

ACLARACION DE LA SENTENCIA - Su objeto no comprende resolver las dudas de las partes si no la redacción ininteligible del juzgador / TERCER TIEMPO - Marca no es semejante al signo TIEMPO al estar precedida de objetivo y artículo determinado

El artículo 309 del C. de P. C. prevé que dentro del término de ejecutoria de la sentencia que se dicte, pueden aclararse de oficio o a petición de parte los conceptos o frases que presenten verdaderas razones de duda, cuando estén en la parte resolutive del fallo o influyan en el. Adicionalmente a lo anterior, como lo ha sostenido la jurisprudencia de esta Corporación y de la Corte Suprema de Justicia, excepcionalmente, cuando la sentencia carece de claridad, surge como correctivo jurídico el de la aclaración; sin embargo, los conceptos o frases que le abren paso a dicho correctivo no son los que surjan de las dudas que las partes aleguen acerca de la oportunidad, veracidad o legalidad de las afirmaciones del sentenciador; sino aquellos provenientes de redacción ininteligibles, o del alcance de un concepto o de una frase en concordancia con la parte resolutive del fallo, o que tomadas en conjunto con la sentencia, puedan interpretarse en sentidos diversos, cuestión que no se da en el caso. En efecto, la sentencia, cuya aclaración se pide, fue palmaria en señalar en la parte resolutive que no accedía a las pretensiones de la demanda por tratarse de marcas denominativas, que solamente tienen la expresión de uso común TIEMPO, pero precedida de un adjetivo y artículo determinado; porque ortográfica, fonética y conceptualmente no tienen la semejanza suficiente como para inducir a error al público consumidor y porque la notoriedad alegada no resultaba idónea para negar el registro de la marca TERCER TIEMPO, por ser la citada palabra, el elemento común entre las marcas en controversia, el cual es débil. No pueden existir conceptos más claros, por ello mal puede accederse a la petición solicitada, ya que, se repite, no es la inconformidad de las partes con el fallo lo que da lugar a la aclaración, sino la redacción ininteligible que impida desentrañar el sentido de la decisión o que de lugar a interpretaciones diferentes sobre sus alcances. Lo anterior se hace más evidente, comoquiera que el mandatario judicial de la demandante lo que en últimas pretende es que se modifique la sentencia proferida por esta Sala, lo cual resulta imposible de conformidad con el artículo 309 del C. de P. C., pues los fallos no pueden ser revocables ni reformables por el juez que los dictó.

CONSEJO DE ESTADO

SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO

SECCION PRIMERA

Consejera ponente: MARTHA SOFIA SANZ TOBON

Bogotá, D.C., veintiséis (26) de abril de dos mil siete (2007)

Radicación numero: 11001-03-24-000-2000-06157-01

Actor: CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.

Demandado: SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Referencia: SOLICITUD ACLARACION DE SENTENCIA

Procede la Sala a pronunciarse sobre la solicitud presentada por el mandatario judicial de la sociedad demandante que aparece a folios 374 a 379, para que se aclare la sentencia proferida el 9 de marzo de 2006 por esta Sección, dentro del proceso de la referencia, así:

- Que si la marca EL TIEMPO es notoria en relación con los productos y servicios para los cuales se encuentra registrada, por qué razón esta Corporación no lo declaró así en el fallo respectivo.

- Que la anterior precisión se debe hacer extensiva, para todos los productos y servicios de cualquier clase y naturaleza.

- Cuáles son las razones de fondo para haber considerado el signo EL TIEMPO como débil, ya que “TIEMPO es una marca de carácter ARBITRARIO para distinguir tanto los productos de la clase 16 como servicios de la clase 38 Int.”, lo que significa que carece de relación de género y/o descriptibilidad con los productos y servicios distinguidos en las clases aludidas.

- Que se debe aclarar por qué motivo se precisó que la expresión tercer tiempo utilizada como signo concedido, constituía una marca de fantasía, pues ello en principio, contraría la doctrina y jurisprudencia nacional e internacional que establecieron lo que se entiende por marcas arbitrarias, de fantasía y evocativas.

CONSIDERACIONES DE LA SALA

Para dilucidar lo anterior, es menester hacer el siguiente recuento:

La sociedad CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A., en ejercicio de la acción consagrada en el artículo 85 del C.C.A. solicitó a esta Corporación, la declaración de nulidad de la resolución N° 24988 del 26 de noviembre de 1999, expedida por el Superintendente Delegado de Propiedad Industrial de la SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, por medio de la cual se revocó la resolución N° 12567, se declaró infundada la observación presentada por la citada sociedad y se concedió el registro de la marca TERCER TIEMPO a favor de CARACOL TELEVISIÓN S.A.

La Sección Primera del Consejo de Estado por sentencia del 9 de marzo de 2006, denegó las súplicas de la demanda presentada. (Fls. 355 a 371).

El artículo 309 del C. de P. C. prevé que dentro del término de ejecutoria de la sentencia que se dicte, pueden aclararse de oficio o a petición de parte los conceptos o frases que presenten verdaderas razones de duda, cuando estén en la parte resolutive del fallo o influyan en el.

Adicionalmente a lo anterior, como lo ha sostenido la jurisprudencia de esta Corporación y de la Corte Suprema de Justicia, excepcionalmente, cuando la sentencia carece de claridad, surge como correctivo jurídico el de la aclaración; sin embargo, los conceptos o frases que le abren paso a dicho correctivo no son los que surjan de las dudas que las partes aleguen acerca de la oportunidad, veracidad o legalidad de las afirmaciones del sentenciador; sino aquellos provenientes de redacción ininteligibles, o del alcance de un concepto o de una frase en concordancia con la parte resolutive del fallo, o que tomadas en conjunto con la sentencia, puedan interpretarse en sentidos diversos, cuestión que no se da en el caso.

En efecto, la sentencia, cuya aclaración se pide, fue palmaria en señalar en la parte resolutive que no accedía a las pretensiones de la demanda por tratarse de marcas denominativas, que solamente tienen la expresión de uso común TIEMPO, pero precedida de un adjetivo y artículo determinado; porque ortográfica, fonética y conceptualmente no tienen la semejanza suficiente como para inducir a error al público consumidor y porque la notoriedad alegada no resultaba idónea para negar el registro de la marca TERCER TIEMPO, por ser la citada palabra, el elemento común entre las marcas en controversia, el cual es débil. No pueden existir conceptos

más claros, por ello mal puede accederse a la petición solicitada, ya que, se repite, no es la inconformidad de las partes con el fallo lo que da lugar a la aclaración, sino la redacción ininteligible que impida desentrañar el sentido de la decisión o que de lugar a interpretaciones diferentes sobre sus alcances.

Lo anterior se hace más evidente, comoquiera que el mandatario judicial de la demandante lo que en últimas pretende es que se modifique la sentencia proferida por esta Sala, lo cual resulta imposible de conformidad con el artículo 309 del C. de P. C., pues los fallos no pueden ser revocables ni reformables por el juez que los dictó.

En este orden de ideas se negará la solicitud de aclaración de la sentencia presentada por el apoderado judicial de la sociedad CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.

En mérito de lo expuesto se,

R E S U E L V E :

NIÉGASE la solicitud de aclaración de la sentencia proferida por la Sección Primera del Consejo de Estado el 9 de marzo de 2006, de conformidad con lo expuesto en la parte motiva del presente proveído.

Se deja constancia de que la anterior providencia fue discutida y aprobada por la Sala en su sesión de la fecha precitada.

CÓPIESE, NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.

MARTHA SOFIA SANZ TOBON

CAMILO ARCINIEGAS ANDRADE

Presidenta

GABRIEL E. MENDOZA MARTELO

RAFAEL E. OSTAU DE LAFONT PIANETA



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Normograma de la Administradora Colombiana de Pensiones - Colpensiones

ISSN 2256-1633

Última actualización: 31 de agosto de 2019

