

Comunicaciones Electrónicas en la Convención de Viena de 1980 sobre Compraventa internacional de mercaderías (CISG), Opinión revisada (Octubre, 2024).

Citar como: Opinión núm. 1 CISG-AC¹ (revisada), Comunicaciones electrónicas en la CISG (14 de octubre de 2024). Ponente: Profesora Christina Ramberg, Gothenburg, Suecia. Adoptada por unanimidad por el Consejo Consultivo de la CISG durante su 53^a reunión en Pavía (Italia), 14-17 octubre de 2024*.

La traducción al español ha sido realizada por María Pérez Pereira, Profesora Adjunta Derecho Mercantil en la Universidad Francisco de Vitoria (España) y revisada por los profesores Alejandro Garro, Edgardo Muñoz y Pilar Perales Viscasillas.

Se permite la reproducción de esta opinión

Pilar Perales Viscasillas, *Presidenta*

Yesim Atamer, Joachim Bonell (em), Michael Bridge (em), Sieg Eiselen (em), Lauro Gama, Alejandro Garro, Roy Goode (em), John Gotanda (em), Han Shiyuan, Johnny Herre (em), Edgardo Muñoz, Ingeborg Schwenzer, Ulrich Schroeter, Hiroo Sono, Lisa Spagnolo, Claude Witz (em), *Miembros*

Milena Djordjević, *Secretaria*

OPINIÓN

Artículos relevantes de la CISG

CISG Arts. 13, 15, 16(1), 17, 18(2), 19(2), 20(1), 21, 22, 24, 26, 27, 32(1), 39(1), 43, 47, 63, 65, 67, 71, 72, 79, 88(1) y (2)

- 1. Nada de lo establecido en la CISG impide que un contrato se celebre, modifique o resuelva por medios electrónicos de comunicación. No se negará la validez o eficacia del contrato por el mero hecho de que se haya realizado a través de medios electrónicos de comunicación. Nada de lo dispuesto en la CISG impide que un contrato o comunicación se pruebe a través de medios electrónicos.**
- 2. Cualquier notificación, solicitud o comunicación regulada por la CISG puede realizarse por cualquier medio -incluyendo comunicaciones electrónicas, siempre que el destinatario haya consentido expresa o tácitamente para recibir la información en ese formato y a esa dirección.**
- 3. El término “escrito” incluye cualquier comunicación electrónica siempre que la información contenida sea accesible para utilizarse posteriormente.**
- 4. El término “envío” se refiere al momento en el que una comunicación electrónica se realiza en el formato y a una dirección que haya sido consentida expresa o tácitamente por el destinatario y sale de un sistema de información bajo el control del remitente.**

¹ Nota del traductor: se opta por mantener esta nomenclatura para las citas.

5. El término “llega” se refiere al momento en el que una comunicación electrónica puede ser recuperada por el destinatario, siempre que éste hubiera consentido expresa o tácitamente a recibir información electrónica en ese formato y en esa dirección.
6. El término “verbal” incluye cualquier comunicación electrónica instantánea y simultánea en la que las partes son conscientes de que se están comunicando simultáneamente y tienen la posibilidad de responder inmediatamente. Puede ser sonido, lenguaje de señas, letras o imágenes transmitidas electrónicamente.
7. El plazo para la aceptación fijado por el oferente en una comunicación electrónica no simultánea comienza a correr en el momento en el que se envía la oferta o a partir de la fecha indicada en la misma. El plazo para la aceptación fijado por el oferente en una comunicación electrónica simultánea comienza a correr en el momento en el que la oferta llega al destinatario.

* El CISG-AC es una iniciativa privada fundada y respaldada por Albert Kritzer, Secretario Ejecutivo del Instituto de Derecho Comercial Internacional de la Escuela de Derecho en la Universidad Pace (Institute of International Commercial Law at Pace University School of Law) y el Centro de Estudios de Derecho Comercial, Queen Mary, de la Universidad de Londres (Centre for Commercial Law Studies, Queen Mary, University of London). El Consejo Consultivo de la Convención de la Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional (CISG-AC) fue constituido con la finalidad de contribuir a la comprensión de la CISG, promover y colaborar en su interpretación uniforme

En su reunión fundacional, que tuvo lugar en París, en junio del año 2001, el Prof. Peter Schlechtriem de la Universidad de Freiburg, Alemania, fue electo presidente del CISG-AC por el plazo de tres años. El Prof. Loukas A. Mistelis del Centro de Estudios de Derecho Comercial de la Universidad de Londres (“Queen Mary”), fue electo secretario. El Consejo Asesor de la CISG fue integrado por los fundadores siguientes: El Prof. Emérito Eric E. Bergsten, de la Universidad de Pace; Prof. Michael Joachim Bonell, Universidad de Roma, “La Sapienza”; Prof. E. Allan Farnsworth, de la Universidad de Columbia; Prof. Alejandro M. Garro, de la Universidad de Columbia; Prof. Sir Roy M. Goode, de la Universidad de Oxford; Prof. Sergei N. Lebedev, de la Comisión de Arbitraje Marítimo de la Cámara de Comercio e Industria de la Federación Rusa; Prof. Jan Ramberg, de la Facultad de Derecho de la Universidad de Estocolmo; Prof. Peter Schlechtriem, de la Universidad de Freiburg; Prof. Hiroo Sono, Facultad de Derecho de la Universidad de Hokkaido; Prof. Claude Witz, de la Universidad de Saarlandes y Universidad de Estrasburgo. Los miembros del Consejo son elegidos por el mismo Consejo.

En reuniones subsecuentes, el CISG-AC eligió como miembros adicionales a la Prof. Pilar Perales Viscasillas, Universidad Carlos III, Madrid; Prof. Ingeborg Schwenzer, Universidad de Basilea; Prof. John Y. Gotanda, de la Universidad de Villanova; Prof. Michael G. Bridge, Escuela de Economía de Londres; Prof. Han Shiyuan, Universidad de Tsinghua, Prof. Yesim Atamer, de la Universidad de Bilgi en Estambul, Turquía; Prof. Ulrich Schroeter, Universidad de Mannheim, Alemania; Prof. Lauro Gama Jnr, Pontificia Universidad Católica Río de Janeiro, Brasil; El juez Johnny Herre, de la Suprema Corte de Suecia; el Prof. Harry M. Flechtner, de la Universidad de Pittsburgh.

Prof. Sieg Eiselen, del departamento de derecho privado de la Universidad de Sudáfrica, el profesor Edgardo Muñoz, de la Universidad Panamericana en Guadalajara, México y a la profesora Lisa Spagnolo de la Macquarie University en Australia.

El Prof. Jan Ramberg se desempeñó por un plazo de tres años como segundo presidente de la CISG-AC. En su 11ª reunión en Wuhan, República Popular de China, el Prof. Eric E. Bergsten de la Universidad de Pace fue electo presidente de la CISG-AC y el Prof. Sieg Eiselen del Departamento de Derecho Privado de la Universidad de Sudáfrica fue electo secretario. En su 14ª reunión en Belgrado, Serbia, la Prof. Ingeborg Schwenzer de la Universidad de Basilea fue electa presidente de la CISG-AC. En su 24ª reunión en Antigua, Guatemala, el Prof. Michael G. Bridge de la Escuela de Economía de Londres fue electo presidente de la CISG-AC.

En su 26ª reunión reunión en Asunción, Paraguay, la Prof. Milena Djordjević, Universidad of Belgrade, Serbia, fue electa Secretaria y reelegida poco después de la 30ª reunión en Río de Janeiro. La Prof. Pilar Perales Viscasillas de la Universidad Carlos III de Madrid fue elegida Presidenta de la CISG-AC después de la 30ª reunión en Río de Janeiro.

COMENTARIOS

Introducción

Hemos armonizado la terminología con la redacción de los instrumentos de la CNUDMI, el lenguaje moderno y expresiones, sin la intención de modificar las reglas sustantivas adoptadas en la primera versión de la Opinión núm. 1, a menos que dicha modificación se indique explícitamente en los comentarios.

- 1. Nada de lo establecido en la CISG impide que un contrato se celebre, modifique o resuelva por medios electrónicos de comunicación. No se negará la validez o eficacia del contrato por el mero hecho de que se haya realizado a través de medios electrónicos de comunicación. Nada de lo dispuesto en la CISG impide que un contrato o comunicación se pruebe a través de medios electrónicos.**

Artículo 11 CISG

1.1 La finalidad del artículo 11 CISG es asegurar que la celebración del contrato no se encuentre sujeta a cumplir con requisitos de forma escrita. Esto está en consonancia con el principio de libertad de forma y el principio de no discriminación de los medios electrónicos de comunicación. Al no requerir ninguna forma en este artículo, la CISG permite a las partes celebrar contratos por medios electrónicos.²

1.2 Esta opinión no aborda las reservas realizadas por los Estados conforme al art. 96 CISG ni impone ninguna restricción a los Estados que hayan formulado reservas.

1.3 Los contratos se pueden celebrar por correo electrónico, conversaciones de chat, interacción en sitios web, plataformas online, sistemas de mensajería automática EDI, etc. Un contrato puede celebrarse parcialmente por medios electrónicos (formación mixta del contrato). A los efectos de la celebración de contratos, los sistemas inteligencia artificial (“IA”) no deben tratarse de manera diferente a otras comunicaciones electrónicas bajo el control de operadores humanos a quienes se les puedan atribuir dichas comunicaciones.³ *Consultar la Convención de la CNUDMI sobre la Utilización de la Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales, artículos 8(1) y 12; Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico artículos 5, 9, 11 (1) y 12.*

² Sobre la definición de “Comunicaciones electrónicas”, ver. Art. 4 de la Convención de la CNUDMI sobre el Uso de Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales (ECC), donde se establece que: “a) Por “comunicación” se entenderá toda exposición, declaración, reclamación, aviso o solicitud, incluida una oferta y la aceptación de una oferta, que las partes hayan de hacer o decidan hacer en relación con la formación o el cumplimiento de un contrato; b) Por “comunicación electrónica” se entenderá toda comunicación que las partes hagan por medio de mensajes de datos; c) Por “mensaje de datos” se entenderá la información generada, enviada, recibida o archivada por medios electrónicos, magnéticos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax.”

³ Sobre el trabajo actual de la CNUDMI sobre contratación automatizada, vid. https://uncitral.un.org/es/working_groups/4/electronic_commerce

2. Cualquier notificación, solicitud o comunicación regulada por la CISG puede realizarse por cualquier medio -incluyendo comunicaciones electrónicas, siempre que el destinatario haya consentido expresa o tácitamente para recibir la información en ese formato y a esa dirección.

- 2.1 Varios artículos de la CISG tratan sobre la comunicación de diversos tipos de información, como las que se refieren, en concreto los artículos 13, 15, 16(1), 17, 18(2), 19(2), 20(1), 21, 22, 24, 26, 27, 32(1), 39(1), 43, 47, 63, 65, 67, 71, 72, 79, 88(1) y 88(2) CISG. Estos artículos se refieren a las comunicaciones mantenidas en el transcurso de negociaciones para celebrar un contrato y durante su ejecución. Todos estos mensajes pueden enviarse a través de medios convencionales o electrónicos. Lo importante es que la información se transmita al destinatario, no el medio o la forma en que se transmitió. Sin embargo, la forma puede revestir importancia práctica para efectos probatorios.
- 2.2 Las cartas en papel enviadas por correo postal era la modalidad predominante al momento de elaborarse la CISG. Ya no es así. Muchas empresas no funcionan desde una oficina física y no cuentan en la práctica con la posibilidad de comunicarse por correo postal. De allí la razón por la cual las partes deben indicar de alguna manera cómo desean comunicarse, si a través de papel, correo electrónico, sistemas automatizados u otros medios.
- 2.3 Esta regla garantiza que las partes realicen un seguimiento de las direcciones de verificación o control que hayan indicado para la operación en cuestión.
- 2.4 Las partes pueden acordar el medio o forma que van a aceptar para la transmisión de información (art. 6 CISG). Ocasionalmente las partes pueden acordar comunicarse a través de plataformas específicas o sistemas automatizados, tales como el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), distribuido por *Ledger Technology* (DLT), la contratación M2M, la IA u otros sistemas de contratos automáticos (*Smart contracts*).
- 2.5 El consentimiento de una parte para utilizar una determinada forma de comunicación se deriva del art. 8 CISG, que regula la interpretación de las declaraciones y los actos de las partes. Entre los ejemplos de circunstancias de las que se puede inferir un acuerdo tácito para comunicarse de un determinado modo cabe incluir información acerca de cómo realizar un pedido que se encuentra en la página web del negocio del vendedor. La parte que utiliza una determinada forma de comunicación consiente tácitamente para recibir información en esa misma forma. Puede considerarse que una parte que proporciona una dirección en una comunicación relativa al contrato acepta implícitamente utilizar dicha dirección para comunicaciones importantes relacionadas con un contrato.
- 2.6 El consentimiento tácito puede ser relevante si las partes han establecido esta práctica en sus operaciones, como lo establece el art. 9(1) CISG.
- 2.7 El consentimiento tácito puede establecerse en virtud del art. 9(2) CISG, que se refiere a los usos comerciales que las partes conocían o debían haber conocido y que son ampliamente conocidos en el comercio internacional regularmente observados por las partes contratantes en el tráfico mercantil de que se trate. A menos que las partes hayan limitado los medios de

comunicación, existe la presunción de que se aceptan las comunicaciones en las formas de uso habitual. Esta presunción podría fortalecerse o debilitarse de acuerdo con la conducta anterior de las partes o los usos habituales: arts. 9(1) y 9(2) CISG.

- 2.8 Normalmente no se considera que el destinatario haya dado su consentimiento para recibir mensajes en todas las direcciones electrónicas y canales de comunicación disponibles. El remitente debe por lo tanto asegurarse de que el destinatario desea utilizar un determinado medio de comunicación para el tipo de información que quiere transmitir el remitente. Este problema está relacionado con la imputación de conocimiento (es decir, hasta qué punto puede atribuirse el conocimiento a una empresa cuando quien recibe la información no se encuentra involucrado en el asunto en cuestión recibe información), tema que no se aborda en esta opinión.
- 2.9 Un remitente no debe enviar comunicaciones electrónicas con información empresarial de una naturaleza concreta (tal como la aceptación de una oferta contractual) a una dirección electrónica que el remitente conoce o debe conocer que no será utilizada para procesar este tipo de comunicación (por ejemplo, una dirección de correo electrónica utilizada para gestionar reclamaciones de consumidores).
- 2.10 El hecho de que una parte haya indicado que está dispuesta a recibir comunicaciones en una determinada forma, no necesariamente significa que excluye el uso de otras formas de comunicación. Esta es una cuestión que involucra una interpretación razonable de la indicación dada. Así, una oferta que se limite a indicar que el oferente que desea aceptar la oferta puede escribir a una dirección postal determinada no excluye por lo general una aceptación por correo electrónico enviada a una dirección de correo electrónico que también haya sido indicada expresa o tácitamente.
- 2.11 Una parte puede informar que no acepta determinados medios de comunicación, por ejemplo, que no desea comunicarse a través de cartas en papel y que sólo acepta comunicación por correo electrónico. Asimismo, una parte puede informar que sólo acepta comunicaciones electrónicas enviadas a una dirección determinada. Tal información debe ser respetada por quienes envían información a dicha parte. Si las partes han convenido comunicarse de una determinada manera, una de las partes no puede cambiar tal acuerdo unilateralmente en perjuicio de la otra.
- 2.12 Podría suceder que una dirección no haya sido indicada correctamente por el remitente. Este mensaje puede entrar en el sistema de información del destinatario, pero nunca le llegará por lo que no puede acceder a esta información. Esto sucede, por ejemplo, cuando la dirección correcta es Thomasine@companyx.com, pero el remitente escribe Tomasine@companyx.com. Este error tipográfico en el correo electrónico a veces entra en el servidor de la empresa, pero acaba bloqueado en el servidor porque el servidor no puede encontrar Tomasine sin “h”. En tal caso el riesgo debe ser soportado por el remitente puesto que Thomasine no ha indicado la dirección incorrecta para recibir los mensajes electrónicos. A veces, una comunicación electrónica enviada a una dirección incorrecta es automáticamente reenviada a la dirección correcta por el sistema informático. En este caso el destinatario ha informado al sistema informático que debe reenviar los correos electrónicos recibidos

incorrectamente, y haciendo esto el destinatario ha expresado su voluntad de recibir también, por lo general, los mensajes electrónicos enviados a una dirección incorrecta.

2.13 Un mensaje puede haber llegado a la carpeta de correo no deseado del destinatario, de donde puede recuperarse, pero a menudo el destinatario no le presta ninguna atención o únicamente lo hace tras un largo período de tiempo. Este direccionamiento a la carpeta de correo no deseado se programa por el destinatario y queda dentro de su esfera de control. En consecuencia, los riesgos que suponen los filtros antispam recaen sobre el destinatario y no sobre el remitente. Sin embargo, muchos filtros antispam funcionan igual, dirigiendo los mensajes enviados a muchos destinatarios a la carpeta de correo no deseado. El remitente debe estar al tanto de los filtros antispam habituales, por lo que puede considerarse que el destinatario, tácitamente, no ha aceptado recibir comunicaciones electrónicas suelen acabar atascados en los filtros antispam.

2.14 Un tema relacionado es si el destinatario puede procesar y comprender la comunicación electrónica. Debido a la incompatibilidad de sistemas informáticos y programas de computación, puede ocurrir que el texto que parece haber sido dirigido a una dirección correcta del destinatario sea incomprensible. Como se ha dicho anteriormente, el punto clave es determinar en qué medida el destinatario ha indicado su asentimiento para recibir ese tipo de comunicación electrónica.

2.15 Las comunicaciones enviadas a una dirección o en una forma no aceptada por el destinatario pueden seguir teniendo efectos jurídicos cuando el remitente pueda demostrar que el destinatario (i) era conocedor del mensaje y de su contenido y (ii) podía acceder al mensaje correctamente. No es aceptable que el destinatario apele a un argumento formalista que el mensaje carece de validez jurídica sólo porque ha sido comunicado de forma inexacta en una situación en la que queda claro que el destinatario ha accedido al mensaje y ha conocido la información que el remitente le quería transmitir⁴.

2.16 Las notificaciones no cubiertas por el ámbito de aplicación de la CISG pueden comunicarse por cualquier medio. Véanse artículos 3 y 9 de la Convención de la CNUDMI sobre Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales; artículos 6, 7 y 9 de la Ley Modelo de CNUDMI sobre Comercio Electrónico.

3. El término “escrito” incluye cualquier comunicación electrónica siempre que la información contenida sea accesible para utilizarse posteriormente.

3.1 Los artículos 11, 12, 13, 21, 29 y 96 CISG contienen el término “escrito”.

3.2 El término “escrito” no era complicado en el mundo tradicional del papel al referirse a los documentos escritos en papel con lápiz, bolígrafo, etc. En la actualidad el problema consiste en determinar si los documentos electrónicos, más allá del telegrama y el télex, también son “escritos”. El prerequisite del “escrito” se cumple siempre que la comunicación electrónica pueda cumplir con las mismas funciones que cumple un mensaje en soporte papel. Tales

⁴ Artículo 5 de la Convención de CNUDMI sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales. Artículo 10(2), de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico.

funciones consisten en la posibilidad de (i) poder acceder al mismo, (ii) guardarse (almacenarse) y (iii) poder acceder con posterioridad al mensaje (reproducción).

3.3 Algunas formas de comunicación electrónica suelen ser accesibles y pueden guardarse y reproducirse, como los correos electrónicos. Otras formas suelen guardarse con menos frecuencia y son más difíciles de guardar. Si el destinatario tiene dificultad práctica para guardar el mensaje y elige no guardarlo no es crucial para determinar si se considera “escrito”, puesto que la decisión del destinatario no puede ser controlada el remitente. En el mundo del papel tampoco es determinante para considerar “escrito” si la calidad del papel usado se disuelve fácilmente o si el destinatario elige no guardar adecuadamente el documento en soporte papel. Sin embargo, el hecho de que una forma electrónica de comunicación sea menos adecuada para ser guardada puede indicar que el destinatario no ha aceptado tácitamente comunicarse de esa forma (*vid. supra Regla 2*).

3.4 Las comunicaciones pueden ser verbales, en letra, en lengua de signos o en imágenes (por ejemplo, emojis). Todos estos tipos de comunicación se incluyen en el concepto de “escrito”, pues todos ellos se refieren a información que es accesible, puede guardarse y reproducirse. A veces la comunicación puede ser difícil de interpretar, como palabras mal escritas o emojis. El hecho de que la información sea difícil de entender y pueda ser ambigua no implica que tal información no se considere “escrita”.

3.5 *Vid. la Regla 2 sobre el consentimiento de las partes para utilizar determinadas formas de comunicación.*

3.6 1.2 Esta opinión no aborda a las reservas realizadas por los Estados conforme al art. 96 CISG ni impone ninguna restricción a los Estados que hayan formulado dicha reserva.

3.7 Esta opinión no aborda la definición de “firma”.

Véase el artículo 9 de la Convención de la CNUDMI sobre Utilización de la Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales; artículos 6, 7 y 9 de la Ley Modelo de CNUDMI sobre Comercio Electrónico.

4. El término “envío” se refiere al momento en el que una comunicación electrónica se realiza en el formato y a una dirección que haya sido consentida expresa o tácitamente por el destinatario y sale de un sistema de información bajo el control del remitente.

4.1 Algunas disposiciones de la CISG se refieren a que los mensajes se “envíen”, concretamente los artículos 16(1), 19(2), 20(1), 21, 71(2) and 71(3) CISG. Conforme a estas disposiciones, es suficiente con que el mensaje haya sido enviado; no tiene que también haber llegado al destinatario. El envío tiene lugar cuando la comunicación sale del sistema informático del remitente, por ejemplo, de su servidor. Puede trazarse un paralelismo con un documento en soporte papel que haya salido del buzón de la oficina de correos.

4.2 El mensaje debe haberse enviado de tal manera que se corresponda con la indicación del destinatario sobre cómo quiere recibir las comunicaciones (en qué formato y a qué dirección), *vid supra Regla 2*. Para que las comunicaciones en soporte papel se consideren enviadas, deben haber llegado al destinatario correcto. Lo mismo se aplica a las comunicaciones electrónicas.

4.3 Las comunicaciones que se hayan enviado a la dirección o en una forma no aceptada por el destinatario pueden seguir siendo consideradas “*enviadas*” cuando el destinatario pueda demostrar que (i) conocía el mensaje y su contenido y (ii) podía procesar el mensaje adecuadamente. No puede acogerse al argumento formalista del remitente que un mensaje no ha sido enviado por el solo hecho que ha sido comunicado de manera inexacta cuando está claro que el destinatario ha procesado el mensaje y ha obtenido un conocimiento de la información que el remitente quería enviar al destinatario⁵.

Véase el artículo 15 de la Ley Modelo de CNUDMI sobre Comercio Electrónico y el artículo 10 (1) de la Convención de la CNUDMI sobre Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales.

5. El término “llega” se refiere al momento en el que una comunicación electrónica puede ser recuperada por el destinatario, siempre que éste hubiera consentido expresa o tácitamente a recibir información electrónica en ese formato y en esa dirección.

5.1 Los artículos 15(1) y (2), 16(1), 17, 18(2), 20(1), 21(2), 22, 24 CISG se refieren a cuándo los mensajes han llegado al destinatario.

5.2 La finalidad que subyace los artículos 15(1), 18(2), 21(2) y 24 CISG es la de garantizar que el destinatario tenga la oportunidad de leer la información si así lo decide. No se exige que el destinatario haya leído o procesado la información, si no solo que el mensaje haya sido accesible para su lectura y procesamiento (la diferencia entre “llegar a la mente” y “llegar al escritorio” o “llegar a la persona jurídica”). En consecuencia, cuando un mensaje ha entrado en el sistema informático del destinatario y, por lo tanto, dentro de su esfera de control, se considera que ha llegado al destinatario.

5.3 El objetivo de la proposición que un mensaje sólo necesita ser accesible pero no realmente leído apunta, entre otras cosas, a facilitar la prueba. Es posible probar (con relativa facilidad, al menos conceptualmente) cuando un mensaje es accesible/recuperable; es muy difícil probar cuando las personas realmente le han prestado atención.

5.4 Un problema habitual relacionado con los mensajes en soporte papel y los mensajes electrónicos es que el destinatario no siempre puede acceder al mensaje en el momento en que le llega. Lo importante es que el destinatario pueda recuperar/acceder al mensaje. De allí que se considere que, los mensajes en papel han llegado al destinatario cuando llegan al lugar donde se encuentra ubicado, independientemente de si se encontraba realmente presente en ese lugar. De la misma manera, se considera que los mensajes electrónicos han llegado al destinatario cuando han ingresado a su sistema informático, por ejemplo, a su servidor.

5.5 Desde un punto de vista práctico, está claro que el destinatario de un mensaje electrónico puede leerlo tan pronto como ingrese a su sistema informático. El destinatario puede tener problemas para acceder al mensaje debido a problemas internos en su propio sistema informático o en el sistema externo. Esto suele por lo general encontrarse dentro de la esfera de control del

⁵ Artículo 5 de la Convención de CNUDMI sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales. Artículo 10(2), de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico

destinatario. Independientemente de cuán gravoso puede ser para el destinatario que los mensajes hayan llegado a su sistema informático sin poder acceder a ellos debido a problemas internos, no corresponde que el riesgo recaiga en el remitente por problemas técnicos del destinatario. El destinatario puede reducir el riesgo eligiendo prestadores de servicios adecuados o diseñando un sistema de infraestructura técnico adecuado para asegurar que las comunicaciones internas funcionen correctamente. El remitente de una comunicación electrónica no debe asumir tal riesgo.

5.6 Para que un mensaje llegue al destinatario no basta que haya ingresado en el sistema de información del destinatario. También es necesario que el destinatario haya expresado de alguna manera que desea recibir comunicaciones electrónicas, *vid. supra Regla 2*.

5.7 Respecto a si un mensaje ha llegado al destinatario cuando ha sido automáticamente enviado a un filtro de correo no deseado, *vid. supra* el comentario a la Regla 2.

5.8 Respecto a si un mensaje electrónico ha sido enviado a una dirección equivocada o en un formato erróneo, véase el comentario a la Regla 2.

5.9 Conforme al artículo 15(2) CISG, una oferta podrá ser retirada si su retiro llega al destinatario antes o al mismo tiempo que la oferta. Esta regla permite que en la comunicación en soporte papel enviada a través del correo postal, el oferente pueda retirar su oferta a través de medios de comunicación más rápidos. El oferente podría, por ejemplo, enviar por vía postal una oferta en soporte papel y retirarla con posterioridad enviando un correo electrónico que llegue al destinatario antes que la carta en papel. Esta situación raramente ocurre en la práctica ya que, en relación con ofertas enviadas por medios comunicación electrónica, no suele haber medios para que el oferente recurra a un medio de comunicación más rápido para retirar la oferta. La única cuestión de importancia práctica surge cuando la oferta es enviada por vía postal en soporte papel y su retiro se envía electrónicamente. Lo mismo aplica *mutatis mutandi* a los artículos 16(1), 17 y 22 CISG.

5.10 El art. 20(1) CISG se refiere al cómputo del tiempo y hace referencia al momento en el que una oferta “llega” al destinatario. Ver la Regla 7 a continuación sobre este tema.

5.11 Las comunicaciones transmitidas a una dirección o en una forma no aceptada por el destinatario puede considerarse que han “llegado” al destinatario cuando el remitente pueda demostrar que el destinatario (i) tenía conocimiento del mensaje y su contenido y (ii) podía procesar adecuadamente el mensaje. No cabe aceptar el argumento formalista del destinatario en el sentido de que el mensaje no le ha llegado sólo porque ha sido comunicado de forma inexacta, cuando queda claro que el destinatario ha procesado al mensaje y ha conocido la información que el remitente le quería transmitir⁶.

Véase el artículo 15 de la Ley Modelo de CNUDMI sobre Comercio Electrónico; y artículo 10 de la Convención CNUDMI sobre la Utilización de las Comunicaciones Comerciales en los Contratos Internacionales.

⁶ Artículo 10(2) de la Convención de CNUDMI sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales. Artículo 15, de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico.

6. El término “verbal” incluye cualquier comunicación electrónica instantánea y simultánea en la que las partes son conscientes de que se están comunicando simultáneamente y tienen la posibilidad de responder inmediatamente. Puede ser sonido, lenguaje de señas, letras o imágenes transmitidas electrónicamente.

6.1 Los artículos 18, 19(2), 21 y 24 CISG se refieren a las comunicaciones verbales. Sin embargo, sólo el artículo 18 CISG plantea un problema práctico respecto de la comunicación “verbal” y la electrónica. Los demás artículos se refieren tanto a las notificaciones “*verbales*” como escritas, y por lo tanto es irrelevante si la comunicación ha sido verbal o escrita. En la práctica, el significado de “*verbal*” es relevante para decidir si una oferta ha de ser inmediatamente aceptada conforme al artículo 18 CISG.

6.2 El artículo 18 CISG establece que una oferta verbal debe aceptarse inmediatamente. La presunción del artículo 18 CISG es que la oferta debe aceptarse en el momento, en las negociaciones inmediatas. El punto relevante es que ambas partes son conscientes de que se encuentran involucradas en una comunicación simultánea y que la contraparte tiene la posibilidad de responder inmediatamente.

6.3 La CISG distingue entre comunicaciones “*verbales*” y “*otras*”. La comunicación es “*verbal*” cuando tiene la característica de la inmediatez, por oposición a la comunicación asíncrona. La referencia a lo “verbal” en el artículo 18 CISG tiene por objetivo referirse a las situaciones en las que las partes intercambian comunicaciones instantánea y simultáneamente.

6.4 El concepto de lo verbal no excluye a las comunicaciones electrónicas. Sin embargo, no todas las comunicaciones electrónicas son instantáneas y simultáneas. La clave para determinar si una situación concreta en la que se utiliza una comunicación electrónica cae dentro del concepto “verbal”, es saber hasta qué punto la comunicación es instantánea y simultánea.

6.5 “*Verbal*” no es un término antónimo a “*escrito*”. Es irrelevante si la comunicación se hizo con voz, lenguaje de signos, letras o emojis. Esto es claro, por ejemplo, en el caso de personas que se comunican de manera simultánea mediante un lenguaje de signos. Tal comunicación se considera como “verbal” bajo el art. 18 CISG. La tecnología actual no distingue entre voz y palabras escritas, puesto que el mensaje puede aparecer al destinatario como voz a pesar de que el emisor lo haya tecleado, o viceversa. Carece de sentido, por lo tanto, distinguir entre voz, letras mecanografiadas o imágenes. Por el mismo motivo no es relevante distinguir entre varios medios/modalidades/recorrido de la transmisión (como los sistemas electrónicos, transmisión de *chat*, WhatsApp, Snapchat, o sonido transmitido por el aire o a través de fibra óptica).

6.6 El concepto de comunicación verbal incluye situaciones en las que las comunicaciones son recibidas en el mismo momento en el que son realizadas, como por ejemplo en las videoconferencias y las conversaciones telefónicas. En las videoconferencias, las partes pueden comunicarse simultáneamente hablando, escribiendo texto en un documento que se presenta a la otra parte durante la videoconferencia o con símbolos gráficos como el icono del pulgar hacia arriba. Este tipo de comunicaciones se consideran “*verbales*” en el sentido del art. 18 CISG si se realizan durante una videoconferencia.

6.7 El término “verbal” no se aplica cuando un mensaje se envía por correo electrónico, dado que tales mensajes generalmente no se leen mientras se

escriben y el remitente desconoce cuándo el destinatario leerá el correo electrónico.

6.8 La comunicación a través de *chat* -como *WhatsApp*, *Snapchat*, *Messenger* o en sitios web- pueden o no corresponder a comunicaciones verbales en el sentido del artículo 18 CISG. Lo relevante es si las partes se encuentran simultáneamente presentes y si se comunican a través de mensajes instantáneos respondiendo a los mensajes del otro. En algunos tipos de conversación de *chat*, el remitente escribe una “a” e inmediatamente aparece la letra “a” en la pantalla del destinatario. Este tipo de comunicación se considera simultánea siempre que las partes sean conscientes de que el destinatario se encuentra presente y que lee la letra “a” en el mismo momento que aparece en su pantalla. En otras formas de conversación por *chat*, el mensaje completo aparece en la pantalla del destinatario una vez que el remitente haya pulsado el botón “enviar”. La comunicación también se considera simultánea cuando ambas partes saben que se están comunicando simultáneamente y que la contraparte tiene la posibilidad de responder inmediatamente. Algunas conversaciones de *chat* no se consideran “*verbales*”. Esto sucede cuando la conversación de **chat** es similar a la del correo electrónico en el sentido de que las partes no se encuentran “*presentes*” para responder inmediatamente, esperando que puedan leer y responder pasado un tiempo.

6.9 La comunicación a través de *chat-robots* automatizados a veces permiten que una parte actúe físicamente y la otra responda con mensajes generados automáticamente. Esto puede ser comunicación “*verbal*” siempre que ambas partes sean conscientes de que se están comunicando simultáneamente y que la contraparte tiene la posibilidad de responder inmediatamente.

6.10 La comunicación mutua a través de sistemas automatizados, incluyendo la inteligencia artificial, a suele asemejarse a la comunicación simultánea y por lo tanto puede considerarse “*verbal*”. No es necesario en principio establecer si la comunicación “*verbal*” en el sentido del artículo 18 CISG se aplica a las comunicaciones mutuas entre sistemas automatizados, ya que con frecuencia las partes suelen acordar expresamente cómo se celebrarán los contratos mediante los medios de comunicación acordados, incluyendo el cómo y en qué lapso se formulan las respuestas y comunicaciones.

6.11 No se considera “*verbal*”, en el sentido del art. 18 CISG, un mensaje de voz en el respondedor automático del teléfono del destinatario porque no hay una comunicación en presencia simultánea de las partes. Por el mismo motivo, tampoco se consideran “*verbales*” en el sentido del artículo 18 CISG los mensajes de voz a través de video grabaciones.

6.12 La Regla 6 se refiere a “ambas” partes. Cuando una comunicación implica a más de dos partes, la comunicación es *verbal* si todas las partes involucradas son conscientes de que están comunicándose simultáneamente y todas ellas cuentan con la posibilidad de responder simultáneamente.

Véase art. 10 de la Convención de la CNUDMI sobre Utilización de Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales y artículo 15 de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico.

7. El plazo para la aceptación fijado por el oferente en una comunicación electrónica no simultánea comienza a correr en el momento en el que se envía la oferta o a partir de la fecha indicada en la misma. El plazo para la aceptación fijado por el oferente en una comunicación electrónica simultánea comienza a correr en el momento en el que la oferta llega al destinatario.

7.1 Artículo 20(1) CISG.

7.2. El artículo 20(1) CISG ofrece ayuda para interpretar los plazos de aceptación establecidos de manera ambigua. Por ejemplo, cuando se establece un período de cuatro días en una oferta sin ninguna indicación del momento en que ese período comienza a correr, el artículo 20(1) CISG establece un punto de partida diferente dependiendo del medio a través del cual se envió la oferta. En el caso de los telegramas el período comienza en el momento en el que se entrega el telegrama para su envío. Si el mensaje es enviado en una carta postal, el período comienza en la fecha de la carta o, en el caso de no constar dicha fecha, a partir de la fecha en el sobre. En el caso del teléfono, télex u otros medios de comunicación instantánea, el período comienza a correr en el momento en el que la oferta llega al destinatario.

7.3. El problema que ahora se plantea es cómo determinar los plazos de aceptación que se establecen de forma ambigua en una comunicación electrónica. En las comunicaciones electrónicas suele ser claro cuando se produce la comunicación y, por lo tanto, también suele ser claro el punto de partida para computar el plazo de aceptación. Además, la diferencia temporal entre el envío y la recepción de una comunicación electrónica es muy pequeña.

7.4. En la práctica comercial de hoy en día no suelen fijarse plazos de aceptación porque los oferentes suelen establecer una fecha fija límite para que no haya lugar a dudas. Así, este tema rara vez adquiere importancia práctica. *Ver artículo 5 de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico.*