumidor; esto debe haber limitado el interés de los consumidores para quejarse ante la FTC. (La Comisión afirma ahora que tiene un poder limitado para ordenar la restitución a los consumidores defraudados.)¹ Los competidores del vendedor tienen un incentivo para quejarse ante la Comisión, la cual, mediante una orden de suspensión, puede acabar con una práctica que disminuye sus ventas. No obstante, dado que la Comisión paga todo el costo del procedimiento, el vendedor que se queja no tendrá incentivos para evitar presentar quejas esencialmente frívolas que tratan de hostigar a un competidor en lugar de aclarar la mala información al consumidor.

La combinación de la ausencia de un incentivo adecuado para que el consumi-

dor se queje con el hecho de que el competidor posee un incentivo demasiado grande genera un desequilibrio con respecto a la naturaleza de las presiones sobre la Comisión. La Comisión escucha menos de los consumidores defraudados que de los sindicatos afectados acerca del efecto de las importaciones japonesas sobre las ventas de quienes emplean a sus miembros, de los productores de pieles preocupados por la competencia de las pieles sintéticas, de los vendedores de diamantes preocupados por la competencia de los diamantes sintéticos; dada la naturaleza de estos insumos, no es sorprendente que, durante toda su historia, la producción de reglas y decisiones de la Comisión haya estado sólo ligeramente relacionada, si acaso, con los problemas reales del engaño a los consumidores.²

Además, la Comisión carece de las armas necesarias para actuar con eficacia contra el "operador gaviota", quizá el mayor defraudador de los consumidores, quien ataca a las personas con menores probabilidades de quejarse ante la Comisión, y de todas maneras la Comisión no dispone de sanciones apropiadas para tratar con empresas cuyo funcionamiento no es continuo, que ocultan sus actividades o que son financieramente irresponsables.

Las características de la FTC como institución —su incapacidad para castigar y el que deba cargar con la responsabilidad y los gastos de la persecución— son fuentes de debilidad en la lucha contra los fraudes a los consumidores, como lo es también el hecho de que se trate de una agencia federal cuyas actividades están muy centralizadas en Washington (los vendedores locales realizan la mayor parte de las ventas fraudulentas). La Comisión podría convertirse en una agencia más eficaz en la lucha contra los fraudes a los consumidores. Podría recibir la facultad de imponer sanciones penales, de evaluar los costos de la persecución y hacérselos pagar a los competidores que se quejan, y de otorgar autonomía a sus oficinas locales. Sin embargo, obsérvese que tales cambios aproximarían el modelo administrativo de la regulación al modelo del derecho común.

Convendrá mencionar una sanción peculiar que la Comisión ha venido empleando en los últimos años: la corrección de la publicidad. Esto significa que una empresa que haya incurrido en una publicidad falsa será requerida para que en su publicidad futura corrija la impresión engañosa creada por la falsedad anterior. La publicidad correctiva es penal (¿qué significa esto para un economista?), porque puede hacer que los consumidores desvíen todas sus compras hacia los competidores, no sólo la parte de sus compras que habrían desviado originalmente si no hubiese habido publicidad falsa. Veamos un ejemplo. En 1976, la Comisión requirió que la Johnson Products Company, fabricante de una conocida línea de productos para la población negra, publicara en forma clara y conspicua en todos sus anuncios del suavizador de pelo Ultra Sheen el enunciado siguiente:

AVISO: Siga las instrucciones con cuidado para evitar la irritación de la piel y el cuero cabelludo, la orzuela y las lesiones de los ojos.

También se exigió que la Johnson presentara visiblemente, en una hoja de información del empaque o en un costado de la caja, una advertencia detallada de que el suavizador de cabello podría producir quemaduras en la piel y el cabello,

¹ Véase, por ejemplo, *MacMillan, Inc.*, 96 F. T. C. 208, 304-306 (1980); pero compárese con *Heater vs. FTC*, 503 F.2d 321 (9o. Cir. 1974).

² Richard A. Posner, *Regulation of Advertising by the FTC* (Am. Enterprise Institute, 1973).

pérdida de cabello y lesiones oculares. Parece que los suavizadores de cabello fabricados por otras empresas conllevaban peligros similares; pero durante más de un año no se impusieron requerimientos similares a los competidores de Johnson Products, de modo que la Johnson perdió una gran porción de su mercado. La pérdida se entiende fácilmente si se considera que el consumidor de suavizadores del cabello debía escoger entre un producto que continuamente lo prevenía de su peligro y los productos que parecían más seguros porque no hacían advertencia alguna. Una sanción penal que tenga estos efectos es costosa desde el punto de vista social, tanto como desde el punto de vista privado: castiga el engaño anterior a costa de crear un engaño nuevo.

§ XIII.3. LA REVELACIÓN OBLIGADA³

Estatutos como la Ley de la Verdad en los Préstamos e iniciativas de la Comisión Federal de Comercio como sus reglas que requieren la publicidad de grados numéricos de octanos y la revelación del contenido de alquitrán y nicotina de las marcas de cigarrillos representan un enfoque distinto de los problemas de la información acerca de los bienes de consumo: el enfoque que obliga a los vendedores a proporcionar a los consumidores información valiosa, en lugar de simplemente prohibir la publicidad engañosa. La revelación obligada, como a veces se llama a este enfoque,⁴ no difiere sólo de la publicidad correctiva sino también del requisito de la revelación afirmativa en los casos en que, a falta de la revelación, el consumidor supondría lo contrario (por ejemplo, que el petróleo reciclado es petróleo nuevo); la revelación podría ser obligada aunque los vendedores no hubiesen sido acusados de hacer publicidad falsa.

Como vimos en el capítulo IV, hay razón para preocuparnos de que los mercados no regulados no proporcionen información suficiente acerca de las características de un producto cuyo conocimiento sea costoso para el consumidor y que es común para todas las marcas del producto. Las características podrían ser buenas o malas desde el punto de vista de un consumidor: el bajo contenido de colesterol de la margarina o el alto contenido de colesterol de la mantequilla. Un productor individual de margarina podría resistirse a hacer publicidad sobre el bajo contenido de colesterol de su producto porque dicha publicidad beneficiaría a sus competidores, quienes no han ayudado a pagar sus gastos. (¿Qué diremos si la producción de margarina está monopolizada?) Y ningún productor de mantequilla tendrá incentivos para hacer publicidad sobre el alto contenido de colesterol de su producto.

El problema no se limita a las marcas idénticas en lo tocante a sus características. Supongamos que, antes de que se conocieran los peligros de fumar, una marca de cigarrillos contenía menos alquitrán y nicotina que otras. Antes de hacer publicidad sobre esto, el productor tendría que ponderar el incremento de su participación en el mercado, si lograba convencer a los consumidores de que su marca era menos peligrosa, contra la pérdida de sus ventas resultante

³ Véase Richard A. Posner, "The Federal Trade Commission's Mandated-Disclosure Program: A Critical Analysis", en *Business Disclosure: Government's Need to Know* 331 (Harvey J. Goldschmid, comp., 1979).

⁴ Este es también un principio fundamental de la regulación de valores bursátiles, como vimos en § XV.7.

de la información proporcionada a los consumidores de cigarrillos sobre los peligros de fumar, lo que induciría a algunos de ellos a utilizar en su lugar otros productos enteramente distintos.⁵ La condición de la entrada es importante en este análisis. El productor de la marca baja en alquitrán y nicotina podría hacer publicidad sobre su contenido de alquitrán y nicotina si puede prever la entrada, en el futuro próximo, de empresas nuevas que consideraran el bajo contenido de alquitrán y nicotina de sus marcas como una característica de comercialización suficientemente importante para ameritar su publicidad.

Éste es un argumento teórico en favor de la revelación obligada, o por lo menos estandarizada, de información sobre los bienes de consumo, pero la FTC ha actuado muy deficientemente. La Comisión requirió que las compañías cigarrerías revelaran el contenido de alquitrán y nicotina de sus marcas, pero cuando lo hizo (en 1970, tras revertir su política anterior de *prohibir* que las compañías revelaran el contenido de alquitrán y nicotina de sus cigarrillos) los peligros de fumar ya eran bien conocidos y así se eliminaba el desincentivo del mercado para hacer publicidad sobre los menores niveles de alquitrán y nicotina antes mencionados; no es sorprendente que el requerimiento de la revelación aparentemente tuviera escaso o ningún efecto sobre el contenido de alquitrán y nicotina de los cigarrillos.

La Ley de la Verdad en los Préstamos⁶ requiere la revelación de los términos y las condiciones del crédito, en particular la tasa de interés. La ley puede ser defendida como método de estandarización de una información financiera compleja, aunque en este sentido sus beneficios tendrían que compararse con sus costos considerables al fomentar los litigios. Como método de prevención del fraude, y específicamente de protección de los pobres contra los vendedores que ocultan las exorbitantes tasas de interés incluidas en sus contratos de ventas en abonos, la ley es más cuestionable. Los educados y los ricos pueden protegerse por sí solos.⁷ Pero, ¿qué diremos de los individuos limitados por su falta de liquidez? Su elección no se plantea entre: 1) comprar en abonos; 2) pedir un préstamo al banco y pagar al contado, o 3) no comprar nada y ahorrar. Su elección se plantea entre los planes de compras en abonos. Y el comprador puede comparar la desutilidad de pagar \$20 al mes durante 40 meses con la de pagar \$15 al mes durante 60 meses o \$25 al mes durante 30 meses sin que se le diga cuáles tasas de interés anual se hallan implícitas en estos planes de pago. El comprador escogerá la mejor combinación para él a la luz de su liquidez presente y futura esperada, sus gastos presentes y futuros esperados, los usos alternativos de su dinero, etc. Estas consideraciones no se resumen en la tasa de interés, rubro que concierne primordialmente a las personas que tienen oportunidades de inversión.

⁵ ¿Es relevante la porción del mercado del productor? ¿Habrá una diferencia si la producción de cigarrillos estuviese monopolizada?

⁶ Véase sobre este punto, por ejemplo, William C. Whitford, "The Function of Disclosure Regulation in Consumer Transactions", 1973 *Wis. L. Rev.* 400, 420.

⁷ Véanse algunas pruebas corroborativas en Thomas A. Durkin, "Consumer Awareness of Credit Terms: Review and New Evidence", 48 *J. Bus.* 253 (1975); George G. C. Parker y Robert P. Shay, "Some Factors Affecting Awareness of Annual Percentage Rates in Consumer Installment Credit Transactions", 29 *J. Fin.* 217, 223 (1974). Por lo que toca a la cuestión general de la competencia del consumidor, véase Chr. Hjorth-Andersen, "The Concept of Quality and the Efficiency of Markets for Consumer Products", 11 *J. Consumer Research* 708 (1984).

§ XIII.4. SEGURIDAD Y SALUD

Al principio de este capítulo vimos que hay un argumento respetable en favor de la regulación de actividades que pueden provocar la muerte. Pero la aplicación real de la regulación de la seguridad y la salud deja mucho que desear desde el punto de vista de un economista. Consideremos primero un ejemplo en el que hay vidas humanas en ambos lados de la balanza social. Las leyes que obligan a las compañías farmacéuticas a realizar pruebas prolongadas y caras antes de ofrecer un producto demoran la introducción de medicamentos nuevos, lo que provoca la muerte de personas que se habrían salvado con una introducción más pronta. A la luz de éstos y otros factores, algunos estudios de la regulación de medicamentos nuevos han revelado que sus costos superan a sus beneficios.⁸ La conclusión es que cuando el costo de la regulación de la seguridad es también la seguridad, se debilita el argumento en favor de la regulación como alternativa a la aplicación de los remedios del mercado y de la legislación para las víctimas de productos peligrosos.

Un problema grave de la regulación directa de la seguridad es que la regulación que se concentra en un solo insumo de la seguridad podría ser ineficaz o aun dañina. El requisito de que los automóviles cuenten con cinturones de seguridad ilustra este punto. Tal requisito reduce el costo de la conducción rápida para el chofer y sus pasajeros, y sería de esperarse (por la ley de la demanda) que los choferes respondieran conduciendo más aprisa. Sin embargo, eso provocaría más accidentes, y aunque los costos de cada accidente para el chofer y sus pasajeros podrían ser menores a causa de la protección brindada por el cinturón, aumentarían los costos totales de los accidentes para los peatones (hay más accidentes y los peatones no están protegidos por cinturones). Un estudio reveló que la ley que exigía el cinturón de seguridad había aumentado realmente el número y los costos totales de accidentes automovilísticos.⁹

§ XIII.5. LA TRIBUTACIÓN COMO REGULACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN

El problema de la aplicación del derecho común en lo tocante a la contaminación, por lo menos en cierta medida, es el mismo que en el caso del fraude a los

⁸ Sam Peltzman, "The Benefits and Costs of New Drug Development", en *Regulating New Drugs* 113 (Richard L. Landau, comp., 1973); Henry G. Grabowski, *Drug Regulation and Innovation* (Am. Enterprise Institute, 1976); compárese con Grabowski, John M. Vernon y Lacy Glenn Thomas, "Estimating the Effects of Regulation on Innovation: An International Comparative Analysis of the Pharmaceutical Industry", 21 *J. Law & Econ.* 133 (1978).

⁹ Sam Peltzman, "The Effects of Automobile Safety Regulation", 83 *J. Pol. Econ.* 677 (1975). Véase también *Auto Safety Regulation: The Cure or the Problem?* (Henry C. Manne y Roger L. Miller, comps., 1976); Clifford Winston y Fred Mannering, "Consumer Demand for Automobile Safety", 74 *Am. Econ. Rev.* 316 (1984). Sin embargo, otro estudio revela que los individuos subestiman los beneficios de seguridad de los cinturones; los autores atribuyen esto a la dificultad de evaluar los beneficios de la reducción de los riesgos de baja probabilidad. Richard J. Arnould y Henry Grabowski, "Auto Safety Regulation: An Analysis of Market Failure", 12 *Bell J. Econ.* 27 (1981). ¿Sugiere este hallazgo una base distinta para la regulación de la seguridad? ¿Refuta los supuestos conductistas del sistema de negligencia?

En el mismo sentido que el análisis de Peltzman, Philip L. Hersch y Jeffrey M. Netter, "The Impact of Early Safety Legislation: The Case of the Safety Appliance Act of 1983", 10 *Int'l. Rev. Law & Econ.* 61 (1990), revelan que al exigir mejores frenos, la ley impulsó a los ferrocarriles a operar trenes a velocidades mayores y con carga más pesada, lo que generaba accidentes. Pero el aumento de los costos de accidentes sobrestima los costos sociales de la ley. ¿Puede ver por qué? Si no puede, consulte *id.*, en p. 75.