

ÍNDICE GENERAL

www.librotecnia.cl

Prólogo, por Demetrio Alejandro Chamatropulos.....	XXI
Presentación.....	XXV
Dedicatoria a Carlos Ghersi.....	XXIX
Dedicatoria.....	XXXI

PRIMERA PARTE.

DERECHO Y ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

CAPÍTULO I

UN NUEVO ENFOQUE DE LAS PERSONAS
(COMO SER *EMOCIONAL* Y NO COMO *SER RACIONAL*).
DERECHO, ECONOMÍA Y COMPORTAMIENTO

I. Preliminar.....	3
II. La economía del comportamiento y su relación con los contratos.....	4
III. Daniel Kahneman.....	6
IV. George Akerlof y Robert Shiller.....	8
V. Richard Thaler.....	9
VI. Las personas comunes (v.gr., consumidores) y la forma en que toman sus decisiones económicas.....	12
VII. La actitud racional de los consumidores no es un principio general científicamente válido.....	16
VIII. Los heurísticos mentales (o atajos mentales).....	21
IX. El método WYSIATI.....	24
X. Efecto halo.....	26

XI. Algunos sesgos cognitivos	26
XII. Sesgo de disponibilidad (o probabilidad).....	27
XIII. Sesgo de anclaje	33
XIV. Sesgo de arrastre	35
XV. Sesgo del <i>statu quo</i> (o tendencia a la inercia).....	36
XVI. Sesgo de optimismo	38
XVII. Primeras conclusiones provisionarias	40

CAPÍTULO II

EL PROBLEMA DE NO LEER LOS CONTRATOS EN EL DERECHO DEL CONSUMIDOR

I. Epifanía jurídica.....	41
II. Confesión de un consumidor frente a los quince contratos de consumo habituales	41
III. Nuevo principio legal	44
IV. <i>La única verdad es la realidad</i>	45
V. Ficciones jurídicas <i>vs.</i> realidad científica	46
VI. Rol del Estado en los contratos de consumo.....	47
VII. Algunas conclusiones preliminares	49

CAPÍTULO III

LAS EXPECTATIVAS RAZONABLES COMO FACTOR OBJETIVO DE ATRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDAD

I. Introducción	51
II. Las expectativas razonables en los consumidores.....	52
III. Un salto cualitativo en el concepto de las expectativas razonables como factor objetivo de responsabilidad	55
IV. Las expectativas razonables en los vínculos de consumo típicos.....	58
V. Las expectativas razonables y el deber de información en los vínculos de consumo.....	59

CAPÍTULO IV

¿EXISTE CULPA DEL CONSUMIDOR
POR NO LEER LOS CONTRATOS?

I. Introducción	63
II. Las ficciones legales de la teoría tradicional	63
III. La experiencia fáctica: <i>nunca es triste la verdad, lo que no tiene es remedio</i>	66
IV. La realidad científica	67
V. Un nuevo paradigma: <i>los contratos no se leen</i>	69
VI. La culpa del consumidor <i>vs.</i> la diligencia del superhombre	70
VII. La normativa legal aplicable	72
7.1. Responsabilidad objetiva	72
7.2. Responsabilidad subjetiva	73
7.3. La doctrina de la obligación de leer los contratos (<i>duty to read doctrine</i>)	74
7.4. No lectura de los contratos de adhesión y de consumo	74
VIII. Las consecuencias jurídicas	77
IX. Conclusión: no existe culpa del consumidor por no leer los contratos ...	79

CAPÍTULO V

EL DEBER DE INFORMACIÓN CUANDO
LOS CONTRATOS NO SE LEEN

I. Introducción	81
II. Deber de información + deber de asesoramiento + deber de advertencia	81
III. El cumplimiento eficiente del deber de información	85
IV. Ampliación de la asimetría de la información	86
V. Consumidor: no lee los contratos	87
VI. Proveedores: <i>big data</i> , <i>data mining</i> , inteligencia artificial, <i>smart contracts</i> , algoritmos inteligentes	88
VII. El deber de información de los contratos que no leen los consumidores	91
VIII. Alertas al cliente: alerta asegurado o <i>warning box</i>	93

IX. Deber de información y las expectativas del consumidor (vinculados con la aplicación de <i>big data</i> , <i>data mining</i> , inteligencia artificial y algoritmos inteligentes)	99
---	----

CAPÍTULO VI

LOS CONTRATOS DE CONSUMO SON REEMPLAZADOS POR LOS VÍNCULOS DE CONSUMO

I. Introducción	107
II. Los cuatro pilares fundamentales de los contratos	107
III. Un nuevo enfoque del contrato de consumo	108
IV. ¿Existe el contrato de consumo?	110
V. “Vínculos de consumo” y los cuatro pilares del contrato	112
VI. Primer pilar del vínculo de consumo: no hay consentimiento (sino apenas mero asentimiento)	112
VII. Segundo pilar del vínculo de consumo: no existe la autonomía de la voluntad	116
VIII. Tercer pilar del vínculo de consumo: casi no hay fuerza obligatoria (o es relativa)	120
IX. Cuarto pilar del vínculo de consumo: no existencia del efecto relativo de los contratos	126
X. Inexistencia del contrato de consumo: aplicación del vínculo de consumo	130
XI. Vínculos de consumo: normativa aplicable	131
11.1. Constitución Nacional	131
11.2. Tratados internacionales	135
11.2.1. <i>Pro homine</i>	138
11.2.2. Operatividad	143
11.2.3. Progresividad	144
11.2.4. No regresión	146
11.3. Código Civil y Comercial (art. 1094)	149
11.3.1. Aplicación y expansión externa del art. 1094	150
11.3.2. Aplicación y expansión interna del art. 1094	152
11.4. Ley de Defensa del Consumidor	159

SEGUNDA PARTE.
NEUROCIENCIAS Y DERECHO

CAPÍTULO VII
NEUROCIENCIAS Y DERECHO

I. Advertencia preliminar.....	165
II. Introducción	165
III. Neurociencias	166
IV. El caso “Phineas Gage”	167
V. Neurociencias y la economía del comportamiento	169
VI. Neurociencias y derecho.....	170
VII. Neurociencias y proceso judicial	173
VIII. Neurociencias y jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación	176
IX. Neurociencias y los jueces	177
9.1. Las decisiones de los jueces y las neurociencias	178
9.1.1. Momento del día de la toma de decisiones de los jueces.	178
9.1.2. Sesgo de retrospectiva	180
9.1.3. Sesgo de anclaje-ajuste	181
9.2. Funcionamiento de los tribunales y neurociencias	183
9.3. Tecnología y cálculos judiciales	183
X. Neurociencias y derecho penal	184
10.1. Introducción	184
10.2. Libre albedrío <i>vs.</i> determinismo (Benjamin Libet)	185
XI. Neurociencia y derecho civil.....	189
11.1. Actos jurídicos	190
11.2. Determinación del daño psiquiátrico.....	192
11.3. Estimación del dolor físico	193
11.4. Valoración del daño moral	193
XII. Neurociencia y prevención de daños	194
12.1. Prevención de accidentes de tránsito	194
12.2. Prevención de reincidencia	195
XIII. Neurociencia y derecho del consumo	196
13.1. Introducción	196

13.1.1. Toma de decisiones no racionales.....	196
13.1.2. Los contratos no suelen ser leídos.....	197
13.1.3. Aplicación de las neurociencias.....	197
13.2. El marcador somático (Antonio Damasio).....	198
13.3. El caso “Elliot”.....	200
13.4. Consumidores.....	201
13.5. <i>Neuromarketing</i> y consumidores.....	202
XIV. Neurociencias y ética (neuroética).....	209
14.1. Ética de la neurociencia y neurociencia de la ética.....	209
14.1.1. Neurociencia de la ética.....	209
14.1.2. Ética de la neurociencia.....	210
14.2. Posibles problemas éticos en la utilización de las neurociencias	211
14.3. Derecho a la intimidad.....	212
14.3.1. Las redes sociales.....	212
14.3.2. El Proyecto Genoma Humano.....	214
14.3.3. Las neurociencias y la violación de la intimidad y la privacidad.....	218
XV. Neurociencias y neuroderechos.....	227
15.1. Derecho a la privacidad mental.....	228
15.1.1. Libertad de pensamiento.....	228
15.1.2. La lectura de la mente sin consentimiento.....	229
15.1.3. Confidencialidad.....	229
15.1.4. Derecho a la no autoincriminación: ¿es un derecho absoluto?.....	230
15.2. Derecho a la integridad mental.....	233
15.2.1. <i>Malicious brain hacking</i>	233
15.2.2. Tratamientos médicos: estimulación electrónica pro- funda.....	234
15.2.3. Memoria.....	234
15.3. Derecho a la continuidad psicológica.....	235
15.3.1. Intervenciones médicas.....	235
15.3.2. <i>Brainjacking</i>	235
15.3.3. <i>Neuromarketing</i>	236
XVI. Conclusiones.....	237

TERCERA PARTE.
INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y DERECHO

CAPÍTULO VIII

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y DERECHO

I. Introducción	241
II. El lado luminoso y el lado oscuro de la inteligencia artificial	243
2.1. El lado luminoso de la inteligencia artificial	243
2.2. El lado oscuro de la inteligencia artificial	243
III. Clases: débil y fuerte	244
IV. Algoritmos	245
4.1. Introducción	245
4.2. Algoritmos e inteligencia artificial	245
4.3. Algoritmos y aprendizaje automático	245
4.4. Predicción de los algoritmos	245
4.5. Sesgos y discriminación de los algoritmos	247
4.6. Algoritmos opacos y cajas negras	249
4.7. Alternativas frente a los algoritmos opacos y las cajas negras	251
V. <i>Machine learning</i>	253
VI. <i>Deep learning</i>	253
VII. <i>Big data</i>	254
VIII. <i>Data mining</i>	255
IX. <i>Blockchain</i>	256
9.1. Introducción	256
9.2. Características	257
9.3. Ventajas	257
X. <i>Internet of things</i>	258
XI. Gestión judicial, sistemas expertos jurídicos e inteligencia artificial ..	262
11.1. Gestión judicial	262
11.2. Sistemas expertos jurídicos	263
XII. El sistema <i>Prometea</i>	263
XIII. Justicia predictiva: la sentencia “State of Wisconsin c. Loomis”	265
13.1. Introducción	265
13.2. Caso “State of Wisconsin c. Loomis”	265

XIV. Prevención e inteligencia artificial	269
XV. Privacidad e intimidad/autodeterminación informativa	271
XVI. Derechos humanos. Nuevos derechos: derecho humano al anonimato	273
XVII. Consumidores e inteligencia artificial	277
17.1. Datos personales (de los consumidores): ¿regalo, trueque o valorización?.....	278
17.2. Perfilamiento de los consumidores: consecuencias.....	280
17.3. <i>Nudges</i> , inteligencia artificial y consumidores	282
XVIII. Algunas cuestiones vinculadas con la responsabilidad civil y las modernas tecnologías.....	285
18.1. Introducción	285
18.2. La existencia de un vacío legal	287
18.3. Autonomía y autoaprendizaje de la inteligencia artificial	288
XIX. Personería jurídica electrónica	290
19.1. Introducción	290
19.2. DELVAUX, Mady, “Informe con recomendaciones destinadas a la Comisión sobre normas de derecho civil sobre robótica”, ponencia expuesta en el Parlamento europeo, 27/1/2017	291
XX. Personería jurídica electrónica y el tema de la autonomía	293
XXI. Argumentos a favor de la personalidad jurídica electrónica basados en la autonomía.....	295
XXII. Argumentos en contra de la personalidad jurídica electrónica basados en la autonomía.....	296
22.1. Introducción	296
22.2. Prognosis	296
22.3. Fundamentos	298
22.3.1. Fomento y desarrollo de la actividad de la inteligencia artificial	298
22.3.2. Traslado del riesgo al consumidor.....	299
22.3.3. Seguro obligatorio de responsabilidad civil para robots e inteligencia artificial	302
XXIII. Responsabilidad civil e inteligencia artificial	304
XXIV. Responsabilidad subjetiva o responsabilidad objetiva	304
XXV. Actividades riesgosas	305
25.1. Código Civil y Comercial de la Nación	305
25.2. Ley de Defensa del Consumidor	307

XXVI. Responsabilidad solidaria del grupo que realiza una actividad peligrosa o riesgosa	309
26.1. Introducción	309
26.2. Fuente normativa	309
26.3. Advertencia previa	310
26.4. Art. 1762 del Cód. Civ. y Com.....	314
26.5. Grupo	314
26.6. Actividades riesgosas.....	317
XXVII. Caso fortuito o fuerza mayor.....	319
XXVIII. Responsabilidad legal por riesgo de desarrollo	321

CUARTA PARTE.

CONTRATOS INTELIGENTES (SMART CONTRACTS)

CAPÍTULO IX

CONTRATOS INTELIGENTES (SMART CONTRACTS)

I. Introducción	325
II. Malentendido terminológico.....	326
III. Concepto	327
IV. Características	328
4.1. Autoejecutable	328
4.2. Completo	329
4.3. Binario (<i>if-then</i>)	330
4.4. Inmodificable	331
V. Clases.....	332
5.1. Puros e híbridos	332
5.2. Independientes y subordinados	334
VI. ¿Son contratos?	335
6.1. Contratos paritarios.....	335
6.2. Contratos de adhesión	336
6.3. Contratos de consumo	339
VII. ¿Son inteligentes?	340
VIII. Ventajas	343
8.1. Ventaja principal: autoejecutabilidad	344

8.2. Otras ventajas	345
8.2.1. Rapidez.....	346
8.2.2. Económico.....	346
8.2.3. Inflexibilidad.....	347
8.2.4. Completo.....	347
8.2.5. Inmodificable	347
8.2.6. No participación de los jueces.....	348
8.2.7. Poca intervención de abogados	348
8.2.8. Supralegalidad	348
8.2.9. Seguridad jurídica.....	348
8.2.10. <i>Code is contract/code is law</i>	348
IX. Problemas	349
9.1. No flexibilidad	350
9.2. No completos.....	351
9.3. Lenguaje informático y lenguaje natural	352
9.4. No intervención de los jueces	356
9.5. Limitada participación de los abogados	357
9.6. <i>Code is law/code is contract</i>	358
9.7. Asimetría	359
9.8. Interpretación: justicia, equidad, principios y valores.....	360
9.9. Mala programación/mal funcionamiento	363
9.10. Oráculo.....	364
9.11. Seguridad jurídica y seguridad informática	365
X. Jurisprudencia “Hangzhou Huatai Yimei Culture Media Co. Ltd c. Shenzhen Daotong Technology Development Co. Ltd.” (2018)	367
XI. Los verdaderos contratos inteligentes	368
XII. Mirando el futuro	369
12.1. Aprobación previa del Estado	369
12.2. Registro de contratos	371
12.3. Botón de pánico	372
12.4. Garantía o seguro de caución o seguro de responsabilidad civil	373
12.5. Acceso a la justicia	374
.....	377

BIBLIOGRAFÍA