

REVISTA DEL NOTARIADO
Colegio de Escribanos de la Capital Federal

XI CONGRESO INTERNACIONAL DEL NOTARIADO LATINO

**Modificación del esquema de trabajo del punto IV del temario:
"Publicidad inmobiliaria"**

En el Boletín Informativo del Consejo Federal del Notariado Argentino N° 36, página 24, se publicó un esquema del punto IV del temario, del coordinador internacional Esc. Arístides Sotirakopoulos, al cual deben adaptarse los trabajos que se presenten al Congreso de Atenas. El mismo fue posteriormente modificado por el autor, y se transcribe a continuación su texto definitivo, que deberá ser tomado especialmente en cuenta por los coordinadores nacionales y por quienes preparan trabajos sobre esta materia.

REVISTA DEL NOTARIADO
Colegio de Escribanos de la Capital Federal

ESQUEMA DE TRABAJO SOBRE PUBLICIDAD INMOBILIARIA

Observaciones preliminares

El trabajo se limitará a la publicidad inmobiliaria, sin referirse a ninguna otra clase de publicidad.

Dada la imperiosa necesidad, para la buena armonización de las tareas del congreso, de cierta uniformidad en los estudios, se remite a cada relator un idéntico proyecto de esquema. Se trata, en el fondo, de reunir cierto número de ideas orientadoras, agrupadas bajo diversos títulos destacados e integrando un conjunto que puede servir de marco a todos los relatores.

Queda naturalmente sobreentendido que dentro de este límite, rígido únicamente en sus grandes divisiones, cada cual está en libertad para incluir todo cuanto considere digno de ser tratado, y de acuerdo con el método que mejor le convenga. Se reitera, sin embargo, la necesidad de respetar las grandes divisiones, lo que, por otra parte, favorecerá la comparación entre las diferentes legislaciones, permitirá un trabajo más rápido en las comisiones y facilitará las deliberaciones para extraer las conclusiones generales más convenientes.

Todo relator tiene la obligación de limitarse a su solo país, y se abstendrá de efectuar estudios de derecho comparado.

INTRODUCCIÓN

Capítulo I Géneros de publicidad

A) Publicidad por las personas

B) Publicidad por los inmuebles.

1. Sistema de libros (o registros de hipotecas).
2. Sistema de transcripción (registro de transcripciones).
3. Sistema de catastros.
4. Sistema Roberto Torrens.
5. Sistema del doble régimen inmobiliario.
6. Sistema de los países de cancelación, etc.

¿Cuál de estos géneros está en vigencia en su país? Exponer en líneas generales el sistema aplicado.

Capítulo II

1. Fuentes e historia de la institución de la publicidad inmobiliaria en cada país.
2. Evolución de la publicidad inmobiliaria en su país.
3. Legislación actual.

PRIMERA PARTE Ámbito de la publicidad inmobiliaria

Capítulo I Derechos objeto de una publicidad inmobiliaria.

Sección 1. Derechos reales inmobiliarios,

Sección 2. Ciertos derechos personales.

REVISTA DEL NOTARIADO
Colegio de Escribanos de la Capital Federal

Sección 3. Derechos convencionales y eventuales, etc.

Capítulo II Actos susceptibles de publicidad

Sección 1. Actos a título oneroso y a título gratuito.

Sección 2. Actos entre vivos y por causa de muerte.

Sección 3. Actos y sentencias traslativos o constitutivos y actos y sentencias declarativos.

Sección 4. Actos administrativos.

Sección 5. Actos cuya publicidad está dispuesta en leyes particulares.

Sección 6. ¿Se inscriben también entre ustedes los actos relativos a los bienes incorporables, expropiaciones, arrendamientos a largo plazo, minas estatutos de sociedades, disolución de matrimonios, constitución de propiedad horizontal, reglamentos de copropiedad, etc.?

SEGUNDA PARTE Organización de la publicidad inmobiliaria

Capítulo I

Sección 1. publicidad obligatoria o facultativa.

Sección 2. Diferencia entre transcripción e inscripción (registros) y nota marginal en los libros de las transcripciones y del catastro.

En Grecia la transcripción origina efectos legales (p. e. transferencia de la propiedad, constitución de servidumbres, etc.), mientras que la inscripción y las notas marginales tienen más bien carácter informativo (p. e. el reglamento de un inmueble en propiedad horizontal).

Sección 3. Transcripción provisional en los libros para transcripciones y en los de catastro. ¿Es admitida entre ustedes? ¿Cómo y cuándo se transforma en definitiva?

Sección 4. ¿Se requieren para la publicidad un acto auténtico (notarial), sentencias y actos administrativos, o bien puede ser utilizada para los instrumentos privados?

Capítulo II Mecanismo de la publicidad inmobiliaria

Sección 1. Cuántas clases de libros e índices se llevan en las oficinas de transcripciones, en las de hipotecas, de catastro, etc? ¿Qué sistema se aplica para llevar estos libros? ¿El lexieográfico?

Sección 2. Personas que están obligadas a la publicidad de los actos.

Sección 3. Depósito de los actos. Identificación de las personas. Determinación de los inmuebles.

Sección 4. Funciones y facultades del conservador. Rechazo del depósito.

Negativa a admitir la formalidad Recurso contra las resoluciones del conservador. Responsabilidad del conservador.

Sección 5. Las diferentes oficinas para la publicidad ¿son públicas?

Sección 6. Acceso a los registros. Expedición de copias y extractos.

REVISTA DEL NOTARIADO
Colegio de Escribanos de la Capital Federal

Sección 7. Gastos y tasas.

Capítulo III Efectos de la publicidad

Sección 1. ¿Cuándo comienzan los efectos de la publicidad?

Sección 2. Extinción de la publicidad ¿Abarca también las instalaciones mecánicas y todo lo que se encuentra encima o debajo del suelo?

Sección 3. Fecha de la publicidad. ¿Cuándo tiene lugar? Efectos del depósito. ¿Influyen en la publicidad la muerte o la declaración de quiebra?

Sección 4. Condición de validez del acto sometido a publicidad. Entre nosotros, cuando falta la publicidad el acto no es nulo, pero no produce efectos legales; p. e. la escritura de compraventa no es nula, pero no se opera la transferencia del dominio cuando no se ha efectuado su transcripción.

Sección 5. La transferencia de dominio de un inmueble, como así también la constitución, transferencia o cancelación de derechos reales, ¿se operan merced a la escritura pública o a la transcripción? ¿Existe entre ustedes una forma de transferencia análoga a la "mancipatio" o a la "traditio" del derecho romano?

Sección 6. Consolidación de los derechos del acreedor en los diferentes casos.

Sección 7. ¿Es la publicidad un acto jurídico o un acto de la autoridad pública?

Sección 8. ¿Cuándo comienzan los efectos de la publicidad? ¿Tiene efecto retroactivo?

Sección 9. Correcciones, modificaciones y otras menciones.

Sección 10. Actos depositados el mismo día.

Prioridad. Continuidad. ¿Se aplica a la publicidad el principio "prior tempore potior jure"? Conflicto entre varias transcripciones e inscripciones hechas el mismo día: a) entre varios compradores que hayan adquirido a un mismo vendedor, b) entre varios compradores que hayan adquirido de diferentes vendedores; e) entre varios acreedores que hayan inscripto hipotecas el mismo día; d) habiendo embargo ¿es posible transcribir otros actos o inscribir hipotecas o afectaciones hipotecarias?

Sección 11. Conflictos entre transcripciones o inscripciones en los registros inmobiliarios por una parte, e hipotecas o embargos por otra, hechas el mismo día o en fechas diferentes.

Sección 12. Extinción de la publicidad. Cancelación, falta de renovación prescripción, destrucción de la cosa expropiaciones por causa de utilidad pública, condición resolutoria o suspensiva, confusión, etc.

Capítulo IV Sanciones por falta de publicidad inmobiliaria.

Sección 1. Omisión de publicidad. Consecuencias: por ej. ¿Puede el vendedor de un inmueble reivindicar su propiedad contra el adquirente si

REVISTA DEL NOTARIADO
Colegio de Escribanos de la Capital Federal

falta la publicidad?

Sección 2. Inoponibilidad a los terceros de los actos no publicados. Actos que la falta de publicidad convierte en inoponibles a los terceros. Actos oponibles a los terceros aun cuando no hayan sido publicados.

Sección 3. Multas, perjuicios e intereses. Falta de acción para demandar ante la justicia.

Capítulo V La noción de "terceros"

Sección 1. Definición del tercero.

Sección 2. Condiciones necesarias para tener la calidad de tercero.

Sección 3. Conflictos entre terceros

Sección 4. Oponibilidad de la transferencia a terceros por la sola publicidad inmobiliaria.

Sección 5. Efectos anexos de la publicidad a la oponibilidad. Detención del trámite de las inscripciones hipotecarias. Condición previa para la cancelación. Condición necesaria para permitir a los terceros detentadores de buena fe prescribir en diez años contra privilegios e hipotecas.

Sección 6. Oponibilidad de la publicidad a los terceros. Punto de partida de la oponibilidad. ¿Deben ser necesariamente de buena fe los terceros que oponen la falta de publicidad?

Capítulo VI Anulación y nulidad de la publicidad inmobiliaria

Sección 1. ¿Cuándo es nula la publicidad?

Sección 2. ¿Cómo se anula la publicidad?

Sección 3. Efectos del error, del fraude, el temor o cualquier otro vicio sobre la publicidad inmobiliaria.

TERCERA PARTE

Capítulo I Algunos casos especiales

Sección 1. ¿Se aplica entre ustedes en materia de hipotecas la publicidad formal y referida a bienes bien determinados, o bien la hipoteca oculta y referida a todos los bienes del deudor (de derecho romano)?

Principio de la determinación especial del inmueble hipotecado.

Sección 2. ¿Se necesita un extracto para la inscripción de la hipoteca?

¿Qué debe contener este extracto? ¿Es notificado al deudor?

Sección 3. Las afectaciones hipotecarias, las preanotaciones hipotecarias (Vermerkungen) y los embargos ¿son inscriptos o transcriptos en los libros de hipotecas o en registros especiales?

Capítulo II

REVISTA DEL NOTARIADO
Colegio de Escribanos de la Capital Federal

¿Existen registros especiales para las reivindicaciones y las expropiaciones por causa de utilidad pública?

CUARTA PARTE

Capítulo I Publicidad de los actos y sentencias extranjeros

Sección 1. Condiciones requeridas.

Sección 2. Leyes aplicables (conflictos de leyes).

Sección 3. ¿Cuáles son los gastos de publicidad de los actos, sentencias, etc., extranjeros?

Conclusiones

Apreciación, por cada relator, de la organización de la publicidad inmobiliaria en el derecho positivo de su propio país.

Eventuales reformas que se preconizan para el mejoramiento del sistema.

Atenas, mayo de 1970.