FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS

LA PUBLICIDAD REGISTRAL Y EL DERECHO A LA INTIMIDAD EN EL REGISTRO DE PERSONAS NATURALES DE LIMA - 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

ABOGADA

AUTORAS

JHENIFER NICOLL LOZANO ANGULO

ROSMERY THALIA ROJAS VILLANUEVA

ASESOR

DR. HUGO AUGENCIO GONZÁLEZ AGUILAR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ENFOQUE INTERDISCIPLINARIO DE LA CIENCIA JURÍDICA

LIMA, PERÚ, MARZO DE 2020

DEDICATORIA

A Dios Por habernos cuidado y guiado hasta este punto, gracias a sus bendiciones, por brindarnos salud para lograr nuestros propósitos, metas y seguir avanzando.

A nuestros padres (Patricia y Carlos) y (Edwin y Lourdes), por ese apoyo incondicional en cada etapa de nuestra vida, por aquellos consejos, valores y sobre todo por toda la motivación que nos brindan, el cual ha hecho posible que seamos personas de bien.

A mis hermanos y amigos, quienes nos enseñan y brindan su apoyo en nuestra formación, tanto en el hogar como lo profesional.

Por ende, a nuestros maestros, aquellos que nos brindaron conocimiento, asesoría ante nuestras incertidumbres, durante toda nuestra etapa universitaria y más.

AGRADECIMIENTOS

Especial agradecimiento a todos nuestros seres queridos quienes nos apoyaron en todo momento:

Nuestros padres porque ellos estuvieron en todos los días de nuestras vidas como estudiantes, y que gracias a ellos llegamos a ser la persona que somos en la actualidad, queremos agradecerles por habernos dado amor, educación, su apoyo, y principalmente motivarnos constantemente para alcanzar nuestros objetivos.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....ii
AGRADECIMIENTOS iii
RESUMEN.....viii
ABSTRACT.....ix
INTRODUCCIÓN x

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática 13
1.2. Formulación del problema..... 15
1.2.1. Problema general 15
1.2.2. Problemas específicos..... 15
1.3. Objetivos..... 15
1.3.1. Objetivo general 15
1.3.2. Objetivos especificos 15
1.4. Justificación e importancia 16
1.4.1. Justificación teórica 16
1.4.2. Justificación metodológica..... 16
1.4.3. Justificación práctica 16
1.4.4. Justificación legal 16
1.5. Limitación de la investigación 17
1.5.1. Limitaciones temporales 17
1.5.2. Limitaciones económicas..... 17
1.6. Delimitación de la investigación 17

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación..... 19
2.1.1. Antecedentes internacionales..... 19
2.1.2. Antecedentes nacionales..... 21
2.2. Base teórico científico..... 23
2.2.1. Teoría de los derechos fundamentales.....23
2.2.2. Teoría del derecho a la intimidad.....25
2.2.3. Teoría de la publicidad registral.....26
2.2.4. Sistema declarativo vs constitutivo 27

2.2.5. Alcances jurídicos 28
2.2.6. Marco histórico 28
2.2.6.1. Evolución de la publicidad registral 28
2.2.6.2. Desarrollo histórico del derecho a la intimidad 30
2.3. Base conceptual 33
2.3.1. Términos de la investigación 33
2.3.1.1. Derechos fundamentales 33
2.3.1.2. Derecho a la intimidad 34
2.3.1.3. Publicidad registral 37
2.3.1.4. La publicidad registral, el derecho a la intimidad 40
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO
3.1. Tipo y diseño de investigación 47
3.1.1. Tipo 47
3.1.2. Diseño 47
3.2. Población y muestra 47
3.2.1. Población 47
3.2.2. Muestra 48
3.3. Hipótesis 48
3.3.1. Hipótesis general 48
3.3.2. Hipótesis específicas 49
3.4. Variables – Operacionalización 52
3.5. Métodos y técnicas de investigación 52
3.6. Descripción de los instrumentos utilizados 52
3.7. Análisis estadístico e interpretación de datos 52
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS 52
4.1. Resultados de la investigación 43
CAPÍTULO V. DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
5.1. Discusión de resultados 71
5.2. Conclusiones 74
5.3. Recomendaciones 75

REFERENCIAS

ANEXOS

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variable 1 50
Tabla 2 Operacionalización de variable 2 51
Tabla 3 Sexo de los participantes 55
Tabla 4 Participantes 56
Tabla 5 Trámites del más solicitado al menos solicitado 57
Tabla 6 Pregunta en relación a la figura 1 58
Tabla 7 Pregunta en relación a la figura 2 59
Tabla 8 Pregunta en relación a la figura 3 60
Tabla 9 Pregunta en relación a la figura 4 61
Tabla 10 Pregunta en relación a la figura 5 62
Tabla 11 Pregunta en relación a la figura 6 63
Tabla 12 Pregunta en relación a la figura 7 64
Tabla 13 Pregunta en relación a la figura 8 65
Tabla 14 Pregunta en relación a la figura 9 66
Tabla 15 Pregunta en relación a la figura 10 67
Tabla 16 Pregunta en relación a la figura 11 68
Tabla 17 Pregunta en relación a la figura 12 69
Tabla 18 Resultado de hipótesis general 71
Tabla 19 Resultado de hipótesis específica 1 72
Tabla 20 Resultado de hipótesis específica 2 73

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Resultado del porcentaje a la tabla 6 58
Figura 2 Resultado del porcentaje a la tabla 7 59
Figura 3 Resultado del porcentaje a la tabla 8 60
Figura 4 Resultado del porcentaje a la tabla 9 61
Figura 5 Resultado del porcentaje a la tabla 10 62
Figura 6 Resultado del porcentaje a la tabla 11 63
Figura 7 Resultado del porcentaje a la tabla 12 64
Figura 8 Resultado del porcentaje a la tabla 13 65
Figura 9 Resultado del porcentaje a la tabla 14 66
Figura 10 Resultado del porcentaje a la tabla 15 67
Figura 11 Resultado del porcentaje a la tabla 16 68
Figura 12 Resultado del porcentaje a la tabla 17 69

LA PUBLICIDAD REGISTRAL Y EL DERECHO A LA INTIMIDAD EN EL REGISTRO DE PERSONAS NATURALES DE LIMA – 2018

JHENIFER NICOLL LOZANO ANGULO
ROSMERY THALIA ROJAS VILLANUEVA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

En la presente investigación se enfatiza una colisión entre dos derechos fundamentales: derecho a la información y el derecho a la intimidad, siendo este último, tema de gran relevancia jurídica, es por ello, que nuestra investigación tiene como objetivo determinar como la publicidad registral genera afectación al derecho a la intimidad, tomando como base el registro de personas naturales de la Zona Registral IX -Lima donde la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – Sunarp, Institución Pública, interviene otorgando seguridad jurídica registral en sus archivos en el que se materializa los datos personales de índole privada. Se analiza el conflicto entre ambos derechos desde el ámbito laboral en los registros públicos; El tipo de investigación es básico teórico - Cuantitativo. La población para analizar son abogados especializados en derecho registral y han trabajado en registros, así como, usuarios de la Sunarp en cumplimiento de los fines de nuestra investigación se utilizaron como instrumentos: cuestionario, encuesta, y el uso de programas Microsoft Excel e IBM SPSS. Se concluye que la investigación, implica una vulneración de los derechos privados de la persona, obteniéndose de este modo un conflicto entre la publicidad registral que representa la libertad de información y el derecho a la intimidad, en el Área de Registro de personas naturales de Lima.

Palabras clave: Derecho a la intimidad, publicidad registral, libertad de información, datos personales.

REGISTRY PUBLICITY AND THE RIGHT TO PRIVACY IN THE REGISTRY OF NATURAL PERSONS IN LIMA - 2018

JHENIFER NICOLL LOZANO ANGULO
ROSMERY THALIA ROJAS VILLANUEVA

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL PERU

ABSTRACT

The present investigation emphasizes a collision between two fundamental rights: right to information and the right to privacy, the latter being of great legal relevance, that is why our research aims to determine how the registration advertising generates affectation of the right to privacy, based on the registration of natural persons of the IX-Lima Registering Zone where the National Superintendence of Public Records – Sunarp , Public Institution, intervenes by granting legal record certainty in its files in which personal data of a private nature materializes. The conflict between the two rights from the workplace in public registers is discussed; The type of research is theoretical basic - Quantitative. The population to analyze are lawyers specialized in registration law and have worked in records, as well as, users of the Sunarp in fulfillment of the purposes of our research were used as instruments: questionnaire and survey; and the use of Microsoft Excel and IBM SPSS programs. It is concluded that the investigation implies a violation of the private rights of the person, thus obtaining a conflict between the registration advertising that represents the freedom of information and the right to privacy, in the Area of Registration of natural persons of Lima.

Keywords: Right to privacy, registration advertising, freedom of information, personal data.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación “La publicidad registral y el derecho a la intimidad en el Registro de Personas Naturales de la Zona Registral de Lima - 2018”, tiene como finalidad analizar desde el punto jurídico la colisión entre dos derechos fundamentales (constitucionales): el derecho a la libertad de información y el derecho a la intimidad, determinando que el segundo es el límite del primero. El tema principal, se materializa en una clara relación con el Registro de personas naturales. Asimismo, cabe precisar que se debe cuidar estrictamente los datos personales de índole privado, haciendo referencia a la información sensible que pudiese contener el registro, tales como (Divorcio, testamento, sucesión intestada, interdicción, inhabilitación, unión de hecho).

La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, está centrada a temas netamente registrales, y cual misión es fomentar la seguridad jurídica registral de los derechos de las personas sobre terceros intervinientes, ocasionando que los aspectos fundamentales del registro se contrapongan, puesto que, revela información privada a terceros sin consentimiento alguno, no obstante, dicha información es necesaria para no vulnerar el derecho de otros.

Es por ello, que nuestro ordenamiento regula dos tipos de publicidad registral: formal y material, la cual otorga mayor seguridad y asimismo no vulnera el derecho propio ni de tercero, de esta manera cabe mencionar que, la doctrina nacional no cuenta con amplias investigaciones, donde se ponga límites a la publicidad registral vinculadas al derecho a la intimidad, hecho que observaremos en nuestra tesis.

Ante ello, Registros públicos ha optado desde sus inicios las tres fases para un procedimiento registral: presentación, calificación e inscripción, establecidas debidamente por el Código Civil, la Constitución Política del Perú 1993, y su Reglamento de General de los Registros Públicos, de esta manera, verificar si en la práctica sigue cumplimento un debido proceso registral.

Además, con el avance tecnológico, Sunarp creó una plataforma totalmente gratuita para el ciudadano llamada Alerta Registral, en el que brinda información al usuario si alguna persona está realizando un trámite en su propiedad o partida de

cualquier índole de registros, de esta manera realizando una diferencia entre Títulos y publicidad, ha ampliado su función de informar al usuario desde títulos a publicidades, sin embargo, la eficacia de este último se ve detectada al no mencionar que tipo y numero de publicidad se está solicitando.

El presente trabajo está dividido en cinco capítulos:

CAPITULO I: Problema de investigación abarca lo más resaltante la realidad problemática, la formulación del problema, los objetivos, justificación e importancia, la limitación y delimitación de la investigación.

CAPÍTULO II: Marco teórico se extiende respecto a los antecedentes y desarrollo del estudio, basado en un marco teórico, jurídico e histórico, así como las defunciones conceptuales.

CAPITULO III: Marco metodológico define el tipo y diseño en el que la investigación se basa; la población y muestra, la hipótesis planteada, refiere también las variables, el instrumento análisis e interpretación de recolección de datos.

CAPITULO IV: Análisis e Interpretación respecto a los resultados obtenidos.

CAPITULO V: Se connotará las discusiones, conclusiones y recomendaciones referente a la investigación realizada.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática

Los derechos fundamentales son reconocidos a nivel mundial, sin embargo, en la actualidad aún se observa la colisión entre estos derechos, siendo un tema bastante recurrente, el conflicto entre el derecho a la intimidad y la publicidad registral (derecho a la información). No obstante, este hecho se ha profundizado en las últimas décadas, con la evolución tecnológica, cual conlleva que se facilite el tratamiento del uso de datos personales. Es importante precisar que el derecho de la intimidad se remonta a los más antiguos tradicionales derechos humanos, como el derecho a la inviolabilidad de domicilio que surge en la edad media. La vulneración de tal derecho afecta la dimensión moral, así como, la violación afecta directamente la existencia, protección y ejercicio de las garantías procesales del ser humano, entendemos entonces que es la capacidad de cada persona de poseer su propio espacio, privado y de libertad, cual no debe ser irrumpido por terceros, ya sea por particulares o el Estado. En consecuencia, diremos que este es un derecho subjetivo, de un ámbito constitutivo y propio de todo ser humano.

De acuerdo con los estudios realizados y a los aportes jurídicos que se implementaron, a pesar de todo el esfuerzo realizado cabe resaltar y es justo reconocer que se ha logrado valiosos aportes en cuanto a mejorar la aplicación de tales derechos, como es la publicidad registral integrada al derecho a la libertad de información cual se manifiesta en el hecho de poner conocimiento a la comunidad determinadas situaciones. Asimismo, este derecho se encuentra inmerso con la seguridad jurídica, y se consolida principalmente al hecho del registro de personas naturales, ya que, es justo reconocer que están comprometidos en cuidar de manera estricta los datos personales privado incluso sensible que pueda contener el archivo, tales como régimen patrimonial, interdicción, testamento y divorcio.

En la actualidad, en nuestro país, existe un ente regulador para tales funciones que fue creada por el Estado a través de un órgano operativo denominado Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (en adelante Sunarp) con la finalidad de la inscripción y publicidad de actos y contratos, asimismo proteger los derechos y la seguridad del tráfico de estos deduciendo así las ventajas de la certeza, transparencia, la seguridad jurídica, en protección del principio de la fe pública

registral. Pidiendo expresarse, entonces, el Registro es la institución y la publicidad el contenido de la institución.

La implicancia de este órgano autónomo se basa en la labor que realiza el registrador público, esto es, publicitar los datos que el registro recibe, depura y ordena la información. Además, existe una forma particular de organizar la información registral; iniciando esto con la calificación del título, siguiendo de la apertura del asiento de inscripción en la ficha, tomo, y/o partida registral, cual título según el orden presentado se procede a su archivo; tal práctica ha suscitado que registradores, abogados, jueces, etc., entiendan que la publicidad registral se extiende en un título archivado, y creación de una partida registral; sin embargo, no siendo suficiente la información de los asientos que figura en las partidas registrales, ocasiona que terceros soliciten otras fuentes de información, es decir, títulos archivados; en consecuente, hace referencia a una mayor vulneración de la intimidad, puesto que en los documentos en archivo pueden existir datos relevantes al derecho a la intimidad.

Pues bien, el conflicto no solo se presenta en el registro de personas naturales como ya lo habíamos mencionado, sino el hecho de que se publicite respecto a los titulares de los bienes, la situación jurídica y física de un bien, como también el otorgamiento de poder o representantes tanto de persona naturales como jurídica. Por estas situaciones se podría hablar de una invasión a la esfera de intimidad de la persona del cual se ha publicado algunos actos como derechos adquiridos u obligaciones. Si bien en nuestra legislación la publicidad registral tiene límites, siempre y cuando el servicio solicitado se vea vulnerado el derecho a la intimidad, sin embargo, esta controversia de derechos se extendió en el 2011 en la reciente normativa de la Ley de Protección de Datos Personales, donde especifica hasta qué punto un dato registral se considera privado.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la publicidad registral genera afectación al derecho a la intimidad?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cómo se relaciona la publicidad material frente a la protección de los derechos a la intimidad?

¿Cómo se relaciona la publicidad formal con el derecho a la imagen?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la publicidad registral genera afectación al derecho a la intimidad.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar cómo se relaciona la publicidad material frente a la protección de los derechos a la intimidad.
- Determinar cómo se relaciona la publicidad formal con el derecho a la imagen.

1.4. Justificación e importancia

La presente investigación, posee transcendencia en el tiempo, dado que frente a la colisión que se produce entre los derechos suscitados corresponde intentar establecer reglas de solución en casos concretos, a través del análisis del título y la problemática planteada mediante la aplicación de un instrumento llamado encuesta, de esta manera ejecutarlo y encontrar las hipótesis.

1.4.1. Justificación teórica

Explicar un problema implica las ideas, conceptos que la ciudadanía desconoce, por los cuales es de relevancia desde punto de vista teórico, verificar la doctrina donde este estudio tiene como propósito determinar y analizar el conocimiento que nuestra norma plantea; de este modo, tener como fin analizar las posiciones de la doctrina nacional peruana referente a la publicidad registral y su afectación al derecho a la intimidad.

1.4.2. Justificación metodológica

El desarrollo metodológico empleado es el método científico porque conlleva a la parte de observación o identificación de la realidad, y siguiendo la limitación del problema de investigación, las hipótesis, objetivos y las conclusiones, utilizamos la encuesta como instrumento para recopilar los datos, a través del cuestionario, de esta manera obtener información de conocimiento global, así como de los especialistas en los temas registrales. Basados en un nivel descriptivo, porque no solo describirá las situaciones, también responderá a hechos actuales, para obtener una explicación de sus causas y consecuencias.

1.4.3. Justificación práctica

Nuestra investigación permitirá contribuir en salvaguardar los derechos de los ciudadanos para un bienestar común.

1.4.4. Justificación legal

Una justificación constitucional responde no solo a las normas y principios constitucionales vigentes, sino también a todo lo dispuesto en nuestra norma magna y los derechos fundamentales general, al derecho propiamente dicho y a derecho de terceros.

1.5. Limitación de la investigación

Los investigadores experimentaron las siguientes limitaciones:

1.5.1. Limitaciones temporales

En este aspecto, cabe resaltar que aparte de cursar los estudios de pregrado y realizar además distintas actividades en el centro laboral, se ha logrado la consolidación del trabajo de investigación ya que ha sido elaborado en el lapso establecido en el proyecto de manera que los resultados que se presenten se ajusten a la verdad de la razón de investigación.

1.5.2. Limitaciones económicas

En el aspecto económico, nos sentíamos imposibilitadas en asumir el gasto debido a las carencias de presupuesto que conllevan asumir el costo de

asesoramiento de especialistas, ya sean metodológicos y/o temáticos, por lo que, el monto era insuficiente para poder realizar una investigación acorde.

1.6. Delimitación de la investigación

- **Delimitación espacial:** La ubicación geográfica en la que se desarrolla la problemática es en la ciudad de Lima.

- **Delimitación temporal:** El tiempo promedio correspondiente a la investigación por la razón problemática es del año 2018.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Se encontraron diversas tesis de autores que hablan temas similares respecto a nuestro tema de investigación:

Volpato (2016) en su tesis titulada “El derecho a la intimidad y las nuevas tecnologías de la información” de la Universidad de Sevilla para obtener el grado de Doctor, sostiene:

> Su estudio involucra ambos derechos tanto como el derecho a la intimidad y el derecho a la información, los cuáles surgen como efectos de su convivencia. Se aplicó la metodología teórica doctrinaria y jurisprudencial. El autor concluye con que el derecho a la intimidad confiere al titular la potestad de requerir al Estado y demás particulares una inhibición en su esfera jurídica, teniendo un esfuerzo por contribuir a la interpretación y diligencia del derecho fundamental de manera más extensa y amplia, considerando las diversas situaciones de esta disposición en un contexto social-político-económico que se establece. (p. 34).

Macias (2015) su tesis titulada “Derechos a la intimidad de las personas en los actos de registro de datos públicos y la vulneración constitucional al principio de protección” de la Universidad Técnica Estatal Para de Quevedo para obtener el título de Abogado, concluye:

> El objetivo de la tesis es realizar un análisis profundo relacionado con los perjuicios que pueda ocasionar a las personas, las facultades que tienen las y los directores nacionales del registro de datos públicos que puedan determinar qué datos deben inscribirse. La metodología empleada es inductivo, deductivo, analítico, histórico y cuantitativo, por lo que en la encuesta aplicada indica que no existe una adecuada protección al derecho a la intimidad, asimismo se recomienda que se registren únicamente los datos que están determinados explícitamente en la Ley de Registro de datos públicos. (p. 23).

Gonzales (2015) en su tesis titulada “Privacidad en internet: Los derechos fundamentales de privacidad e intimidad en Internet y su regulación jurídica. La vigilancia masiva.” Sustentada en la Universidad de Castilla en la Mancha para obtener el grado de Doctor manifiesta:

> Tiene como objetivo estudiar la situación jurídica de los programas de vigilancia intensiva, que han sido manejados por determinados Estados, con la cooperación de distintas empresas privadas de Internet, demostrando así la violación de los derechos fundamentales protegidos en la normativa de Derechos Humanos, como son el derecho de intimidad, la inviolabilidad de las comunicaciones, la protección de datos personales, vulnerando ello el progreso de la vida particular del ciudadano. Concluyendo que las personas están expuestas y son vulnerables a terceros, dado el uso de la tecnología, volviendo transparentes al ser humano en su entorno íntimo. (p. 22).

Cáliz y Gualotuña (2014) en su tesis titulada “Vulneración del derecho a la intimidad por uso irregular de datos personales en el Ecuador” para obtener el título de abogado manifiesta:

> El objetivo principal es plantear la creación de una ley integral de amparo de datos de carácter personalísimo. El diseño utilizado es cuali-cuantitativa, aplicando un método científico, deductivo, analítico. En sus conclusiones se entiende como una expresión moderna de la libertad al derecho a la intimidad personal: facultada de desenvolverse en sociedad y decidir; así como es el principal fin que persigue el uso indiscriminado de la información personal, es el control. (p. 11).

Bolainez, López y Mayorga (2013) “Publicidad registral y la función calificadora del registrador a la luz de la nueva Ley General de los Registros Públicos 698” sustentada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAM-León, para optar el título de licenciado en derecho, sostiene:

> El objetivo es garantizar la seguridad jurídica registral en sus fases de procedimiento documental o materia publicitaria por lo que deberá garantizar el funcionamiento e infraestructura técnica y operativa del sistema de información de registro y catastro, dicho esto, la metodología empleada es analítica documental, pues se refiere al análisis y presentación de la información ya existente, concluyendo, la función calificadora del registrador no solo es una atribución para cambiar en un deber necesario al correcto desempeño de su cargo, a pesar que la función calificadora es facultad del registrador, se ha observado en la práctica que se incurren excesos ocasionando daños y perjuicios a los usuarios del registro, por lo que recomienda la necesidad de limitar por parte de las autoridades la discrecionalidad a los operadores de Registros Públicos. (p. 89)

Mansilla (2002) en su tesis “Protección de la intimidad frente a los avances informáticos” de la Universidad Austral de Chile para obtener al grado de licenciado en ciencias jurídicas y sociales manifiesta.

> Tiene como propósito de efectuar una adecuada valoración, teniendo en consideración que el tema central se basa en la complejidad derivada principalmente de la circunstancia de ser la informática una disciplina de acelerado avance y, al mismo tiempo, por la gran importancia que alcanza la regulación jurídica de esta nueva tecnología. Como conclusión menciona que el sistema de datos personales es importante y requiere que se alcance las normas que exijan las medidas de seguridad necesarias, de esta manera se maneje los datos de terceras personas, evitando que un tercero acceda a dicha información reservadas y de usos inadecuados. Asimismo, recomienda implementar medidas de seguridad, físicas y tecnológicas, inclinadas a proteger integralmente a los datos personales, desde la prevención a potenciales amenazas (p. 23).

2.1.2. Antecedentes nacionales

Ojeda (2017) su tesis titulada “La publicidad registral y derechos fundamentales según los registradores públicos del registro de predios de la zona registral N° IX – Sede Lima. Año 2016” sustentada en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega para obtener el grado de maestría en Derecho Notarial y Registral, sostiene:

> Su objetivo es determinar la relación que existe entre la publicidad registral y los derechos fundamentales basados en la población del título de su tesis. Además, plantea un enfoque cuantitativo, utilizando de instrumento dos cuestionarios. Concluye con la alta existencia de una relación entre la publicidad registral y demás derechos fundamentales, dando a evidenciar un vacío legal al respecto y recomendando modificar todos los ángulos para la seguridad de los bienes de las personas. (p. 23).

Boulangger (2017) en su tesis titulada “La publicidad registral y su afectación al derecho a intimidad en Chimbote – 2016” sustentada en la Universidad Cesar Vallejo para obtener del título de abogado, sostiene:

> Presenta como objetivo determinar si la publicidad registral afecta al derecho a la intimidad, realizando una investigación no experimental, transeccional y transversal, utilizando como instrumento el cuestionario. El autor llega a la conclusión que es posible que la publicidad registral afecte el derecho a la intimidad de las personas, que alcanzan los archivos registrales y la inaplicación del interés debidamente fundamentado del tercero interesado, para lo cuales sus recomendaciones aportan la implementación de la alerta registral. (p. 55).

Labrin (2017) su tesis se titula “Propuesta de modificación del artículo 76° del reglamento del servicio de publicidad registral para la inclusión de la designación anticipada del curador” sustentada en la Universidad Señor de Sipán para obtener el grado de maestra en derecho notarial y registral, concluye:

> Tiene como objetivo analizar la designación anticipada del curador en la legislación comparada y el Perú. El estudio realizado es descriptivo–explicativo, su enfoque es dogmático cualitativo. El autor concluye que el ordenamiento peruano consagra el principio de la autonomía de la voluntad, a modo de una modalidad de ejercicio del derecho a la libertad individual y regula la designación anticipada del curador. Y a su vez, sugiere que se implemente la modificación del Reglamento del Servicio de Publicidad Registral referente a la designación anticipada del curador. (p. 34).

Rojas (2015) en su tesis titulada “Afectación del derecho a la intimidad en la publicidad registral y la propuesta de modificación del artículo 127 del reglamento general de los registros públicos” sustentada en la Universidad Señor de Sipán para obtener el título profesional de Abogada, sostiene:

> Como objetivo principal es analizar la afectación del derecho a la intimidad en la publicidad registral con respecto a un marco referencial que integra: planteamiento teórico, normas y legislación comparada. El tipo de investigación utilizada es pura o básica, diseño causal – explicativo, método descriptivo – explicativo, utilizando como instrumento el cuestionario a través de la encuesta y análisis documental. El autor concluye que en la actualidad se halla una afectación al derecho a la intimidad comprendida como autonomía informativa por cuanto no está reglamentada la forma en que se evaluará el legítimo interés para publicitar datos sensibles, y definir si esta publicidad cumple la finalidad de la Institución, (otorgar seguridad jurídica en las transacciones). Por lo cual, recomienda que la Sunarp realice capacitaciones constantes a todos los actores directamente relacionado en notarios, y registradores, además de la modificación del art. 17 de RGRP. (p. 44).

Tarrillo (2013) en su investigación titulada “Publicidad Registral y Derecho A La Intimidad” de la Pontificia Universidad Católica del Perú para optar el grado de magister manifiesta:

> El autor propone como principal objetivo establecer el modo de demostrar nuestra débil regulación en el tema en función de proteger un derecho esencial como es la intimidad. Por lo que llega a estas conclusiones: El registrador calificará el servicio de publicidad requerido, y de existir incertidumbre de alguna intromisión de índole privada, se enfocará en el interés del solicitante, tal cual englobada una de sus funciones, dicha función es bajo responsabilidad y sin perjuicio de que sea interpuesta un recurso de apelación contra la calificación, hecho que será de conocimiento al Tribunal Registral. (p. 34).

Chanamé (2003) en su tesis titulada “Habeas Data el Derecho Fundamental a la Intimidad de la Persona” de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos para obtener el grado de magister en Derecho, sostiene:

> La investigación tiene como objetivo precisar los alcances del habeas data peruana con relación al derecho a la intimidad personal, explicando su naturaleza. El tipo de método empleado en dicha investigación es la recopilación documental. Entre sus resultados refiere que la norma y su interpretación doctrinaria, presenta formas diferentes de cómo es vulnerada la privacidad que tiene el ciudadano en noción a cuando se transmite los datos personales, los mismo que destruyen la imagen de la persona si fuesen datos fuera de contexto- falsos; por lo que, sin duda la institución del Habeas Data. (p. 34).

2.2. Base teórico científico

2.2.1. Teoría de los derechos fundamentales

Debemos considerar de manera obligatoria a los derechos fundamentales, puesto que su importancia en nuestro ordenamiento jurídico y en nuestra investigación se ve reflejado en la pirámide de Kelsen, fundador de la teoría pura del derecho.

Alexy (2015) concluye:

> A pesar de que el derecho fundamental y la norma de derecho fundamental no es lo mismo, existe una conexión entre ambas, dado que existirá una norma válida de derecho fundamental que otorgue un derecho, para quien siempre posea un derecho fundamental. (p. 243).

Los derechos fundamentales son inherentes a cada individuo, protegidos por la Constitución, principalmente el derecho al a intimidad. El 10 de diciembre de 1948 en Asamblea General de Naciones Unidas, se constituyó el primer texto (universal) que constituye la dignidad de la persona, y los derechos fundamentales o necesarios que provienen de ella.

Nogueira (2003) nos menciona que Bockenforde exceptúa 5 modelos teóricos de interpretación de los derechos fundamentales, sostiene:

> La teoría liberal, sustenta su posición a que la dignidad de la persona debe permanecer en lo sustancial al margen de la acción estatal. La teoría democrático-funcional, se entiende en sentido funcional respecto del sistema sociopolítico, en ella se observa más el funcionamiento que el contenido de los derechos. La teoría institucional, considera que la participación de los individuos no puede ser de manera aislada, de lo contrario, debe ser a través de diversas instituciones sin afectar su libertad igualdad y participación. La teoría axiológica, considera que los derechos esenciales son la expresión que constituyen los principios fundamentales de la constitución, de esta manera transciende los derechos públicos subjetivos y los principios del orden jurídico objetivo. La teoría socio estatal, menciona que el Estado debe crear condiciones sociales para garantizar los derechos fundamentales, acentuándose así los precios de igualdad, participación y realización de los derechos sociales. (pp. 167-168).

Salazar (2017) en su contenido señala que Haberle informa “la existencia de tres teorías sobre el contenido esencial de los derechos fundamentales” (p. 144).

a) Teoría relativa. - La protección de los derechos fundamentales no es absoluta, siendo que puede restringirse y limitarse cuando se encuentre razonablemente justificada. mediante la ponderación.
b) Teoría absoluta. - Sostiene la existencia de dos esferas o zonas:

- Esfera permanente o esencial (Parte nuclear). - Establece un límite a la participación del legislador, esto es, el Estado se encuentra excluida, y garantiza los derechos fundamentales del ciudadano.
- Esfera accesoria o no esencial (Parte periférica). - Los derechos fundamentarles pueden ser afectados por alguna regulación, es decir, se admite la intervención del legislador debidamente motivadas.

c) Teoría institucional. - Según el Tribunal Constitucional, a efectos de determinación el contenido esencial de los derechos fundamentales deberá considerarse no solo las disposiciones constitucionales, sino los principios y valores superiores constitucionales.

2.2.2. Teoría del derecho a la intimidad

Las teorías presentadas ponen en tutela y distinción entre los términos intimidad y privacidad desde diversas posiciones, el cual resulta una protección a los derechos que se podría plantear como solución a distintas formas de vulnerar la vida privada de las personas.

a) Teoría Sphären theorie (Teoría de las esferas o círculos concéntricos) desarrollada por Hubman, dividida en tres grandes esferas:

- ✓ Privastsphäre, círculo más amplio o esfera privada, comprende la defensa del individuo ante la sociedad, (los comportamientos que el sujeto desea que no se vuelvan en temas de dominio público).
- ✓ Vertravensphäre, confidencial, comprende los hechos del cual la persona hace partícipe a otros de particular confianza.
- ✓ Gehimsphäre, secreto, comprende datos que por naturaleza son inaccesibles a todo sujeto que no sea titular o confidente directo.

b) Teoría del mosaico

Desarrollada por Conesa, critica el carácter absoluto y separatista de la teoría de las esferas, señalando que lo público y privado como valoraciones

relativas. Por un lado, en función de quien sea el otro sujeto en la relación informativa, y del otro, la existencia de datos a priori irrelevantes al derecho a la intimidad, y en conexión con otros quizás igual, pueden servir para que exista transparencia en la intención de un ciudadano. Conesa (1984) señala “al igual que sucede con las pequeñas piedras que forman los mosaicos, que solas no se aprecia nada, pero que incorporadas logran configurar grupos con pleno significado.

c) Teoría del Rigth to Privacy

Morales (2017) sostiene:

> Que el ensayo fundacional de la protección de la privacidad en los EE. UU, y el artículo doctrinal más influyente de la literatura jurídica norteamericana, originando la preocupación colectiva por el reconocimiento y garantía de la esfera privada, generando al menos cuatro acciones civiles para su protección. (p. 98).

2.2.3. Teoría de la publicidad registral

Guevara, Pacora y Amado (2014) mencionan “que el derecho registral es el sistema de normas jurídicas y principios registrales que regula el funcionamiento y organización de los registros, en relación con terceros” (p. 8).

Gonzales (2012) menciona “que el Derecho Registral Peruano, desarrolla temas que hacen necesarios la reforma del Código Civil, cual consiste en la división del Libro IX, dictándose una ley que regule la actividad registral de forma clara, precisa y detallada” (p. 123).

Gonzales (2015) define “la publicidad registral como método de publicidad destinado hacer notorio una o ciertas situaciones jurídicas a modo de salvaguardar los derechos y seguridad de tráfico jurídico” (p. 280).

Chico y Ortiz (2010) manifiesta “que en virtud del principio de legitimación se presume verídicas y producen sus efectos jurídicos, el contenido de los asientos

registrales, aunque lo publicitado en dichos asientos no representa la realidad jurídica" (p. 251).

La publicidad registral de tal forma, podemos indicar que constituye una herramienta para que terceros tomen conocimiento de los contenidos de los actos con que se llegaron a inscribir en los registros, de esta manera facilitan el tráfico jurídico; en consecuencia, se colige una seguridad jurídica registral, la cual puede ser divulgada, para conocimiento de terceros.

Por ello la publicidad registral intenta exteriorizar actos que los particulares inscriben en los archivos del Estado para salvaguardar su bien y contar con la seguridad jurídica.

2.2.4. Sistema declarativo vs constitutivo

Desantes (2014) hace mención ambos tipos de registro, en la que manifiesta:

> El sistema constitutivo, refiere a que únicamente la inscripción de un acto produce constitución, modificación o extinción de derechos reales, de esta manera mantiene su normativa en la doctrina peruana, no existiendo un derecho extra registral. El sistema declarativo es más flexible, cual permite de manera inmediata la transferencia de la propiedad sin necesidad de su inscripción en el registro, mismo hecho por el cual mantiene una cuota de inseguridad, siendo que, si un tercero inscribe su derecho de propiedad primero, puede quedarse como propietario desplazando al primero que solo realizo la firma de un contrato privado y mantuvo posesión del bien. (p. 56).

2.2.5. Alcances jurídicos

Norma peruana

Según la jerarquía de normas:

- La Convención Americana de Derechos Humanos, artículo 13°. - comprende las libertades de buscar, recibir y difundir informaciones de toda índole verazmente
- Constitución del Perú de 1993: artículo 1 y artículo 2 en su numeral 4, 5, 6, 7
- Código Civil peruana de 1984 en su artículo 14 y 16 y artículo 2012
- Ley Nº 29733 - Ley de Protección de Datos Personales (02JUL2011)
- Reglamento General de los Registros Públicos (RGRP) artículo 128
- Reglamento del Servicio de Publicidad Registral (Resolución N° 281-2015-SUNARP/SN, 2015) inciso a) artículo 76°
- Reglamento de Inscripciones del Registro de Testamentos y de Sucesiones Intestadas, artículo 46

2.2.6. Marco histórico

2.2.6.1. Evolución de la publicidad registral

Baltazar (2002) en su tesis titulada “Sistematización de los procesos de Inscripción y Publicidad Registral” para obtener el título de abogado, menciona:

> En el gobierno de A. Avelino Cáceres, por la Ley de fecha 02 de enero de 1888, a modo de dependencia de la Corte Suprema de Justicia se creó el Registro de Propiedad Inmueble, el 11 de setiembre de 1888, fue aprobado por el Poder Judicial, la creación del 1° Reglamento General de los Registros Públicos, desarrollado por la Corte Suprema de Justifica. Entra el Reglamento de los Registros Públicos en vigencia el día 18 de julio de 1940, cual recoge lo señalado en el Artículo 1 038 del Código Civil - 1936. Se aprobó el Reglamento General de los Registros Públicos, el 16 del mes de mayo de 1968 por medio de acuerdo de la Corte Suprema. Por medio del D.L. Nº 23095, del 18 de junio de 1980 se dictó la Ley Orgánica de la Oficina Nacional de los Registros Públicos, ONARP, donde se concede, con autonomía administrativa y económica, la calidad de

persona jurídica de Derecho Público Interno, de tal manera, conserva su naturaleza de Organismo Público Descentralizado asociado a la Presidencia de la República conforme al D.L. Nº 17532 de fecha 25 de marzo de 1969. En dicha norma se destaca que instituye al Tribunal Registral como el órgano de segunda instancia registral, conformado por tres miembros con categoría de Vocal de la Corte Superior que sustituyó en funciones a la Junta de Vigilancia, al igual que a la Dirección General por la Jefatura. Finalmente, el 18 de octubre de 1994 por la Ley Nº 26366, se creó el Sistema Nacional de los Registros Públicos. Propiamente en su art. 10 la crea como un Organismo descentralizado y autónomo del Sector Justicia y lo coloca como ente rector del Sistema Nacional de los Registros Públicos (SINARP), siendo más adelante la Sunarp, regularizado en su Estatuto aprobado por D.S. Nro. 04 – 95 – JUS cuyo fin es de preservar y mantener la unidad, así como la coherencia en la función registral del país. (p. 6).

Los Registros Públicos y el Código Civil de 1936

El Código Civil de 1852, en la Segunda Década del Siglo XX, es propuesta para una reforma, para ello se conformó una comisión conformada por cuatro juristas y un médico, quienes fueron los encargos de plantear las modificaciones correspondientes. De esta manera, se resaltó mayor controversia, respecto al carácter cual debería concederse a la inscripción, siendo ello, conservar un resultado declarativo, o cambiar al efecto constitutivo relacionado al sistema germánico. En sesión de 19 de setiembre de 1925, acordaron exponer un cuestionamiento entre profesores expertos en derecho civil, registradores distinguidos y magistrado.

Aliga (2012) en su tesis titulada "*La desnaturalización de la finalidad del registro de propiedad inmueble en el Perú*" para obtener el título de abogado, menciona: "Que existen opiniones, fueron concluyentes respecto a la decisión que se adoptó, puesto que la mayoría a quienes consultaron presentaron incertidumbres respecto a la innovación al sistema de inscripción constitutiva" (p. 18).

Guevara (1996) nos menciona:

> Que con la creación del Código Civil de 1936, en la Sección Quinta del Libro IV, están comprendidas las normas de Registros Públicos, derogado en la actual normativa, denomina Registros Públicos, cuya denominación anterior era Registro de la Propiedad Inmueble, Mercantil y de la Prenda Agrícola, título que al ser específico y descriptivo era inapropiado y limitado, de ese modo fue aceptada la opción de solamente denominarlo "Registros Públicos, de tal manera logra una amplitud que permitía integrar a las distintas clases de registros adecuándose a la constante evolución de esta institución. (p. 19).

Código Civil de 1984

La creación del Código Civil de 1984 dio inicio en 1965, en una delegación de trabajo encargada de examinar el Código de 1936, concluyendo con elaborar un proyecto del nuevo código en 1981. Ulteriormente, incluyeron diversas modificaciones, de esta manera el nuevo Código fue promulgado en 1984.

2.2.6.2. Desarrollo histórico del derecho a la intimidad

Calderón (2009) menciona:

> El derecho a una vida privada o conocida Common law norteamericano como the right of privacy, tiene como origen la publicación de un artículo del 15 de diciembre del año 1890, por parte de los abogados la Sr. Warren & Sr. Brandeis que tiene como título the right of privacy, cabe precisar y es justo reconocer que el origen de este derecho autónomo se encuentra enmarcado en relación con el derecho a la información fundamentalmente con los medios de comunicación que se difunden de manera masiva, en aquel entonces era representada por los diarios de prensa local, los autores del ensayo mencionado líneas arriba eran conocidos por realizar numerosas fiestas una de ellas y de la más difundidas fue el matrimonio de su hija del Sr. Warren quien fue

comprometida con un senador de la República muy conocido y por aquella relación que existía entre ellos fue sujeto de cometarios sobre las facetas correspondientes a su vida privada. En relación con la opinión de los autores a continuación manifestaban que dicha información que emitían dichos medios no se relacionaba a un interés general puesto que únicamente se basaban en la esfera íntima. (p. 18).

Antigüedad preclásica

Espinoza (2003) sostiene:

> En el mundo antiguo lo privado se entiende con el sentido etimológico de privación y por consiguiente se considera que pertenece a la esfera de lo privado lo referente al mundo biológico de la supervivencia y la necesidad. Por lo contrario, lo que atañe a la libertad y a la virtud constituye la esfera de lo público. (p. 34).

Grecia

Mantaras (2005) sostiene:

> Se dio cierto reconocimiento de los ámbitos de privacidad que se manifiestan en la valoración del hogar, de la amistad, como ámbito de la relación y la comunicación intima, y de los tiempos dedicados a la observación y la mediación por los filósofos. (p. 44).

Roma

Rebollo (2005) nos menciona:

> Que en Roma se observa la preponderancia de lo público, teniendo como mira que en Roma el adulterio significaba delito cual era sujeto a la acusación pública, con el paso del tiempo fue reduciéndose, y la Ley Julia decretó que no se podría inculpar a la mujer de adulterio sin haber

> acusado antes al marido de favorecer sus desvíos, permitiéndose algunas manifestaciones de la intimidad, como es el secreto de correspondencia y violación del domicilio. (p. 55).

Cristianismo

Ruiz (1990) sostiene:

> Con el advenimiento del cristianismo, la intimidad notará un gran reconocimiento, la creación de la iglesia, donde exponía su razón entre la esencia y la idea espiritual de la naturaleza humana, manifestando su existencia para ayudar como un medio de comunicación, del alma con Dios. El cristianismo formuló un problema que el mundo antiguo no conocía, era el enigma de la relación entre iglesia y estado, cual creía la libertad de lealtades y el juicio íntimo no incluido en la ciudadanía. (p. 23).

Asimismo, sostiene que aquel proceso religioso era posible observar un apoyo emocional para el ser humano que, sin ella, se sentían obligados a enfrentarse al mundo solo y pensaban que sus capacidades naturales eran insuficientes y débiles para resistir la prueba.

2.3. Base conceptual

2.3.1. Términos de la investigación

2.3.1.1. Derechos fundamentales

a) Dignidad

Nogueira (2003) define “a la dignidad como el núcleo básico de derechos humanos, puesto que dicha afirmación no constituye garantía del tipo negativo el cual tutela a los ciudadanos por medio de los derechos, siendo el pleno desarrollo de todo ser humano” (p. 145).

b) Intimidad

La Etimología de “Intimidad” procede del latín “intimus” superlativo de “interior”, cual significa “lo que está más adentro, lo más interior”. Uno de los mayores tesoros del ser humana es su intimidad, donde la esfera de la intimidad es el espacio de la privacidad de cada persona del cual protege. En otras palabras, aunque el ser humano confía parte de su intimidad a sus amistades o familia, en realidad, existirá para el individuo un ámbito que es propio e intransferible.

Del Río (1991) plantea “la intimidad como la zona espiritual del hombre, diferente a otra, donde únicamente él puede revelar. Por consiguiente, el propio individuo, por su voluntad propia, determina el límite de su privacidad” (p. 267),

c) Derecho a la información

En su artículo 19º la Declaración Universal de Derechos Humanos, El 10 de diciembre de 1948, por primera vez nombró, que todos tienen derecho a la información, catalogando dicha proclamación como acta de nacimiento del Derecho a la Información.

Fuenmayor (2004) menciona:

> Que el derecho a la información es un derecho universal, inalterable e inviolable para el hombre. Tratándose de un derecho activo y pasivo: por un lado, acepta la búsqueda de información; y por otro, dispone la probabilidad de ser recibida. (p. 15).

2.3.1.2. Derecho a la intimidad

La intimidad tiene dos caracteres, por una parte, un derecho A en favor de un titular y del otro, supone un “deber DE” a cargo de terceros.

Cabe manifestar que respecto a la frase “Derecho a la intimidad”, debe verse como una personalidad donde refleja la protección a la intimidad.

Moisset (2004) menciona:

> Este derecho se define como situación jurídica donde se protege el entorno individual y familiar de la persona, formados por momentos del pasado, la realidad de carácter físicas, psíquicas y, todos los datos que el ser humano no quisiese que sean de conocimiento de terceros, de otro modo, sin previo consentimiento, le ocasionaría molestia. (p. 526).

Morales (2007) describe tres aspectos fundamentos que integran el derecho a la intimidad:

> Tranquilidad, derecho a ser dejado solo o en paz. Derecho de toda persona de disponer momentos de soledad, llevar su vida de anonimato, libre de los demás. Control de la información, principal base del derecho a la vida privada. Existen dos aspectos: de un aspecto, probabilidad de tener ciertos aspectos ocultos de la vida íntima y, de otro aspecto, la probabilidad de poder controlar el tráfico de información, cuando esta es confiada a otra persona. Autonomía, voluntad de la persona para decidir sobre su vida; la libre opción, sin intromisiones directas, indirectas o sublimadas (p. 45).

La investigación nos señala dos perspectivas del derecho a la intimidad:

- Ámbito objetivo. - El derecho a la intimidad es relativo, donde el Estado a través de la Constitución y leyes, debe salvaguardar los derechos de la persona que siente vulnerada su intimidad ante la sociedad.
- Ámbito subjetivo. - No es limitada por la Constitución, ni por las leyes, siendo un ámbito reservado ante terceros.

Lo privado, lo íntimo y lo público

Garzón (2003) señala a estos tres términos como “lo íntimo se caracteriza por su total opacidad, lo público es caracterizada por la transparencia, y lo privado entre ambos, donde preside como transparencia relativa” (p. 18).

El ámbito de lo privado requiere la presencia de por lo menos dos actores. Sin embargo, pueden predominar deseos y prioridades individuales, como requisito primordial para el «ejercicio» de una libertad personal.

Lo íntimo es informarle, es decir, es el objeto de información y comunicación pública. Teniendo dos posiciones. La primera necesita que la intimidad haya sido exteriorizada por voluntad de la persona; y la segunda, que esa exteriorización tenga relevancia comunitaria. Ámbito basado en emociones, pensamientos, decisiones, de acciones cual no necesita la interacción con terceros y tampoco los afecta. Siendo así ámbito interno, del cual escaparía a la valoración moral.

Lo público se caracteriza por la libre accesibilidad de las decisiones y comportamientos y decisiones de las personas en la sociedad, tratando de preservar nuestra intimidad y nuestra privacidad, a lo que se ve amenazada por la intromisión de terceros y la imposición de las regulaciones (normas jurídicas) públicas.

El derecho al honor y derecho a la propia imagen

La intimidad, como el derecho al honor y la propia imagen, son Derechos Fundamentales inherentes al ser humano, de la cual emana la personalidad de este, siendo regulado en el artículo 2 inciso 7 de la Constitución Política del Perú: Al honor y a la buena reputación, a la intimidad personal y familiar, así como a la voz y a la imagen propia. Asimismo, regulado en el art. 14 del Código Civil: “La vida familiar, personal no puede ser manifestada sin previo consentimiento de la persona.

Pfeffer (2006) sostiene:

> El honor se ubica en un ámbito de subjetividad, ante ello el honor está comprendido por sentimientos que la persona posee de su dignidad. Por otra parte, la dimensión objetiva, refiere a su «reputación» valoración o aprecio de la sociedad del individuo. Que el derecho a la imagen surge de la vinculación al honor y a e. No obstante, actualmente Por regla general, el honor y la privacidad son derechos independientes, el cual al

> vulnerarse puede considerarse lesivo al honor, y a su vez a la imagen, es por ello, que este último es considerado un derecho personalísimo, e independiente. (p. 468).

Datos personales

Los datos personales son toda información o dato que permite identificar a una persona natural. Asimismo, cuando dicha información esté vinculada con la intimidad de la persona, son considerados datos sensibles

Los datos personales están sujeta a limites interpuestos por el D.S. 003-2013-JUS y la Ley de protección de datos personales Ley N° 29733, el mismo que define en su Art. 2 numeral 5 lo siguiente:

Los Datos sensibles son aquella información relativa respecto de los datos personales, tal como característica moral, física o emocional, asimismo situaciones o circunstancias de la vida familiar, información relativa a la salud mental o física, y en una esfera más íntima se relaciona con los hábitos personales.

Podemos entender la presente Ley resguarda un nuevo supuesto de información los casos de interdicción, donde se prevé alguna enfermedad de la salud física o mental, la protección de datos como derecho autónomo y fundamental del ciudadano, cual se concreta como la tutela frente a terceros no autorizados.

Fernández (2003) menciona:

> La sentencia del Tribunal Constitucional 2992/2000, donde señala “el derecho fundamental a la protección de datos persigue garantizar a la persona titular del derecho el poder de control de sus datos personales, esto es, su uso y su destino. De esta manera frenar el tráfico ilícito y lesivo para la dignidad y derecho del titular afectado. (p. 39).

La protección de datos no solo contiene o encierra los datos intimados del ciudadano, sino todos los datos personales, de tal manera, que, si dicha información

es ofrecida o es empleado por terceras personas, este derecho se verá vulnerado no en un ámbito individual, sino en un carácter personal.

2.3.1.3. Publicidad registral

Salinas (2017) en su tesis titulada “Smart Property: La necesidad de desarrollar e implementar la tecnología blockchain al registro predial peruano” para obtener el título de abogado, sostiene:

> Que la Sunarp cumple con dos funciones: la primera, inscribir los distintos actos que presenta el usuario, y la segunda, brindar publicidad de dichos actos. Siendo así inseparables, puesto que la segunda es consecuencia de la primera, de tal manera no se puede negar que sin inscripción no habrá nada que publicitar. (p. 30).

La oficina del registro es la entidad pública donde recepciona el acto o derecho a inscribirse, y de la misma forma, puede acudir el usuario a conocer la existencia de dichos actos, asimismo, esta información se encuentra resguardada (seguridad jurídica), donde todo ello se engloba en el fenómeno publicitario.

Peña (2014) en su tesis titulada “Inscripción de primera de dominio de vehículo en los registros públicos de Ayacucho” para obtener el grado de Doctor en derecho, en la Universidad Nacional de San Marcos, manifiesta:

> Que a la publicidad jurídica registral de forma permanente, continuo y organizado es la exteriorización de situaciones y relaciones jurídicas a través del Registro. Teniendo como propósito otorgar seguridad jurídica de dichas relaciones inscritas en el Registro (seguridad estática) y también la seguridad en el tráfico (seguridad dinámica) cual deriva de lo inscrito. (p. 68). De tal forma podemos mencionar que el Estado a través de su órgano autónoma Sunarp, exterioriza ordena u organiza para la existencia de “erga omnes” (cognoscible) con relación a terceros, con el fin de tutelar sus derechos, a su vez la seguridad del tráfico de los mimos (p. 16).

Resolución N° 281-2015. Art. 75

La publicidad es el rasgo característico de todo sistema registral. En mayor o menor medida, todos los sistemas registrales buscan exteriorizar derechos y situaciones jurídicas oponibles o trascendentes para terceros con el objeto de facilitar la contratación" (Resolución N° 077-2008-SUNARP-TR-T, 2008, fundamento jurídico uno). Al existir una norma prohibitiva no se podrá brindar el servicio de publicidad registral, puesto que la rogación de información está tutelada por el derecho a la intimidad.

Publicidad material y publicidad formal

Labrin (2017) sostiene:

> Que en la publicidad prevalecen dos elementos unidos cuales son indispensables: La publicidad material, ocasiona efectos sustantivos (constitutividad, oponibilidad a terceros, y seguridad del tráfico), de otra parte, la publicidad formal, donde el legislador, ordena un sistema donde se emplean algunos instrumentos o herramientas publicitarias. (p. 88).

Publicidad material

Registro proporciona la publicidad jurídica a los distintos actos o derechos inscritos. Esta inscripción prevalece también las anotaciones preventivas, salvo que su Reglamento exprese distinciones. El contenido de las partidas registrales afecta a los terceros aun cuando éstos no hubieran tenido conocimiento efectivo del mismo.

Tarrillo (2013) sostiene:

> La existencia del Reglamento General de los Registros Públicos limita la publicidad material, otorgando límites de no proporcionar el servicio solicitado cuando este colisione con el derecho a la intimidad, sin embargo, pese que está se encuentra normada, la publicidad formal se realiza bajo disposición del funcionario registral, de la misma forma puede ser denegada dicha solicitud, no obstante, no se precisa el modo de velar dicho acto de carácter privado. No obstante, en la práctica esta

> restricción no se ve reflejada, otorgando de forma negligente la publicidad registral. (p. 2).

La publicidad material denomina también efecto que produce el Registro, en otras palabras: i) Publicidad sustantiva, referido a los efectos que tiene sobre terceros, aun cuando estos desconozcan sobre ellas; ii) jurídica, por los primordiales efectos materiales que ocasiona su “oponibilidad” (Calvay, 2012). Siendo Los efectos reales de la publicidad, se encuentran reglamentados en nuestro Código Civil en su artículo 2012 se presume, sin admitirse prueba en contrario, que toda persona tiene conocimiento del contenido de las inscripciones, siendo así, que existe cognoscibilidad a través de la publicidad formal.

Publicidad formal

Calvay (2012) denomina publicidad informativa o procesal del contenido de los libros del Registro: “El Registro es público. La publicidad formal garantiza que todo ciudadano pueda acceder al contenido de las partidas registrales y, consiga información del archivo registral” (p. 6). Del artículo II del Reg. Gen. Reg. Pub.: Publicidad Formal.

Esto es, que la publicidad formal, es el derecho de cualquier persona a obtener información que se ubica en el registro, dichos actos están a su disposición previa cancelación de la tasa correspondiente, tal como lo regula en el art. 127° del RGRP; siempre y cuando no vulnere el derecho a la intimidad, en cuyo caso será otorgado a quien tenga interés legítimo.

Boulangger (2017) sostiene:

> En proponer dos formas de publicidad directa, cuando la persona recurre a Sunarp con el fin de solicitar un documento registral, búsqueda, vigencia de poder, entre otros. E indirecta, cuando la persona solicita cualquier tipo de certificado, gravámenes, copia literal, entre otros. (p. 16).

La publicidad registral como principio

Delgado citado por Labrin (2019) menciona: “que el principio de publicidad registral como base del Sistema Registral peruano porque a partir de él se construyen los demás principios registrales sustantivos” (p. 80). La publicidad registral es el mecanismo que ofrece un mayor grado de certeza para determinar la titularidad de los derechos.

Los principios registrales que nuestro sistema reconoce están regulados en el Libro IX del Código Civil de 1984, y debidamente citados en su título preliminar del Reglamento General de los Registros Públicos, cual fue aprobado por Res. SUNARP. Nº 195–2001.

2.3.1.4. La publicidad registral, el derecho a la intimidad

La publicidad registral está regulada en el ordenamiento jurídico en el Libro IX del C.C. de 1993 en su art. 2012, en el que se puede definir como la Presunción de conocimiento, cual no admite prueba en contrario, tal modo que los usuarios tienen la posibilidad de saber las inscripciones, estando al alcance del público.

El RGRP en su art. 128 manifiesta que el responsable del registro no deberá negar brindar la solicitud de publicidad que el archivo contiene, al menos que está este bajo la restricción que la presente ley manifiesta, no obstante, esta se podrá otorgar a quien acredite legítimo interés, conforme Sunarp.

Legítimo interés

Conforme apreciamos, el reglamento general plantea que el solicitante debe tener un Legítimo Interés, para poder expedir la Publicidad registral, sin embargo, en el RGRP no refiere que clase de legítimo interés debe tener, ni acota las prohibiciones en la publicidad solicitada. Es por ello, que se creó el Reglamento del Servicio de Publicidad Registral en donde en el artículo 76 indica:

La información resguardada por el derecho a la intimidad siendo:

a) Las causales de invalidez del matrimonio, de divorcio y de separación de cuerpos.

b) Causales de interdicción o inhabilitación de las personas naturales.
c) Causales de pérdida de la patria potestad.
d) La condición de adoptado.
e) Causales del inicio del procedimiento concursal de las personas naturales
f) La calidad de hijo extramatrimonial o el reconocimiento en un testamento
g) Las causales de desheredación y/o dignidad.

Santiago (2008) menciona:

> Que el interés legítimo, es una posible solución al conflicto citado, de tal manera, es un límite subjetivo, esto es, el principio no actúa independientemente, sino, que el solicitante deberá justificar su solicitud siempre que se soliciten datos personales" (p. 56). De esta manera, podría explicar, que no toda persona debe tener acceso a solicitar una búsqueda o copia literal, que está basado en la identidad o datos personas, datos sensibles de la persona titular, simplemente por curiosidad, puesto que no se considera legítimo interés, acorde a la finalidad del registro. (p. 45).

Asimismo, el interés legítimo se encuentra regulado en el artículo 77.- Sujetos legitimados para solicitar información protegida por el derecho a la intimidad y el artículo 78.- información solicitado por sujeto no legitimado, donde debemos entender que el Registrador a cargo será el único responsable de proteger el cumplimento de la información de carácter personal, dado que la publicidad a que se refiere los artículos antes mencionados requiere una previa revisión antes de su expedición. De esta manera, determinar a los sujetos legitimados y sujeto no legitimado entendiéndose como "interés legítimo" que conllevar a solicitar la publicidad formal.

Espinoza (2003) menciona:

> Que critica lo estipulado en dicho artículo, están distorsionando las categorías procesales y materiales, siendo considerado el legítimo interés como categoría jurídica diferente al interés procesal y la legitimidad para obrar. Continuando las prohibiciones, el RGRP, carece de una norma que regule y mencione de manera expresa las prohibiciones, y además el legítimo interés para la adquisición de la

> publicidad formal, sin afectación al derecho a la intimidad, de tal manera, se crea otra restricción parcial, con lo señalado en el art. 46 del vigente Reglamento de Inscripciones del Registro de Testamentos y de Sucesiones Intestadas, se prohíbe la expedición de certificados del Registro de Testamentos, cuando el testador aún no ha fallecido, salvo que éste lo solicite por medio de un escrito con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la Sunarp. (p. 45).

Tarrillo (2013) menciona:

> En la práctica se puede requerir con cualquier nombre una búsqueda, y de esta manera obtener la partida, no obstante, existe una contradicción, ya que la limitación se orienta en el afán de tutelar la intimidad del testador, de tal manera éste no quiere que se publicite su testamento, puesto que puede estar bajo cualquier atentado contra integridad física. No obstante, cuando el usuario solicita la búsqueda del testamente, obtiene el dato y conoce que la persona otorgo testamento (p. 34).

Derecho a la información

Si bien es de conocimiento que el derecho a la información, en el cual incluimos por concepto general la publicidad registral, podemos afirmar que este derecho conlleva la recepción de lo requerido, sin embargo, debe existir en su ejercicio, limitaciones.

La Sunarp contiene cinco Registros importantes registro de propiedades inmuebles, muebles, registro de personas jurídicas, naturales; y minero. En el cual connota mayor énfasis en datos de índole privada en el registro de personas naturales. El registro, como institución debe facilitar la adquisición de información, así como su acceso libre de poder conocer lo inscrito, no obstante Tarrillo (2013) nos menciona: “el acceder a la información inscrita en Registros, puede resultar la intromisión fuera del lugar, con ello pueden perturbar la intimidad personal, hecho que fuera contrario al deseo del legislador y la sociedad”. (p. 37).

Siendo de este modo la interrogante: ¿hasta qué punto el registro puede otorgar información?, de tal manera que no perjudique la intimidad de las personas, haciendo referencia principalmente al registro de personas naturales. En el art.127° del RGRP (Resolución N° 195-2001-SUNARP-SN, 2001), se indica: “Toda persona tiene derecho a solicitar sin expresión de causa y obtener del Registro, previo pago de las tasas registrales correspondientes.

Asimismo, el Reglamento General de los Registros Públicos, señala de manera somera en el numeral II del Título Preliminar, cual párrafo manifiesta como garante a la protección de la intimidad del registro de personas, al registrador o abogado certificador, quienes otorgan la publicidad solicitada.

El título archivado y su conservación en el registro

El Principio de publicidad registral, genera la facultad y puede entenderse como un sistema del cual se exterioriza, por donde se exterioriza el contenido del archivo registral, en otras palabras, los actos inscritos se publicitan y forman parte del conocimiento de la sociedad.

Moisset (2004) sostiene:

> El principio de conservación del archivo comprende los títulos que dan mérito al asiento de inscripción los cuales, incorporados a la partida, y debidamente legajados y adheridos al archivo registral. Estos archivos se conservan dentro de la Institución, de tal manera, están prohibidos que sean retirados o extraídos del registro, e inclusive para diligencia que pueden ser ordenadas por el juez (orden judicial), de lo cual se necesitará la autorización del jefe de la Sunarp. (p. 199).

Alerta registral como medio de solución

Ahora bien, Sunarp ha creado un sistema de Alerta Registral, mediante Resolución 027-2018-SUNARP-SN, totalmente gratuito para el público en general, el cual de manera favorable informa, notifica al titular del derecho inscrito quién solicitan

su información registral. Siendo ello un sistema informático, el mensaje o notificación llega de manera instantánea al celular o al Gmail de conexión, no obstante, en el tema de publicidad registral el cual es una atención rápida, al usuario no le da opción a poder oponerse.

Teniendo presente lo mencionado anterior, en el Fuero Registral Garazatua señala el sistema de Alerta Registral, no ha previsto que sucederá en el caso que el titular del derecho descubra la acción del tercero, esto dispondrá que el interesado tendrá que adoptar acciones legales por su cuenta, con la desventaja y contradicción que implica, toda vez que es como si la entidad bancaria en la que deposité mis valores, me comunicara que un ladrón está pretendiendo llevarse mis pertenencias y que me avisan para que yo adopte las acciones pertinentes.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo

El tipo de investigación utilizada es una investigación básica puro, cual finalidad es el de aportar o modificar teorías existentes, o principios. Se limita la presente investigación a determinar la afectación entre variables, sin intervenir, puesto que no seremos participes de forma activa, sino todo lo contrario, se trabajará por medio de instrumentos para la recolección de datos.

3.1.2. Diseño

Besse (1999) menciona que “el diseño de una investigación se define como plan global que intenta dar respuestas a preguntas planteadas de manera clara y no ambigua” (p. 23).

El diseño de investigación utilizado es descriptivo. Donde se determinará la publicidad registral y su afectación al derecho a la intimidad. Y a su vez Correlacional, porque cuenta con dos variables que se relacionan entre sí en la investigación.

Desde un punto de vista metodológico, se realizará un diseño no experimental. Es transversal o transaccional, porque nuestro trabajo se enfoca principalmente en la actualidad un espacio temporal fijo, siendo exactos año 2018.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población está conformada por 100 abogados especialistas en derecho registral y ex trabajadores de Sunarp y 200 usuarios de la Sunarp.

3.2.2. Muestra

La muestra, subgrupo de la población de interés que debe definirse o delimitarse sobre el cual se recolectarán datos. Para extraer la muestra correspondiente se ha tenía un tipo de muestreo probabilístico.
Usando la siguiente fórmula para calcular la muestra:

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

Dónde:

n: Tamaño de muestra
N: Tamaño de la población
e: Error permisible muestral.

$$n = \frac{300}{(300-1)*0.05^2+1} = \frac{300}{(300)*0.0025+1} = \frac{300}{1.75} = 171$$

La muestra comprenderá de 171 abogados especialistas en derecho registral y ex trabajadores y usuarios de la Sunarp

3.3. Hipótesis

3.3.1. Hipótesis general

H_1: Probablemente la publicidad registral genera afectación al derecho a la intimidad.

H_O: Probablemente la publicidad registral no genera afectación al derecho a la intimidad.

3.3.2. Hipótesis específicas

$H.E_1$:

H_1: Posiblemente existe relación entre publicidad material y la protección de los derechos.

H_O: Posiblemente no existe relación entre publicidad material y la protección de los derechos.

$H.E_2$:

H_1: Probablemente existe correlación entre la publicidad formal con el derecho a la imagen.

H_O: Probablemente no existe correlación entre la publicidad formal con el derecho a la imagen.

3.4. Variables – Operacionalización

Tabla 1
Operacionalización de variable 1

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala dicotómica
Variable 1: La Publicidad Registral	Publicidad Material	Constitutiva	¿Cree usted que la publicidad material y la constitutiva son relevantes para lograr una seguridad jurídica en el registro?	**1. SI** **2. NO**
		Cognoscibilidad	¿Cree usted que las personas conocen acerca del contenido de los títulos inscritos en Sunarp?	
	Publicidad Formal	Seguridad del trafico	¿Cree usted que existe seguridad jurídica en los títulos inscritos en el registro de personas naturales?	
		Principio de conservación del archivo	¿Cree usted que Los títulos presentados a registros se conservan de manera adecuada?	
		Principio de interés legítimo para acceder a información	¿Cree usted que toda solicitud para acceso a la información al registro de personas naturales debe ser debidamente fundamentada?	
		Principio de publicidad jurídica	¿Considera usted que la intimidad de las personas es vulnerada por la publicidad formal?	

Tabla 2

Operacionalización de variable 2

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DICOTÓMICA
Variable 2: Derecho A La Intimidad	Protección De Los Derechos	Privacidad	¿Cree usted que la protección de los derechos está supeditada a la privacidad de la persona?	**1. SI** **2. NO**
		Confidencialidad	¿Cree usted que Sunarp respeta la confidencialidad de los títulos presentados?	
		Protección de datos	¿Cree usted que el sistema de Alerta implementado en Registros no informa de adecuadamente a los intervinientes, de quienes han solicitado sus títulos registrales personales?	
		Honor	¿Cree usted que el honor de una persona se puede dañar al brindar un servicio de publicidad de registro de personas naturales?	
	Derecho a La Imagen	Integridad	¡Cree usted que la Sunarp puede afectar la integridad referido al derecho a la imagen de una persona?	
		Dignidad	¿Cree usted que la Sunarp puede afectar de manera indirecta la dignidad de una persona?	

3.5. Métodos y técnicas de investigación

Para realizar una exploración se requiere de técnicas y herramientas, el cual en la investigación se cuenta el enfoque cuantitativo por el hecho de utilizar l estadística y matemáticas para poder desarrollar el análisis e interpretación de los resultados, asimismo, el modelo de la investigación se ha establecido incluir y paradigma positivista la misma que implica la intervención de ciencias sociales para el desarrollo de la investigación.

Las técnicas de investigación es el procedimiento que se utiliza para llevar a cabo la realización de la estructura de un cuestionario, de tal manera ejecutarlo. Para ello en nuestra recopilación de datos de nuestra presente investigación utilizamos como técnica la encuesta.

3.6. Descripción de los instrumentos utilizados

En un enfoque cuantitativo, el instrumento busca ser utilizado para la operacionalización de las variables en donde establecemos como instrumento el cuestionario, siendo un instrumento adecuado para la ejecución de la técnica en torno de la población y con intervención de la estadística se buscará adecuar los resultados con las hipótesis planteadas y obtener una conclusión correspondiente a nuestra investigación y una recomendación adecuada y certera.

El instrumento es un medio para la recolección de datos, el cual utilizamos, el cuestionario que contiene 15 ítems, 3 ítems generales y 6 ítems relacionados sobre la publicidad registral y 6 ítems al derecho a la intimidad. Estas preguntas fueron elaboradas por medio de las variables, indicadores, y dimensiones.

3.7. Análisis estadístico e interpretación de datos

Comprobado la efectividad del instrumento de recolección de datos se procederá a su aplicación a la muestra seleccionada, el cual mediante la tabulación de información y los gráficos pasaremos a interpretar y su discusión, para ello se hará uso del programa IBM SPSS STATISTICS 21.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

Nuestro instrumento de recolección de datos fue ante abogados quienes trabajaron en Sunarp, y los usuarios quienes realizaban trámites en registros, para que, a través de la encuesta, mediante el cuestionario, podamos obtener información de nuestra unidad de análisis.

La muestra está conformada por 85 abogados especializados en derecho registral y extrabajadores en Sunarp, a su vez, 86 usuarios de la Sunarp. Para determinar los resultados de la investigación nos apoyaremos del programa IBM: SPSS, de esta manera nos permitirá establecer tablas y gráficos, los cuales a continuación mostramos:

Aspectos generales

Tabla 3

Sexo de los participantes

	Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
MASCULINO	90	52.63	52.63	52.63
FEMENINO	81	47.37	47.37	100,0
Total	171	100,0	100,0	

Interpretación:

Nuestra muestra está basada en 85 abogados y 86 usuarios de la Sunarp, siendo así la unidad de análisis conformada entre 90 de ellos son hombres y 81 son mujeres

.

Tabla 4

Participantes

	Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Abogado especialista en Derecho Registral y ex trabajador de Sunarp	85	49,70	49,70	49,70
Usuario de Sunarp	86	50,29	50,29	100,0
Total	171	100,0	100,0	

Interpretación

La muestra definida quedó insertada en el SPSS STATISTIC, cual nos ayudó a definir que nuestra muestra estará comprendida por 85 abogados especialista en tema de derecho Registral y 86 usuarios la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos.

Tabla 5

Trámites del más solicitado al menos solicitado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Copia literal	43	25,15	25,15
Búsqueda de índice	40	23,39	48,54
Copia simple	34	19,88	68,42
Vigencia de mandatos y poderes	28	16,37	84,79
Vigencia de curador	16	9,36	94,15
Copia certificada de título archivado	10	5,85	100,00
Total	171	100,0	

Interpretación:

Como se puede observar existe una mayor demanda en solicitar los trámites sobre Copia Literal, seguido de la Búsqueda de Índice, teniendo como intermedio la rogación de copia simple de partidas, seguido de vigencia de mandatos y poderes, vigencia de curador, por último, la copia certificada de títulos archivado.

Tabla 6

Pregunta en relación a la figura 1

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	123	71,9	71,9	71,9
NO	49	28,1	28,1	100,0
Total	30	100,0	100,0	

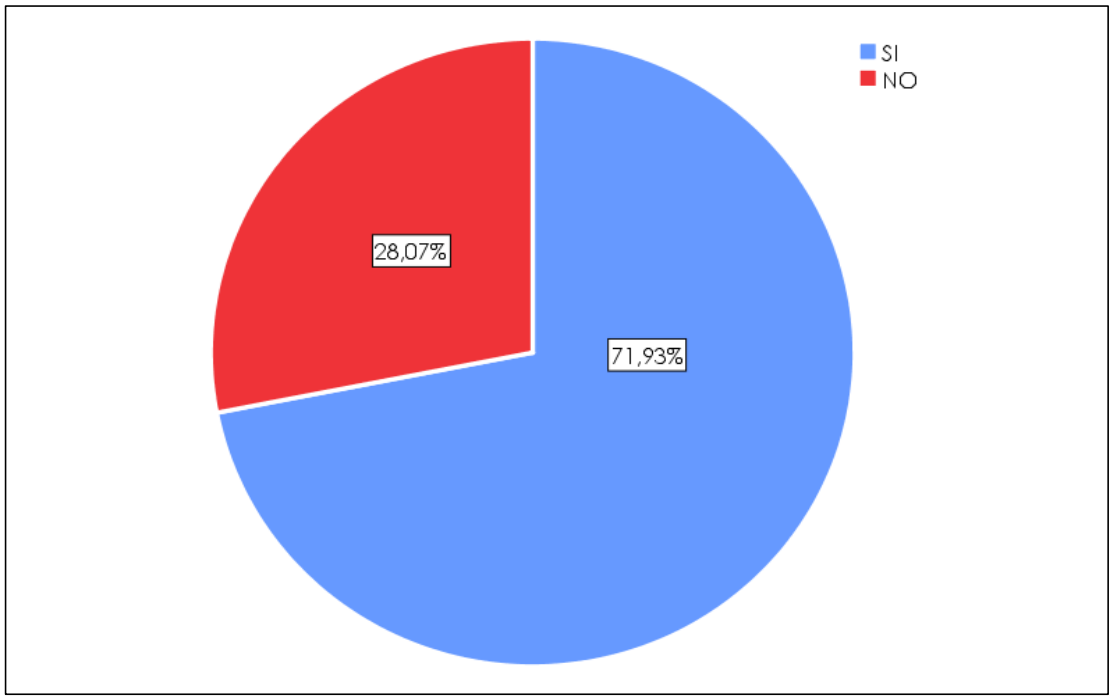

Figura 1. Resultado del porcentaje a la tabla 6.

Interpretación:

Se observa que el 28,07% de la muestra cree que la publicidad material y constitutiva no es relevante para lograr una seguridad jurídica en el registro mientras que el 71,93% sugiere que SI.

Tabla 7
Pregunta en relación a la figura 2

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
NO	171	100,0	100,00	100,0

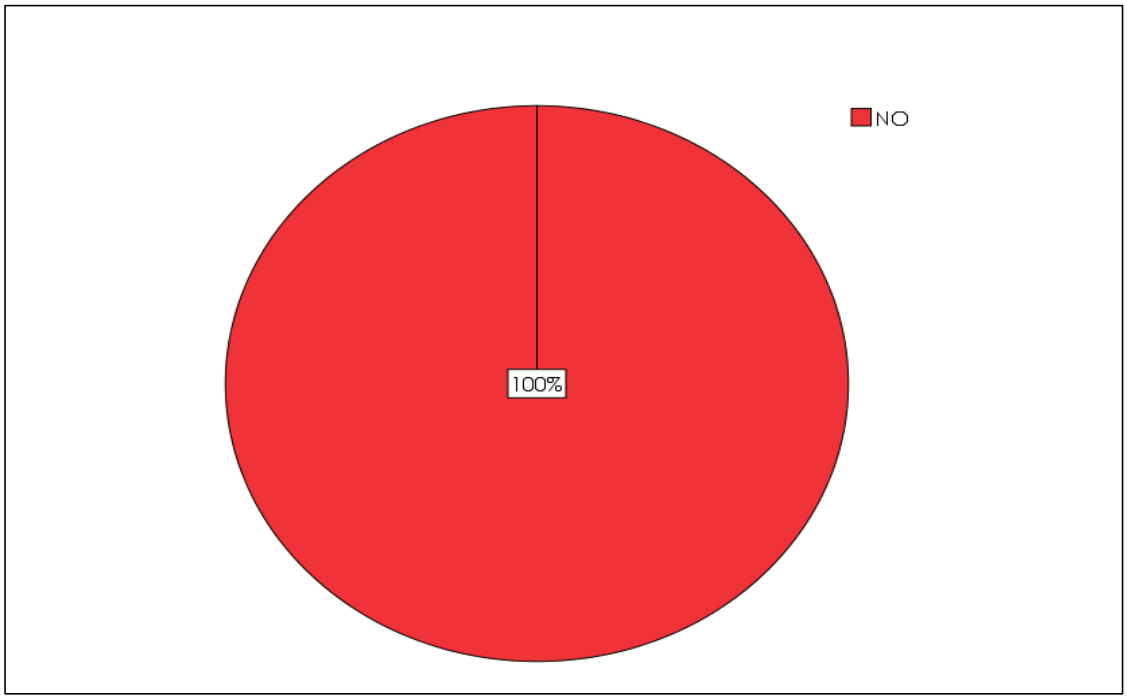

Figura 2. Resultado del porcentaje a la tabla 7.

Interpretación:

El 100% responde NO a la interrogante, de tal manera no todas las personas conocen el contenido de los títulos inscritos.

Tabla 8

Pregunta en relación a la figura 3

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	156	91,2	91,2	91,2
NO	15	8,8	8,8	100,0
Total	171	100,0	100,0	

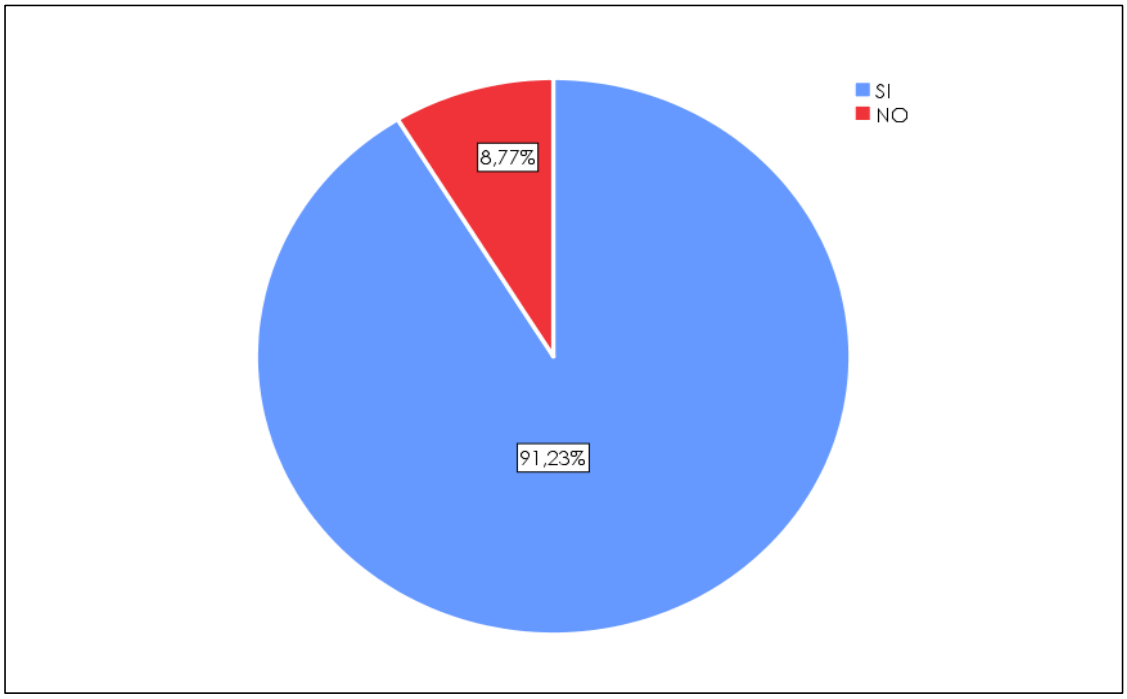

Figura 3. Resultado del porcentaje a la tabla 8.

Interpretación:

Respecto a implementar la seguridad jurídica en los títulos inscrito en el registro de personas naturales el 91,23% respondieron SI y el 8,77% NO.

Tabla 9

Pregunta en relación a la figura 4

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	79	46,2	46,2	46,2
NO	92	53,8	53,8	100,0
Total	171	100,0	100,0	

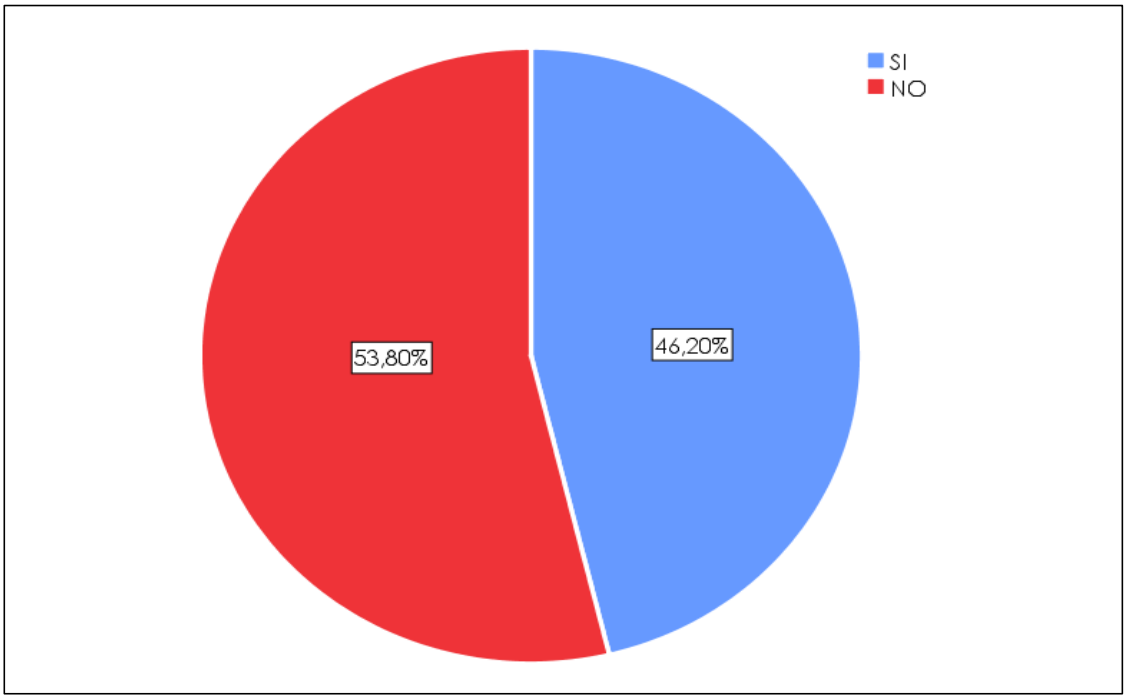

Figura 4. Resultado del porcentaje a la tabla 9.

Interpretación:

El 46,2% de los encuestados respondió SI, siendo que los títulos inscritos NO se conservan de manera adecuada, mientras que el 53,8% NO, cree lo contrario.

Tabla 10

Pregunta en relación a la figura 5

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	146	85,4	85,4	85,4
NO	25	14,6	14,6	100,0
Total	171	100,0	100,0	

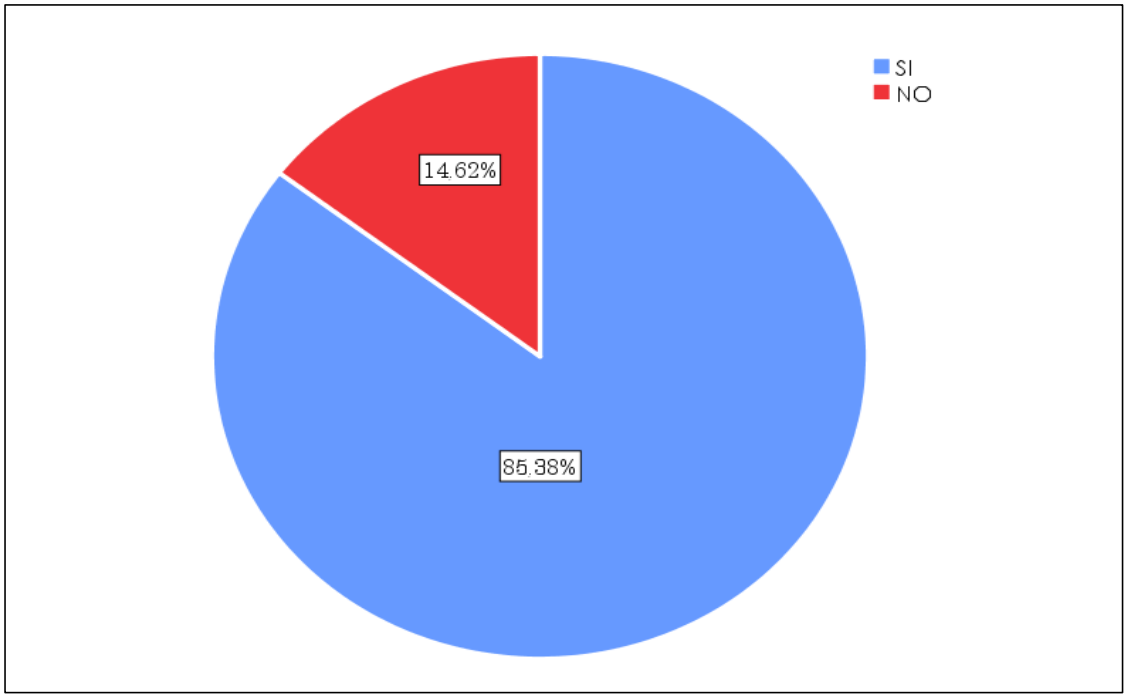

*Figura 5***.** Resultado del porcentaje a la tabla 10.

Interpretación:

El 85,4% de los encuestados contestaron que SI toda solicitud debe ser debidamente fundamentada y el 14,6% NO.

Tabla 11

Pregunta en relación a la figura 6

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	133	77,8	77,8	77,8
NO	38	22,2	22,2	100,0
Total	171	100,0	100,0	

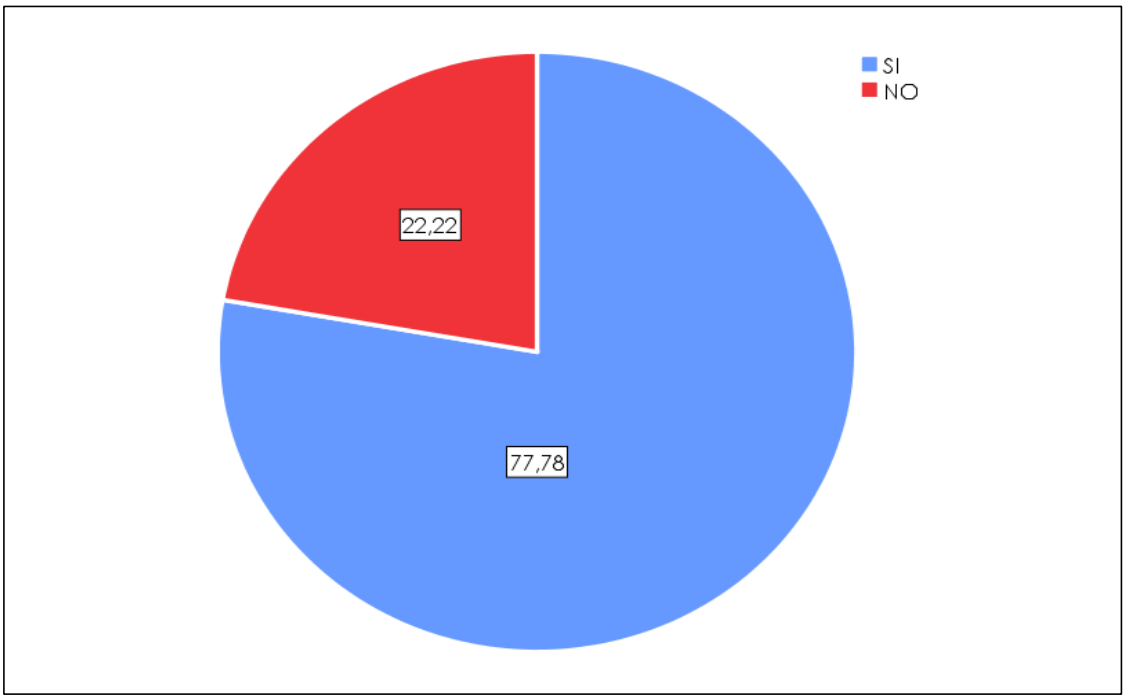

Figura 6. Resultado del porcentaje a la tabla 11.

Interpretación:

Se observa que el 77,8% respondieron SI, la publicidad formal vulnera el derecho a la intimidad y el 22,2% NO.

Tabla 12

Pregunta en relación a la figura 7

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	141	82,5	82,5	82,5
NO	30	17,5	17,5	100,0
Total	171	100,0	100,0	

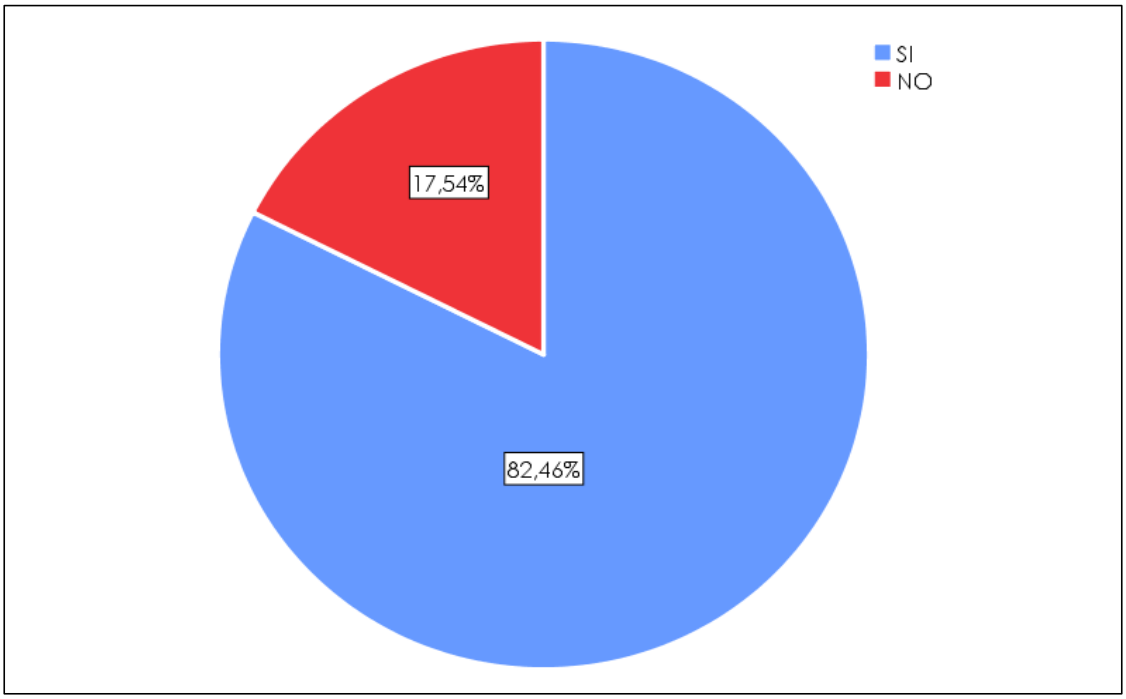

Figura 7. Resultado del porcentaje a la tabla 12.

Interpretación:

El 82,46% de los participantes respondieron que SI, y el 17,54% NO. Por el cual resulta que la protección de los derechos está supeditada a la privacidad de la persona.

Tabla 13

Pregunta en relación a la figura 8

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	26	15,2	15,2	15,2
NO	145	84,8	84,8	100,0
Total	171	100,0	100,0	

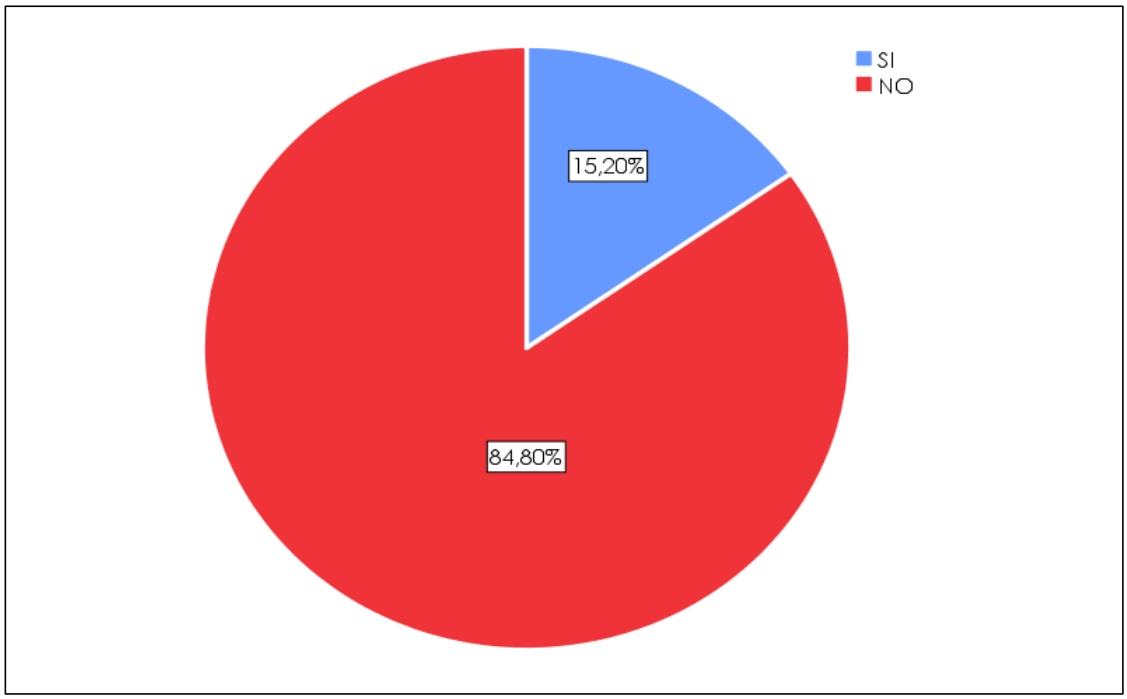

Figura 8. Resultado del porcentaje de la pregunta 08

Interpretación:

El 84,80% de los encuestados contestaron que NO, y el 15,20% SI, esto es, que la mayoría cree que no se respeta la confidencialidad de los títulos presentados.

Tabla 14

Pregunta en relación a la figura 9

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	151	88,3	88,3	88,3
NO	20	11,7	11,7	100,0
Total	171	100,0	100,0	

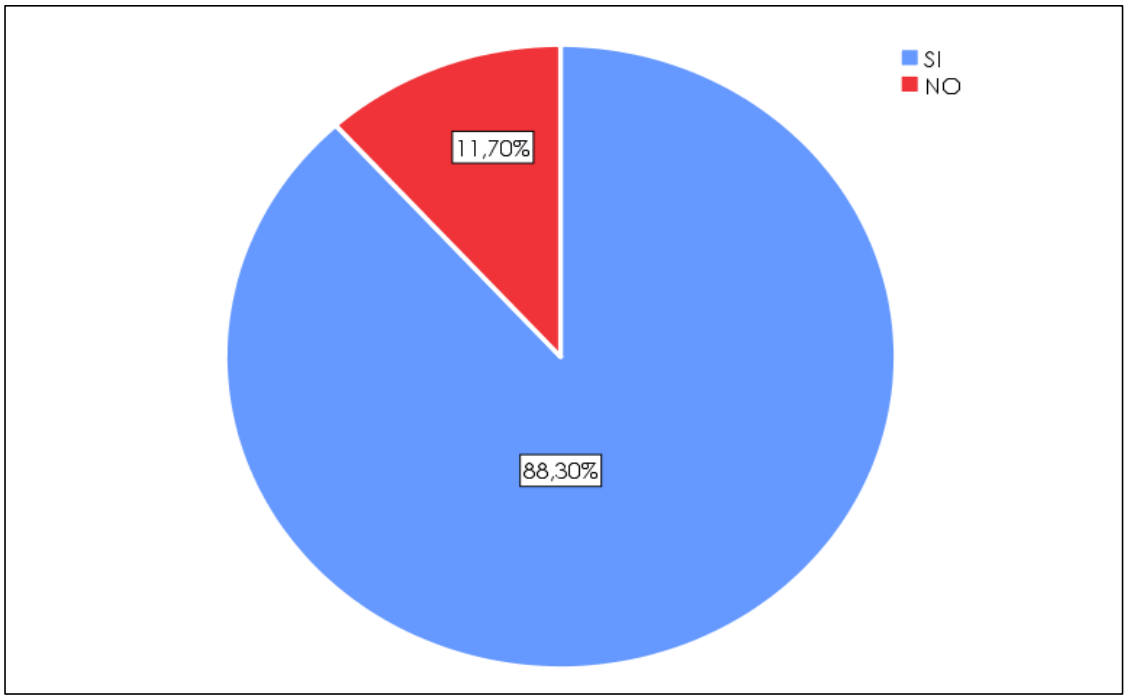

Figura 9. Resultado del porcentaje a la tabla 14.

Interpretación:

Se observa que el 88,3% de los encuestados respondieron SI y el 11,7% NO, siendo ello, que la mayoría cree que el sistema de alerta no brinda la información adecuada.

Tabla 15

Pregunta en relación a la figura 10

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	134	78,4	78,4	78,4
NO	37	21,6	21,6	100,0
Total	171	100,0	100,0	

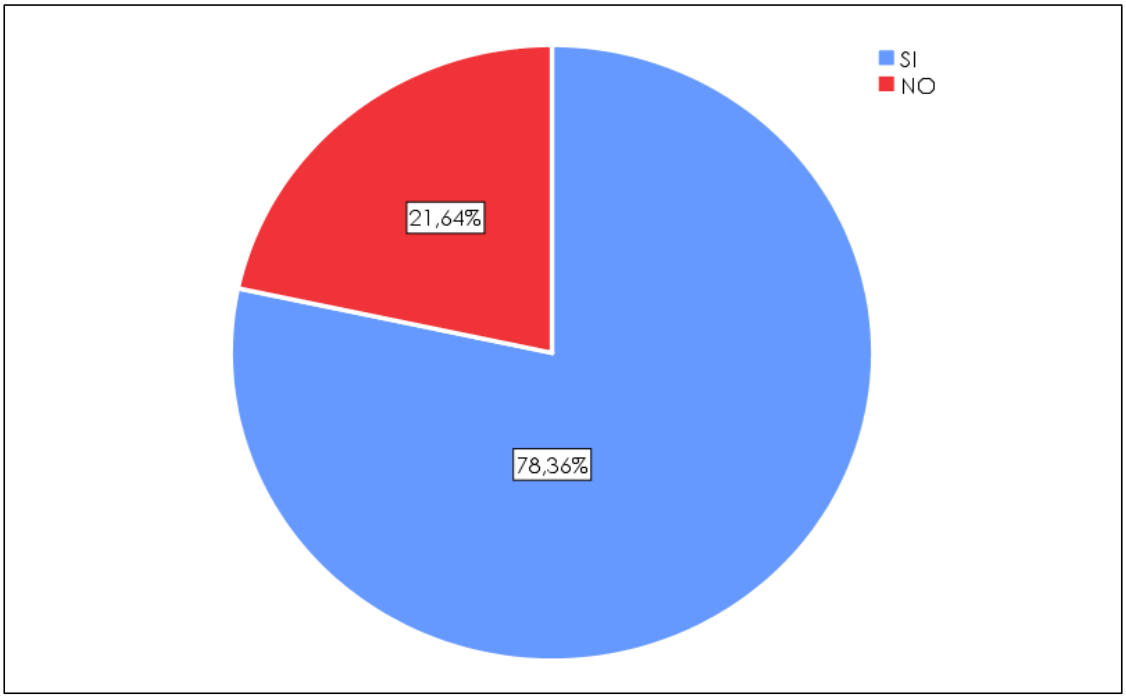

Figura 10. Resultado del porcentaje a la tabla 15.

Interpretación:

El 78,4% de los encuestados respondieron que SI y el 21,6% NO, en tal sentido, un porcentaje mayor cree que el honor de la persona se puede dañar al brindar un servicio de publicidad.

Tabla 16

Pregunta en relación a la figura 11

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	129	75,4	75,4	75,4
NO	41	24,6	24,6	100,0
Total	171	100,0	100,0	

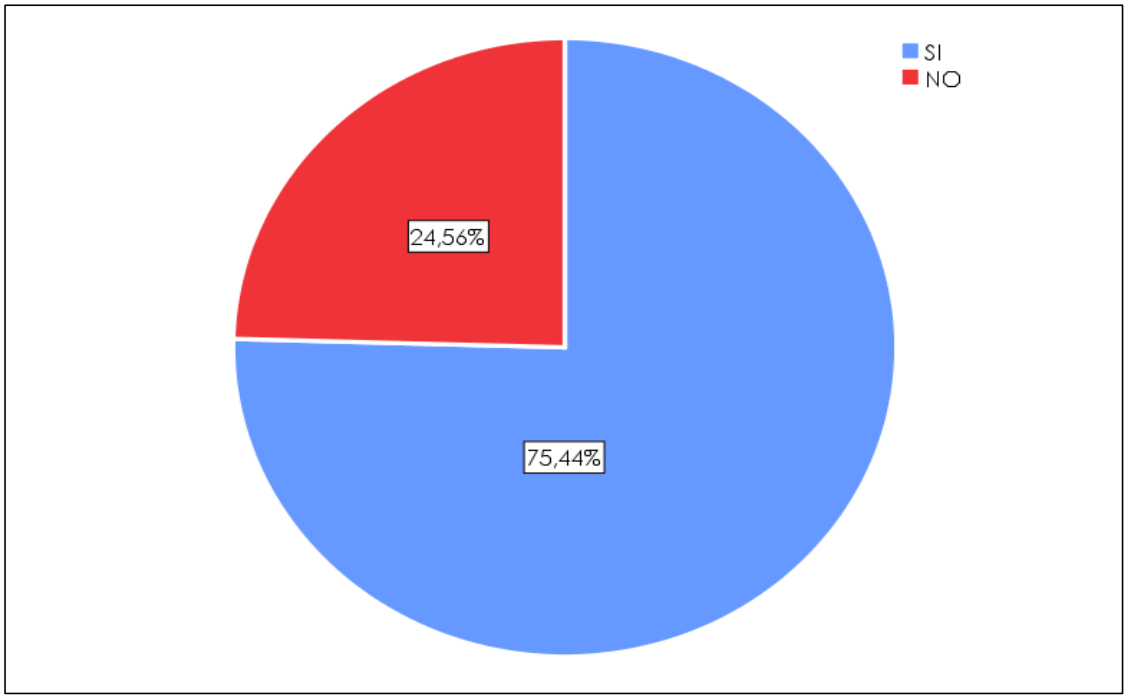

Figura 11. Resultado del porcentaje a la tabla 16

Interpretación:

Se observa que el 75,44% de los encuestados respondieron que SI puede afectar la integridad referido al derecho a la imagen de la persona y el 24,56% NO.

Tabla 17

Pregunta en relación a la figura 12

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia válida	Porcentaje acumulado
SI	125	73,1	73,1	73,1
NO	46	26,9	26,9	100,0
Total	171	100,0	100,0	

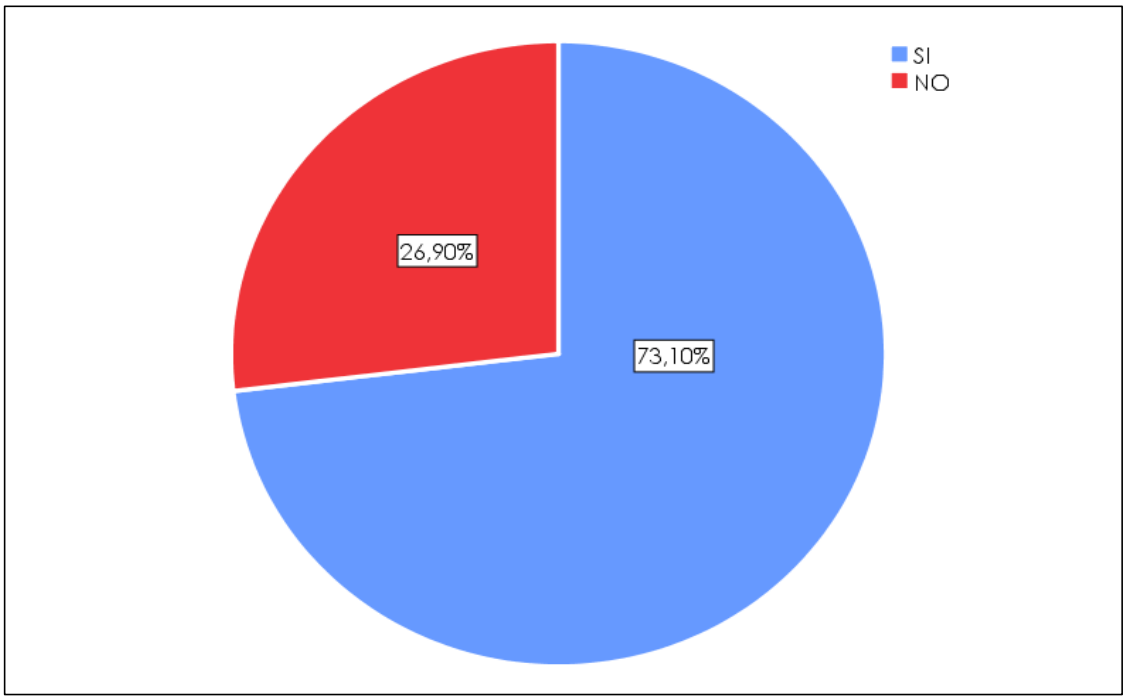

Figura 12. Resultado del porcentaje a la tabla 17.

Interpretación:

Se observa que el 26,90% de los encuestados respondieron que SI y el 73,10% NO. De tal manera que la mayoría refiere que se puede afectar de manera indirecta la dignidad de una persona.

CAPÍTULO V

DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión de resultados

Teniendo como resultado de la utilización del programa SPSS 21, y basándonos en la sumatoria y promedio de los resultados obtenido para su valoración general, mediante la correlación - Spearman se obtiene un resultado afirmativo:

Nuestro instrumento está basado en la escala de dicotómica, el cual podemos apreciarlo de la siguiente manera para la absolución de nuestras hipótesis:

Resultado hipótesis general

Tabla 18

Resultado de hipótesis general

			VAR. 1	VAR. 2
Rho de Spearman	VAR. 1	Coeficiente de correlación	1,000	,575
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	171	171
	VAR. 2	Coeficiente de correlación	,575	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	171	171

Interpretación:

Analizando los datos obtenidos se apreciar que la Sig. (Bilateral) es 0,00 < 0,05, de tal manera que la hipótesis general se aprueba y no se acepta la hipótesis nula; en consecuencia, la publicidad registral genera afectación al derecho a la intimidad, teniendo como base el área de registro de personas naturales.

Por consiguiente, se puede verificar que existe correlación entre las variables, y a su vez, vulneración de la variable independiente a la dependiente.

- Con relación a la H.E.$_1$: Posiblemente existe relación entre publicidad material (VAR1HE1) y la protección de los derechos. (VAR2HE1).

Tabla 19

Resultado de hipótesis específica 1

			VAR1HE1	VAR2HE1
Rho de Spearman	VAR1HE1	Coef. de correlación	1,000	,452
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	171	171
	VAR2HE1	Coef. de correlación	,452	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	171	171

Interpretación:

Analizando la tabla con los resultados se observa que la Sig. (bilateral) es 0.00 < 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis, y se determina que existe correlación entre las dimensiones.

- Continuando analizamos la H.E$_2$: Probablemente existe correlación entre la publicidad formal (VAR1HE2) con el derecho a la imagen (VAR2HE2).

Tabla 20

Resultado de hipótesis específica 2

			VAR1HE2	VAR2HE2
Rho de Spearman	VAR1HE2	Coef. de correlación	1,000	,395
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	171	171
	VAR2HE2	Coef. de correlación	,395	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	171	171

Interpretación:

Basándonos en los resultados estadísticos Sig. (bilateral) es 0.00 < 0.05, se puede interpretar que se acepta la hipótesis, por lo que la publicidad formal afecta el entorno del derecho a la imagen de la persona.

5.2. Conclusiones

PRIMERO: El derecho a la intimidad otorga al titular la facultad de decidir, como, donde y a quien dar información o conocimiento de algún hecho, mientras que la actuación del poder público en este caso el estado peruano tiene la obligación de garantizar la no intromisión de terceros ni que se viole el derecho.

SEGUNDO: El Estado garantiza el derecho a la vida privada "derecho a que lo dejen a uno tranquilo". Ello conlleva a impedir la intromisión no autorizada de los funcionarios públicos o de otros en la vida privada, su derecho a proteger su intimidad, sus comunicaciones, incluso su tiempo libre, es un elemento esencial de la libertad personal.

TERCERO: Cabe precisar que la ley carece de definiciones indicando donde se contempla clara y precisa en qué casos se producirá vulneraciones al derecho a la intimidad.

CUARTO: Asimismo, el uso indiscriminado de la información hace que se vulnere el derecho a la intimidad en los registros de personas naturales, al otorgar información solicitada por terceros ante registros públicos en los casos de divorcio por causales que no son de importancia de la sociedad y mucho menos tiene relevancia en cuanto a derecho a nivel patrimonial tales como en los casos de testamentos.

5.3. Recomendaciones

Las recomendaciones que se plantean son para dar una amplia difusión a fin de que sea de público conocimiento y no una herramienta solo para conocedores.

- Generar sistemas de información adecuados, lo que implica que el ciudadano no se vea afectado con la publicación de sus datos personales referidos a registros de personas naturales, jurídicas, bienes muebles e inmuebles creando estructuras institucionales necesarias para dar el cumplimiento y seguimiento a la base de datos que no pueden ser publicadas y a su vez que no puedan ser solicitadas por personas que no tengan legitimidad activa en el proceso

llamémoslo terceros, esto es, que terceras personas, antes de expedir un documento protegido por el derecho a la intimidad, pueden solicitarlo mediante una declaración jurada debidamente fundamentada, y establecer los caracteres requeridos para su otorgamiento.

- El estado peruano debe estar comprometido en garantizar y proteger el estricto cumplimiento del derecho a la intimidad contemplado como derecho fundamental en nuestra constitución política, esto es, brindar capacitación a sus trabajadores para otorgar un buen servicio y no vulnerar el derecho a la intimidad.

- Establecer una modificación en el Reglamento General de los Registros Públicos en razón a la publicidad registral conjuntamente con el derecho a la intimidad, de tal manera, supervisando a los registradores o certificadores que otorguen una publicidad a una persona distinta al titular del derecho, conllevando a establecer una sanción administrativa civil y penal, para poder garantizar de tal manera la protección de los datos personales que establece el derecho a la intimidad, evitando otorgar información a terceros.

- Implementar en Alerta Registral el grado de transparencia y facilidad de acceso a las condiciones del servicio, de tal manera, que al titular inscrito se encuentre informado de quien ha solicitado un servicio de publicidad respecto a su derecho inscrito, de manera clara de forma que el lenguaje utilizado por la entidad pública sea totalmente entendido para los usuarios, apoyando a estos a conocer cuáles son sus derechos y obligaciones frente al uso del servicio.

REFERENCIAS

Alexy, R. (1993). Teoría de los derechos fundamentales. Madrid, España: Centro de Estudios Constitucionales.

Baltazar, J. (2002). *Sistematización de los procesos de Inscripción y Publicidad Registral* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Besse, J. (1999). El diseño de la investigación como significante: exploraciones sobre el sentido. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, *7*(9), 76-80.

Bolainez, M., López, G. y Mayorga, L. (2013). *Publicidad registral y la función calificadora del registrador a la luz de la nueva ley general de registros públicos de registro 698* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/3083

Boulangger, J. (2017). *La publicidad registral y su afectación al derecho a la intimidad en Chimbote - 2016* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

Cáliz, H. y Gualotuña, A. (2014). *Vulneración del derecho a la intimidad por uso irregular de datos personales en el Ecuador* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/4102

Calderón, A. (2009). Contenido esencial de los derechos humanos. *Revista de la Escuela de Altos Estudios Jurídicos, 6*(10), 123-125.

Calvay, M (2012) La Publicidad Registral y los efectos del Principio de fe Pública Registral. *Revista de investigación Jurídica,* (4*)*, 1-32.

Chanamé, O. (2003). *Hábeas data y el derecho fundamental a la intimidad de la persona* (Tesis doctoral). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1202/Chaname_or.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chico, C. y Ortiz, J. (2010). Los principios hipotecarios de la fe pública y buena fe en la legislación hipotecaria de 1944. *Revista Critica de Derecho Inmobiliario, 13*(8), 95-99.

Delgado, A. (2000). La Publicidad Jurídica Registral en el Perú: Eficacia Material y Principios Registrales. *Revista Peruana de Derecho Registral y Notarial, 10*(7), 56-60.

Del Río, G. (1991). *Manual de protección de datos personales.* Lima, Perú: Imprezperu.

Espinoza, J. (2003). *Los Principios contenido en el Título Preliminar del Código Civil Peruano de 1984. (Análisis doctrinario, legislativo y jurisprudencial).* Lima, Perú: ARA Editores.

Fernández, J (2003). El derecho fundamental a la protección de los datos personales. Obligaciones que derivan para el personal sanitario. *Revista Jurídica, 9*(11), 45-49.

Fuenmayor, F. (2004). *Derecho a la intimidad, informática y Estado de Derecho*. Buenos Aires, Argentina: Editora Iberoamericana.

Garzón, E. (2003). Lo íntimo, lo privado y lo público. *Revista Claves de razón práctica, 5*(12), 145-154.

González, A. (2015). *Privacidad en internet: Los derechos fundamentales de privacidad e intimidad en Internet y su regulación jurídica. La vigilancia masiva* (Tesis doctoral). Recuperado de https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/10092/TESIS%20Gonz%C3%A1le%20PorrasPdf?sequence=1

Gonzales, G. (2012). *Derecho Registral y Notarial. Tomo 1.* Lima, Perú: Juristas Editores.

Gonzales, G. (2015). *Los derechos reales y su inscripción registral.* Lima, Perú: Gaceta jurídica.

Guevara, R. (1996). *Derecho registral. Tomo 1.* Lima, Perú: Edición Fecat.

Guevara, R., Pacora, M. y Amado, E. (2014). *La presunción de conocimiento de la publicidad registral del art. 2012 del Código Civil y la protección del adquiriente de buena fe*. Lima, Perú: Gaceta Jurídica.

Labrin. C. (2017). *Propuesta de modificación del artículo 76° del Reglamento del Servicio de Publicidad Registral para la inclusión de la designación anticipada del curador* (Tesis doctoral). Recuperado de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3003/Labr%c3%adn%20Pimentel%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morales, J. (2007). El Derecho a la Intimidad y La publicidad del registro en el Estado Democrático. *Revista Boliviana de Derecho, 6*(11), 112-115.

Macías, P. (2015). *Derechos a la intimidad de las personas en los actos de registro de datos públicos y la vulneración constitucional al principio de protección* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/201/1/T-UTEQ-0017.pdf

Mansilla, R. (2002). *Protección de la intimidad frente a los avances informáticos (*Tesis de pregrado). Recuperado de http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2002/fjm288p/doc/fjm288p.pdf

Mantaras, C. (2006). *Derecho de las Personas.* Lima, Perú: Editorial Grijley.

Moisset, L. (2004). *La publicidad registral*. Lima, Perú: Palestra Editores.

Nogueira, H. (2003). *Teoría y Dogmática de los Derechos Fundamentales*. México, D.F.: Editorial Legis.

Ojeda, Y. (2017) *La publicidad registral y derechos fundamentales según los registradores públicos del registro de predios de la zona registral N° IX –Sede Lima. Año 2016* (Tesis de maestría). Recuperado de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1238/T_MAESTRIA%20EN%20DERECHO%20NOTARIAL%20Y%20REGISTRAL_43914234_OJEDA_PARAVICINO_YENIFFER%20STEFANI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peña, R. (2014). *Inscripción de primera de dominio de vehículo en los registros públicos de Ayacucho* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, Perú.

Pfeffer, E. (2006). Los derechos a la intimidad o privacidad, a la honra y a la propia imagen. Su protección frente a la libertad de opinión e información. *Revista Red Ius et Praxis*, *14*(8), 85-89.

Rebollo, A. (2005). *El derecho fundamental a la intimidad*. Lima, Perú: Palestra.

Rojas, B. (2015). *Afectación del derecho a la intimidad en la publicidad registral y la propuesta de modificación del artículo 127 del reglamento general de los registros públicos* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3162/ROJAS%20ZURITA%20LUIZA-%20TURNITIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ruiz, E. (1990). *El derecho de acceso de los ciudadanos a la información pública.* Lima, Perú: Gaceta Jurídica.

Salazar, J (2017). El contenido esencial de los derechos constitucionalmente protegidos. *Revista Jurídica, 9*(8), 112-117.

Salinas, G. (2017). *Smart Property: ¿La necesidad de desarrollar e implementar la tecnología blockchain al registro predial peruano?* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5991/Salinas_Machaca_German_Andres.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Santiago, M. (2008). *Estudio sobre Publicidad Registral y Protección de datos de carácter personal en los Registros de Cooperativas*. Medellín, Colombia: Ediciones Jurídicas Ibañez.

Tarrillo, D. (2013). *Publicidad Registral y Derecho a la Intimidad* (Tesis de maestría). Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5003/TARRILLO_MONTEZA_DANIEL_PUBLICIDAD_REGISTRAL..pdf?sequence=1&isAllowed=y

Volpato, S. (2016). *El derecho a la intimidad y las nuevas tecnologías de la información* (Tesis doctoral). *R*ecuperado de: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/52298/EL%20DERECHO%20A%20LA%20INTIMIDAD%20Y%20LAS%20NUEVAS%20TECNOLOGI%CC%81AS%20DE%20INFOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Tabla 21
Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología	Población
¿Cuáles son las posiciones de la doctrina nacional peruana sobre la publicidad registral y su afectación al derecho a la intimidad?	Analizar las posiciones de la doctrina nacional peruana referente a la publicidad registral y su afectación al derecho a la intimidad	La publicidad registral afecta el derecho a la intimidad.	Variable independiente: La Publicidad Registral	El tipo de investigación empleada en esta tesis será descriptivo. Se busca determinar la relación entre nuestras variables, observar y reportar una incidencia, vemos reflejado en ello nuestra situación pues no conocemos con certeza la relación de nuestras variables y su participación en la problemática social, materia de esta tesis. (Baptista et al., 2014) El diseño investigación es no experimental, ya que en este trabajo no participaremos de forma activa con la muestra, sino todo lo contrario (Costa, Driessnack & Sousa, 2007). No vamos a someter a cambios “random”, es decir aleatorios, para conseguir un resultado, para esta situación somos espectadores de la problemática. Es transversal o transaccional, porque nuestro trabajo se enfoca principalmente a un espacio temporal fijo, siendo exactos el año 2018.	La población para analizar son 100 abogados especialistas en Derecho Registral y 200 usuarios de la Sunarp. La muestra se conforma por 171 abogados especializados en derecho Registral y usuarios de la Sunarp
Problemas específicos	**Objetivos específicos**	**Hipótesis específicas**			
¿Cómo se relaciona la publicidad material frente a la protección de los derechos?	Interpretar como se relaciona la publicidad material frente a la protección de los derechos	Existe relación entre la publicidad material y la protección de los derechos.			
¿De qué forma la publicidad formal afecta el derecho a la imagen?	Estudiar si la publicidad formal afecta el derecho a la imagen.	La publicidad formal afecta el derecho a la imagen.	Variable dependiente: Derecho a la Intimidad.		

DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

CUESTIONARIO SOBRE EL "LA PUBLICIDAD REGISTRAL Y SU AFECTACIÓN AL DERECHO A LA INTIMIDAD EN EL REGISTRO DE PERSONAS NATURALES DE LA ZONA REGISTRAL DE LIMA"

Agradecemos su cooperación para responder este breve cuestionario, cual tiene como propósito obtener datos que nos permitan analizar las doctrinas nacionales sobre La publicidad registral y su afectación al derecho a la intimidad en el registro de personas naturales de la zona registral de Lima.

EL PRESENTE INSTRUMENTO ES TOTALMENTE ANÓNIMO.

I. ASPECTO GENERAL

1. sexo

( ) Masculino ( ) Femenino

2. Cargo Actual:

( ) Abogado especialista en Derecho Registral e trabajador de Sunarp

( ) Usuario de Sunarp (Persona Natural)

3. Ordene cuáles son los trámites más solicitados a los menos solicitados del 1 al 6, teniendo en cuenta que el número 1 es el menos solicitado y 6 el más solicitado.

( ) Copia Literal ( ) Búsqueda de índice

( ) Copia simple ( ) Vigencia de curador

( ) Copia Certificada de Título archivado ( ) Vigencia de Mandatos y poderes

II. PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

PUBLICIDAD REGISTRAL

	Ítems	SI	NO
1.	¿Cree usted que la publicidad material y la constitutiva son relevantes para lograr una seguridad jurídica en el registro?		
2.	¿Cree usted que las personas conocen acerca del contenido de los títulos inscritos en Sunarp?		
3.	¿Cree usted que existe seguridad jurídica en los títulos inscritos en el registro de personas naturales?		
4.	¿Cree usted que Los títulos presentados a registros se conservan de manera adecuada?		
5.	¿Cree usted que toda solicitud para acceso a la información al registro de personas naturales debe ser debidamente fundamentada?		
6.	¿Considera usted que la intimidad de las personas es vulnerada por la publicidad formal?		

DERECHO A LA INTIMIDAD

Ítems		SI	NO
7.	¿Cree usted que la protección de los derechos está supeditada a la privacidad de la persona?		
8.	¿Cree usted que Sunarp respeta la confidencialidad de los títulos presentados?		
9.	¿Cree usted que el sistema de Alerta implementado en Registros no informa de adecuadamente a los intervinientes, de quienes han solicitado sus títulos registrales personales?		
10.	¿Cree usted que el honor de una persona se puede dañar al brindar un servicio de publicidad de registro de personas naturales?		
11.	¡Cree usted que la Sunarp puede afectar la integridad referido al derecho a la imagen de una persona?		
12.	¿Cree usted que la Sunarp puede afectar de manera indirecta la dignidad de una persona?		