

**APUNTES SOBRE PUBLICIDAD REGISTRAL  
(Especialmente sobre el acceso a la publicidad)**

*Daniel E. Ahumada \**

**SUMARIO:**

1. La publicidad y lo público.— 2. Publicidad registral.— 3. Publicidad material y publicidad formal. 3.1. Publicidad material. 3.2. Publicidad formal.— 4. Publicidad e interés legítimo.— 5. Aspectos subjetivos del interés legítimo.— 6. Aspectos objetivos del interés legítimo.— 7. La especialidad y la registración.— 8. Publicidad e informática.— 9. Conclusiones.—

**1. La publicidad y lo público**

El término publicidad significa tanto la “calidad o estado de público” como el “conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos”<sup>1</sup> con el fin de obtener tal calidad.

---

(\*) Notario. Profesor de Derecho Civil U.N.C.

<sup>1</sup> Acepciones según el *Diccionario Manual e ilustrado de la Lengua Española, de la Real Academia Española de la Lengua*, Espasa Calpe, Madrid, 1981.

Asimismo la configuración de la “calidad o estado de público” puede devenir o no de una actividad destinada a la divulgación, es decir, el hecho puede ser público con prescindencia de cualquier acción; en este sentido son públicos un terremoto o una inundación, pues son relevantes o sobresalientes. Pero otros hechos necesitan de una acción (publicidad), de una actividad que los proyecte para que se encuentren en situación de ser considerados por otras personas, o bien, directamente por las personas.

Entendemos por “público” a aquello que es “notorio, patente, manifiesto, visto o sabido por todos”<sup>2</sup>, esta calidad de público puede prescindir de cualquier actividad de terceros cuando —por ejemplo— el hecho está rodeado de circunstancias que faciliten o presuman ese conocimiento, tal como lo sería un terremoto. En este sentido el término “público” es pasivo, ya que aún sin cumplir con un accionar determinado, ya se tiene por sabido o conocido el hecho o la cosa que reviste esta calidad<sup>3</sup>. En cambio, cuando accedemos al estado de público por medio de alguna actividad, nos encontramos en presencia de la publicidad, la que consiste en acciones destinadas a hacer público un hecho, cosa o acto. Entonces si bien tienen algunos aspectos en común, público y publicidad no tienen el mismo significado.

La publicidad (que implica hacer público) es acción, es actividad de divulgación dirigida al conocimiento, a ella accedemos

---

El *Diccionario Enciclopédico Espasa* (Espasa Calpe, Madrid, 1992, pág. 9608) dice que “el término consta de dos acepciones, una, cuya aparición data del s. XVII, que se opone a la idea de secreto o reservado, y que corresponde al ámbito del derecho, hablándose así de publicidad de los juicios y sentencias, o publicidad en los debates, y la segunda, que aparecerá en el s. XIX, y que es propiamente la publicidad comercial”.

<sup>2</sup> Definición que también corresponde según la Real Academia Española.

<sup>3</sup> El hecho o cosa puede ser conocido solo por alguna persona pero ello no le quitará su calidad de público, pues está dispuesto de tal manera que pueda ser accedido por otros.

o llegamos a través de la acción de publicar<sup>4</sup>. Cuando decimos “público” nos referimos a un estado, a una situación, en cambio cuando nos referimos a “publicidad” nos representamos una acción. Pero si bien algunos hechos tienen publicidad por su calidad de públicos, no todo lo público goza de publicidad por esa sola circunstancia<sup>5</sup>.

Un hecho es público cuando está de manifiesto naturalmente o cuando se lo divulga por algún medio, y ambas hipótesis son de aplicación sin importar si nos referimos a “hechos” como a “cosas”<sup>6</sup>; es decir, y tal como lo expresáramos, una cosa puede ser pública sin necesidad de darle o proporcionarle alguna publicidad. Pero a los fines que estamos considerando en este ensayo sólo nos interesan aquellos casos en que hay de por medio una labor o tarea destinada a la divulgación (publicidad), y dentro de la amplitud que esta presenta, cuando ella está dispuesta por la ley y por ello tiene trascendencia jurídica<sup>7</sup>.

---

<sup>4</sup> Siguiendo también a la Real Academia y a su diccionario, publicar es “hacer notoria o patente, por voz de pregonero o por otros medios, una cosa que se quiere hacer llegar a noticia de todos”; o, mas ajustadamente según nuestro entender: “hacer patente y manifiesta al público una cosa”, según el diccionario enciclopédico citado.

<sup>5</sup> Algunos entienden que los instrumentos públicos por su calidad de tales gozan de publicidad. Si bien no podemos negar algún aspecto publicitario en los instrumentos públicos, lejos estamos de aseverar que ellos impliquen publicidad. Así, las escrituras públicas de reconocimiento de hijos naturales o testamentos no solo no tienen publicidad sino que tampoco les corresponde hasta tanto se cumplan con las exigencias legales, y aún así tales escrituras continúan siendo instrumentos públicos.

<sup>6</sup> Tan pública es una inundación como una guerra, la construcción de un puente como el cambio de curso de un río. Es público el trabajo del científico cuando se lo anuncia o los secretos de estado cuando se los devela.

<sup>7</sup> “En sentido amplio, publicidad es la actividad dirigida a difundir y hacer notorio un acontecimiento. En sentido menos amplio, consiste en la exteriorización o divulgación de una situación jurídica para producir cognoscibilidad general”. FRANCISCO HERNÁNDEZ GIL, *Introducción al Derecho Hipotecario*, 2ª edición, Editorial Revista de Derecho Privado, Madrid, 1970, pág. 1.

Por otra parte, la calidad de público no está condicionada tanto por la cantidad de personas que han accedido al hecho o circunstancia como por la posibilidad real que existe para los sujetos de lograr el conocimiento del mismo<sup>8</sup>. Por ello la mayor o menor cantidad de sujetos<sup>9</sup> que están informados de la cosa o del hecho no transforma a la misma en pública, ya que la publicidad no es una cuestión de cantidad, sino de posibilidad de conocer.

Así también advertimos que la “cualidad o calidad del receptor” está presente en algunas manifestaciones del fenómeno publicitario por cuanto no habrá publicidad si las personas que toman conocimiento del hecho (están en condiciones de acceder al mismo) o bien no tienen interés o no son a quienes ella está destinada para trascender<sup>10</sup>; y tampoco tendrá publicidad cuando a pesar que sus “destinatarios” hubieran tenido la posibilidad de conocer o estar

---

<sup>8</sup> La gran mayoría de los ciudadanos no han leído los textos legales, pero existe la posibilidad real que lo hagan a través del *Boletín Oficial*.

<sup>9</sup> Una cosa o hecho —en principio— es público aún conociéndolo una sola persona, en tanto otros puedan también conocerlo.

<sup>10</sup> La publicidad de los edictos de una subasta es un requisito previo a su efectivización, pero si ellos se realizan en un periódico de cualquier otro país el requisito se tiene por incumplido; en estos casos se entiende que los edictos tienen por finalidad informar a las personas del lugar de la ubicación del inmueble de su venta, ya que ellos son considerados como “interesados” en la compra.

Las notas del científico consignadas en el pizarrón y en los manuscritos, pese a estar “a mano” del personal de seguridad y de limpieza, no tienen publicidad para ellos, pues no solo no tienen ese destino sino que ellos no pueden considerarlas como públicas en razón de su relación laboral.

Algunos hechos, pese a llegar a conocimiento de terceros no adquieren la calidad de públicos, pues el tercero puede estar imposibilitado de hacerlo trascender; ejemplo de ello son los casos de secreto profesional.

Sin embargo, otras cosas son públicas pese a que muy pocos las conocen o a que aquellos que han tomado conocimiento de ellas lo han hecho de forma circunstancial o aún sin ningún interés por ellas.

informados del hecho, ulteriormente se tomaron medidas para ocultarles “su continuación”<sup>11</sup>.

## 2. Publicidad registral

Por publicidad en sentido jurídico entendemos a la “posibilidad” de conocer, pero no al conocimiento efectivo, ya que aún faltando éste la publicidad se tiene por producida<sup>12</sup>. Pero aunque en principio esta posibilidad de conocimiento debe interpretarse de manera general, es decir accesible por todos o dirigida a todos, no siempre tiene que ser así para que los efectos de la publicidad se produzcan<sup>13</sup>.

El conocimiento efectivo se plantea como requisito necesario en ciertas circunstancias y es cuando el mismo debe producir-

---

<sup>11</sup> El art. 2370 del Código Civil dispone: “La posesión pública en su origen, es reputada clandestina cuando el poseedor ha tomado precauciones para ocultar su continuación”.

<sup>12</sup> “Se trata, no de procurar que las situaciones jurídicas inmobiliarias lleguen a conocimiento de todos, sino de que todos tengan medio de conocerlas. La expresión publicidad no significa aquí, pues, propaganda y difusión, sino posibilidad de conocer...”. (José Luis LACRUZ BERDEJO y Francisco de Asís SANCHO REBULLIDA, *Derecho Inmobiliario Registral*, reimpresión con apéndice de puesta al día a 1976, Librería Bosch, Barcelona, 1977, pág. 11).

“La eficacia de la publicidad registral es independiente de la efectiva consulta de los libros registrales, *pues no existe necesidad ni obligación de conocimiento*” (José María MARTÍNEZ SANTIAGO, “En torno a la publicidad registral inmobiliaria”, *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, nº 644, pág. 152).

<sup>13</sup> En tal sentido no compartimos los conceptos de Felipe Pedro Villaro (*Elementos de Derecho Registral Inmobiliario*, La Plata, 1980, pág. 15), para quién publicidad es “posibilidad indudable de un conocimiento general respecto de un hecho o un acto, oponiéndose, por extensión, a conocimiento individual o particular; y por contradicción a la falta de conocimiento, esto es a lo clandestino o secreto.”

Más adelante retomaremos esta cuestión.

se o llegar a personas determinadas; así es como en las notificaciones judiciales se exige una publicidad especial, no siendo suficiente que sea genérica sino especial o específica, ya que está destinada a salvaguardar los intereses de las personas directamente interesadas en el proceso. En estos casos si bien se persigue el conocimiento de las cosas por personas determinadas, la ley considera que las mismas están al tanto de ellas aún cuando efectivamente no hayan tomado conocimiento de tales cosas, sea por imposibilidad o porque no tuvieron interés o por la causa que fuere <sup>14</sup>. En consecuencia, las notificaciones están dirigidas a crear “conocimiento efectivo” y no cognoscibilidad <sup>15</sup> que es la esencia de la publicidad jurídica.

Cuando sostenemos que la actividad publicitaria tiende a divulgar un acontecimiento le estamos adjudicando al término un enfoque general y dilatado comprensivo de todo el ámbito publicitario <sup>16</sup>; y por lo tanto queda incluida conceptualmente tanto la publicidad de los derechos reales y personales, como otras situaciones que no caen propiamente en ninguna de ellas, aunque a los fines del presente trabajo nos limitaremos a un sector específico, el registral, en el cual la publicidad tiene por objeto la protección de los derechos y la seguridad del tráfico jurídico <sup>17</sup>. Pero

---

<sup>14</sup> Esto sucede, por ejemplo, en las notificaciones a los domicilios constituidos contractual o procesalmente, en los que se tienen por válidas todas las notificaciones realizadas aún cuando no sepamos si efectivamente el notificado tomó conocimiento del acto.

<sup>15</sup> Para la Real Academia cognoscible es “conocible”, es decir, “aquello que se puede conocer, o es capaz de ser conocido”, lo que implica la innecesariedad de ser efectivamente conocido.

<sup>16</sup> MOISSET DE ESPANÉS, Luis; *Publicidad Registral*, Ed. Advocatus, Córdoba, 1991, pág. 60: “es un concepto amplio, que se refiere a la publicidad en todo el campo del derecho”.

<sup>17</sup> “En sentido técnico jurídico, la publicidad es un sistema de difusión dirigido a proporcionar a la sociedad el conocimiento de determinadas situaciones jurídicas para la protección de los derechos y la seguridad del tráfico” (Celestino CANO TELLO, *Manual de Derecho Hipotecario*, 2ª edición, Editorial Civitas, Madrid, 1992, pág. 38).

como el campo registral no es homogéneo nos concentraremos solamente en el sector inmobiliario, por más que muchas de las aseveraciones que sostengamos sean de aplicación común a cualquier registración, sin importar que anotamos o sobre que lo hacemos.

En el ámbito registral el concepto de publicidad no difiere esencialmente del que hemos señalado, y tan luego se llenan los requisitos legales exigidos, la publicidad se tendrá por cumplida. En este sentido, y siguiendo a Francisco Hernández Gil, aseveramos que “la publicidad tiende a crear un estado de cognoscibilidad general, o sea, la posibilidad de que todos puedan llegar a conocer la verificación de hechos o actos jurídicos que interesen a la generalidad. Tal eficacia expansiva se produce no sólo con la inscripción de los hechos o de los actos en el Registro, sino también y fundamentalmente facultando a los particulares para conocer, en cualquier momento, los asientos de los libros registrales. El derecho que el particular tiene a conocer el contenido de los libros da lugar al principio que se ha denominado de publicidad formal”<sup>18</sup>.

Advertimos entonces que en sede registral la publicidad se produce por la registración (inscripción o anotación) de los documentos, en consecuencia, esta sola circunstancia les confiere la publicidad sin ser necesaria otra actividad. En este campo particular también notamos la diferencia entre “publicidad” y “públicos”, pues si bien a los instrumentos registrados le agregamos la calidad de públicos por la publicidad, muchos de estos documentos ya eran públicos —pero en otro sentido— antes de ser registrados, aunque no por ello tenían la publicidad “necesaria”. Nos explicamos: los documentos que ingresan al registro suelen revestir la calidad de públicos —incisos a, b y c del art. 3, Ley 17.801— pues son instrumentos públicos, y aunque ello signifique tener una modalidad de publicidad, esta no es suficiente para alcanzar los efectos de la publicidad registral.

---

<sup>18</sup> Obra citada en nota 7, pág. 165.

La publicidad registral no es indispensable en todos los casos ya que en algunas circunstancias y para ciertas personas, la registración se considera producida. Ello acaece en los casos del art. 3135 C.C. y del art. 20 Ley 17.801, por los cuales no es necesaria la publicidad registral para que el acto sea oponible a quienes intervinieron en el mismo<sup>19</sup>.

También es importante no confundir la publicidad que tiene el documento según las formalidades que lo reviste<sup>20</sup>, con la publicidad necesaria para que su contenido alcance determinada eficacia<sup>21</sup>, ya que si bien en los registros de bienes o patrimoniales toda publicidad está dirigida esencialmente a lograr oponibilidad, en al-

---

<sup>19</sup> El art. 20 de la Ley 17.801 cubre una mayor cantidad de supuestos de aplicación que los del art. 3135 del Código Civil.

El art. 3135 solo se refiere a “las partes contratantes, sus herederos y los que han intervenido en el acto como el escribano y testigos”; y el art. 20 se refiere a “las partes, sus herederos y los que han intervenido en la formalización del documento, como el funcionario autorizante y los testigos en su caso”. En el primero hablamos de “partes del acto” y en el segundo de “partes en el documento”, es decir, también es oponible a las partes de otros actos otorgados en el mismo instrumento.

En el art. 3135 se menciona a los que “han intervenido en el acto” y en el art. 20 de la Ley 17.801 a los que “han intervenido en la formalización del documento”, concepto también más amplio que excede los supuestos del artículo del Código Civil.

<sup>20</sup> Los instrumentos públicos deben cumplir con las formalidades establecidas en los arts. 973, 977, 979, 980, etc. del Código Civil. Los instrumentos públicos son tales porque así los establecen los preceptos legales como asimismo porque tienen la intervención o están autorizados por quién está investido de la fe pública, pero también se reputan “públicos” por cognoscibles.

<sup>21</sup> El art. 2505 del Cód. Civil establece la inoponibilidad a los terceros de las adquisiciones o transmisiones de inmuebles “mientras no estén registradas”. En el mismo sentido el art. 2 de la Ley 17.801 establece la publicidad oponibilidad a los terceros.

La legislación de automotores va más allá pues el efecto de la transmisión es tanto “entre las partes y con relación a terceros desde la fecha de su inscripción” (art. 1, Decreto Ley 6582/58 ratificado por Ley 14.467). En el mismo sentido se resuelve la cuestión para los equinos pura sangre de carrera (art. 2, Ley 20.378).

gunos de ellos la inscripción le agrega el elemento constitutivo del derecho: en los equinos pura sangre o en los automotores la tradición constitutiva del derecho (art. 577 del Cód. Civil) es sustituida por la inscripción.

Otra diferencia notoria la encontramos entre inscripción y publicidad: a la publicidad llegamos por vía de la registración (inscripción o anotación), pero la falta de publicidad no implica necesariamente carencia de registración, por ello un documento podría estar registrado y por error no ser publicitado. Si esto sucediera en el registro del automotor (constitutivo) no dudaríamos en sostener que el derecho real nació con la inscripción, pese al error del registrador en omitir su publicidad.

Pero el fenómeno publicitario también tiene otras acepciones, como son la publicidad material y la publicidad formal, y puede ser estudiado también desde esta otra perspectiva.

### **3. Publicidad material y publicidad formal**

La doctrina<sup>22</sup> entiende que la publicidad presenta dos caras o facetas, la material (o sustantiva) y la formal, aunque no está conteste respecto del significado o alcance de cada término<sup>23</sup>. Para

---

<sup>22</sup> Así opinan Ramón M. ROCA SASTRE y Luis ROCA-SASTRE MUNCUNILL, *Derecho Hipotecario*, 7ª edición, Ed. Bosch, Barcelona, 1979, tº I, pág. 298; José María CHICO Y ORTIZ, *Estudios de Derecho Hipotecario*, Ed. Marcial Pons, Madrid, 1981, tº I, pág. 227; Fernando LÓPEZ DE ZAVALIA, *Curso Introductorio al Derecho Registral*, Víctor P. De Zavallia Editor, Buenos Aires 1983, pág. 324.

<sup>23</sup> Cuando nos referimos a la publicidad material y a la formal lo hacemos apuntando a las modalidades y efectos de la publicidad y no a las cosas que son susceptibles de publicidad. En este último sentido, Pascual MARÍN PÉREZ (*Introducción al Derecho Registral*, Ed. Revista de Derecho Privado, Madrid, pág. 135 y ss.) distingue las cosas que son “susceptibles de publicidad material” de aquellas que serían “de publicidad registral”; en el primer grupo incluye a las cosas muebles contenidas en el art. 464 del Código Civil Espa-

otros, sin embargo, la cuestión es más simple: así para Moisset de Espanés no son “más que dos aspectos del mismo fenómeno”, ocupándose en uno de ellos de “los fines jurídicos que se persiguen con la publicidad, (y) en el otro de las herramientas o medios que se emplean para lograr esos fines, aspectos que, en realidad, son inescindibles”<sup>24</sup>.

---

ñol (versión española del art. 2412 del Cód. Civil argentino) y en el segundo, a las cosas que necesitan de la registración, en las cuales incluye, entre otras, a los inmuebles.

Otros como VILLARÓ (ob. citada en nota 13, pág. 101) le adjudican un alcance distinto, para nosotros equivocadamente, sosteniendo que publicidad material es “el tránsito del documento al Registro. Va de los sujetos del acto al organismo registral” es la “publicidad de los derechos reales” y por ello la sintetiza diciendo que “se confunde o identifica con la registración”; en cambio la publicidad formal es “la información acerca de las situaciones jurídicas registradas”, “se la utiliza cuando se habla de publicidad de los asientos” y por ello es la que “va del Registro a los sujetos”.

Por último, hay quién la califica en adjetiva y sustantiva, por formal y material. Así Jesús LÓPEZ MEDEL (*Modernas Orientaciones sobre la Institución Registral*, Edit. Fragua, Madrid, 1975, pág. 118) dice “La publicidad jurídica, de carácter genérico... tiene dos aspectos: uno adjetivo y otro sustantivo. El primero se caracteriza por una proyección exterior, y es la mera divulgación, la “notificación”, el dar conocimiento, y termina su misión con dar a conocer. El segundo tiene un contenido trascendente y básico, con efectos jurídicos incluso, no ya fiscales, administrativos o estadísticos, sino también sustantivos. De esta forma tendríamos una publicidad adjetiva, y una publicidad sustantiva.”

<sup>24</sup> Obra citada en nota 16, pág. 218. Este autor se manifiesta en igual sentido en la pág. 211: “Encontramos, pues, en la publicidad dos elementos unidos de manera inescindible, aunque a veces con fines didácticos procuremos separarlos...”.

Lo sostenido por el profesor Moisset de Espanés encuentra su fundamento en la evolución del fenómeno publicitario; así es como MARÍN PÉREZ (obra citada en nota 23, pág. 61) dice que “una cosa es publicidad en general (anuncio, noticia que asegura las relaciones jurídicas, etc.), y otra publicidad en cuanto a terceros. Ambas son dos aspectos de la misma y no dos cosas distintas. Están concatenadas como dos momentos históricos de una institución, en la que el segundo no es más que la evolución del primero, a medida que se van dejando sentir las necesidades del tráfico jurídico, que el Derecho tiene que atender y regular sin adelantarse”.

Sin perjuicio de tan importante opinión, consideramos conveniente para la comprensión de la cuestión publicitaria registral, observarla desde esos dos ángulos.

### 3.1. *Publicidad material*

Cuando algunos autores se refieren a la “publicidad material” suelen explicarla diferenciándola de la publicidad formal. Otros la equiparan con el principio<sup>25</sup> denominado de “fe pública registral”<sup>26</sup>, es decir, de la presunción de que los asientos registrales son correctos o que se tienen por exactos<sup>27</sup>; aunque para muchos la

---

<sup>25</sup> Los principios registrales constituyen una forma de sistematizar y estudiar el derecho registral. Ellos no suelen estar enunciados como “principios” en las legislaciones, sino que la doctrina los extrae de las leyes para estudiarlos en su conformación; entonces tanto la cantidad como el contenido de cada principio registral tiene relación directa con cada legislación en particular, todo ello sin perjuicio de determinar contenidos esenciales a cada principio.

Por tal motivo el número de principios registrales no está predeterminado, sino por el contrario, depende de cada autor; así es como se dice que “los autores dan no sólo conceptos distintos de lo que debemos entender por principios registrales sino inclusive en cuanto al número y determinación de cada uno de ellos” (Miguel Angel CACCIATORI, *Lecciones de Derecho Registral*, Ed. Barreiro y Ramos S. A., Montevideo, 1986, pág. 65).

Para LACRUZ BERDEJO y SANCHO REBULLIDA (obra citada en nota 12, pág. 62) los principios registrales (o hipotecarios como los denominan los españoles) son “aquellas reglas más generales de la legislación... formuladas directamente en ella u obtenidas por inducción de sus preceptos, que dan a conocer las líneas esenciales, lo que podríamos llamar las ideas-fuerza, de(1)... ordenamiento inmobiliario registral”.

<sup>26</sup> El principio de fe pública registral hace nacer una presunción de exactitud registral; o sea, el registro es exacto, por más que la realidad extraregistral se hubiera modificado.

Esta presunción, según cada legislación nacional e incluso aún en cada una de ellas (según la doctrina que se invoque) puede revestir la calidad de “*iuris tantum*” o “*iuris et de iure*”.

<sup>27</sup> Martin WOLFF, “Derecho de Cosas” en *Tratado de Derecho Civil* por Ludwig ENNECCERUS, Theodor KIPP y Martin WOLFF, Traducido por Blas PÉREZ GONZÁLEZ y José ALGUER, Bosch Editorial, Barcelona, 1951, 8ª revisión, 3º tomo I, pág. 232 y ss.; distingue la “presunción de exactitud del registro” de la

“publicidad material” no significa lo mismo que “fe pública registral”, puesto que aquella importa determinar el grado de oponibilidad de la registración frente a los terceros con prescindencia de la mayor o menor exactitud atribuible a los asientos registrales. Pese a ello o a cualquier otra opinión, es indudable que los conceptos de publicidad material y fe pública registral están dirigidos a poner el acento en la protección de los terceros<sup>28</sup> que se apoyan en las registraciones.

Por nuestra parte decididamente nos enrolamos por entender a la publicidad material o sustantiva separadamente del concepto de fe pública registral, ya que son principios con diferentes elementos o contenidos. La publicidad material está dirigida esencialmente a fijar la “oponibilidad” de la registración<sup>29</sup>, por ello todos los registros jurídicos proporcionan publicidad material<sup>30</sup>, y en particular en

---

“protección a favor del que confía en el registro inexacto”, entendiéndose que cada uno de ellos constituye un principio registral.

<sup>28</sup> Para CANO TELLO (obra citada en nota 17, pág. 298) el principio de fe pública registral protege tanto a los terceros como al titular registral: “La protección que le brinda el principio de fe pública consiste en proporcionarle una posición inatacable, siempre que haya llegado a ostentar la titularidad con los requisitos que la Ley establece”.

La opinión general sobre este principio es distinta, ya que “El principio de fe pública registral enseña que el registro se reputa siempre exacto en beneficio del adquirente que contrató confiado en el contenido de los asientos, y lo protege de manera absoluta en su adquisición, siempre y cuando se cumplan los requisitos exigidos en la ley”, Eduardo CAICEDO ESCOBAR, *Derecho Inmobiliario Registral*, Ed. Temis, Bogotá, Colombia, 1997, pág. 64.

<sup>29</sup> Según CHICO Y ORTIZ (obra citada en nota 22, pág. 227) la publicidad material o sustantiva “trata de dar notoriedad a los derechos reales sobre inmuebles y precisar los efectos que la Ley confiere a esa publicidad”.

<sup>30</sup> ROCA SASTRE (obra citada en nota 22, pág. 297) cuando se refiere a la publicidad material “dirigida a la protección de terceros adquirentes”, hace una diferenciación entre los registros de transcripción y los de desenvolvimiento técnico; así a los primeros los considera “sistemas de prioridad registral” por “contemplar tan sólo el juego de prioridad entre títulos contradictorios o incompatibles entre sí accesibles al registro”; por el contrario en los de desenvolvimiento técnico o de “exactitud del contenido del registro” la publicidad material se manifiesta tanto en el principio de fe pública registral como en el principio de legitimación.

nuestro sistema registral inmobiliario esta “oponibilidad” excede el mero ámbito de la prioridad, es decir no se traduce simplemente en esta, en tanto la supera comprendiendo un mayor número de efectos<sup>31</sup>. Por su parte, la fe pública registral se basa en el concepto de exactitud de los asientos y en los registros que la establecen plenamente llega incluso a modificar la realidad extrarregistral<sup>32</sup>, o sea, solo se toma por válida la situación registral por más que extrarregistralmente haya dejado de existir o se encuentre modificada en menor o mayor grado.

---

<sup>31</sup> Los principales tratadistas españoles de derecho registral disienten sobre el contenido o los aspectos de la publicidad material. Así para CHICO Y ORTIZ (obra citada, tº I, pág. 227) tiene una dimensión negativa en tanto “lo que no está inscripto no afecta al que contrata confiado en el contenido registral”, y una positiva descompuesta a su vez en dos: principio de legitimación mientras no se demuestre la presunta inexactitud lo que publica el registro “debe ser mantenido iuris tantum”; y principio de fe pública registral, que aunque se demuestre la inexactitud del registro, cuando se trata de proteger a un tercero que adquirió confiado en las constancias registrales, el registro se presume exacto (presunción “*iure et de jure*”).

Para ROCA SASTRE Y ROCA-SASTRE MUNCUNILL (obra citada, tº I, pág. 297 y ss.) la publicidad material se manifiesta en cuatro aspectos: 1. Como instrumento protector de terceros adquirentes, cuyo contenido depende si estamos ante un registro del que denomina “sistema de transcripción” o de “desenvolvimiento técnico”; 2. Como instrumento de afección de lo inscripto a terceros adquirentes, aspecto no desarrollado por el autor; 3. Como instrumento de cognoscibilidad legal de los asientos, o presunción de que el registro se considera conocido por todos; 4. Como instrumento de valor constitutivo de la existencia del derecho o acto registrable, es decir, el derecho se constituye en el registro.

<sup>32</sup> “Hay fe pública registral en la medida en que los terceros pueden colocar su confianza en aquello que el Registro publica y en la medida en que, en virtud de esa confianza, la situación aparental que en el Registro existe se superpone a la auténtica realidad jurídica extrarregistral y constituye para ellos la única situación jurídicamente existente. Así como la presunción de exactitud del Registro a favor del titular inscripto es, se dice, una presunción relativa o *iuris tantum*, a favor de los terceros, que reúnan las especiales condiciones necesarias para la protección, la presunción de exactitud del registro deviene una presunción *iure et de iure*”. Luis DIEZ-PICAZO, *Fundamentos del Derecho Civil Patrimonial*, tomo II, Edit. Tecnos, Madrid, 1978, pág. 371.

La publicidad material poco tiene que ver con la publicidad que hemos descripto al comienzo de este trabajo y que formuláramos como posibilidad de conocer o de acceder al conocimiento; a aquella publicidad cognoscibilidad le agregamos contenidos con la finalidad de lograr cierta eficacia de lo publicitado: la oponibilidad frente a terceros. Es decir, por publicidad material entendemos que lo registrado lleva implícito el concepto de “oponibilidad”, ya que la actividad registral está encausada tanto a posibilitar el conocimiento de la situación por los terceros como a oponérselas a ellos<sup>33</sup>; de esta manera podemos llegar a otorgar o reconocer derechos a aquellos que se apoyan en el registro<sup>34</sup>.

La publicidad registral despojada de oponibilidad encierra un contrasentido jurídico: la publicidad no puede tener por único fin la “cognoscibilidad” de los terceros; necesariamente debe ir más allá y tener consecuencias frente a aquellos que no formaron parte del acto (o aún incluso respecto de los otorgantes del acto). En nuestro sistema jurídico inmobiliario el efecto de la publicidad no deviene en absoluto por cuanto la registración no es autosuficiente bajo el punto de vista del derecho sustantivo; en consecuencia es relativa, en tanto se complementa en algunos casos (art. 23 Ley 17.801)<sup>35</sup> o porque el acto registrado no alcanza a producir oponibilidad cuando adoleciere de cierta eficacia (art. 4º de la misma ley); pero aún con todo ello es in-

---

<sup>33</sup> Para DIEZ-PICAZO (obra citada en la nota 32, pág. 342) la publicidad material es “la labor protectora que el Registro de la Propiedad ejerce sobre el tráfico jurídico, consolidando las situaciones jurídicas que dicho Registro publica”.

<sup>34</sup> En tal sentido LÓPEZ MEDEL (obra citada en nota 23, pág. 118) dice que la publicidad sustantiva (material para nosotros) puede ser “declarativa” o “constitutiva”; o sea, el derecho se constituye fuera del registro y éste solo lo publicita, o el derecho solo nace en el registro a la vez de publicitarlo.

<sup>35</sup> El contenido del certificado registral está “complementado” por él “título inscripto”, así entendemos la exigencia del art. 23 de no conformarse solo con el certificado, sino que también es necesario el título.

negable la oponibilidad que produce la registración frente a los terceros<sup>36</sup>.

La eficacia propia de la publicidad material está presente permanentemente en todos los asientos registrales, como lo está el principio de fe pública registral o de presunción de exactitud de los asientos para aquellos que sostienen su vigencia<sup>37</sup>. A la “publicidad material” la apreciamos cuando un tercero de buena fe se apoya en el registro para —por ejemplo— adquirir un derecho real, y en tal caso se lo deberá mantener registralmente en su adquisición por más que la realidad extrarregistral hubiere sido distinta<sup>38</sup>. En estos casos advertimos con toda su fuerza una de las más importantes funciones de los registros, cual es la de dar seguridad al tráfico jurídico inmobiliario o seguridad dinámica.

En derecho comparado, en este caso el español, hay autores que sostienen que la publicidad material y la fe pública registral conforman lo mismo, y ambas llegan a constituir “el principio básico y fundamental de todo buen sistema hipoteca-

---

<sup>36</sup> MOISSET DE ESPANÉS (obra citada en nota 16, pág. 212) nos habla de publicidad material cuando se producen ciertos efectos sustantivos como sería la “constitutividad, (la) oponibilidad a terceros, (y la) seguridad del tráfico”.

<sup>37</sup> La fe pública registral no abarca todo el contenido del registro, sino solamente a quiénes son los titulares de los derechos y a la extensión de tales derechos. En consecuencia no habría fe pública registral, por ejemplo, sobre las características que hacen a la determinación de los inmuebles.

La fe pública con el contenido relatado siempre está presente, y no necesita de la intervención de un tercero para apreciar su vigencia; sin perjuicio ello de que el asiento registral sea modificado en caso de existir una inexactitud.

<sup>38</sup> Si bien el principio de “publicidad material” está siempre presente, lo está en estado de latencia, y solo emerge cuando un tercero se apoya en el registro, y justamente lo hace en defensa de este tercero.

La “publicidad material” potencialmente está dirigida a todos, aunque aparece en el momento de la protección específica para proteger a ese tercero y ser opuesta *erga omnes*.

rio”<sup>39</sup>. En el caso de nuestro país, y en virtud de las leyes vigentes, nosotros separamos el concepto en dos principios, siendo fundamental por los efectos que ocasiona, el de la publicidad material.

Es discutible en nuestra doctrina la existencia del principio de fe pública registral, aunque suele coincidirse con el concepto vertido de publicidad material. A pesar de ello algún registro inmobiliario provincial confunde el principio de fe pública registral en tanto significa exactitud de los asientos transformadora de la realidad extrarregistral, con los errores materiales en la producción de certificaciones con reserva de prioridad <sup>40</sup>; estas dos cuestiones son tan distintas como inconfundibles: la fe pública registral está en relación directa con las inexactitudes ocasionadas por la diferencia entre lo extrarregistral y lo registral, en tanto la inexactitud en esta particular forma de producir la publicidad formal como es el certificado registral, se ocasiona con motivo de errores materiales del registrador <sup>41</sup>.

---

<sup>39</sup> F. HERNÁNDEZ GIL, obra citada en nota 7, pág. 166.

<sup>40</sup> El registro inmobiliario de Córdoba dictó la resolución general 17/98 por la cual negó la existencia del principio de fe pública registral, pero confundiendo a este principio con los errores en el contenido de los informes o certificados que el registro emite; entonces el error material en el “traslado” o “reproducción” de la información, para esta novedosa posición, no ocasiona consecuencias jurídicas porque las equipara a las inexactitudes registrales.

Es decir, erróneamente extiende el principio de fe pública registral a los supuestos de publicidad formal (certificados, informes): en la fe pública registral presumimos una inexactitud registral y pese a ella triunfa el registro; pero en la resolución cordobesa no hay inexactitud alguna, sino falta de identidad entre la publicidad producida y el asiento registral.

<sup>41</sup> Los informes o certificaciones son expedidos por el registrador bajo su responsabilidad, ya que interviene solo él para su producción.

Las certificaciones constituyen “reflejo de los asientos registrales, cuyo cotejo legitima el registrador con su firma” y son los registradores “los únicos funcionarios que tienen facultad de certificar lo que resulte de los libros del Registro” (MARTÍNEZ SANTIAGO, obra citada en nota 12, págs. 162 y 163), por ello el registrador es el único responsable en la producción de estos instrumentos y de los errores materiales en los que hubiere incurrido.

### 3.2. *Publicidad formal*

Por otra parte nos encontramos con la “publicidad formal”, concepto más cercano al proporcionado en el comienzo de este trabajo, en tanto se relaciona directamente con la posibilidad de conocer el contenido de los asientos registrales, sin provocar por ello otros efectos que los propios de la consulta o información proporcionada.

La publicidad formal constituye la forma o el instrumento por el cual se conoce el estado registral, o sea, es la manera en que el registro se manifiesta. Consiste en “el derecho que el particular tiene para conocer el contenido de los libros”<sup>42</sup> (entendiendo por libros tanto a los asientos registrales como al resto de la documentación registral). En otras palabras representa el “instrumento informativo”, es la manera en que “se organiza un servicio destinado a la información del contenido de los asientos del registro”<sup>43</sup>.

Esta concepción clásica del sub-principio de la publicidad no es compartida por Moisset de Espanés<sup>44</sup> para quién la publicidad formal abarca “todos los actos destinados a dar forma al Registro, integran(do) este aspecto de la publicidad, que no se reduce a la salida de información, sino también a su ingreso. En efecto, si hemos dicho que la cognoscibilidad (no el conocimiento efectivo), es uno de los efectos sustantivos del Registro, todos los medios destinados a completar, actualizar o modificar los asientos registrales, o empleando términos técnicos, la toma de razón de lo acontecido fuera del Registro, es un aspecto formal

---

<sup>42</sup> F. HERNÁNDEZ GIL, obra citada en nota 7, pág. 165.

<sup>43</sup> Fernando FUEYO LANERI, *Teoría general de los registros*, Ed. Astrea, Buenos Aires 1982, pág. 198.

Para CHICO Y ORTIZ (obra citada, tº I, pág. 228) son “los medios o modos de hacer efectiva la notoriedad de las inscripciones, permitiendo a los particulares acceder al contenido del Registro”.

<sup>44</sup> L. MOISSET DE ESPANÉS, obra citada en nota 16, pág. 218.

indispensable para lograr el fin sustantivo de la cognoscibilidad”<sup>45</sup>. Nosotros explicamos la misma cuestión de otra manera, y ateniéndonos a los principios registrales, entendemos que las modificaciones registrales están comprendidas en el principio de inscripción y no en el de publicidad, sin perjuicio de que todo el contenido del registro está destinado a la publicidad. Es decir, a la publicidad debemos apreciarla desde el exterior del registro, desde afuera, pues es el aspecto externo del registro o su proyección la que la constituye, pese a que nos sirvamos de su contenido para efectivizarla.

En consecuencia, el conocimiento por los terceros de los contenidos registrales se presenta como un efecto de la registración, pero también es un resultado que deviene de los registros por su calidad de públicos<sup>46</sup>.

La publicidad propia de los registros jurídicos significa que tales organismos no son ni privados ni secretos por adolecer de la calidad de reservados u ocultos y porque el acceso a su información no corresponde exclusivamente a algunos.

---

<sup>45</sup> Hasta ahora, y con esta postura, tenemos la publicidad bajo tres aspectos: a. Publicidad registración, por cualquier modificación de los asientos registrales; b. Publicidad cognoscibilidad, a través del acceso (por la vía que fuere) al contenido registral; y, c. Publicidad oponibilidad, por la eficacia de la registración.

<sup>46</sup> FUEYO LANERI (obra citada en nota 41, pág. 197) sostiene que hay registros reservados entendiendo por estos a aquellos que son “para consulta y examen por un número reducido y cerrado de personas”, y da como ejemplo a “la escritura pública (que) no puede ser consultada en su matriz por cualquier persona”.

Hay registros que sus fines les están imponiendo reserva, tal como son los de testamentos; pero también los registros que se entienden públicos pueden presentar aspectos reservados y requerir de facultades especiales o circunstancias excepcionales para acceder a datos concretos. Esto sucedería en los registros de testamentos o como en algún registro inmobiliario europeo, por ejemplo, que se excluye de la publicidad el monto o precio de adquisición de las compraventas, por considerarlo un dato confidencial de las partes no accesible por los terceros.

Los terceros (no solo el denominado “tercero registral”) pueden acceder a la información registral de distinta forma, así lo dispone la Ley 17801 en el art. 21:

**El registro es público para el que tenga interés legítimo en averiguar el estado jurídico de los bienes, documentos, limitaciones o interdicciones inscriptas. Las disposiciones locales determinarán la forma en que la documentación podrá ser consultada<sup>47</sup> sin riesgo de adulteración, pérdida o deterioro.**

Agrega el art. 22 que:

**La plenitud, limitación o restricción de los derechos inscriptos y la libertad de disposición, sólo podrá acreditarse con relación a terceros por las certificaciones a que se refieren los artículos siguientes.**

Por último, el art. 27 dice:

**Aparte de la certificación a que se refiere el artículo 23, el Registro expedirá copia autenticada de la documentación registral y los informes que se soliciten de conformidad con la reglamentación local.**

Encontramos en los textos legales transcritos las siguientes expresiones de publicidad formal: 1. Consulta a través de la exhibición de la documentación registral; 2. Información a través de la expedición de copias, autenticadas o no; 3. Certificados con reser-

---

<sup>47</sup> MOISSET DE ESPANÉS (obra citada en nota 16, pág. 219, nota 24) nos hace notar que alguna empresa que edita la ley registral suele consignar “considerada” por “consultada”, tal como “puede verificarse en el texto publicado en el Boletín Oficial”.

va de prioridad<sup>48</sup>, y 4. Expedición de informes por escrito<sup>49</sup>. Los dos primeros, la consulta y las copias autenticadas o no, en muchos registros suelen estar confundidas en una sola, ya que por cuestiones de seguridad o integridad de la documentación no se permite la consulta directa (o exhibición) de los asientos sino que se entregan copias de los mismos.

Los medios citados constituyen entonces los caminos para acceder al conocimiento del estado registral al cual se llega únicamente con la intervención de los funcionarios registrales, esta “única” vía de acceso está determinada así por cuanto “la guarda y conservación de la documentación registral” está exclusivamente a cargo del registrador.

Aunque normalmente la publicidad se manifiesta en alguna de las formas citadas, en la ley nacional encontramos otro supuesto de publicidad formal, contenido en el art. 28:

**“En todo documento que se presente para que en su consecuencia se practique inscripción o anotación, inmediatamente después que se hubiere efectuado, el Registro le pondrá nota que exprese la fecha, especie y número de orden de la registración practicada, en la forma que determine la reglamentación local...”**

Esta otra modalidad de publicitar la situación registral consiste en atenerse a las constancias registrales incorporadas a do-

---

<sup>48</sup> La certificación con reserva de prioridad tiene aspectos de publicidad formal y material; formal en cuanto posibilita el conocimiento por los terceros, material por cuanto produce oponibilidad frente a los terceros frente a los cuales se tendrá por ganada prioridad en los términos que fija la ley. En este sentido toda publicidad material implica publicidad formal; pero no toda publicidad formal produce publicidad material.

<sup>49</sup> Para DIEZ-PICAZO (obra citada en nota 32, pág. 342) la publicidad formal tiene un lado abstracto que “consiste en la cognoscibilidad potencial del contenido del registro” como uno concreto como son “los medios utilizados para convertir en actual dicha posibilidad de conocimiento”.

cumentos que circulan fuera del registro, documentos que por otra parte complementan al registro; pero claro, esta publicidad queda paralizada o detenida a la fecha de la última actuación del registrador, y sin que ello signifique que a través del documento registrado conozcamos “toda” la situación registral vigente a dicho momento, ya que en la ley nacional no hay precepto que ordene esta solución<sup>50</sup>.

Para el régimen de automotores la solución legal es expresa, así el art. 20 del Decreto Ley 6582/58 establece:

**Deberán consignarse, además, en el título del automotor, las constancias de inscripción en el Registro de instrumentos públicos o privados:**

**... 3) de toda inscripción que afecte el dominio, posesión o uso del automotor, que estuviere vigente al presentarse el título en el Registro y no figurese en él.**

De esta manera a través del título del automotor sabemos sobre el estado registral del vehículo hasta la última intervención o actuación del registrador, debiendo recurrirse al registro para completar la información por el período que se extiende entre la última intervención registral y el momento en que se pretende conocer el estado jurídico de la cosa.

---

<sup>50</sup> Sin embargo, de una correcta interpretación del art. 23 de la Ley nacional surge el conocimiento de la situación registral al momento de practicarse la inscripción, ya que en él título deben transcribirse o consignarse las constancias de la certificación registral utilizada, y entonces ellas estarán condicionando la “nota de inscripción” puesta en el título.

Pero puede suceder que el documento se hubiere otorgado sin certificado o que se hubieren vencido los plazos de la reserva de prioridad o de inscripción provisional, y en tal caso, y aún ante la falta de solución expresa en la ley, entendemos que el registrador deberá consignar la situación registral a dicho momento, pues ella fija el alcance de la registración practicada. Esta es la solución dada en Córdoba según la aplicación del art. 14 de la Ley provincial 5771.

Observamos entonces que la publicidad formal inmobiliaria está contenida en varios preceptos legales que la desarrollan con cierta amplitud, dejando en las leyes provinciales los aspectos reglamentarios destinados a asegurar la integridad física de la documentación registral (art. 21 última parte).

#### 4. Publicidad e interés legítimo

Otro aspecto de la cuestión es la posibilidad de acceder a la información registral o legitimación para actuar, y en tal sentido la ley nacional restringe la consulta a quienes tengan “un interés legítimo”, es decir que no cualquiera puede acceder a los asientos registrales, hay limitaciones: el registro productor de “cognoscibilidad” solo está abierto para quienes acrediten o demuestren un interés legítimo.

Demás esta decir que la función publicitaria de los registros jurídicos requiere el acompañamiento de la posibilidad cierta de que los terceros puedan acceder a la consulta, ya que los registros son públicos y oponibles.

La naturaleza de “públicos” de estos organismos está determinada por la necesidad de que los terceros puedan acceder a sus contenidos, y en este sentido más que públicos son de “interés público”. Así es como la cualidad de público es esencial para cumplir con el fin último de la publicidad registral, el cual se manifiesta en el efecto de su oponibilidad a terceros, y por lo tanto se tiene por “vista o sabida por todos”, y en consecuencia es “*erga omnes*”.

Esta posibilidad de acceder a la información, según ya lo expresáramos, no es absoluta o irrestricta por cuanto se deberá acreditar “interés legítimo”; es decir, a la amplitud conceptual de “público” le antepone un requisito: **no es suficiente que los interesados tengan cualquier interés, sino que deben tener interés legítimo**. Entonces cualquiera no podrá acceder al registro,

sino aquellos que cumplan con el requisito de “tener interés legítimo”.

La ley nacional no define el interés legítimo ni quiénes lo tienen, ni hace diferencias entre aspectos registrales consultables o no consultables, o a quienes debemos identificar con el interés legítimo, ni tampoco dispone que las reglamentaciones provinciales tengan atribuciones para reglamentar este aspecto, aunque en la práctica es aceptada esta última posibilidad.

El art. 21 de la ley dispone que “es público para el que tenga interés legítimo en averiguar el *estado jurídico de los bienes*”, el pleonasma legal no ayuda a resolver la cuestión ya que al tener el registro un fin eminentemente jurídico sobre las cosas inmuebles, es evidente que toda pretensión de conocimiento estará encausada a este aspecto.

Al mencionado interés podríamos interpretarlo como “interés jurídico” o también como “interés económico” o “interés social” o “interés cultural”, etcétera; pero la ley nada aporta para la cuestión, ni tampoco lo hace la doctrina o jurisprudencia nacional a la cual hemos accedido <sup>51</sup>.

---

<sup>51</sup> La Ordenanza inmobiliaria alemana del 24 de marzo de 1897 redactada nuevamente el 5 de agosto de 1935, tiene un dispositivo similar al nuestro ya que en el párrafo 12 establece que “*El examen de los libros está permitido a todo el que acredite un interés legítimo. Lo mismo rige respecto de los documentos a los cuales se haya hecho referencia para completar una inscripción, y respecto de las solicitudes de inscripción aún no resueltas*”. Aún con tal indefinición la acreditación del interés “se exige con gran rigor” hasta tal punto que “en numerosos registros se solicita la conformidad del titular registral para que las instituciones de crédito puedan recibir información de los inmuebles inscriptos”.

En todo lo expresado en esta nota hemos seguido a Antonio PAU PEDRÓN, “Panorama del sistema inmobiliario alemán”, *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, n° 551, año 1983, pág. 971.

La Ley Hipotecaria española dispone en el art. 221 que “*los Registros serán públicos para quienes tengan interés conocido en averiguar el estado de los bienes inmuebles o derechos reales inscriptos*”. Este “interés conocido” la

Pese a la falta de definición legal es innegable la necesidad de “un” interés, no cualquiera podrá acceder a la información registral, ello no es ilimitado o irrestricto, ya que si así lo fuera el dispositivo legal no se hubiera expresado con el término “interés legítimo”, sencillamente hubiera afirmado que “*el registro es público para quién quiera averiguar su contenido*”.

Así como la ausencia de definición legal no habilita para entender al tema como irrestricto o ilimitado, también es cierto que el texto legal no pone límites para los contenidos registrales sobre los que aparentemente no hay restricciones para acceder; así el art. 21 menciona a los “*documentos, limitaciones o interdicciones inscriptas*” como públicos. Pero no debe confundirse la documentación a la que pueda accederse con la forma de acceder a la misma, ya que hay una gran diferencia entre ambos.

Para acceder al registro deberán cumplirse determinados requisitos, los que entendemos anejos al interés legítimo. El principio de especialidad —por ejemplo— es un requisito que debe quedar necesariamente cumplido: no se podría ingresar al registro a “revolver” (por revisar) cuantos anaqueles o tomos o matriculas encontremos, debemos *individualizar* o determinar cual es nuestra necesidad antes de acceder a la información, es decir, debemos identificar *cada asiento registral*<sup>52</sup> para poder accederlo.

La calidad de públicos de los registros no transforma a todo su contenido en accesible por los terceros, tampoco significa que ese contenido no sea público, sino que simplemente la información que produce el registro debe estar sustantivamente en concordancia

---

doctrina española lo equipara al “interés legítimo”, pero lo interesante de la norma es que plantea un supuesto más restringido que el nuestro; para los ibéricos el interés se limita a los inmuebles y derechos reales inscriptos, mientras que para nosotros comprende tanto los bienes inmuebles, como los documentos, limitaciones e interdicciones inscriptas.

<sup>52</sup> Aquí utilizamos el término en sentido amplio y en lugar de “matricula”, aunque no excluyendo a esta.

con sus fines, y a disposición de aquellos terceros legitimados; por ello el cumplir con el simple requisito formal o adjetivo previsto por la reglamentación sería insuficiente si ello no está de acuerdo con los postulados del sistema registral <sup>53</sup>.

Sostenemos que en este tema juegan dos aspectos, tanto el interés legítimo o “aspecto subjetivo” para consultar la información como la “manera” en que accedemos a la documentación (o “aspecto objetivo”), condicionando y determinando este último elemento el contenido del primero <sup>54</sup>.

Desde el “aspecto subjetivo” entendemos que tienen “interés legítimo” para consultar el contenido registral aquellas personas que *una vez conseguida la información la aplicarán a una utilidad ge-*

---

<sup>53</sup> En este sentido si la reglamentación considera suficiente interés legítimo la calidad de la persona, por ejemplo ser abogado o escribano. Pero si el consultante destinare la información registral obtenida a formar un “archivo registral paralelo” o a prestar algún servicio complementario del registro (tanto sea ese servicio prestado o no prestado por el organismo), el destino de la “publicidad formal” se encontraría tergiversada, y no deberían prosperar los pedidos de ese usuario ya que la actividad registral legalmente esta monopolizada por el Estado, y los particulares no pueden atribuírselas.

Esta solución es de aplicación tanto cuando el “usuario o consultante” formula el pedido con el único fin de desarrollar un registro paralelo, como cuando la solicitud de publicidad está dirigido tanto a formar dicho archivo como a satisfacer una necesidad concreta.

La afirmación efectuada viene con motivo de aquellas organizaciones dedicadas a averiguación de antecedentes que van formando su “registro propio” (tan insuficiente como incompleto), llegando incluso a jactarse de prestar servicios que el registro no proporciona, o incluso ser más fiables que el propio organismo.

<sup>54</sup> Para MARTÍNEZ SANTIAGO (obra citada en nota 12, pág. 155) “la limitación de la publicidad debe centrarse más que en el interés, en la finalidad de la consulta”, este autor luego transcribe la parte pertinente de la Resolución Circular del 12 de junio de 1985 de la Dirección General de los Registros y Notariado que dispone “...se considera carentes de interés legítimo a aquellos que a juicio del Registrador pretenden acceder a la información contenida en los libros del Registro con la finalidad de comercializar por cualquier procedimiento la propia información obtenida”.

***nuina o destino apropiado.*** Es decir, el producto de la publicidad registral no puede ser utilizado ilimitadamente, sino que está condicionado legalmente. En este sentido la información proporcionada por el registro no tiene un destino irrestricto, sino conforme a derecho <sup>55</sup>.

Desde el “aspecto objetivo” tienen interés legítimo quienes cumplan con el principio de especialidad, es decir, individualizar al objeto o a su inscripción, cuestión que más adelante desarrollaremos.

## **5. Aspectos subjetivos del interés legítimo**

Decíamos que el interés legítimo tiene dos elementos, el “subjetivo” que está en relación directa con la persona del peticionante, y el otro referido a la “manera” de acceder a los contenidos o aspecto “objetivo”.

El aspecto subjetivo a su vez puede estar configurado de dos maneras distintas: una conformada por la acreditación o invocación (si así es permitido) del interés para acceder a la información, y la otro simplemente determinada por las calidades de la persona del peticionante <sup>56</sup>. Ejemplo de acreditación lo constituiría el caso del lindero que pretende saber a quién debe reclamarle el pago del muro medianero y para ello concurre al registro munido de su título de propiedad; y ejemplo de invocación cuando lo manifiesta el transeúnte lesionado por el desprendimiento de una parte del frente de la edificación y por ello pretende saber contra quién ejercerá la reclamación. Pero también podría tenerse interés legítimo cuando la

---

<sup>55</sup> El derecho de consultar los asientos registrales no puede constituirse en un ejercicio abusivo de los derechos, ya que la ley no ampara estos procederes (art. 1071 del Código Civil).

<sup>56</sup> En el derecho alemán se consideran que tienen interés legítimo las autoridades públicas y los notarios, por su sola calidad de tales. Antonio PAU PEDRÓN, obra citada, pág. 971.

persona reúne ciertas calidades, estando normalmente incluidos en esta categoría los profesionales: abogados, escribanos, etc.

Las reglamentaciones provinciales no coinciden en la interpretación de la ley de fondo y ofrecen distintas soluciones. Así en el Decreto-Ley 2080 para la Capital Federal solo se recepciona una posibilidad del aspecto subjetivo, desconociendo el derecho de consultar el registro a cualquier tercero; en tal sentido dispone:

**Art. 60. A los efectos establecidos en el artículo 21 de la Ley 17801, se presume que tienen interés legítimo en conocer los asientos registrales, además de sus titulares:**

- a) Los organismos del Estado Nacional, Provincial y las Municipalidades;**
- b) El Poder Judicial de la Nación y de las Provincias;**
- c) Los que ejerzan las profesiones de abogado, escribano, procurador, ingeniero o agrimensor;**
- d) Los martilleros públicos, los gestores de asuntos judiciales y administrativos reconocidos como tales ante el Registro, y las personas debidamente autorizadas por los profesionales mencionados en el inciso anterior.**

Pese a no incluirse en la enumeración de esta reglamentación a aquellos que simplemente acrediten “interés legítimo”, consideramos que ellos estarían legitimados para acceder a la información registral, ya que su legitimación deviene de la ley de fondo, la que por ser de orden público no puede ser desmerecida por una reglamentación. La ley nacional dice que todos podemos acceder al registro en tanto tengamos interés legítimo, la norma concede un derecho, las provincias sólo pueden reglamentar las modalidades para acreditar el interés, pero no atribuírselo a algunos y negárselos a otros, quiénes solo podrían acceder a la información por interpósita persona.

Mejor solución ofrece la reglamentación cordobesa contenida en la Ley 5771 y sus modificaciones, la que establece:

**Art. 31. Se considerará que tienen interés legítimo en averiguar el estado jurídico de los bienes y de las personas los funcionarios, profesionales o particulares que se enuncian a continuación:**

- a. El titular registral o quién justifique representarlo.**
- b. Quienes ejerzan las profesiones de abogados, escribanos, procuradores, martillero, ingeniero o agrimensor.**
- c. Los representantes de instituciones crediticias oficiales, los poderes públicos y sus organismos.**
- d. Los terceros interesados que justifiquen a criterio de la Dirección el interés relacionado con la consulta.**

**En cada caso el consultante deberá exhibir la documentación que acredite el carácter que invoque o justifique el interés relacionado con la consulta.**

Esta reglamentación contiene los dos aspectos subjetivos reseñados, es decir, tanto las calidades del peticionante como la acreditación del interés. Las calidades del solicitante están en los tres primeros incisos: para el inc. a es suficiente con ser titular registral, pero no solo del dominio sino de cualquier derecho publicitado (condominio, usufructo, hipoteca, etc.); para el inc. b acreditando ser profesional, aunque solo las profesiones que allí se mencionan; y en el inc. c por representar a instituciones oficiales<sup>57</sup>; en todos estos casos el interés legítimo se tiene por

---

<sup>57</sup> El inc. c marca una desigualdad entre las "instituciones crediticias oficiales" y las no oficiales o privadas, reconociendo a aquellas el interés legítimo primigenio y desconociéndoselos a estas. Soluciones de este tipo no hacen bien pues crean desigualdades irritantes ya que coloca a entes públicos en una situación privilegiada respecto de otros que cumplen iguales funciones, en este sentido la ley puede ser tachada de inconstitucional por quebrar el principio de igualdad.

cumplido con acreditar tales calidades a las cuales se llega exhibiendo “la documentación que acredite el carácter que invoque” según así lo dispone la última parte del artículo<sup>58</sup>. En el último inciso, el d, se contempla a quienes no fueron incluidos en los apartados anteriores, y ya que sus calidades personales son insuficientes, se les requiere una manera diferenciada de justificar el interés para consultar la información<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> En el registro cordobés es común exigir cuando la información se solicita con la modalidad de “informe”, a diferencia de la llamada “publicidad directa”, que se mencione la “causa o motivo” del pedido y si no se lo consigna se devuelve rechazada la solicitud; incluso se llega a la exageración de rechazar pedidos de informes cuando se indica la causa pero ella no es con “exactitud”, por ejemplo la causa invocada es inscribir escritura de venta y es rechazado por no citar el “diario” de ingreso de la escritura en cuestión.

<sup>59</sup> Las bondades de la ley provincial no son compartidas por la dirección del registro inmobiliario, que por vía de la resolución general 23 del 17 de noviembre de 1997 pretende modificarla.

Así es como entiende que se acredita “fehacientemente” el interés legítimo relacionado con la consulta “*mediante la exhibición del carnet profesional, de la credencial respectiva y/o de la autorización e inscripciones ante los Organismos Previsionales competentes y demás organismos de control... procediendo a rechazar aquellas solicitudes que no cumplimenten lo normado en la presente resolución*”. Pese a algunas desmedidas exigencias en que incurre la resolución, la misma podría ser de aplicación para interpretar los tres primeros incisos del art. 31, aunque en verdad, esta directiva termina por desconocer la existencia del inc. d, privando a las otras personas que no sean profesionales del acceso directo a la publicidad.

Pero así como en la resolución se pretende (así lo decimos pues entendemos que una resolución registral no puede modificar una ley, ya que si así fuere le estaríamos reconociendo facultades legislativas a un funcionario administrativo) coartar derechos, también decide extender el ámbito subjetivo, entendiendo que la enumeración taxativa del inc. b en realidad se refiere a “*incumbencias profesionales*”, dándoles el mismo tratamiento legal a los contadores y a “*toda otra persona física o jurídica dedicada a la gestión o intermediación, que acrediten fehacientemente el ejercicio de su actividad mediante documental librada por los organismos oficiales...*”, esta última parte extraída del considerando 3 de la resolución y que no es reproducido ni textual ni conceptualmente en la parte resolutive.

La omisión citada precedentemente quedó “cubierta” el 12 de mayo de 1998 con la resolución general 14, por la cual se “considera acreditado el interés

En síntesis, el interés legítimo subjetivo tiene distintas soluciones según la naturaleza del solicitante: si reúne las calidades que pide la ley, ellas serán suficientes para tenerse por cumplido; pero en cambio si no las reúne, deberá justificarlo. Esta demostración o acreditación, según la legislación cordobesa, queda sujeta al “criterio de la dirección” lo que no debe interpretarse como cualquier criterio, sino el “fundado y razonable criterio” que debe contener todo acto administrativo; por otra parte, y al no establecer cuales son las pruebas suficientes, cualquier medio puede ser utilizado por el interesado. Las decisiones (inclusive las resoluciones generales) que adopte la “dirección” del organismo en estos casos, siempre estarán sujetas a la revisión judicial entablando los recursos que concede la ley.

## 6. Aspectos objetivos del interés legítimo

El otro aspecto que conforma el interés legítimo está en relación con la manera en que accedemos a la publicidad registral, es

---

legítimo” cuando se trate de corredores inmobiliarios y también para los “administradores de edificios”, pero respecto de estos últimos el interés se limita a los edificios que administran, extremo éste que deberán acreditar. Sobre los administradores en propiedad horizontal caben dos someras acotaciones: 1°. Para ser administrador no se exige tener título profesional alguno, y siendo los administradores los representantes de los propietarios, es poco entendible como se “habilita” al representante y se rechaza al representado (todo ello a pesar que el Consorcio es una persona jurídica distinta de sus miembros); y, 2°. La calidad de administrador se acredita, según la resolución, “*mediante constancia en el mismo reglamento, en escritura de protocolización del acta que dispone el nombramiento o mediante la exhibición del libro de actas respectivo*”. La Ley 13.512 establece en el inc. b del art. 9 que el nombramiento del administrador debe efectuarse “por acto de escritura pública”, es decir, por instrumento público notarial; muchos no distinguen —como sucede en esta resolución— entre otorgar escritura pública con incorporar instrumentos privados a escritura pública (es como comparar la compraventa otorgada por escritura pública con el boleto transcrito en un protocolo notarial), pero en este caso se llega aún más lejos, reconociendo la calidad de administrador a una persona a través de un instrumento manifiestamente insuficiente, como lo es el acta labrada en el libro del consorcio.

decir tiene relación con los asientos que se consultan o son objeto de la publicidad <sup>60</sup>.

Habíamos sostenido que el art. 21 de la Ley 17.801 admite la consulta de todo tipo de documentación, pero como en todo el ámbito registral es de aplicación el principio de especialidad o determinación <sup>61</sup>, solo podremos acceder al registro cumpliendo con dicho principio, ya que si es una exigencia para los instrumentos que ingresan al registro ella no debería ceder en este caso, no hay justificativo alguno, más aún, si es un principio del derecho registral debe aplicarse a todo lo atinente al registro salvo que una disposición expresa de la ley dispusiere lo contrario, situación que no se produce en este caso.

Cuando hacemos referencia a la especialidad nos representamos a los elementos de la relación jurídica: sujeto, objeto y causa; y respecto de cada uno de ellos debemos cumplir con la especialidad. Acerca de la causa, si es venta, donación, etc.; referente al sujeto serán sus nombres y apellidos y demás datos personales <sup>62</sup>; y sobre el objeto, sería su ubicación, designación, linderos, etc. La

---

<sup>60</sup> Este aspecto no debe confundirse con condicionar la publicidad a “partes” o determinados contenidos de los asientos; es decir, no permitir el acceso a todos los datos que conforman un asiento sino solo alguno de ellos. Por ejemplo, podría no darse a publicidad el “precio” de compra del titular registral, pues esa es una circunstancia que puede considerarse limitada a las partes contratantes.

<sup>61</sup> Ver MOISSET DE ESPANÉS, obra citada en nota 16, pág. 126 y ss.

<sup>62</sup> Pese a que no lo menciona el art. 12 de la ley nacional, ni el art. 1001 del Código Civil, ni el art. 22 de la Ley provincial 5771, consideramos que deben consignarse también el número de documento de identidad de los titulares de derechos, ya que el documento de identidad es obligatorio para todas las personas y es la única forma de identificarlas (arts. 1, 13 y concordantes de la Ley 17.671); pero también porque es la manera en que el registro pueda cumplir algunos de sus fines, por ejemplo el art. 32 del dispositivo nacional (y su correspondiente art. 43 de la provincial) establecen la necesidad del número de documento nacional de identidad para registrar inhibiciones e interdicciones, y aunque estos registros personales son independientes del registro real, no dejan de estar vinculados o conectados.

especialidad en general reseñada es requisito indispensable para acceder a la registración de los documentos, pero no necesariamente significa que el registro deba exteriorizarse a través de cualquiera de ellas.

Lo primero que debemos establecer es que el “registro inmobiliario” es una entidad dirigida a los inmuebles y solo a los inmuebles, ya que de la ley no surge otra función o atribución, por ello el elemento principal y excluyente es la “cosa inmueble” y alrededor de la misma gira todo el sistema. Pero los otros elementos de la relación jurídica condicionan el contenido de los asientos del inmueble, aunque ello no es óbice para que este siga siendo el centro sobre el cual giran los demás elementos. La característica de inmobiliario significa, en una primera afirmación, que cuando recurrimos a él lo es para conocer la situación de una cosa o afectar a una determinada cosa, pero en cuanto al solicitante esto no es absoluto, ya que esa cosa algunas veces le interesa por sus particularidades (como por ejemplo lo sería el interés para adquirirla), y otras veces el conocimiento está dirigido a saber quién en su titular registral (por revestir, por ejemplo, la cualidad de deudor o fiador), aunque siempre este último aspecto quedará condicionado por el primero, ya que el eje registral es el patrimonio inmobiliario.

En tal sentido, no sería acorde a derecho ingresar al registro a través de la causa, salvo que ello sea para fines estadísticos, pero si la intención es identificar a aquellas personas que realizaron adquisiciones por más de determinada suma de dinero o quienes son titulares de usufructos, ello es sin duda improcedente, ya que el registro no está habilitado para proporcionar este tipo de publicidad.

Respecto del sujeto, es indudable la legitimidad de la consulta en caso de perseguirse la información de quién es titular de un inmueble al cual determinamos, puesto que se está identificando previamente a la cosa, o sea, ingresamos a la información registral a través del objeto. Pero si se pretende conocer

los inmuebles o derechos de que es titular cierta persona sin determinarlos previamente, entendemos que estamos ante una cuestión bastante distinta que merece un tratamiento diferenciado.

Supongamos que se pretende “investigar”<sup>63</sup> al señor don NADIE, y de seguro que —salvo algunas expresiones principistas— pocos se preocuparán por el hecho; pero si la persona “investigada” es el Presidente de la República o el Gobernador de nuestra Provincia o el Presidente del Tribunal Superior de Justicia o tan siquiera el mismísimo Director del registro inmobiliario, posiblemente el acceso al registro no esté rodeado de rosas sino de espinas<sup>64</sup>. Es que a nadie le gusta que lo investiguen, sobre todo cuando cree que no lo deben investigar (que es lo que piensa cada uno de sí), pero a este argumento podemos responderle que la “publicidad registral” está por encima de esas individualidades, ya que ella interesa al orden público. En este punto apreciamos el choque de dos derechos: el del tercero que accede a la publicidad y el del titular registral

---

<sup>63</sup> Pretender conocer el patrimonio de una persona a través de la información registral es una auténtica investigación, pues estaríamos haciendo “diligencias para descubrir una cosa” (según la Real Academia Española de la Lengua). La acción de investigar, en este caso, implica el desconocimiento o tan siquiera la falta de consentimiento del afectado para que ella sea ejecutada.

<sup>64</sup> Así sucedió en España cuando un periodista del semanario *Época* pretendió obtener información sobre la transferencia que el Partido Socialista Obrero Español había realizado al entonces Vicepresidente del Gobierno español señor Alfonso Guerra González (el fallo del STSJ de Andalucía de 9 de junio de 1994 está transcrito en la revista *Lunes cuatro treinta*, número 157, pág. 12). En ese fallo se sostiene que “es absolutamente inaceptable la afirmación que... la expedición de la nota informativa puede comprometer los intereses legítimos del titular amparado por la institución registral”, y “que los personajes públicos o dedicados a actividades que persiguen notoriedad pública aceptan voluntariamente el riesgo de que sus derechos subjetivos de personalidad resulten afectados por críticas, opiniones o revelaciones adversas, y por tanto, el derecho de información alcanza en relación con ellos su máximo nivel de eficacia legitimadora, en cuanto que su vida y conducta moral participan del interés general con una mayor intensidad que la de aquellas personas que...”.

que —con toda razón— no quiere estar en boca de otras personas salvo causa fundada (como por ejemplo lo sería ser deudor del interesado en conocer la situación registral). Claro que no todos aquellos que concurren al registro son nuestros acreedores, podría ser nuestro nuevo vecino que pretende conocernos a través del registro, y al detectar en el mismo nuestra insuficiencia patrimonial inmobiliaria negarse a prestarnos la cortadora de césped; o al determinar nuestra gran solvencia patrimonial, cargosearnos a más no poder agasajándonos permanentemente o pretender que nuestro hijo intente con su hija. Más real para aquellos que lo “sufrimos a diario”, es que empresas de servicios accedan a la información registral, y así acosarnos —aún más— con sus ofrecimientos de tarjetas de crédito, servicios bancarios, cursos, etc.; pero hasta podríamos llegar a la exageración de que organizaciones delictivas seleccionen sus “víctimas” según la cantidad de inmuebles de los cuales son titulares registrales, para posteriormente proceder a efectuar extorsiones u otros delitos.

Lo expresado no es ajeno a nuestra realidad pero nos demuestra principalmente que si bien la información registral no es confidencial, el acceso incorrecto a la misma no puede estar protegido jurídicamente. Las personas tienen atributos y derechos reconocidos constitucionalmente y debemos respetarlos, o sea, la publicidad registral debe estar en relación con estos derechos y por ello es fundamental establecer pautas claras para acceder a los índices de titularidades reales.

Los principios generales establecidos para el “aspecto subjetivo” de la publicidad formal no pueden aplicarse irrestrictamente a esta forma “especial” de acceder a la publicidad registral, ¿que interés puede tener un ingeniero o corredor inmobiliario en conocer “todas” las propiedades de una persona? Por otra parte, ¿podría una institución financiera, por su sola calidad de tal, acceder al índice de titularidades reales?, o ¿quizás los abogados podrían acceder sin restricciones?, es decir, ¿el patrimonio inmobiliario de cada persona puede ser conocido o penetrado por cualquier otra persona? Decididamente creemos que NO.

Los derechos personales deben ser respetados, el derecho a la intimidad tiene recepción legal, y es tan importante como el derecho de los terceros para conocer la situación registral, pero con una gran diferencia: el derecho a la intimidad es preexistente, es reconocido en abstracto sin necesidad de acreditación alguna, está adherido a las personas por su simple calidad de tales, entonces no es objeto de privación absoluta, solo lo es de manera relativa y ante los casos concretos. Por el contrario, el derecho a conocer ya no la situación de un inmueble determinado sino *el patrimonio inmobiliario de una persona determinada* no puede estar sujeto a las mismas reglas: a un interés genérico, a un interés difuso, que tiene amplios fundamentos en el sentido de la publicidad registral, pero que aquí choca con una manifestación especialísima de la publicidad registral, la cual no solo que no está receptada en la ley de fondo sino que encuentra un obstáculo concreto y causado: el derecho a la intimidad.

Entiéndase bien, acceder a la situación registral “a través de la cosa” tiene una solución amplia; ingresar “a las cosas” a través de la persona, necesita de una solución distinta.

El acceso a este tipo “especial” de información debe estar circunscripto a la autoridad judicial, son los jueces quiénes deben decidir en que circunstancias podemos exponer a la consideración de los terceros el patrimonio inmobiliario de una persona; así sucede, por ejemplo, con las cuentas bancarias u otros derechos patrimoniales no sujetos a registración, y así debería suceder también con los inmuebles.

## **7. La especialidad y la registración**

La especialidad, tal como lo afirmáramos anteriormente, es un principio que está presente tanto en los asientos registrales como en la documentación que tiene vocación registral, así como en la publicidad formal. Por ello, ningún documento que adolezca de especialidad puede materializarse en el registro.

Prueba de la importancia de la “especialidad”, la tenemos en el art. 32 de la ley de fondo, el cual dispone:

**El registro de las inhibiciones o interdicciones de las personas físicas se practicará siempre que en el oficio que las ordene se expresen los datos que el respectivo código de procedimientos señale, el número de documento nacional de identidad y toda otra referencia que tienda a evitar la posibilidad de homónimos.**

**Cuando no se consigne el número del documento de identidad a que se ha hecho referencia, serán anotadas provisionalmente según el sistema establecido en el artículo 9, salvo que por resolución judicial se declare que se han realizado los trámites de información ante los organismos correspondientes, sin haberse podido obtener el número de documento identificadorio.**

Es tan importante la “identificación” o “determinación” de la persona que la falta de un elemento esencial como es el número de documento de identidad es motivo para no practicar la inscripción definitiva. Por ser una registración personal (dentro del registro real) y dada sus particulares características, la ley permite una inscripción provisoria hasta tanto se proporcione la numeración solicitada, es una “falta subsanable” y hasta incluso puede no constituir falta, si la autoridad judicial manifiesta haber agotado los medios para conseguir la información. Pero los elementos esenciales, los nombres y apellidos, ya fueron proporcionados; es decir, la determinación se tiene por producida en los términos legales: la especialidad se impone.

El mismo principio rige para las otras registraciones, para las cuales será indispensable determinar el “objeto” del derecho o de la inscripción; es decir, si no sabemos cuál es la cosa que será afectada por la inscripción o anotación, tanto se nos denegará la inscripción definitiva como la provisional, porque para

practicar estas debemos conocer cual es el inmueble o derechos afectados.

Consecuencia de legislaciones provinciales vigentes antes de la sanción de la Ley nacional 17.801, y que aún con ella vigente fueron receptadas por leyes posteriores, existe en la Provincia de Córdoba el denominado “embargo previa búsqueda”, que según nuestro criterio agrede tanto a la ley nacional como a los dispositivos del mismo código de procedimientos ya que no guarda la necesaria razonabilidad para ordenar las medidas cautelares.

Esta situación está en contra de la ley registral nacional en tanto no se cumple con el principio de especialidad, ya que la indeterminación de las cosas o derechos es absoluta. Por otra parte agrede la razonabilidad de la procedencia de las medidas cautelares porque los jueces al ordenar embargos deben hacerlo sabiendo o conociendo que las pretensiones del demandante o solicitante guardan relación o concordancia entre el monto demandado y el valor de los bienes afectados<sup>65</sup>, pero ¿qué pueden saber los jueces si libran las ordenes de embargo de manera genérica sin saber la cantidad y calidad de las cosas que serán afectadas? Es evidente que los magistrados emiten una orden desconociendo sus reales alcances, o sea, no saben si quedarán cubiertas las expectativas del demandante o se afectará un patrimonio con valor muy superior al pretendido, con la consiguiente posibilidad de generar daños y perjuicios para los afectados<sup>66</sup>, ya que aunque

---

<sup>65</sup> Así lo dispone el art. 471 del C.P.C. cuando ordena que “*El embargo preventivo se limitará a los bienes necesarios para cubrir la deuda, intereses y costas provisionales*”.

<sup>66</sup> Esta situación se presenta a diario y en algunos casos con el agregado de una carga laboral injustificada para el organismo: en el registro cordobés es común encontrar anotados embargos por montos relativamente bajos que afectan a más de un inmueble con suficiente valor económico, o hasta incluso se dio el caso de que se trabara sobre un fraccionamiento de varios cientos de lotes.

más no sea temporalmente no se encuentra en situación de disponer plenamente de sus bienes.

Entiéndase bien, no se trata de desproteger a los demandantes o limitar sus reales posibilidades de ver materializados sus derechos, sino por el contrario, apuntamos a que no se ejerzan abusivamente las pretensiones, afectando con ello mayores valores de los reclamados.

En el nuevo Código de Procedimientos Civil y Comercial de la Provincia <sup>67</sup> se mantiene esta figura que además de contrariar la legislación vigente produce no pocos problemas registrales: el embargo previa búsqueda exige una mayor labor registral con el resultado inmediato de extender temporalmente el procesamiento de las cautelares, y por sus peculiares características, posibilita o hace más factible la producción de las denominadas “fugas registrales”, ya que hasta que la búsqueda no es completada no se consignan en las matriculas o “folios (fichones) de dominio” el consiguiente “entró número” que constituye una importante medida para evitar errores.

---

En otras situaciones llega a constituir un ejercicio abusivo de los derechos: se planteó la reiteración de embargos de un organismo de recaudación nacional contra una empresa local, que si bien eran por montos elevados no justificaba gravar decenas de inmuebles valiosos.

Situaciones como las expuestas son contrarias a derecho (y hasta en algunos casos podría calificárselas de ilegales), ya que no solo afectan mayor patrimonio que el permitido por la ley, sino que con ella se logra condicionar la disponibilidad jurídica del perjudicado, por más que este cuenta con la posibilidad de solicitar el levantamiento parcial de la medida por el exceso en lo gravado.

<sup>67</sup> El art. 539 del C.P.C. dispone: “*Cuando el actor no conociere bienes del demandado podrá solicitar al tribunal se oficie a los registros que indique para que informen si existen bienes embargables registrados a nombre del segundo. Cuando fuere posible, podrá ordenarse al mismo tiempo que se trabé embargo sobre los bienes que se informen*”.

El término “cuando fuere posible” no es de aplicación, y en verdad, se termina ordenando la anotación del embargo conjuntamente con el informe de búsquedas.

## 8. Publicidad e informática

Los modernos medios informáticos ofrecen posibilidades ilimitadas para procesar información, y permiten no solamente aligerar los procedimientos inscriptorios, reducir el espacio para guardar la información, resguardar debidamente los asientos registrales, etc.; sino que también con los programas adecuados posibilitará el acceso “genérico” ilimitado al registro.

De esta manera podremos acceder a las registraciones por fechas, valores económicos, moneda de pago, por estado civil (soltero, casado o viudo), nacionalidad, domicilios, nomenclatura catastral, etc., las posibilidades serán infinitas y tendrán como único límite el contenido de los asientos, aunque para desarrollarlas, por los menos en el caso de Córdoba, será necesario reformar la ley, pues el art. 24 de la ley local dice:

**“El Registro deberá llevar índices de acceso al folio por nombre y apellido del titular del derecho inscripto; por calle y número y entrecalles, en los casos que fuere posible; y por nomenclatura catastral si la hubiere”.**

Es decir, en el caso cordobés no es permitido cualquier índice, solo los previstos en la legislación, pero aún así la informática nos presenta un gran desafío: el acceso a la información registral por vía internet u otros medios similares; con ellos se hará más fácil conocer los contenidos registrales, pero si no se disponen de medidas concretas y los índices genéricos siguen abiertos a los “terceros en general”, se pueden ocasionar daños y perjuicios que sus damnificados tendrá intención sean reparados.

La era informática se caracteriza por la producción de datos, y más allá del enfoque registral que le asignamos a este trabajo, es evidente que el registro inmobiliario es en sí mismo una “fuente” de datos que, y según ya lo dijéramos, excede a la cosa

individualmente considerada. Al ser ello así el registro puede o está en condiciones de producir “datos personales” con posibilidades ciertas de afectar a las personas por transgredir el derecho a la intimidad, en consecuencia es esencial determinar tanto la forma en que se procesará o producirá la información por vía informática, así como fijar el límite para evitar lesiones a derechos reconocidos legalmente<sup>68</sup>.

Consideramos que en el caso de verificarse transgresiones el Estado será el principal responsable y deberá satisfacer los daños y perjuicios ocasionados por la violación de los derechos personalísimos en sede registral especialmente, cuando dispuso la implementación de medios inidóneos o no adoptó las medidas necesarias para evitarlos.

## 9. Conclusiones

1. La publicidad material y la fe pública registral son principios registrales con distinto significado.

2. Para consultar la información registral no es suficiente con acreditar cualquier interés, se debe tener interés legítimo.

3. El interés legítimo consiste en dar a la información registral obtenida una utilidad genuina o destino apropiado.

---

<sup>68</sup> Para Olga ESTADELLA YUSTE (*La protección de la intimidad frente a la transmisión internacional de datos personales*, Ed. Tecnos, Madrid, 1995, págs. 24 y 25) “La noción de protección de datos puede conducir a falsas apariencias respecto de su contenido, ya que no va destinada a proteger los datos *per se*, sino una parte del derecho a la intimidad personal, es decir, la que se refiere a la información individual”, “La fundamentación jurídica del derecho a la protección de datos personales cabe relacionarla con el tradicional derecho a la intimidad. Sin embargo, el derecho a la protección de datos refleja más que una idea individualista de protección a la intimidad, ya que engloba también los intereses de grupo contra el procesamiento, almacenamiento y recolección de información”.

La autora legitima la idea de los “intereses de grupo” citando doctrina escandinava y estadounidense, así como jurisprudencia de los Países Bajos.

4. Para acceder al registro se debe cumplir con el principio de especialidad.

5. El acceso al registro por índices personales o de titularidades reales solo se debe permitir por orden judicial.

6. Es contrario a derecho registrar embargos previa búsqueda.

7. El Estado es responsable en caso de violación de los derechos personalísimos, cuando hubiere permitido la implementación de medios no idóneos para efectuar la publicidad registral.