

*La publicidad registral y derechos
fundamentales según los registradores
públicos del registro de predio de la Zona
Registral N° IX – Sede lima. Año 2016*

*Registry Publicity and Fundamental Rights
According to Public Registrar of the Property
Registry of the Registration Area N° IX –
Lima Office, Year 2016*

Yeniffer Stefani Ojeda Paravicino*

DOI: <http://dx.doi.org/10.21503/lex.v16i21.1551>

Lex

* Abogada por la UAP, máster en Derecho Notarial y Registral por la UIGV. Coordinadora de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la UAP.
Correo electrónico: y_ojeda@uap.edu.pe





Áncash. Enrique Polanco.
<https://www.facebook.com/enriquepolancopintor/>

RESUMEN

La presente investigación, busca determinar nivel de relación que existe entre la publicidad registral y los derechos fundamentales según los registradores públicos del registro de predios de la zona registral N° XI – Sede Lima en el año 2016. La muestra estuvo conformada por 35 registradores públicos de la zona registral N° IX – Sede Lima, y el diseño de investigación fue el correlacional. Se utilizaron 2 cuestionarios que responden a los indicadores, dimensiones y variables respectivamente. Concluyendo que existe una relación significativa positiva alta entre la publicidad registral y los derechos fundamentales.

Palabras clave: *publicidad registral, derechos fundamentales.*

ABSTRACT

This investigation seeks to: Determine the relation between registry publicity and fundamental rights according to the public registrars of the Registry of Properties of the Registration Area N° XI - Lima Office in 2016. The sample consisted of 35 public registrars of the Registration Area N° IX - Lima Office, applying a correlational research design. Two questionnaires were used that respond to the indicators, dimensions and variables respectively, concluding that a significant positive relationship exists between registration publicity and fundamental rights.

Key words: *registration publicity, fundamental rights.*

I. INTRODUCCIÓN

La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) es el órgano del Estado encargado de administrar, almacenar la información y regular su acceso a la información; es decir, establece qué actos permanecerán anotados en el registro y cómo las personas van a tener acceso a esa información para realizar sus respectivas indagaciones. Lo que se almacenan en el archivo o registro son los derechos o actos inscritos, los cuales a su vez se plasman en partidas registrales. No es erróneo precisar que la sociedad ha perdido la credibilidad de las instituciones estatales, entre estas la SUNARP debido a la mala praxis o administración, al no contar con funcionarios capacitados, que muchas veces no tienen un criterio uniformizado a pesar de que se cuenta con un TUPA donde se establece cómo se debe seguir un procedimiento y los documentos a presentar por el solicitante. Se obvian dichos procedimientos para unos y se aplican para otros; además de ello, está la contaminación de la corrupción en el aparato estatal.

En la presente investigación se estudiaron los actos de disposición realizados sobre un bien inmueble, más aún que la compraventa de un bien inmueble en nuestro sistema registral, cuya inscripción en el Registro de la Propiedad Inmueble no es obligatoria ni constitutiva, dado que nuestro Código Civil establece que en el caso de la compraventa de inmuebles de propiedades se transfiere por el simple consenso entre las partes, habiendo aquí una coincidencia entre el título (contrato de compraventa) y el modo (consenso) de adquisición de la propiedad fuera del registro.

Al no ser obligatoria la inscripción registral de un bien inmueble en nuestro sistema, las partes pueden o no proceder a efectuarla. Pau Pedron¹ nos expone que “para entablar cualquier relación jurídica se requiere el máximo de certeza sobre sus presupuestos: si se va a comprar, que el vendedor sea dueño (...)”.

¹ Antonio Pau Pedrón, *Curso de práctica registral* (Madrid: Pontificia Universidad Católica de Comillas, 2015).

Es así que la publicidad, dentro del ámbito registral, representa la información contenida en los registros, y está a disposición de toda institución o persona que la solicite, sin ninguna limitación; generándose efectos jurídicos a los terceros y a las partes involucradas en el acto o contrato. Dicha publicidad de la información causa un problema porque al estar inscrito en el Registro Civil, figuran datos de carácter personal, y al realizar la consulta de estos en ocasiones puede entrar en colisión con el derecho a la intimidad. En ese sentido, entiéndase que el concepto de publicidad surge por oposición al de clandestinidad. Si la clandestinidad implica ocultación y desconocimiento, la publicidad supone todo lo contrario: Difusión y conocimiento, es decir, las dos notas que, según el jurista italiano Salvatore Pugliatti,² caracterizan, fundamentalmente, el fenómeno publicitario.

Aunque Corrado³ define la publicidad jurídica como “una señalación declarativa, proveniente de órganos públicos, dirigida a poner de manifiesto la verificación de hechos idóneos a producir modificaciones que pueden interesar a la generalidad de los ciudadanos”.

Debido al fácil acceso de la publicidad, algunas personas realizan un mal uso de esta información propiciando la comisión de actos ilícitos. Incluso se considera que dentro del contenido de las partidas registrales son innecesarios los asientos en los cuales consten datos personales relaciones a divorcios y regímenes patrimoniales. Esa información no sería de mucha trascendencia al momento de constituir ciertos actos, porque lo que sería de necesario conocimiento es saber quiénes son los titulares y si sobre el inmueble pesa alguna carga o gravamen. Aunque algunos autores como Hernández Gil⁴ establecen que la publicación produce una situación de notoriedad, pero no de publicidad.

Carrascal Portilla⁵ esclarece que la publicidad registral no es sino la exteriorización de un hecho, situación o relación jurídica para producir cognoscibilidad general o posibilidad de conocer.

El artículo 128 del Reglamento General de Registros Públicos establece el acceso a la información que afecta el derecho a la intimidad. Consideramos que la existencia del presente artículo plasmado en la norma es meramente declarativa, ya que en la práctica diaria no se aplica, pues los funcionarios de los Registros Públicos no piden autorizaciones o poderes a los que solicitan acceso a la información del archivo registral. Además, los Registros Públicos no han especificado qué tipo de datos personales o sensibles no son de conocimiento público; en todo caso deberían aclarar qué situación violan la intimidad según su criterio. Se trata,

² Salvatore Pugliatti, “La trascrizione”, en *La pubblicità nel Diritto privato, Parte general* (Messina, 1957).

³ R. Corrado, “La publicidad en el derecho privado”, Turín (1947).

⁴ F. Hernández Gil, *Introducción al derecho hipotecario* (Madrid: Editorial Revista de Derecho Privado, 1970).

⁵ Justo Carrascal Portilla, “La publicidad de los derechos reales”, *Diálogo con la Jurisprudencia*, n.º 5 (1947): 113.

como dice el catedrático de Derecho Civil José Luis La Cruz Berdejo,⁶ no tanto de que las situaciones jurídicas lleguen a conocimiento de todos, como de que todos tengan un medio oficial de conocerlas.

Dentro de las investigaciones sobresalientes, refiere Calderón y Aliaga⁷ en su trabajo titulado “La publicidad registral y el derecho a la intimidad” presentado en el XII Congreso Internacional de Derecho Registral – Punta del Este, Uruguay, marzo del 2001, define a la “publicidad registral” y al “derecho a la intimidad” y sus relaciones como una realidad compleja, conflictiva y complementaria a la vez; ello con el afán de seguir avanzando en el camino del derecho, intentando conciliar ambos valores fundamentales de la sociedad. Es indudable el trascendental rol que cumple la “publicidad registral” en el desarrollo del tráfico jurídico al otorgar certeza; presupuesto básico para la constitución de las relaciones jurídicas, y consecuentemente seguridad jurídica en general, en favor de los terceros y del propio titular registral; la publicidad registral genera “cognoscibilidad general” que permite oponer *erga omnes* las situaciones jurídicas publicitadas (titularidad, cargas, gravámenes, tratándose de inmuebles; régimen de poderes, directivos, estatuto, en el caso de personas jurídicas, etc.); la doctrina ha sido pacífica al reconocer en la publicidad registral dos aspectos o niveles, “material” y “formal”; es decir, por un lado la presunción legal de conocimiento del contenido de los asientos registrales, y por el otro, la posibilidad real de acceso a aquello que la ley presume conocido a través de los procedimientos reglamentarios, por ante la oficina registral correspondiente. Sin embargo, han sido pocas las investigaciones que se han efectuado en nuestro medio en torno a los límites de la “publicidad registral” en su relación con el “derecho a la intimidad”; existiendo entonces un amplio espectro de inseguridad respecto a los márgenes de actuación del registrador público, que por desconocimiento o negligencia podría amenazar o vulnerar el “derecho a la intimidad” —con las responsabilidades subsecuentes—, o por su temor, entrapar o negar el derecho a la “publicidad registral”.

En el trabajo en mención se enfatiza aquella relación conflictiva que existe entre la publicidad registral y el derecho a la intimidad, exponiendo el supuesto que en algunos casos la publicidad registral vulnera el derecho a la intimidad de las personas al consignar en la partida electrónica información que podría considerarse como innecesaria. Este conflicto entre la publicidad registral y el derecho a la intimidad se da cuando por ejemplo en las partidas electrónicas se establece información referente a datos personales y sensibles de las personas como si el titular del bien inmueble es divorciado o tiene un régimen de separación de bienes. Según los autores, esta información no debería de ser pública al considerarla innecesaria y hasta incluso exponer esta información podría generar inseguridad o mancillar el honor del o los titulares del bien inmueble.

⁶ B. J. La Cruz y R. Sancho, *Derecho inmobiliario registral*. Segunda edición (Barcelona: Bosch, 1984).

⁷ Nelly Calderón Navarro y Luis Alberto Aliaga Huaripata, “La publicidad registral y el derecho a la intimidad”, presentado en el XIII Congreso Internacional de Derecho Registral – Punta del Este, Uruguay, marzo de 2001.

Siguiendo con los estudios, Orna Ladd, Nelson presenta su investigación del año 2013⁸ titulada “Folio real informático: sus implicancias técnico-jurídicas a la luz de la ley de Registro de 1966”. Este trabajo propone la tesis de que la adopción del sistema de folio real informático, a través de una reforma a la Ley de Registro, llevaría a una unificación y estandarización del método de archivo de documentos utilizados por los registros de la propiedad a nivel nacional, facilitando su coordinación con los sistemas informáticos de catastro; además armonizaría el texto de la Ley de Registro con el ordenamiento jurídico actual del Ecuador, específicamente con la Ley del Sistema Nacional de Registro de Datos Públicos y las ordenanzas expedidas por los Gobiernos autónomos descentralizados en ejercicio de sus competencias. En conjunto, todo esto coadyuvaría a cumplir la finalidad de los registros de la propiedad: la seguridad jurídica a través de la publicidad de los derechos reales sobre inmuebles. El método utilizado fue el analítico-sintético, se analizaron la Ley de Registro y leyes conexas para encontrar defectos en su redacción y llegar a conclusiones que permitan proponer soluciones. Con este fin se emplearon dos tipos de estudio: uno exploratorio, que consistió en investigar en la doctrina las principales características del tema tratado; y otro explicativo, respecto a los defectos que se encontraron en la Ley de Registro, junto con las posibles soluciones a los mismos.

En nuestro país, la investigación de Daniel Tarrillo Monteza⁹ en la tesis para optar el grado de magíster titulada “Publicidad registral y derecho a la intimidad” plantea que existe un tema recurrente en la doctrina tanto en Perú como en el extranjero: el conflicto entre el derecho a la intimidad y la libertad de información, el avance de la tecnología trae consigo que se flexibilice el tratamiento de los datos personales, siendo cada vez más ardua la tarea de distinguir cuáles son los datos que forman parte de la esfera privada y cuáles son los datos que se consideran dentro de la esfera pública. Esta problemática alcanza a la difusión de los datos almacenados en los Registros Públicos, los que son arduamente consultados en correspondencia con el actual “boom” inmobiliario y el trascendental papel que cumplen los Registros Públicos en la organización y desarrollo económico de una sociedad. Su mayor significación viene a razón de la seguridad que otorga el Registro a las operaciones comerciales, al intercambio de bienes y a otras actividades que son susceptibles de incorporarse a ellos. Es muy usual dirigirse al argumento de la seguridad jurídica en el tráfico comercial como justificante para el libre fluido de la información. Es aquí entonces donde dos aspectos fundamentales del Registro se contraponen con un derecho de la personalidad como es el derecho de la intimidad: publicidad registral con su lógica consecuencia seguridad jurídica contra la intimidad personal.

⁸ Nelson Orna Ladd. “Folio real informático: sus implicancias técnico-jurídicas a la luz de la ley de Registro de 1966”, Quito (2013).

⁹ Daniel Edward Tarrillo Monteza, “Publicidad registral y derecho a la intimidad” (tesis para optar el grado de magíster, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2013).

Siguiendo a Venero José L.¹⁰ (1988) en su tesis titulada “Aplicación del principio de publicidad registral en el Perú”, Universidad San Martín de Porres, concluye que se establecen los aspectos generales que engloban al principio de publicidad registral. Primero se define todo lo referente a la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), posteriormente se procede a hacer un análisis al Reglamento General de los Registros Públicos en donde consta el principio de publicidad registral. Asimismo, se tratan temas sobre la aplicación de la publicidad y sus diferentes aspectos, como por ejemplo qué tanto se da y hasta dónde se puede llegar en su aplicación. También se efectúa un análisis sobre cómo la población utiliza este servicio y qué efectos trae a la población, ya sean positivos o negativos.

Lino Rodríguez Lizeth¹¹ en su investigación titulada “El establecimiento del carácter constitutivo de inscripción sobre transferencia de bienes inmuebles en el Registro de Predios garantiza la seguridad jurídica” en la ciudad de Trujillo, propone que la problemática de la legislación peruana se encuentra que nuestro Sistema Registral declarativo, donde se establece que la sola obligación de enajenar un inmueble determinado hace al acreedor propietario de él. Sin embargo, la sociedad al no tener seguridad y certeza en el momento de celebrar actos o negocios jurídicos sobre bienes inmuebles genera el gran dilema. Es por ello que se planteó el siguiente problema: ¿De qué manera el establecimiento del carácter constitutivo de inscripción sobre transferencia de bienes inmuebles en el Registro de Predios garantiza la seguridad jurídica de los usuarios en el Perú 2014? Así mismo haciendo uso de la interpretación de la legislación vigente y entrevistas a expertos se llegó a aceptar la hipótesis de investigación, llegando a la conclusión de que el establecimiento del carácter constitutivo de inscripción sobre transferencia de bienes inmuebles en el Registro de Predios garantiza la seguridad jurídica de los usuarios en el Perú 2014.

El objetivo de esta investigación es:

Objetivo general:

Determinar el nivel de relación que existe entre la publicidad registral y los derechos fundamentales según los registradores públicos del Registro de Predios de la Zona Registral N° IX Sede Lima en el año 2016.

¹⁰ José L. Venero, “Aplicación del principio de publicidad registral en el Perú” (tesis de grado, Universidad de San Martín de Porres, 1988).

¹¹ Lizeth Lino Rodríguez, “El establecimiento del carácter constitutivo de inscripción sobre transferencia de bienes inmuebles en el Registro de Predios garantiza la seguridad jurídica (tesis para obtener el título profesional de abogado, Universidad Privada Antenor Orrego, 2015).

Objetivos específicos:

- a. Determinar el nivel de relación que existe entre la publicidad registral y el derecho a la propiedad según los registradores públicos del Registro de Predios de la Zona Registral N° IX Sede Lima en el año 2016.
- b. Determinar el nivel de relación que existe entre la publicidad registral y el derecho a la intimidad según los registradores públicos del Registro de Predios de la Zona Registral N° IX Sede Lima en el año 2016.
- c. Determinar el nivel de relación que existe entre la publicidad registral y el derecho a la asociación según los registradores públicos del Registro de Predios de la Zona Registral N° IX Sede Lima en el año 2016.

II. METODOLOGÍA UTILIZADA

Diseño de investigación: La investigación fue transversal porque se recolectaron los datos en un solo momento y tiempo único, es decir, en un momento del 2016. El estudio es correlacional porque establece el grado de relación entre conceptos y variables, y para ello se elaboró un cuestionario estructurado dirigido a los registradores públicos en la Zona Registral N° IX.

Población y muestra: La población a estudiar estuvo conformada por 50 registradores públicos de la Zona Registral N° IX – Sede Lima. En este caso, la unidad de análisis para la investigación fue el registrador que laboraba en el año 2016.

TABLA N° 1

ENTIDAD	TOTAL
Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – SUNARP	50 registradores públicos

Fuente: Elaboración propia. Año 2016.

Muestra: En la determinación de la muestra optima, se utilizó el muestreo aleatorio simple para estimar proporciones cuando la población es conocida:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N-1) + Z^2 pq N}$$

Donde:

Z = Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 95 % de confianza.

e = Margen de error muestral 9 %.

p = Proporción de registradores públicos que manifestaron recurrir a la motivación (se asume P=0,5).

q = Proporción de registradores públicos que manifestaron no estar recurriendo a la motivación (se asume Q=0,5).

N = Población objetivo

Entonces, con un nivel de confianza del 95 % y margen de error del 9 % tenemos:

$$(1,96)^2 (0,5) (0,5) (50)$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$(0,09)^2 (50-1) + (0,96)^2 (0,5) (0,5)$$

n = 35 registradores públicos.

Estos registradores públicos fueron seleccionados proporcionalmente y de manera aleatoria.

TABLA N° 2

ENTIDAD	TOTAL
Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – SUNARP	35 registradores públicos

Fuente: Elaboración propia. Año 2016.

Instrumentos: Los instrumentos fueron elaborados sobre la base de los indicadores, dimensiones y variables. Se desarrolló un cuestionario estructurado a los registradores públicos del Registro de Predios de la Zona Registral N° XI – Sede Lima.

CUESTIONARIO N° 1

Estimado registrador público del Registro de Predios de la Zona Registral N° XI – Sede Lima.

El presente cuestionario referente a publicidad registral es confidencial y con carácter anónimo, por consiguiente, se le pide que sea lo más sincero posible al responder los ítems. Gracias de antemano por su colaboración.

Cada pregunta tiene tres alternativas. Marque con una X en el rectángulo que crea conveniente

Marque de uno a tres (1 a 3) si está en desacuerdo (1), de acuerdo (2), totalmente de acuerdo (3).

PUBLICIDAD REGISTRAL		
N°	PUBLICIDAD MATERIAL	
1	¿Considera Ud. que todas las personas que poseen una propiedad están seguras cuando hacen su inscripción en el Registro Público de esta?	
2	¿Cree que toda persona tiene conocimiento del contenido de las inscripciones, al hacer la inscripción en el Registro Público de su propiedad?	
3	¿La inscripción de la propiedad en el Registro Público vela por la defensa de los derechos de las personas?	
4	¿La inscripción en el Registro Público se limita a expresar que se trata de un registro de carácter público?	
5	¿No hay peligro de que el registro que es de carácter público, al cual tienen acceso todas las personas, sea riesgoso?	
6	¿El Estado, para satisfacer la necesidad de certidumbre, es que organiza la publicidad?	
7	¿La publicidad material se limita a expresar que se trata de un registro al cual tienen acceso todas las personas?	
8	¿El Estado hace públicos esos datos cuyo conocimiento se requiere para entablar las más diversas relaciones jurídicas?	
PUBLICIDAD FORMAL		
9	¿Considera Ud. que la publicidad formal vulnera el derecho a la intimidad de las personas?	
10	¿La cognoscibilidad general, respecto de terceros, cumple con el fin de tutelar los derechos y la seguridad en el tráfico de los mismos?	
11	¿El derecho a la intimidad es un derecho de carácter constitucional?	
12	¿El derecho a la intimidad se ve afectado cuando el Código Civil no considera en su extensión la protección al derecho a la intimidad en lo que refiere al otorgamiento de publicidad registral?	
13	¿La publicidad formal puede incluir datos lesivos a la intimidad y porque el interés del solicitante?	
14	¿La persona responsable del registro no puede reservar la información contenida en el archivo registral, con excepción de las prohibiciones establecidas en otras disposiciones?	
15	¿La información solicitada que afecte el derecho a la intimidad solo podrá otorgarse a quienes acrediten legítimo interés, conforme a las disposiciones que establezca la SUNARP?	

CUESTIONARIO N° 2

Estimado registrador público del Registro de Predios de la Zona Registral N° XI – Sede Lima.

El presente cuestionario referente a derechos fundamentales es confidencial y con carácter anónimo, por consiguiente, se le pide que sea lo más sincero posible al responder los ítems. Gracias de antemano por su colaboración.

Cada pregunta tiene tres alternativas. Marque con una X en el rectángulo que crea conveniente

Marque de uno al siete (1 a 3) si está en desacuerdo (1), de acuerdo (2), totalmente de acuerdo (3)

DERECHOS FUNDAMENTALES		
DERECHO A LA PROPIEDAD		
1	¿Considera Ud que la propiedad privada está garantizada por el gGobierno?	
2	¿El sistema judicial cumple con los contratos eficientemente?	
3	¿Cree Ud. que se castiga a los que confiscan ilegalmente la propiedad privada?	
4	¿Considera que uno de los factores que limitan al derecho a la intimidad es la protección del orden público, salud y moralidad públicas?	
5	¿El Gobierno protege a los ciudadanos de toda clase de secuestros, ladrones, chantajistas, asesinos, pirómanos, terroristas, respecto al derecho del individuo?	
6	¿Respecto a la propiedad privada es posible la expropiación?	
DERECHO A LA ASOCIACIÓN		
7	¿Todas la personas tienen libertad para asociarse?	
8	¿El derecho de asociación permite a los individuos que tienen personalidad jurídica constituir formalmente agrupaciones dirigidas a lograr fines de carácter no lucrativo?	
	¿En nuetsro país se promueve la asociación para actos jurídicos aceptados por la sociedad?	
9	¿Asociarse es un derecho que les asiste a las personas?	
10	¿En Registros Públicos se facilita la inscripción de asociaciones?	
11	¿La libertad de asociación está garantizada ?	
12	¿Hoy es viable la inscripción de asociaciones para que tengan personalidad jurídica y legal?	
13	¿La SUNARP garantiza la asociación de personas naturales?	
14	¿Están prohibidas las reuniones armadas que quieran presionar con violencia a alguna autoridad judicial para que resuelva a su favor?	

III. RESULTADOS ALCANZADOS

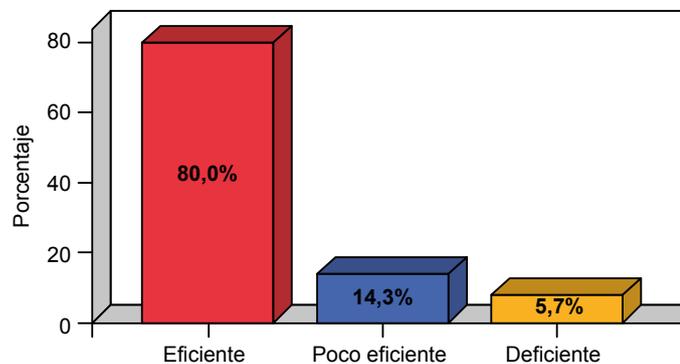
Habiéndose culminado con el procesamiento de los datos obtenidos, a través de la aplicación de los cuestionarios, se presenta a continuación la interpretación y el análisis de los resultados, referentes a publicidad registral y derechos fundamentales, desde la perspectiva de los registradores públicos de la Zona Registral N° IX – Sede Lima; los resultados se presentan a través de tablas, cuadros y gráficos, con su respectiva interpretación:

TABLA N° 1. RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN PUBLICIDAD REGISTRAL MATERIAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Eficiente	28	80,0	80,0	80,0
	Poco eficiente	5	14,3	14,3	94,3
	Deficiente	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario sobre publicidad registral. Año 2016. Elaboración propia.

GRÁFICO N° 1. PUBLICIDAD REGISTRAL MATERIAL



Fuente: Cuestionario sobre publicidad registral. Año 2016. Elaboración propia.

En la tabla N° 1 y gráfico N° 1 se observan los resultados del cuestionario aplicado a una muestra representativa de 35 registradores públicos de la Zona Registral N° IX Sede Lima, respecto a la variable publicidad registral, en la dimensión publicidad registral material. 28, que representan al 80,0 %, manifiestan que es eficiente; mientras que 5, que equivalen al 14,3 %, manifiestan que es poco eficiente, y 2, que representan al 5,7 %, manifiestan que es deficiente respecto a la publicidad registral material; ello nos lleva a concluir que la mayoría de

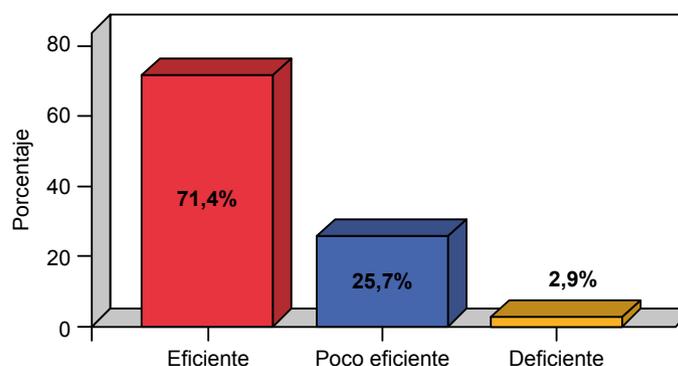
la muestra considera como eficiente la publicidad registral material, en tanto cumple un rol importante como garantía del conocimiento público, evitando así la comisión de otros delitos contra el patrimonio, tal como se evidencia en la tabla y gráfico precedente.

TABLA N° 2. RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN PUBLICIDAD REGISTRAL FORMAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Eficiente	25	71,4	71,4	71,4
	Poco eficiente	9	25,7	25,7	97,1
	Deficiente	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario sobre publicidad registral. Año 2016. Elaboración propia.

GRÁFICO N° 2. PUBLICIDAD REGISTRAL FORMAL



Fuente: Cuestionario sobre publicidad registral. Año 2016. Elaboración propia.

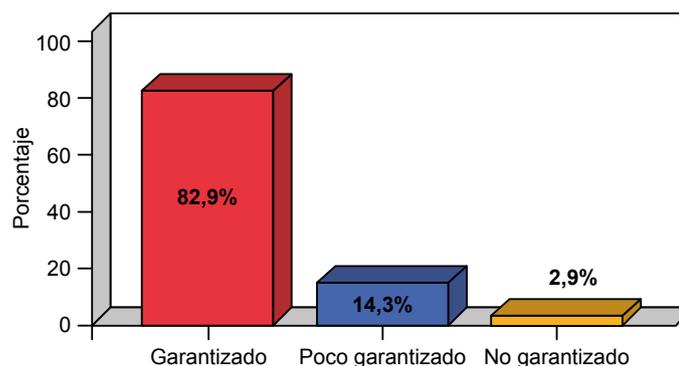
Respecto a la variable publicidad registral, específicamente en la dimensión publicidad registral formal, el 71,4 % de registradores manifestó que es eficiente; el 25,7 % manifestó que es poco eficiente, y el 2,9 % manifestó que es deficiente respecto a la publicidad registral formal; ello lleva a concluir que la mayoría de la muestra considera como eficiente la publicidad registral formal, en tanto cumple un rol importante como garantía del conocimiento público, además de darle la formalidad debida al procedimiento de inscripción, evitando así la comisión de otros delitos contra el patrimonio, tal como se evidencia en la tabla y gráfico precedentes.

TABLA N° 3. RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN DERECHO A LA PROPIEDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Garantizado	29	82,9	82,9	82,9
	Poco garantizado	5	14,3	14,3	97,1
	No garantizado	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario sobre derechos fundamentales. Año 2016. Elaboración propia.

GRÁFICO N° 3. DERECHO A LA PROPIEDAD



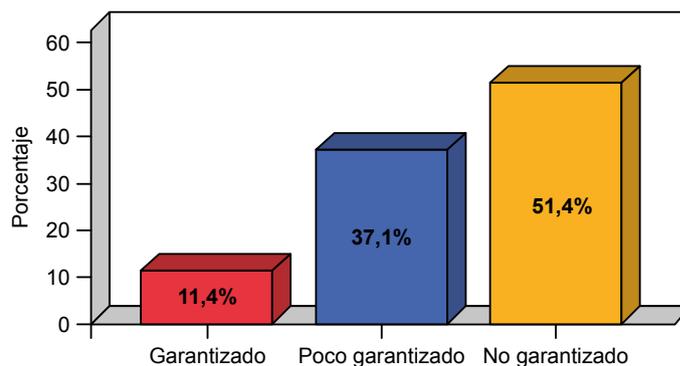
Fuente: Cuestionario sobre derechos fundamentales Año 2016. Elaboración propia.

En la tabla N° 3 y gráfico N° 3 se presentan los resultados del cuestionario aplicado a una muestra representativa de 35 registradores públicos de la Zona Registral N° IX Sede Lima, respecto a la variable derechos fundamentales, en la dimensión derecho a la propiedad. 29, que representan al 82,9 %, manifiestan que este derecho está garantizado; 5, que equivalen al 14,3 %, manifiestan que este derecho está poco garantizado, y 1, que representa al 2,9 %, manifiesta que este derecho no está garantizado respecto al derecho de propiedad; ello nos lleva a concluir que la mayoría de la muestra considera que el derecho a la propiedad está garantizado, en tanto cumple un rol importante como garantía del conocimiento público, evitando así la comisión de otros delitos contra el patrimonio, especialmente contra la propiedad, tal como se evidencia en la tabla y gráfico precedentes.

TABLA N° 4. RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN DERECHO A LA INTIMIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Garantizado	4	11,4	11,4	11,4
	Poco garantizado	13	37,1	37,1	48,6
	No garantizado	18	51,4	51,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario sobre derechos fundamentales. Año 2016. Elaboración propia.

GRÁFICO N° 4. DERECHO A LA INTIMIDAD

Fuente: Cuestionario sobre derechos fundamentales. Año 2016. Elaboración propia.

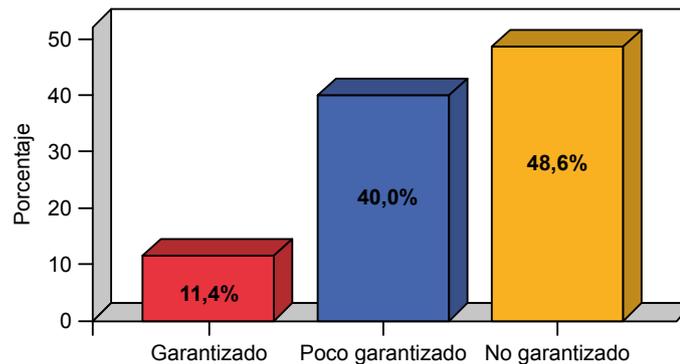
En la tabla N° 4 y gráfico N° 4 se muestran los resultados del cuestionario aplicado a una muestra representativa de 35 registradores públicos de la Zona Registral N° IX Sede Lima, respecto a la variable derechos fundamentales, en la dimensión derecho a la intimidad. 4, que representan al 11,4 % manifiestan que este derecho está garantizado; 13, que equivalen al 37,1n%, manifiestan que este derecho está poco garantizado, y 18, que representan al 51,4 %, manifiestan que este derecho no está garantizado respecto al derecho a la intimidad; ello nos lleva a concluir que la mayoría de la muestra considera que el derecho a la intimidad no está garantizado, en tanto se observa que la información respecto a las propiedades que puede tener una persona se ve vulnerada, ya que cualquier persona puede acceder a esta información, poniendo así en riesgo su integridad, al hacerse de conocimiento público, tal como se evidencia en la tabla y gráfico precedentes.

TABLA N° 5. RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN DERECHO A LA ASOCIACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Garantizado	4	11,4	11,4	11,4
	Poco garantizado	14	40,0	40,0	51,4
	No garantizado	17	48,6	48,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario sobre derechos fundamentales. Año 2016. Elaboración propia.

GRÁFICO N° 5. DERECHO A LA ASOCIACIÓN



Fuente: Cuestionario sobre derechos fundamentales. Año 2016. Elaboración propia.

En la tabla N° 05 y gráfico N° 05 se presentan los resultados del cuestionario aplicado a una muestra representativa de 35 registradores públicos de la Zona Registral N° IX Sede Lima, respecto a la variable derechos fundamentales, en la dimensión derecho a la asociación. 4, que representan al 11,4 %, manifiestan que este derecho está garantizado; 13, que equivalen al 37,1 %, manifiestan que este derecho está poco garantizado; y 18, que representan al 51,4 %, manifiestan que este derecho no está garantizado respecto al derecho a la asociación; ello nos lleva a concluir que la mayoría de la muestra considera que el derecho a la asociación no está garantizado, en tanto se observa que existen limitaciones respecto a este derecho, aun advirtiendo la importancia que tiene en la vida de las personas, que permiten el desarrollo integral de las mismas, tal como se evidencia en la tabla y gráfico precedentes.

IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados que presentamos respecto a lo que consideran los juristas del Registro Pre-dial N° IX de la Sede Lima sobre la exteriorización de la información de la propiedad del propietario como la garantía de su bien coinciden con lo que manifiesta y señala sobre este aspecto el autor José Manuel García y García.¹² Este afirma que “(...) publicidad registral es la exteriorización continuada y organizada de situaciones jurídicas de trascendencia real para producir cognoscibilidad general ‘erga omnes’ y con ciertos efectos jurídicos sustantivos sobre la situación publicada”.

El connotado jurista español expone que esta exteriorización no se trata de solo una mera apariencia, sino que se trata de una coincidencia con la realidad. En tal sentido, y a la luz de los resultados, concordamos con lo manifestado por este autor en tanto que la exteriorización de la información garantizará el derecho a la propiedad; es decir, para que esta no sea transferida o enajenada, es necesaria la publicidad registral.

En palabras del autor Gonzales Barrón,¹³ “(...) lo que ocurre es que, precisamente por eso y por razones de seguridad jurídica exteriorizada por la publicidad registral con la situación fáctica, ha de prevalecer respecto a terceros la ‘exteriorización’ que cumple las reglas del juego, precisamente porque es la ‘apariencia’ la que, por declaración legal y seguridad jurídica, ha de tener en cuenta el tercero (...)”.

Otra de las características que encontramos en la definición del autor español es la continuidad y la organización de la exteriorización que resulta ser la publicidad registral. Esta doctrina señala que la exteriorización de la publicidad tiene como finalidad producir cognoscibilidad general. Efectivamente, “(...) se trata de cognoscibilidad, no de conocimiento efectivo. No se trata de publicar para producir un conocimiento, sino de posibilitar que exista o sea posible ese conocimiento. No se puede alegar ignorancia, aunque el conocimiento no haya tenido lugar, ya que existe en todo caso, la posibilidad de conocer el contenido del Registro (...)”.

Bajo otra perspectiva, Gonzales Barrón considera a la publicidad registral como el sistema de divulgación encaminado a hacer cognoscible determinadas situaciones jurídicas para la tutela de los derechos y la seguridad del tráfico.

Esta publicidad legal es un servicio del Estado, una función pública ejercida por particulares.

¹² José Manuel García García, *Derecho inmobiliario registral o hipotecario*. Tomo I (Madrid, 1988).

¹³ Gunther Gonzales Barrón, *Tratado de derecho registral inmobiliario* (Lima: Juristas Editores, 2002).

No obstante, el citado autor es tajante en cuanto a la naturaleza de la publicidad registral, al afirmar que esta “no puede ser catalogada como una verdad oficial, pues ello olvida que el Registro es un instrumento, un formulismo, que busca representar la realidad, no reemplazarla o sustituirla”.

Se puede concluir que el autor destaca la importancia del proceso legislativo en la legislación guatemalteca, precisando quiénes son los actores que pueden presentar proyectos de ley, incidiendo que mediante las tres fases fundamentales del proceso legislativo se llega a la promulgación de la ley enfatizando que el Parlamento actúa como representante inmediato de la voluntad popular.

Interpretamos, de lo señalado por el autor, que a través del proceso legislativo y cumpliendo las tres fases fundamentales del mismo: fase de iniciativa, fase de discusión y aprobación por el parlamento y la fase integradora de la eficacia, efectuando dichas fases en forma correcta, se establece un buen gobierno democrático con la obtención del bienestar socioeconómico del país, o por el contrario, al realizar el referido proceso de forma no correcta, no se logran las metas propuestas. Por lo tanto, y con los hallazgos de la presente investigación, concordamos con lo manifestado por el autor; sin embargo, consideramos que en la publicidad registral se cometen excesos en la información consignada, afectando de esta forma el derecho a la intimidad, ya que, al proporcionar información a cualquier individuo, se pone en riesgo la integridad del propietario.

Esto es lo que sucede en nuestra realidad al investigar el problema en cuestión y lo perciben los juristas de la sede N° IX de Lima al manifestar que existe un peligro que al dar seguridad, por otro lado, se corre el riesgo de usar la información íntima del propietario para ciertos y determinados fines rechazados por la sociedad, afectando así al propietario. Y lo más grave, atentando contra uno de los derechos fundamentales del propietario, al que en este caso le corresponde el derecho a la intimidad.

Como vemos, existe una estrecha relación entre la publicidad registral y el derecho fundamental a la intimidad.

Daniel Tarrillo Monteza,¹⁴ a su vez, en su tesis sobre publicidad registral y derecho a la intimidad, afirma que el interés debidamente fundamentado justifica el acceso a todo o a parte del contenido del Registro. La publicidad formal no se extiende necesariamente a todos los datos del asiento, sino tan solo a la parte necesaria, a juicio del registrador, para satisfacer el interés del solicitante. El respeto al derecho a la intimidad y la protección de datos de carácter personal tiene su ámbito normal de aplicación con relación a las personas físicas. La califi-

¹⁴ Daniel Tarrillo Monteza, *Publicidad registral y derecho a la intimidad* (Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 2013).

cación del interés es por tanto más flexible cuando se trata de solicitud de datos registrales de personas jurídicas, sin perjuicio de lo cual el registrador denegará la información cuando afecte a las personas físicas que integran aquella o cuando la solicitud de la información no se adecue con la finalidad de seguridad en el tráfico a que responde el Registro. Un ejemplo palpable es el caso de los sindicatos.

En la investigación, los registradores públicos del registro de predios de la Zona Registral N° IX – Sede Lima consideran que algunos propietarios se ven afectados al ser publicados los datos de su propiedad, aun cuando se requieren de estos para efectos de salvaguardar su propiedad. Sin embargo, no les garantiza óptimamente la protección de la misma y la de su persona. Esto se aprecia al correlacionar los datos de la variable publicidad registral y de la variable derechos fundamentales.

CONCLUSIONES

- a) Se determinó que existe una relación significativa entre la publicidad registral y los derechos fundamentales según los registradores públicos del registro de predios de la Zona Registral N° IX – Sede Lima en el año 2016. Sin embargo, la relación entre ambas variables ha sido moderada, tal como se evidenció al correlacionar mediante la prueba Tau B de Kendall, por lo que las variables publicidad registral y derechos fundamentales son inherentes a la dignidad del ser humano y, por lo mismo, se fundan en ella y, a la par, operan como el fundamento último de toda comunidad humana, pues sin su reconocimiento quedaría conculcado ese valor supremo de la dignidad de la persona en el que ha de encontrar su sustento toda comunidad humana civilizada.
- b) Se determinó que existe una relación significativa entre la publicidad registral y el derecho a la propiedad según los registradores públicos del registro de predios de la Zona Registral N° XI – Sede Lima en el año 2016. La relación entre ambas variables ha sido alta, tal como se evidenció al correlacionar mediante la prueba Tau B de Kendall, por lo que las variables publicidad registral y el derecho de propiedad, al hacer público el registro de su bien, le conceden ante la sociedad el reconocimiento pleno de su derecho sobre su bien, el mismo que es conocido públicamente.
- c) Se determinó que existe una relación significativa entre la publicidad registral y el derecho a la intimidad según los registradores públicos del registro de predios de la Zona Registral N° IX – Sede Lima en el año 2016. Sin embargo, la relación entre ambas variables ha sido baja, tal como se evidenció al correlacionar mediante la prueba Tau B de Kendall, por lo que la variable publicidad registral y la dimensión derecho a la intimidad están normadas en el Perú por la Constitución Política de 1979, posteriormente en el Código Civil de 1984 y como delito en el Código Penal de 1991.

- d) Se determinó que existe una relación significativa entre la publicidad registral y el derecho a la asociación según los registradores públicos del registro de predios de la Zona Registral N° XI – Sede Lima en el año 2016. Pero la relación entre ambas variables ha sido moderada, según la prueba Tau B de Kendall. Es decir, todos los individuos, sin excepción, en una sociedad tienen derecho a asociarse para lograr determinados fines, en este caso en pro de la defensa de sus derechos y de su persona.

REFERENCIAS

- Calderón Navarro, Nelly y Luis Alberto Aliaga Huaripata. “La publicidad registral y el derecho a la intimidad”. Presentado en el XIII Congreso Internacional de Derecho Registral – Punta del Este, Uruguay, marzo de 2001.
- Carrascal Portilla, Justo. “La publicidad de los derechos reales”. *Diálogo con la Jurisprudencia*, n.º 5 (1947).
- Corrado, R. “La publicidad en el derecho privado”. Turín (1947).
- García García, José Manuel. *Derecho inmobiliario registral o hipotecario*. Tomo I. Madrid, 1988.
- Gonzales Barrón, Gunther. *Tratado de derecho registral inmobiliario*. Lima: Juristas Editores, 2002.
- Hernández Gil, F. *Introducción al derecho hipotecario*. Madrid: Editorial Revista de Derecho Privado, 1970.
- La Cruz B. J. y R. Sancho. *Derecho inmobiliario registral*. Segunda edición. Barcelona: Bosch, 1984.
- Lino Rodríguez, Lizeth. “El establecimiento del carácter constitutivo de inscripción sobre transferencia de bienes inmuebles en el Registro de Predios garantiza la seguridad jurídica. Tesis para obtener el título profesional de abogado. Universidad Privada Antenor Orrego, 2015.
- Orna Ladd, Nelson. “Folio real informático: sus implicancias técnico-jurídicas a la luz de la ley de Registro de 1966”. Quito (2013).
- Pau Pedrón, Antonio. *Curso de práctica registral*. Madrid: Pontificia Universidad Católica de Comillas, 2015.

- Pugliatti, Salvatore. “La trascrizione”, en *La pubblicità nel Diritto privato, Parte general* (Messina, 1957).
- Tarrillo Monteza, Daniel Edward. “Publicidad registral y derecho a la intimidad”. Tesis para optar el grado de magíster. Pontificia Universidad Católica del Perú, 2013.
- Venero, José L. “Aplicación del principio de publicidad registral en el Perú”. Tesis de grado. Universidad de San Martín de Porres, 1988.

Recibido: 23/02/2018
Aprobado: 12/05/2018