

THOMSON REUTERS
LA LEY



ESTE LIBRO INCLUYE UNA
VERSIÓN ELECTRÓNICA

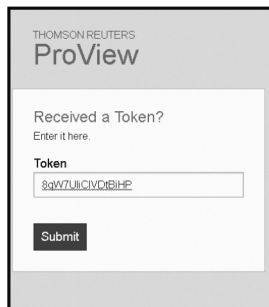
THOMSON REUTERS
ProView™

SI NO TIENE
UNA CUENTA
ONEPASS

- 1** - Ingresar a <https://onepass.thomsonreuters.com> y clicar en "Crear perfil **OnePass**".
- 2** - Registrar un e-mail personal para asociar la cuenta y, a continuación, completar los datos requeridos.
- 3** - Una vez creada la cuenta, cerrar sesión y dirigirse al mail personal para activar el número *token*.

SI YA CREÓ
SU CUENTA
ONEPASS

- 1** - Validar el número de token recibido por mail haciendo clic en el enlace enviado.



The screenshot shows a web page titled 'THOMSON REUTERS ProView'. Below the title, it says 'Received a Token? Enter it here.' There is a text input field containing the token '8aW7UjCIVdRiHP'. Below the input field is a 'Submit' button.

- 2** - Luego, ingresar a la cuenta **OnePass** y confirmar el token haciendo clic en *submit*. Aparecerá la imagen de la tapa del libro adquirido.

- 3** - Acceder al material comprado a través de la Biblioteca Digital **ProView** con el usuario y la contraseña creados previamente en **OnePass**.

- 4** - La Biblioteca Digital **ProView** está disponible para varios soportes.



• **Navegador:** Acceder a través de www.proview.thomsonreuters.com



• **Tableta o IPAD:** Descargar la aplicación "Thomson Reuters ProView" desde iTunes Store o Play Store, según corresponda



• **Aplicación de escritorio para PC o MAC:** Descargar la aplicación en <https://proview.thomsonreuters.com>

Por consultas sobre el proceso de activación de la versión electrónica puede comunicarse al teléfono **0-810-222-5253**

CONOZCA Y APROVECHE TODAS LAS FUNCIONALIDADES DE UN **LIBRO ELECTRÓNICO EN PROVIEW**



SELECCIONE Y DESTAQUE TEXTOS

Haga anotaciones y escoja los colores para organizar sus notas y resaltados



USE EL TESAURO PARA ENCONTRAR INFORMACIÓN

Al comenzar a escribir un término, aparecerán las distintas coincidencias del índice del Tesauro relacionadas con el término buscado



HISTORIAL DE NAVEGACIÓN

Vuelva a las páginas por las que ya haya navegado



ORDENAR

Organice su biblioteca por: título (orden alfabético), tipo (libros y revistas), editorial, jurisdicción o área del Derecho, libros leídos recientemente o los títulos propios



CONFIGURACIÓN Y PREFERENCIAS

Escoja la apariencia de sus libros y revistas en ProView cambiando la fuente del texto, el tamaño de los caracteres, el espaciado entre líneas o la relación de colores



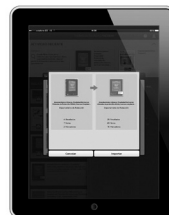
MARCADORES DE PÁGINA

Cree un marcador de página en el libro cliqueando en el ícono de *marcador de página* situado en el extremo superior derecho de la página



BÚSQUEDA EN LA BIBLIOTECA

Busque en todos sus libros y obtenga resultados acerca de los libros y revistas en donde los términos fueron encontrados y las veces que aparecen en cada obra



IMPORTACIÓN DE ANOTACIONES A UNA NUEVA EDICIÓN

Transfiera todas sus anotaciones y marcadores de manera automática



SUMARIO NAVEGABLE

Sumario con accesos directos al contenido

Nota: no todas las funcionalidades están disponibles en todos los libros.

CONTRATOS,
NEUROCIENCIAS
E INTELIGENCIA
ARTIFICIAL

Waldo Sobrino

CONTRATOS,
NEUROCIENCIAS
E INTELIGENCIA
ARTIFICIAL

Prólogo de **DEMETRIO ALEJANDRO CHAMATROPULOS**

Derecho & Tecnología

THOMSON REUTERS
LA LEY

Sobrino, Waldo Augusto R.
Contratos, neurociencias e inteligencia artificial /
Waldo Augusto R. Sobrino. - 1a ed.- Ciudad Autónoma de
Buenos Aires: La Ley, 2020.
448 p.; 24 x 17 cm.

ISBN 978-987-03-3957-1

1. Contratos. 2. Neurociencias. 3. Inteligencia Artificial.
I. Título.
CDD 346.021

© Waldo Augusto R. Sobrino, 2020
© de esta edición, La Ley S.A.E. e I., 2020
Tucumán 1471 (C1050AAC) Buenos Aires
Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723

Impreso en la Argentina

Todos los derechos reservados

Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida
o transmitida en cualquier forma o por cualquier medio
electrónico o mecánico, incluyendo fotocopiado, grabación
o cualquier otro sistema de archivo y recuperación
de información, sin el previo permiso por escrito del Editor y el autor.

Printed in Argentina

All rights reserved

No part of this work may be reproduced
or transmitted in any form or by any means,
electronic or mechanical, including photocopying and recording
or by any information storage or retrieval system,
without permission in writing from the Publisher and the author.

Tirada 1250 ejemplares

ISBN 978-987-03-3957-1

SAP 42772250

Las opiniones personales vertidas en los capítulos de esta obra son privativas de quienes las emiten.

ÍNDICE GENERAL

Prólogo, por Demetrio Alejandro Chamatropulos.....	XIX
Presentación.....	XXIII
Dedicatoria a Carlos Ghersi.....	XXVII
Dedicatoria	XXIX

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