



INSTRUCCIÓN de 27 de enero de 1999, de la Dirección General de los Registros y del Notariado, sobre el apartado quinto, número 1 de la Instrucción de 17 de febrero de 1998 en el ámbito de los Registros Mercantiles.

Fecha: 1999-01-27 12:00:00

Fecha de Publicacion en el BOE: 1999-02-11 12:00:00

Marginal: 130278

TEXTO COMPLETO :

INSTRUCCIÓN de 27 de enero de 1999, de la Dirección General de los Registros y del Notariado, sobre el apartado quinto, número 1 de la Instrucción de 17 de febrero de 1998 en el ámbito de los Registros Mercantiles. Introducción

El Ministerio de Justicia, dentro de la reforma del Derecho privado, ha promovido y aprobado las normas necesarias para que los Registradores incorporen la nueva tecnología de las comunicaciones como instrumento útil y eficaz en orden a la atención y expedición de la publicidad formal, reduciendo costes y dando celeridad al tráfico jurídico-económico, sin menoscabo de la veracidad de la información, requisito «sine qua non» de su propia existencia y función.

En este proceso temporal, para facilitar el acceso a la información, en el ámbito de la publicidad mercantil, se han conjugado las distintas normas concurrentes sobre seguridad jurídica, protección de los consumidores y protección de datos de carácter personal, a través del artículo 12 del nuevo Reglamento del Registro Mercantil (R.R.M.), de 19 de julio de 1996, la Instrucción de 29 de octubre de 1996 y la Orden de 10 de junio de 1997, de acuerdo con los criterios judiciales de interpretación (STS de 16 de junio de 1990, Sala 3.^a, Sección 5.^a, fundamento de derecho cuarto, y STSJ de Madrid de 12 de marzo de 1997, Sala de lo Contencioso, fundamento de derecho quinto).

Por otro lado, la noción de publicidad en masa, trasunto mismo de la informatización y de las comunicaciones, se recogía por primera vez en el artículo 12.3 del RRM, y planteado el problema práctico de su aplicación por un organismo público, se abordó su tratamiento en el artículo 5 de la Instrucción de 17 de febrero de 1998 y en la Resolución de 22 de abril del mismo año, en su doble aspecto, positivo (acceso a la petición, artículo 5.2) y negativo (límites, artículo 5.1), en tanto las reformas legislativas y reglamentarias promovidas se llevaban a cabo.

Así, propuesta, directamente, en la reforma del RRM, la comercialización de datos y la formación de archivos informatizados (bases de datos), la Agencia estatal en base al artículo 4.1 y 4.2 de la LORTAD, informó: «El vigente artículo 12.3 del Reglamento del Registro Mercantil deja a la responsabilidad del Registrador Mercantil la atención a consultas en masa o a la publicidad en general de datos personales. Este principio se fundamenta en la legislación en materia de datos de carácter personal, principalmente el artículo 4.1 de la LORTAD que establece que sólo se podrán recoger datos de carácter personal para el tratamiento automatizado cuando los datos sean adecuados, pertinentes y no excesivos conforme a las finalidades para las que se hayan obtenido, y el artículo 4.2 que previene que los datos no podrán usarse para finalidades distintas de aquéllas para las que hubieran sido recogidos. En consecuencia, si la finalidad de los datos que se custodian y exteriorizan en el Registro Mercantil es la de otorgar seguridad en el comercio, no pueden servir estos datos para finalidades distintas de aquéllas (...). Por ello, un reconocimiento abierto de la posibilidad de incorporar la información para su comercialización serviría de excusa para que dichas empresas se opusieran a los controles que tratan de llevarse a cabo desde la Agencia de Protección de Datos (...). Por todo ello concluye se consideraría más oportuno que no se realizara regulación alguna respecto del régimen de privacidad en atención a la publicidad del Registro Mercantil, salvo la ya regulada en el artículo 12.3 del



Reglamento del Registro Mercantil.»

En consecuencia, este Centro Directivo, una vez regulados los medios técnicos para facilitar la información (por la disposición adicional, apartado 1. o del Real Decreto 1867/1998, de 4 de septiembre), a la vista del Informe de la Agencia de Protección de Datos sobre la suficiencia del artículo 12.3 del RRM para tratar la primera cuestión, ha acordado:

Ordenar que los Registradores Mercantiles, en cuanto a las solicitudes de publicidad en masa, se ajusten, únicamente, en el ejercicio profesional de su función pública, a lo previsto en el artículo 12, apartados 3 a 8, del Reglamento del Registro Mercantil, para atender a la exigencia concurrente de protección de la seguridad del tráfico jurídico, protección de los consumidores y protección de datos de carácter personal.

Madrid, 27 de enero de 1999.-El Director general, Luis María Cabello de los Cobos y Mancha.

Señores Registradores Mercantiles de España.