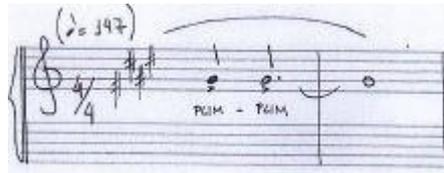




## **Segundo o Tribunal Geral da União Europeia, uma campanha de alarme ou de telefone *standard* não pode ser registada como marca da União devido à sua banalidade**

Em 2014, a sociedade brasileira Globo Comunicação e Participações pediu ao EUIPO (Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia, anteriormente IHMI) o registo do seguinte sinal sonoro para, designadamente, suportes de difusão de informação por via eletrónica, oral e televisual (por exemplo, aplicações para tabletes e telefones inteligentes).



O sinal destinava-se essencialmente a ser utilizado como campanha de alarme ou de telefone.

O EUIPO recusou o registo desse sinal como marca da União devido à sua falta de carácter distintivo. Em particular, o EUIPO salienta que a marca solicitada se apresenta como uma campanha banal e comum que, em geral, passa despercebida e não é memorizada pelo consumidor.

A sociedade Globo Comunicação e Participações recorreu para o Tribunal Geral da União Europeia a fim de obter a anulação dessa decisão.

No seu acórdão hoje proferido, **o Tribunal confirma a decisão do EUIPO** e nega provimento ao recurso da Globo Comunicação e Participações.

O Tribunal recorda, em primeiro lugar, que **os sons podem constituir uma marca**, desde que possam ser objeto de uma representação gráfica, como acontece neste caso, dado que a marca solicitada é representada sob a forma de notas musicais numa pauta, acompanhada de uma clave, de silêncios e de alterações.

Além disso, o Tribunal considera que o público em geral só perceberá a marca solicitada como uma simples funcionalidade dos produtos e serviços visados e não como uma indicação da sua origem comercial. Com efeito, trata-se de uma **campanha «standard»** de que é dotado qualquer aparelho eletrónico equipado com um temporizador ou qualquer aparelho de telefonia, de modo que **o público será incapaz**, sem conhecimento prévio, **de identificar essa campanha como indicando que os produtos e serviços são provenientes da sociedade Globo Comunicação e Participações**. Porque a marca solicitada se resume a uma campanha de alarme ou de telefone que não tem nenhuma característica intrínseca distinta da repetição da nota que a compõe (duas notas de sol suspenso) e que não permite distinguir nada mais do que essa campanha de alarme ou de telefone, o Tribunal conclui que, **passará, em geral, despercebida e não será memorizada pelo consumidor**.

Quanto aos serviços de difusão de programas de televisão e aos serviços prestados sob a forma de programa televisão, o Tribunal opera o mesmo raciocínio e precisa que a marca sonora, devido à sua banalidade, será mais percebida pelo público como o início ou o final de um programa de televisão.

Uma vez que a marca solicitada é desprovida de caráter distintivo, o Tribunal Geral conclui que **o EUIPO não errou ao recusar o seu registo.**

---

**NOTA:** Da decisão do Tribunal Geral pode ser interposto recurso, limitado às questões de direito, para o Tribunal de Justiça, no prazo de dois meses a contar da sua notificação.

**NOTA:** O recurso de anulação destina-se a obter a anulação dos atos das instituições da União contrários ao direito da União. Os Estados-Membros, as instituições e os particulares podem, sob certas condições, interpor no Tribunal de Justiça ou no Tribunal Geral um recurso de anulação. Se o recurso for julgado procedente, o ato é anulado. A instituição em causa deve providenciar no sentido de colmatar o eventual vazio jurídico criado pela anulação do ato.

**NOTA:** A marca da União é válida em todo o território da União Europeia e coexiste com as marcas nacionais. Os pedidos de registo de uma marca da União são dirigidos ao EUIPO. Pode ser interposto recurso das decisões do EUIPO para o Tribunal Geral.

---

*Documento não oficial, para uso exclusivo dos órgãos de informação, que não envolve a responsabilidade do Tribunal Geral*

O [texto integral](#) do acórdão é publicado no sítio CURIA no dia da prolação

Contacto Imprensa: Liliane Fonseca Almeida 📞 (+352) 4303 3667