

Reflexión

El control notarial y la publicidad registral

**Enrique Rojas Martínez
del Mármol (*)**

La jurisdicción voluntaria en España se asienta sobre dos pilares fundamentales: el control notarial en el momento del otorgamiento del documento público, y la publicidad registral, de las sociedades en el registro mercantil, y de las titularidades y derechos reales sobre bienes inmuebles en él de la propiedad. Si faltara alguno de esos pilares, la seguridad jurídica se vería seriamente resentida. Ni los registradores pueden pretender realizar un control de la capacidad y de la voluntad de unos otorgantes que no ven, ni los notarios dar una publicidad a titularidades y derechos, que no solo tienen un ori-

El sistema de seguridad jurídica preventiva actual funciona, es eficaz y su coste, inferior al sistema anglosajón.

gen notarial, sino también judicial y administrativo. A raíz del proyecto de reforma integral de los registros, se han acentuado las luchas fratricidas entre notarios y registradores, donde más que exponer las bondades del trabajo propio, se ha intentado menospreciar la función del otro cuerpo, cuando eso supone a la larga tirarse piedras sobre el propio tejado. Recuerda

a dos naufragos, que para no ahogarse, uno ahoga al otro, y al final el que queda, acaba ahogándose por no tener la ayuda del otro.

El sistema de seguridad jurídica preventiva actual funciona, es eficaz y su coste, inferior al sistema anglosajón, es proporcionado al trabajo realizado y a la seguridad obtenida. Con la actividad conjunta de notarios y registradores, se controla la legalidad del contrato, con la información registral previa, se garantiza el conocimiento de las cargas existentes, y con la presentación telemática de la escritura en el registro de la propiedad se cierra durante dos meses el acceso de cualquier acto o contrato que pueda perjudicar al adquirente. Por tanto las dos funciones deben mantenerse, ya sea en un

corpo único, donde haya miembros que actúen como notarios y otros como registradores, o creando la figura del notario-registrador; o manteniendo los dos cuerpos independientes.

Sería deseable que en lugar de luchar entre nosotros, aunaríramos nuestras fuerzas, conocimientos y experiencia para seguir avanzando en la esencia de nuestra función, que es la de garantizar la seguridad jurídica en los actos y contratos que autorizamos, velando por el interés de ambos otorgantes, compatibilizándola con una mayoriedad, que ya está proporcionando los medios telemáticos y que se ha puesto de manifiesto sobre todo en la constitución de sociedades

(*) Notario de Las Palmas de Gran Canaria

El callejón del gato

De la República y otras cosas

**Juan J. Benítez
de Lugo Massieu**

Para inventar no hay nada como un español. El problema es que a veces no sólo resulta caro sino que llegas a la conclusión de que los experimentos "con gaseosa".

En la primera república, Pi y Margall quiso convertir a España en una república federal, ¿y qué creen que ocurrió? Pues que se declararon independientes Cata-

luña, Málaga, Cádiz, Sevilla, Granada, Valencia, Castellón, Cartagena y alguna más; pero ahí no quedó la cosa, la república de Granada le declaró la guerra a Jaén y en Cartagena el caudillo Antonieta Gálvez se apoderó de la flota y bombardeó Alicante ¡toma ya! La república no trajo sino calamidades y quizá esa fue la piedra de toque del principio del fin de un sistema que en sí mismo sólo tiene parabienes.

El médico y humanista Gregorio Marañón ayudó al advenimiento de la república, huyó de

Madrid aterrado ante las matanzas y Pío Baroja escribió: "la gente de la república forma un equipo de aficionados" o que Ortega y Gasset se exilió, no sin antes decir "la violencia, la arbitrariedad partidista y el radicalismo son corrientes".

Perlas cultivadas como "la transformación total del país no se puede hacer echando papeletas en las urnas", "combatiremos sus ideas dentro y fuera de la legalidad, e incluso justificaremos el atentado personal".

Como habrán observado me

he cuidado muy mucho en no identificar ningún bando, pero convendrán conmigo que no fue nada edificante.

Estos días estamos conmemorando el 175 aniversario del nacimiento del insigne canario Nicolás Estébanez, por cierto, coetáneo y buen amigo de mi antepasado el Marqués de la Florida, ambos diputados en la primera república por el archipiélago canario y que a diferencia de la segunda no solo mantuvieron el himno real y la bandera de España, sino que tuvieron la cordura de no identificar a la república con un movimiento de izquierdas al contrario que hicieron en la del treinta y tres.

¿Es que no se puede ser de ideología de derechas y al mismo tiempo republicano? Una de las ventajas de nuestros vecinos franceses fue el haber tenido una revolución que acabó con una serie de prejuicios sobre el concepto de república.

Faco favor le están haciendo algunos estos días al movimiento republicano sacando a pasear la bandera tricolor bajo cantos sanguinarios y revolucionarios de

Carlos

**EL PASADO 18
DE ABRIL CUMPLIÓ
75 AÑOS EL MÍTICO
SUPERHÉROE**

*...Y QUÉ TAL
ANDA EL AMIGO
...
WELL,
THERE MORE
...
...*

Entre bastidores

El usuario es el producto



**Xavier
Domenech**

Un amigo me reenviaba el comentario de un amigo suyo sobre el valor futuro de tres grandes empresas de nuevas tecnologías: Apple, Google y Facebook. El amigo de mi amigo propone la siguiente reflexión: mientras que Apple y Google tienen activos palpables, Facebook solo tiene usuarios que le podrían dejar plantado si un día intentara cobrarles. Una empresa necesita tener algo que vender. En cambio, ¿qué tiene Facebook? La pregunta, naturalmente, sería extensible a Twitter y a otras plataformas de red social.

Pero lo cierto es que Facebook, Twitter y similares tienen algo que vender: nos tienen a nosotros, a los usuarios. A los cientos de millones de personas que se conectan varias veces al día. Hay que tenerlo claro: los usuarios no somos clientes, sino producto. Los verdaderos clientes son los anunciantes, los vendedores de bienes de consumo y de servicios, pero también cualquiera dispuesto a pagar por unos instantes de nuestra atención. Podrían ser políticos y gobiernos deseosos de influir en nuestras conductas, o incluso oscuras instituciones interesadas en lavarnos el cerebro con propaganda subliminal. Vale, suena a película barata, pero técnicamente es posible. Nunca tanta gente miró a la vez al mismo sitio con todas las defensas mentales desactivadas. El negocio es genial: el producto a vender se fabrica a sí mismo. No cuesta un duro. Somos los usuarios quienes elaboramos los contenidos que luego nos enganchan.

La tele gasta verdaderas fortunas en la producción y compra de programas; el último medio punto porcentual, el que convierte a una cadena en líder de audiencia, puede costar tanto como todo el resto