

# ÍNDICE

## CAPÍTULO PRIMERO

### LA CONSTATACIÓN DE LA VULNERABILIDAD COMO ESTADO Y SITUACIÓN EN EL CONSUMIDOR

1. Introducción
2. La vulnerabilidad como factor distorsionador de lo cognitivo y la autonomía de la voluntad
3. ¿El fin real del RD-ley 1/2021?
4. Hacia la noción de abuso de debilidad
5. Burdos errores del lenguaje o creencias equívocas de prestaciones que no lo son en realidad en la contratación en masa
6. Vulnerabilidad y adopción racional e informada de un contrato
7. El consumidor vulnerable ante las cláusulas abusivas  
*La incidencia de la nulidad parcial o total de la cláusula lesiva.*
  - 7.1. *La nulidad total de la cláusula lesiva*
8. La extensión holística del concepto de consumidor
  - 8.1. *Consumidor. Una radiografía cambiante*
  - 8.2. *Consumidor y condicionados*
  - 8.3. *La tenue diferencia entre contratos de adhesión y condiciones generales de la contratación*
9. La constatación de una realidad ignorada: vulnerabilidad y COVID
  - 9.1. *La imposibilidad sobrevenida de la prestación. Lecciones de una pandemia para la contratación moderna*
  - 9.2. *El momento real de la vulnerabilidad del consumidor*
10. Del laissez faire y la autonomía, a la contratación no discutida ni negociada
11. Buscando un nuevo reequilibrio. ¿Suficiencia o insuficiencia de una noción amplia pero ambigua: consumidor vulnerable?
12. Los contratos de adhesión en el marco constitucional *versus* iusprivatista
13. La información como basamento de la libertad contractual. La obligación de hablar claro, principio y dilema
  - 13.1. *La búsqueda de la simplicidad*
  - 13.2. *La comprensibilidad, principio y fin*
  - 13.3. *La transparencia*
  - 13.4. *La claridad y la sencillez*

## CAPÍTULO SEGUNDO

### INFORMACIÓN Y VULNERABILIDAD

1. La asimetría informativa. Camino de vulnerabilidades
2. Asimetría, vulnerabilidad y contrato de seguro

### CAPÍTULO TERCERO

#### **BUENA FE Y CONSUMIDORES VULNERABLES**

1. Buena fe y lealtad conductual y contractual
2. Un *continuum* de buena fe: *ex ante*, *durante* y *ex post*

### CAPÍTULO CUARTO

#### **LA ADHESIÓN DEL CONSUMIDOR A UN CONDICIONADO**

1. La aceptación de una oferta que incorpora condiciones generales
2. Las cláusulas sorprendentes en los contratos con consumidores: bancario y seguro

### CAPÍTULO QUINTO

#### **CONSUMIDOR Y TECNOLOGÍA. CAMBIOS DE PARADIGMA**

1. Derecho y tecnología. La disrupción en el conocimiento y la contratación cognitiva del consumidor
2. Una irrupción ignota pero expansiva
3. La inadecuación del derecho positivo. Hacia un nuevo *ordo consumatoris* o *New deal*
4. Un cambio de paradigma irreal

### CAPÍTULO SEXTO

#### **SMART CONTRACT Y CONSUMIDORES**

1. Un contrato inteligente con consumidores que, sin embargo, no es contrato
2. El complejo enroque de incrustar el Smart contract en la arquitectura del derecho contractual
3. El consumidor y los criterios computacionales de la nueva contratación
4. El condicionado de una póliza y el Smart contract
5. Negociación, consentimiento, complitud/incomplitud de la contratación inteligente y análisis económico del derecho
6. La contratación inteligente ¿erradicará la interpretación contractual y presumirá el cumplimiento de hablar claro en la contratación?
7. Los límites a la automatización. La ejecución del Smart contract. ¿Queda hueco para la disputa?
8. Smart contract y el incumplimiento
9. La muerte del contrato y la debilidad del consumidor

#### BIBLIOGRAFÍA