

Publicidad registral.

Error en la carga del formulario. Análisis del artículo 48 de la Disposición Técnico Registral 1/2019.

Por Alan Chiapa, Carolina Cédola, Cecilia Scotti, Marianela Nigoul, Jimena Lachalde.

Alumnos/as de la Tercera Cohorte de la Tecnicatura Superior en Registración y Publicidad Inmobiliaria, en el marco de la Materia Procedimiento de Publicidad Inmobiliaria.

Docente: Jimena Lagos

En el presente artículo intentaremos profundizar sobre uno de los cambios más importantes que produjo la Disposición Técnico Registral 1/2019 del Registro de la Propiedad Inmueble de la Provincia de Buenos Aires (RPBA), y que en su art.48 expresa: ***"Prestación del servicio. Error en la carga del formulario: Ingresada la solicitud de publicidad, se procederá a su tramitación y a la prestación del servicio conforme lo requerido. El error cometido en la carga del formulario ingresado no podrá ser saneado en la misma solicitud. El solicitante deberá ingresar una nueva solicitud y abonar nuevamente la tasa correspondiente."***

Del texto transcrito se desprende que el error cometido en la carga del formulario por parte del usuario no podrá ser saneado en el mismo, es decir, deberá ingresar un nuevo formulario abonando otra vez la tasa. Este aspecto es resultado novedoso, ya que hasta la entrada en vigencia de la norma en estudio (13/5/2019), cuando existía un error en la carga del formulario, el usuario podía reingresar el mismo formulario haciendo valer el timbrado abonado oportunamente, y si por alguna circunstancia se debía confeccionar nuevamente el formulario, se lo acompañaba con el original, validando la tasa ya abonada.

Es importante destacar que los servicios de publicidad enmarcados en el art. 1 de la DTR, son los que se encuentran habilitados en el RPBA para su solicitud:

- a) Publicidad sobre inmuebles: certificados, informes y consultas de dominio inmueble, para dominios matriculados y no matriculados y Copia de dominio años 1.882 a 1.915;
- b) Publicidad sobre personas: certificados, informes y consultas de anotaciones personales;
- c) Otras publicidades: consultas al índice de titulares, consultas al índice de titulares - créditos hipotecarios, copias de soporte microfílmico, solicitud sobre frecuencia de certificados, informes y/o copias de dominio, respecto de inmueble determinado (folio real) y solicitud de copias especiales.

El cambio radical que se generó con la entrada en vigencia de la DTR 1/2019 no debe analizarse de manera aislada, sino por el contrario, como toda interpretación de nuestro ordenamiento jurídico –y tal como lo establece nuestro Código Civil y Comercial de la Nación-, su estudio deberá llevarse a cabo de

forma integral. Es por ello, que debemos analizar el art. 48 conjuntamente con el art. 56, el cual brinda la posibilidad al Registro que, en el caso que se pueda identificar ciertamente el inmueble, se efectúe una prevención y no se observe la publicidad solicitada. Los supuestos están enumerados en la norma indicada, la cual establece:

Art 56. Prevenciones en certificados e informes de dominio. Casos. *"En la expedición de certificados e informes de dominio no se consignarán prevenciones, salvo en aquellos casos en que surgiere en forma indubitable la determinación del inmueble. En estos supuestos la publicidad será expedida con las siguientes prevenciones: 1) Letra/s del nombre o apellido; 2) Nombre o apellido incompleto; 3) Error en algún dato integrante de la nomenclatura catastral o en la designación según título o plano; 4) Conversión a matrícula; 5) Reubicación de partido; 6) Límites (para el supuesto de inmueble no matriculado). En estos supuestos, el Departamento correspondiente advertirá tal circunstancia en el formulario de estilo, remitiendo para su conocimiento al presente artículo".*

Previo al dictado de la DTR en análisis, el RPBA no contaba con una norma que refiriera a la posibilidad de prevenir los informes o certificados; esto generaba que en muchas ocasiones y ante un mismo supuesto de error en la carga del formulario, las Áreas de Registración y Publicidad observaran algunas, y otras efectuaran prevenciones de acuerdo a sus prácticas habituales.

Hoy, en cambio, si se encuadra el error de carga del formulario en alguno de los supuestos descriptos en el art.56, y es posible en forma certera identificar el bien inmueble, se puede prevenir; esto no solo evita la observación, sino que evita la confección de un nuevo pedido y abonar por segunda vez la tasa correspondiente.

Sin perjuicio de lo hasta aquí expresado, es importante mencionar la resistencia que éste cambio género en el ámbito profesional, el cual consideraba que la tasa debía abonarse cuando el servicio estaba efectivamente prestado, considerando que ello ocurría desde el momento en que el organismo brinda la información solicitada, y no en otros supuestos. Al respecto, cabe advertir que, a fin de que el Registro pueda observar el formulario de publicidad que se completó de forma errónea o parcial, requiere que un certificador analice la solicitud ingresada, la coteje con la información obrante en el organismo (ya sea matrícula o folio) y luego efectúe la observación; por lo cual se entiende que el servicio -en los términos de la Ley 10.295- está prestado por el Registro.

Lo cierto es que, en oficinas más complejas -como las de Folio Protocolizado- fue una incorporación fundamental, no sólo para unificar criterios, sino también para manejar con mayor eficacia la solici-

tud ingresada y la publicidad que se expide.

La Ley 10.295 autoriza al Ministerio de Economía a celebrar diversos convenios con el Colegio de Escribanos de la Provincia de Buenos Aires. En este contexto se establece que el mencionado Colegio administre los recursos generados a través de la recaudación de diversas tasas que la norma dispone. Así, el art. 3° de la citada norma determina, en lo que aquí interesa, que: *"Los recursos para el cumplimiento de los objetivos establecidos en la presente ley serán recaudados y administrados por el Colegio de Escribanos, y se integrarán de la siguiente manera: a) La percepción de las tasas especiales que se establecen en esta Ley sin perjuicio de las fijadas por otras leyes; b) La venta de formularios para la prestación de los servicios de registración y publicidad cuyas características indicará la Dirección Provincial del Registro de la Propiedad. El Colegio de Escribanos estará a cargo de su impresión y distribución; y c) Todo otro ingreso proveniente de actividades o prestaciones relacionadas con el servicio registral";* y agrega en su Ap.: *"Los servicios de publicidad requeridos...abonarán como única suma las tasas que a continuación se detallan..."* De esta manera, los mencionados servicios de publicidad son prestados por el Registro de la Propiedad; así lo dispone claramente el artículo extractado y la DTR N° 1/19, la cual resalta la importancia de aquellos al indicar -en sus considerandos- que: *"la publicidad constituye una de las funciones primordiales de este Organismo..."*

De esta manera, los mencionados servicios de publicidad son prestados por el Registro de la Propiedad; así lo dispone claramente el artículo extractado y la DTR N° 1/19, la cual resalta la importancia de aquellos al indicar -en sus considerandos- que: *"la publicidad constituye una de las funciones primordiales de este Organismo..."*

En definitiva, el Registro de la Propiedad recauda dicha tasa cuyo hecho imponible reside en la prestación de servicios de publicidad. En este sentido, se sostiene que, en caso de observaciones de índole formal en la confección de los formularios, el organismo, para poder observar, ha prestado el servicio en cuestión, por lo cual no puede considerarse que solo esto ocurre cuando el Registro brinda la información solicitada.

Resulta evidente que en estos casos (error cometido en la carga del formulario ingresado), la norma en cuestión no debe ser interpretada como una sanción al yerro del solicitante, pues cuando esto ocurre, entra en juego el mecanismo establecido en el art. 56 de la DTR 1/2019 y sólo en los supuestos en los cuales no se puede identificar el inmueble de forma indubitable; dando paso al procedimiento establecido en el art. 48 de la DTR 1/2019.

A modo de cierre, concluimos que una de sus funciones esenciales del RPBA es la de prestar el servicio de publicidad registral¹ (ver cuadro) y al efecto

percibe tasas administrativas. Al cobro de éstas, corresponde siempre la concreta, efectiva e individualizada prestación de un servicio relativo a algo no menos individualizado (bien o acto) del contribuyente. Así, dicho servicio debe considerarse efectivamente prestado cuando el organismo observa el documento por formulario ingresado erróneamente.

Las referidas tasas se encuentran expresamente reguladas en la Ley 10.295, y el art. 48 de la DTR 1/19, por lo cual de ninguna forma puede considerarse contradictorio o violatorio de la misma, reiterando que debemos interpretarlo conjuntamente con el art. 56 de la norma en estudio.

Se puede concluir que, a partir de la implementación del artículo analizado y en base a estadísticas internas del Registro de la Propiedad, ha sido beneficiosa la medida implementada, en cuanto a la disminución evidenciada en las devoluciones de publicidad por errores en la carga del formulario. ***Esto no sólo radica en un sistema más sencillo de carga con el ingreso virtual, sino también en una mayor concientización por parte del solicitante al ingresar los pedidos de publicidad, dado que el perjuicio económico que conlleva el error, al no poder validar la tasa con un ingreso nuevo, es motivo suficiente para reparar en defectos de los cuales adoleciese el pedido.***

A modo de cierre, concluimos que una de sus funciones esenciales del RPBA es la de prestar el servicio de publicidad registral (ver cuadro) y al efecto percibe tasas administrativas. Al cobro de éstas, corresponde siempre la concreta, efectiva e individualizada prestación de un servicio relativo a algo no menos individualizado (bien o acto) del contribuyente.

1. LA PUBLICIDAD: En sentido amplio es el conjunto de medios que se emplean para divulgar un acontecimiento, un hecho o cosa. Así la publicidad es acción, actividad de divulgación dirigida al conocimiento, es decir, es dar a conocer, hacer público algo.

LA PUBLICIDAD JURIDICA: Es, en un sentido restringido, de esa publicidad antes descripta, en tanto que es el conjunto de medios empleados para divulgar un conocimiento determinado y que tiene que ver con situaciones o relaciones jurídicas que deben hacerse públicas (tiene efectos sobre determinados terceros). Un ejemplo de este tipo de publicidad son las cartas, oficios, registros que constituyen manifestaciones de publicidad que el derecho puede establecer para conocer decisiones, resoluciones, situaciones o relaciones jurídicas.

LA PUBLICIDAD MATERIAL: Es la que tiene como finalidad fijar la "oponibilidad" de la registración lo que implica no sólo dar a conocer o acceder a un conocimiento sino lograr cierta eficacia de lo publicitado (oponibilidad frente a terceros). Así la publicidad material está presente permanentemente en todos los asientos registrados (registración de un derecho real) más allá de que coincida o no con la realidad extraregistral.

LA PUBLICIDAD FORMAL constituye la forma o instrumento por el cual se conoce el estado registral, esto es, es la manera en que el Registro se manifiesta. Es la posibilidad que tiene un interesado en conocer el contenido de los asientos registrales. En el Registro podemos decir que es la parte de publicidad registral a través de la expedición de informes, certificados, copias para aquellos interesados que estén legitimados para solicitarlos (art. 21 ley 17801).

Conocimientos extraídos en base al libro de VILLARO, Felipe P. Elementos de Derecho Registral. 3ra.edición. Ed. Scotti. La Plata. 2003

El RPBA tiene como una de sus funciones principales LA PUBLICIDAD, en su caso publicidad jurídica y al decir del prestigioso Doctrinario Felipe Villaro tanto en su aspecto Formal como Material.