

**Processo nº 108/2025**

(Autos de recurso civil e laboral)

**ACORDAM NO TRIBUNAL DE ÚLTIMA INSTÂNCIA DA R.A.E.M.:**

**Relatório**

1. “A”, com os demais sinais dos autos, interpôs, no Tribunal Judicial de Base, recurso judicial – CV3-24-0073-CRJ – da decisão de 10.05.2024 do Chefe do Departamento da Propriedade Intelectual da Direcção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico que recusou o seu pedido de registo das marcas nºs N/210310 e N/210311; (cfr., fls. 2 a 26

que como as que se vierem a referir, dão-se aqui como reproduzidas para todos os efeitos legais).

\*

Por sentença de 17.09.2024, (CV3-24-0073-CRJ), foi o recurso julgado improcedente; (cfr., fls. 37 a 41).

\*

Inconformada com o decidido, a dita sociedade recorreu para o Tribunal de Segunda Instância que, por Acórdão de 28.05.2025, (Proc. n.º 85/2025), confirmou a sentença recorrida; (cfr., fls. 105 a 113).

\*

Traz agora a mesma sociedade o presente recurso, pedindo a revogação do Acórdão do Tribunal de Segunda Instância com o consequente registo das suas pretendidas marcas.

Em sede das suas alegações de recurso, produz, a final, as conclusões seguintes:

*“A. O Tribunal a quo manteve a decisão de recusa por entender que: i) “SPATIAL MEMORIES” não goza de capacidade distintiva; e ii) As marcas registandas são constituídas por uma expressão que é usual na linguagem corrente do comércio, não permitindo a distinção dos seus produtos e serviços de outras empresas, pelo que o registo das marcas pela Recorrente iria causar uma situação de monopólio de mercado.*

*B. Com o devido respeito, a Recorrente discorda do entendimento do Tribunal a quo e da DSED, uma vez que, como a Recorrente demonstrará melhor infra, as marcas registandas possuem capacidade distintiva suficiente para serem protegidas por registo.*

*C. O artigo 199.º, n.º 1, alínea b) do RJPI afastar do domínio da marca os chamados sinais descritivos e usuais.*

*D. Entende Luís Couto Gonçalves que “Um sinal descritivo não é distintivo na medida em que é comum aos objectos idênticos qualquer que seja a sua origem. Mas a marca só é efectivamente descritiva se, como referimos, for exclusiva e directamente descritiva.”*

*E. Assim, o registo apenas deverá ser recusado se a marca tiver um significado descritivo que seja imediatamente óbvio para o consumidor médio.*

*F. Adicionalmente, para a marca ser recusada, deverá a mesma designar, de forma específica, precisa e objectiva, as características essenciais dos produtos em questão.*

*G. Parece à Recorrente que o Tribunal a quo decidiu sobre o mérito da causa dando como assente que os factos constantes do artigo 13.º são incontestáveis.*

*H. Não obstante, tal como referido pela Recorrente nas suas alegações do recurso ao Tribunal a quo, “SPATIAL MEMORIES” é um termo usual do campo da neurociência e psicologia cognitiva.*

I. Neste sentido, e salvo o devido respeito, a Recorrente discorda do entendimento do Tribunal a quo que a expressão “SPATIAL MEMORIES” é igualmente uma expressão usual para utilização no campo informático, inteligência artificial e afins.

J. É óbvio que a “SPATIAL MEMORIES” não é um termo usual ou descritivo relacionado com dispositivos informáticos, sistemas informáticos, software ou hardware, ou seja, aqueles produtos e serviços que as marcas registandas pretendem assinalar.

K. Este entendimento do Tribunal a quo e da DSED, aliado aos resultados das pesquisas online, leva a Recorrente a pensar que, por a Recorrente ser uma das marcas tecnológicas mais famosas e reconhecidas mundialmente, têm aqueles decisores uma percepção equivocada de que quaisquer marcas lançadas pela Recorrente se transformam em sinais genéricos e de utilização comum – esquecendo que as marcas registandas, ab initio, são marcas de fantasia que pertencem à Recorrente.

L. Além disso, as marcas registandas não correspondem ao nome originário dos produtos e serviços que as marcas distinguem, pelo que não podem ser consideradas como a designação genérica de qualquer dos referidos produtos ou serviços.

M. Adicionalmente, e conforme exposto já nos articulados iniciais para a Tribunal a quo, enquanto uma das funcionalidades inovadoras do Apple Vision Pro (um computador espacial inovador que integra conteúdos digitais e aplicações no espaço físico e permite navegar utilizando os olhos, as mãos e a voz), não há dúvida de que a expressão “SPATIAL MEMORIES” é uma denominação de fantasia para os produtos e serviços que as marcas registandas pretendem assinalar.

N. Com tudo o supra exposto, as marcas registandas são passíveis de cumprir a sua função de marca, gozando de capacidade distintiva inerente para identificar no mercado os produtos e serviços da Recorrente.

O. Por mero dever do patrocínio, na eventualidade de o tribunal ad quem entender faltar capacidade distintiva imediata à marca “SPATIAL MEMORIES” para

*os produtos e serviços listados, deve dizer-se que, no mínimo, as marcas registandas devem ser consideradas como marcas sugestivas.*

*P. É fácil perceber que a expressão “SPATIAL MEMORIES” foi tomada de empréstimo de um campo da ciência humana (neurociência e psicologia cognitiva) completamente alheio ao campo da informática e tecnologia, sendo usado de forma fantasiosa e sugestiva para distinguir produtos relativamente aos quais a referida expressão nada descreve.*

*Q. Ora, não podemos deixar de relembrar e reforçar que marcas “sugestivas” ou “alusivas” são registáveis.*

*R. No mesmo sentido entende Luís Couto Gonçalves que, “As marcas sugestivas, que tanto podem sugerir o nome do produto ou serviço como as respetivas características, são marcas perfeitamente válidas embora o regime de proteção seja mais ténue, especialmente no tocante ao juízo de confundibilidade.”*

*S. Ora, o significado da marca registanda pode, eventualmente, ser ambíguo, aberto a interpretação e apelar à imaginação do consumidor. Não descreve ao consumidor os produtos que assinala.*

*T. Com efeito, a marca “SPATIAL MEMORIES” não é, de modo algum, descritiva dos produtos e serviços que distingue, nem transmite qualquer informação sobre a função dos produtos da Recorrente para ser considerada descritiva. Mas sim, sugere ou evoca de uma maneira fantasiosa um produto / serviço (tal como AIRBUS e NETFLIX).*

*U. Como referido, quando muito a marca será considerada como sugestiva e, conseqüentemente, registável (embora pareça à Recorrente que a distintividade da marca em questão vai bastante para além da mera sugestividade).*

*V. Por mera exaustão do patrocínio, caso se entenda que a marca registanda não pode ser registada para todos os produtos listados, deve a referida marca ser analisada sob a perspectiva do registo para alguns dos produtos – o mesmo é dizer, ser objecto de uma recusa parcial nos termos do art. 216.º do RJPI.*

- A marca “SPATIAL MEMORIES” foi registada nas classes 9 e 42 em, pelo menos, 137 jurisdições em todo o mundo e considerada apta a ser*

*registada, após exame recente, nos Estados Unidos da América .*

*W. A marca “SPATIAL MEMORIES” é uma marca intrinsecamente distintiva e, conseqüentemente, registável. O facto de, aplicando regras muitas semelhantes, se chegar a uma conclusão oposta, equivale a dizer que apenas Macau decidiu acertadamente, e que os decisores em todos os outros países não souberam examinar correctamente esta marca(!)*

*X. A haver qualquer dúvida sobre a capacidade distintiva e registabilidade da marca registanda, esta não teria sido aprovada pelos examinadores naquelas jurisdições.*

*Y. Além disso, os próprios tribunais judiciais de Macau já tiveram a oportunidade de, em casos muito similares ao dos autos, se pronunciar favoravelmente sobre a registabilidade de outras marcas da Requerente, com características muito semelhantes às marcas registandas.*

*Z. Por exemplo; por sentença de 18 de Março de 2025, entendeu o Tribunal Judicial de Base de Macau que os sinais “SPATIAL CAPTURE” eram dotados de suficiente capacidade distintiva para serem registados como marcas (conforme cópia da sentença que se junta como Doc. 3).*

*AA. A mesma capacidade distintiva já havia sido reconhecida pelo o Tribunal Judicial de Base de Macau, na sua decisão de 28 de Fevereiro de 2025, às marcas “SPATIAL PHOTOS” e “SPATIAL VIDEOS” (conforme cópia da sentença que se junta como Doc. 4).*

*BB. Este sinais apresentam uma estrutura e uma semântica em tudo semelhantes à das marcas registandas. Num caso e noutro, os sinais em causa não foram considerados como meramente descritivos, nem como usuais na linguagem corrente. Tal como estes sinais, as marcas registandas pertencem também à família de marcas “SPATIAL”, construída e explorada pela Recorrente.*

*CC. A manutenção da recusa de registo das marcas registandas criaria uma diferença injustificada de tratamento, por parte dos tribunais judiciais de Macau, de situações em tudo semelhantes, ofensiva do princípio da igualdade e do valor da segurança jurídica, mais uma vez em detrimento da imagem de Macau enquanto centro*

*de negócios internacional.*

*DD. Deste modo, e tendo em consideração todo o exposto supra, as marcas cujo registo ora se solicita são, no entendimento da Recorrente, inerentemente distintivas e devem ser registadas em Macau, uma vez que não se verificam os alegados fundamentos de recusa previstos nos artigos 9.º n.º 1 al. a) e 199.º, n.º 1, al. b) do RJPI”;* (cfr., fls. 121 a 142).

\*

Adequadamente processados os autos, e nada parecendo obstar, cumpre apreciar e decidir.

A tanto se passa.

## **Fundamentação**

### **Dos factos**

2. Pelo Tribunal Judicial de Base (e Tribunal de Segunda Instância) foram considerados como provados os factos seguintes:

“A. Em 14 de Junho de 2023, a recorrente A apresentou à DSEDTE o pedido de registo da marca n.º N/210310, com logótipo **SPATIAL MEMORIES**, para assinalar os produtos de classe 9, incluindo: Computadores; hardware de

*computadores; hardware de computador utilizável; hardware de computador para transmitir e permitir a visualização de áudio, vídeo, televisão, filmes, imagens digitais e outros conteúdos multimédia; dispositivos periféricos de computador; dispositivos periféricos para computador; auscultadores, óculos de protecção, óculos ópticos, controladores, telecomandos e monitores de realidade virtual; auscultadores, óculos de protecção, óculos ópticos, controladores, telecomandos e monitores de realidade aumentada; periféricos vestíveis de computador para jogar jogos de vídeo; ecrãs de visualização; aparelhos de visualização de vídeo para fixação à cabeça; ecrãs de visualização viáveis; câmaras; câmaras para telemóveis; software de computador; software informático para instalação, configuração, funcionamento e controlo de computadores, periféricos de computador, telefones inteligentes, relógios inteligentes, anéis inteligentes, altifalantes inteligentes, concentradores de sistemas de domótica (smart home hubs), auscultadores (earphones), auscultadores (headphones), auscultadores (headsets), dispositivos electrónicos digitais de mão, televisores, decodificador de televisão, leitores de áudio e vídeo, e sistemas de entretenimento doméstico; software de desenvolvimento de aplicações; software informático para utilização como interface de programação de aplicações (API) para a construção de aplicações de software; software para processamento, transmissão e exibição de texto, dados, imagens, áudio, conteúdo audiovisual e outros conteúdos multimédia; software para envio e recepção de mensagens electrónicas, alertas, notificações e lembretes; software para jogos de computador; programas de jogos de vídeo; software de realidade virtual; software de realidade aumentada; software para navegação em ambientes de realidade virtual e realidade aumentada; software para utilização em computadores, dispositivos móveis e telefones móveis para proporcionar experiências de realidade virtual e realidade aumentada.*

B. Em 14 de Junho de 2023, a recorrente *A* apresentou à DSED T o pedido de registo da marca n.º N/210311, com logótipo **SPATIAL MEMORIES**, para assinalar os produtos de classe 42, incluindo: *Concepção e desenvolvimento de hardware, software e periféricos de computador; concepção e desenvolvimento de hardware, software e periféricos de realidade virtual e aumentada; consultoria na*



*concepção e desenvolvimento de hardware e periféricos de computador; concepção e desenvolvimento de vídeo e jogos de computador; serviços de programação de computadores, nomeadamente, criação de conteúdos para mundos virtuais; concepção de software informático; consultoria em tecnologia informática; fornecimento de software não descarregáveis; software como um serviço (SaaS); plataforma como um serviço (PaaS); infra-estrutura como um serviço (IaaS); provedor de serviços de aplicação (ASP); fornecimento de software de desenvolvimento de aplicação não descarregáveis; fornecimento de software não descarregáveis utilizado no desenvolvimento de outras aplicações informáticas; fornecimento de software não descarregáveis para instalação, configuração, funcionamento e controlo de computadores, periféricos de computador, telefones inteligentes, relógios inteligentes, óculos inteligentes, anéis inteligentes, altifalantes inteligentes, concentradores de sistemas de domótica (smart home hubs), auriculares (earbuds), auscultadores (headphones), auscultadores (headsets), dispositivos electrónicos digitais de mão, televisores, decodificador de televisão, leitores de áudio e vídeo, e sistemas de entretenimento doméstico; fornecimento de software não descarregáveis para processamento, transmissão e exibição de texto, dados, imagens, áudio, conteúdo audiovisual e outros conteúdos multimédia; fornecimento de software não descarregáveis de jogos de computador e de jogos de vídeo; fornecimento de software não descarregáveis de realidade virtual; fornecimento de software não descarregáveis de realidade aumentada; fornecimento de software não descarregáveis para utilização em computadores, dispositivos móveis e telemóveis para fornecer experiências de realidade virtual e realidade aumentada.*

*C. Os referidos pedidos foram publicados no Boletim Oficial da RAEM n.º 44, II Série, de 1 de Novembro de 2023.*

*D. Por despacho de 10 de Maio de 2024 do Chefe do Departamento da Propriedade Industrial, cujo teor se encontra transcrito no processo administrativo e aqui se dá por integralmente reproduzido, foram indeferidos os pedidos de registo da marca da recorrente.*

*E. A referida decisão de recusa foi publicada no Boletim Oficial da RAEM*

*n.º 23, II Série, de 5 de Junho de 2024”;* (cfr., fls. 37-v a 39-v e 108-v a 110).

### **Do direito**

3. Como resulta do que até aqui se deixou relatado, vem interposto recurso do Acórdão do Tribunal de Segunda Instância de 28.05.2025, (Proc. n.º 85/2025), que negou provimento ao recurso que a ora recorrente interpôs da sentença do Tribunal Judicial de Base, com a qual se confirmou o despacho que recusou o registo das (atrás referidas) marcas – N/210310 e N/210311 – pela mesma requerido junto da Direcção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico para os bens e serviços também já identificados na transcrita matéria de facto.

Em apertada síntese que se tem como adequada, importa apreciar e decidir se a “marca” agora em questão – **“SPATIAL MEMORIES”** – reúne os pressupostos legais para o pela ora recorrente pretendido registo.

Vejamos.

Como repetidamente já teve esta Instância oportunidade de

considerar:

*«(...) por um bom número de vezes foi esta Instância chamada a decidir “questões análogas” à agora colocada (relacionada com o “direito de registo de uma marca”), e, como já tivemos oportunidade de considerar, em causa estando uma questão de “Direito da Propriedade Industrial” (em grande parte) regulada pelo D.L. n.º 97/99/M que aprovou o “Regime Jurídico da Propriedade Industrial”, (R.J.P.I.), útil se mostra de atentar que em sede do seu preâmbulo se consignou que:*

*“A propriedade industrial é assumida, no mundo contemporâneo, como um factor fundamental de promoção do desenvolvimento económico.*

*Efectivamente, ela contribui de forma decisiva para o estímulo da actividade inventiva, uma vez que, face à considerável mobilização de recursos que a investigação tecnológica implica, só a protecção assegurada pelo sistema da propriedade industrial tende a garantir a compensação económica adequada aos investimentos efectuados na busca de novos produtos e de novos processos.*

*Por outro lado, a propriedade industrial constitui um factor favorável à transferência de tecnologia, na medida em que os detentores de conhecimentos tecnológicos, no exterior, estarão muito mais abertos a efectuar essa transferência se existir em Macau um adequado sistema de protecção dos seus direitos de exclusividade sobre essa tecnologia.*

*(...)*

*Quanto às marcas e outros sinais distintivos, a sua importância também não pode ser contestada: elas tendem a garantir a identificação do produto com o produtor, significando essa identificação uma determinada garantia de qualidade ou de origem e, consequentemente, criam a segurança na manutenção das qualidades e*

*características do produto. Estes sinais distintivos contêm em si, portanto, um factor muito relevante de estímulo à diferenciação das empresas pela qualidade e uma fonte de segurança dos consumidores.*

*(...)”.*

*Por sua vez, importa ter presente que nos termos do art. 1º deste referido R.J.P.I.:*

*“O presente diploma regula a atribuição de direitos de propriedade industrial sobre as invenções e sobre as demais criações e os sinais distintivos nele previstos, tendo em vista, designadamente, assegurar a protecção da criatividade e do desenvolvimento tecnológicos, da lealdade da concorrência e dos interesses dos consumidores”.*

*Daí que se diga que a “Propriedade Industrial” seja a área do Direito que garante a inventores ou responsáveis por qualquer produção do intelecto – nos domínios industrial, científico, literário ou artístico – o direito de obter, por um determinado período de tempo, uma recompensa resultante da sua criação ou manifestação intelectual.*

*Cabendo-nos agora apreciar de um reclamado (direito de) “registo de uma marca” e decidir se acertada foi a sua “recusa”, vejamos que solução adoptar.*

*Nos termos do art. 197º do aludido R.J.P.I.: “Só podem ser objecto*

de protecção ao abrigo do presente diploma, mediante um título de marca, o sinal ou conjunto de sinais susceptíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, a forma do produto ou da respectiva embalagem, que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas”.

*E, assim, não obstante de um ponto de vista “económico”, a uma marca caiba essencialmente desempenhar as funções de “indicação da origem” dos produtos ou serviços, de “garantia de qualidade” e ainda a função “publicitária”, (cfr., v.g., Luís M. Couto Gonçalves in, “Direitos de Marcas”, pág. 15), atento ao preceituado no referido art. 197º é de se concluir que a “função jurídica” da marca é a de identificar a proveniência de um produto ou serviço ao consumidor para, assim, permitir a sua distinção de outros produtos ou serviços produzidos ou postos no mercado, devendo assim ser entendida como “um sinal distintivo na concorrência de produtos e serviços”; (cfr., v.g., O. Ascensão in, “Direito Comercial”, Vol. II, “Direito Industrial”, pág. 139, assim como, entre outros, os Acs. deste T.U.I. de 18.11.2020, Proc. n.º 174/2020 e de 21.04.2021, Proc. n.º 42/2021).*

*Por sua vez, (em face da “natureza” da questão a tratar), importa*

*aqui atentar, especialmente, no estatuído no art. 214º do dito R.J.P.I., onde se preceitua que:*

*“1. O registo de marca é recusado quando:*

*a) Se verifique qualquer dos fundamentos gerais de recusa da concessão de direitos de propriedade industrial previstos no n.º 1 do artigo 9.º;*

*b) A marca constitua, no todo em parte essencial, reprodução, imitação ou tradução de outra notoriamente conhecida em Macau, se for aplicada a produtos ou serviços idênticos ou afins e com ela possa confundir-se, ou que esses produtos possam estabelecer ligação com o proprietário da marca notória;*

*c) A marca, ainda que destinada a produtos ou serviços sem afinidade, constitua reprodução, imitação ou tradução de uma marca anterior que goze de prestígio em Macau, e sempre que a utilização da marca posterior procure tirar partido indevido do carácter distintivo ou do prestígio da marca ou possa prejudicá-los.*

*2. O pedido de registo também é recusado sempre que a marca ou algum dos seus elementos contenha:*

*a) Sinais que sejam susceptíveis de induzir em erro o público,*

*nomeadamente sobre a natureza, qualidades, utilidade ou proveniência geográfica do produto ou serviço a que a marca se destina;*

*b) Reprodução ou imitação, no todo ou em parte, de marca anteriormente registada por outrem, para produtos ou serviços idênticos ou afins, que possa induzir em erro ou confusão o consumidor, ou que compreenda o risco de associação com a marca registada;*

*c) Medalhas de fantasia ou desenhos susceptíveis de confusão com as condecorações oficiais ou com as medalhas e recompensas concedidas em concursos e exposições oficiais;*

*d) Brasões ou insígnias heráldicas, medalhas, condecorações, apelidos, títulos e distinções honoríficas a que o requerente não tenha direito, ou, quando o tenha, se daí resultar o desrespeito e o desprestígio de semelhante sinal;*

*e) A firma, nome ou insígnia de estabelecimento, ou apenas parte característica dos mesmos, que não pertençam ao requerente ou que o mesmo não esteja autorizado a utilizar, se for susceptível de induzir o consumidor em erro ou confusão;*

*f) Sinais que constituam infracção de direitos de autor ou de*

*propriedade industrial.*

3. O facto de a marca ser constituída exclusivamente por sinais ou indicações referidos nas alíneas b) e c) do n.º 1 do artigo 199.º não constitui fundamento de recusa se aquela tiver adquirido carácter distintivo.

4. O interessado na recusa do registo da marca a que se refere a alínea b) do n.º 1 só pode intervir no respectivo processo quando prove já ter requerido em Macau o respectivo registo ou o faça simultaneamente com o pedido de recusa.

5. O interessado na recusa do registo da marca a que se refere a alínea c) do n.º 1 só pode intervir no respectivo processo quando prove já ter requerido em Macau o respectivo registo para os produtos ou serviços que lhe deram grande prestígio, ou o faça simultaneamente com a reclamação ”»; (sobre o tema, cfr., também os Acs. de 28.01.2022, Proc. n.º 159/2021, de 02.03.2022, Proc. n.º 3/2022, de 19.04.2023, Proc. n.º 129/2022 e de 03.05.2023, Proc. n.º 16/2023).

Isto dito, ponderando sobre a “situação” no presente recurso em questão, importando saber se as (2) marcas registandas tem “capacidade distintiva” para efeitos do seu registo – e reconhecendo-se que em



“matérias” como a que agora nos ocupa, intervém, sempre, algum “subjativismo” – vejamos se tem a recorrente razão.

Pois bem, como sabido é, (e como no Acórdão deste Tribunal de Última Instância de 19.04.2023, Proc. n.º 129/2022, relativamente à marca “**APP CLIPS**”, da mesma recorrente, também tivemos oportunidade de referir), podem existir os seguintes tipos de “marcas”:

- nominativas (ou denominativas): compostas apenas por elementos verbais, sejam palavras, letras ou números;

- figurativas: compostas apenas por elementos figurativos, como desenhos ou imagens;

- mistas: compostas por elementos verbais e figurativos; e,

- tridimensionais: compostas pela forma do produto ou da respetiva embalagem; (havendo ainda as “marcas de posição”, de “padrão”, de “cor”, de “movimento”, de “holograma”, assim como as “sonoras”, compostas por sons, e as “olfativas”, compostas pelo odor).

In casu, e como já se referiu, a “marca” cujo registo pretende a ora recorrente é “**SPATIAL MEMORIES**”, (para os bens e serviços da “classe 9ª” e “42ª”, atrás já referenciados na matéria de facto), sendo, assim,

uma “marca nominativa”.

E, se certo é que uma “frase – puramente – descritiva”, (eventualmente, com características “promocionais”, e que se limita a elogiar as qualidades dos produtos ou serviços), não é passível de registo, o mesmo já não sucede com “frases”, (ou expressões), que contenham determinadas “características”, e que, ainda que se possam considerar “simples”, (dada a sua natureza, composição, referência, etc...), não são “comuns”, ao ponto de, à partida, e de imediato, se (poder) excluir qualquer (necessidade de) “análise” e “reflexão”, ou qualquer “esforço de interpretação” por parte do público consumidor; (neste sentido, cfr., v.g., os Acs. deste T.U.I. de 19.04.2023, Proc. n.º 129/2022, de 26.04.2023, Procs. n.ºs 123/2022 e 19/2023, de 03.05.2023, Proc. n.º 16/2023 e de 30.06.2023, Proc. n.º 51/2023).

No caso dos autos, apreciando a pretensão da ora recorrente, assim ponderou o M<sup>mo</sup> Juiz do Tribunal Judicial de Base:

“(…)

*Dispõe-se no art.º 197.º do DL n.º 97/99/M de 13 de Dezembro (RJPI) que:*

*“Só podem ser objecto de protecção ao abrigo do presente diploma, mediante um título de marca, o sinal ou conjunto de sinais susceptíveis de representação gráfica,*

nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, a forma do produto ou da respectiva embalagem, que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas.” (sublinhado nosso)

Segundo a referida norma, para ser registado como marca, o requisito mais elementar consiste em que, o sinal ou conjunto de sinais que se pretende registar é adequado para distinguir os produtos ou serviços de uma empresa, ou seja, o respectivo sinal tem que gozar de capacidade distintiva suficiente para ser registado como marca.

Por outro lado, tal como ensinou Carlos Olavo na sua obra «Propriedade Industrial», pág. 34, na composição da marca, vigora o princípio da liberdade, este princípio encontra, porém, limites de duas ordens. Por um lado, há limites intrínsecos, que dizem respeito aos próprios sinais em si mesmo considerados e à susceptibilidade que tenham de constituir uma marca; por outro lado, há limites extrínsecos, que dizem respeito aos sinais confrontados com marcas anteriormente registadas para produtos ou serviços idênticos ou afins.

Voltando ao caso, a marca registanda tem o logótipo **SPATIAL MEMORIES**, constituído apenas por letras inglesas “SPATIAL” e “MEMORIES”, que significam, respectivamente, “espaço” e “memória”.

A recorrente insistiu que a marca registanda possuía as características susceptíveis de constituir uma marca.

Nos termos do art.º 199.º, n.º 1 do RJPI:

“a) Os sinais constituídos exclusivamente pela forma imposta pela própria natureza do produto, pela forma do produto necessária à obtenção de um resultado técnico ou pela forma que confira um valor substancial ao produto;

b) Os sinais constituídos exclusivamente por indicações que possam servir no comércio para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica ou a época de produção do produto ou da prestação do serviço, ou outras características dos mesmos;

c) Os sinais ou indicações que se tenham tornado usuais na linguagem corrente ou nos hábitos leais e constantes do comércio;

*d) As cores, salvo se forem combinadas entre si ou com gráficos, dizeres ou outros elementos por forma peculiar e distintiva.”*

*Conforme a al. b) acima referida, não podem ser registados como marca os sinais constituídos por características de produção do produto. Na verdade, importa apontar que a marca registanda não é meramente um sinal de fantasia, e **SPATIAL MEMORIES** (“memória espacial”) é, originalmente, um conceito de psicologia cognitiva e neurociência, referindo-se à parte da memória humana responsável pelo armazenamento de informações ambientais e localização espacial. Mas com o desenvolvimento das tecnologias de inteligência artificial e realidade virtual, o termo “spatial memory” passou a ser usado pela indústria científica e técnica para designar os produtos e serviços de realidade virtual e navegação, sobretudo uns dispositivos no mercado capazes de criar a realidade virtual, que, baseando-se na memória espacial, introduzem o espaço em movimento real no mundo virtual, e combinam-no com a percepção do espaço do usuário na realidade virtual, para realizar a interação virtual entre o usuário e o espaço em constante movimento. Por isso, “spatial memory” (“memória espacial”) é uma característica técnica distintiva da realidade virtual.*

*Assim sendo, salvo o devido respeito por opinião diversa, entendemos que a marca registanda **SPATIAL MEMORIES** enquadra-se na previsão do art.º 199.º, n.º 1, al. b), é um sinal que se destina exclusivamente no comércio a designar a característica técnica do produto, pelo que não merece protecção.*

*Por outro lado, não se vislumbra, quer na pronunciação, quer no sentido literal, que **SPATIAL MEMORIES** tem qualquer sentido implícito ou secundário, que possa levar os consumidores a associar o sinal a um outro sentido, im procedendo, assim, o recurso nesta parte.*

*Face a isso, afigura-se-nos que não é de deferir os pedidos de registo da marca registanda, por não satisfazer o disposto no art.º 9.º, n.º 1, al. a), conjugado com o art.º 199.º, n.º 1, al. b) do RJPI.*

*(...); (cfr., fls. 39-v a 40-v e 96 a 97).*

E, em sede do anterior recurso do assim decidido para o Tribunal de Segunda Instância, (onde, a ora recorrente apresentou, essencialmente, idênticas alegações e conclusões às que produziu no presente recurso; cfr., fls. 52 a 69), considerou-se, sinteticamente, e na parte que agora interessa, que tudo o que mesma recorrente alega *“não afasta o argumento usado na decisão recorrida de que a expressão em causa está relacionada com produtos, serviços e dispositivos de realidade virtual e navegação, conclusão à qual facilmente se acede através de simples consulta em qualquer sitio da internet.*

*Pelo que, entendemos ser correcta a análise feita de que, dada a actual utilização do conceito na indústria em causa e à qual se destinam e estão relacionados os produtos para os quais os registos das marcas foram pedidos, a mesma não tem capacidade distintiva nos termos e pelos fundamentos indicados nas decisões recorridas.*

(...); (cfr., fls. 112 a 112-v).

Ora, ponderando na aludida “marca registanda” – composta pelas junção das expressões: “SPATIAL” e “MEMORIES” – somos também de opinião que a mesma não possui (a suficiente e necessária) “capacidade

distintiva”, pois que as expressões aí empregues, e que se podem traduzir para “memória espacial”, tem um significado (bastante vulgarmente) conhecido, (muito) especialmente em sede da disciplina da “Psicologia”, estando, também, como bem se salientou nas decisões recorridas *“relacionada com produtos, serviços e dispositivos de realidade virtual e navegação, conclusão à qual facilmente se acede através de simples consulta em qualquer sitio da internet”*, não parecendo assim “instigar a uma grande e válida reflexão” para efeitos de se poder deixar de considerar uma expressão essencialmente comum, e, desta forma, e como se adiantou, sem “capacidade distintiva”.

Como igualmente já tivemos oportunidade de considerar, (cfr., v.g., os atrás citados Acórdãos deste T.U.I.), importa pois não perder de vista que uma marca registanda não deve ser apenas “descritiva”, devendo possuir – suficiente – “originalidade” e “impacto”, desencadeando, no público relevante, um “processo cognitivo” que implica um “esforço de interpretação”, o que, por si, acaba por justificar a sua reclamada “capacidade distintiva”; (a este respeito, veja-se também a concepção de Paul Mathély apud Américo da Silva Carvalho in, “Direito de Marcas”, Coimbra, pág. 211, e ainda, Pedro Sousa Silva in, “Direito Industrial –

Noções Fundamentais”, pág. 152 a 154).

Compreendem-se, e, obviamente, respeitam-se outras opiniões sobre a matéria.

Porém, e sem prejuízo do muito respeito pelas mesmas, temos como razoável e adequada a solução pelas Instâncias recorridas adoptada e que atrás se deixou retratada.

Temos igualmente vindo a considerar que, em “matérias” como a ora em causa, não se devem adoptar perspectivas (digamos que algo) “reductoras” das circunstâncias (e outras realidades) que sustentam o pedido apresentado, importando, também, ponderar que a marca agora pretendida pertence a uma “família de marcas” (já) registadas em Macau, à mesma recorrente concedidas, e que a mesma marca registanda em questão, até já se encontra registada em várias jurisdições, não se devendo colocar a R.A.E.M. de “costas voltadas” ou, “à margem” da comunidade internacional.

Todavia, os registos já concedidos não incluem a “mesma expressão”

ora em causa, nem constituiu, ou constitui, matéria objecto de pronúncia por parte desta Instância, desconhecendo-se também as razões e circunstâncias da concessão do agora pretendido registo noutras jurisdições, (o que certamente, muito se respeita, não sendo contudo de se olvidar nesta matéria o “princípio da territorialidade” consagrado no art. 4º do R.J.P.I.).

In casu, e da reflexão que nos foi possível efectuar, temos para nós que a expressão agora em questão, “SPATIAL MEMORIES”, (e que, como se viu, em língua portuguesa se mostra de traduzir para “memória espacial”, e em língua chinesa, “空間記憶”), significa (essencialmente) uma função ou um mecanismo do cérebro que permite recordar detalhes associados ao meio ambiente.

Podendo-se definir “memória” como a capacidade de adquirir, armazenar e recuperar – evocar – informações, a ora em causa, (a “*espacial*”), diz respeito à capacidade de recordar informações sobre um (determinado) local – “espaço”, e daí, a expressão “espacial” – ou sobre a localização de objectos dentro deste espaço, conferindo a um indivíduo a capacidade de se recordar de detalhes de um determinado local ou



ambiente, (v.g. a cor das paredes e a disposição dos móveis de uma sala ou do nosso quarto), da localização de um objecto, (de umas chaves ou de um livro deixado num determinado móvel), ou do trajecto para se chegar a um determinado local, (o percurso para o supermercado ou para uma casa).

E, assim, como se nos mostra razoavelmente evidenciado, a referida “expressão”, em face do “sentido” e “significado” que se lhe mostra de atribuir em termos comuns – e para não se falar da sua abordagem em sede da disciplina da Psicologia, onde, para além da classificação das memórias em “de curto” e “longo prazo”, e de entre estas, de “explícitas” e “implícitas”, se estuda com profundidade, as suas “características” – não se afigura de considerar como especialmente, ou suficientemente “sugestiva”, pois que, como cremos que se viu, tem um alcance (perfeitamente) “claro”, “concreto” e “específico”, correndo-se, com o seu (pretendido) registo, o acrescido risco da sua “apropriação” e “monopolização” por parte da ora recorrente, o que, como se apresenta de fácil conclusão, (devendo antes ser do “domínio público”), não se pode ter como adequado, (na matéria em questão).

Dest’arte – e sem perder também de vista a já referida utilização da

dita expressão no âmbito das “novas tecnologias” – resta pois deliberar como segue.

### **Decisão**

**4. Nos termos e fundamentos expostos, em conferência, acordam negar provimento ao recurso, confirmando-se a decisão recorrida.**

**Custas pela recorrente, com a taxa de justiça que se fixa em 12 UCs.**

**Registe e notifique.**

**Oportunamente, e nada vindo aos autos, remetam-se os mesmos ao T.J.B. com as baixas e averbamentos necessários.**

Macau, aos 31 de Outubro de 2025

Juízes: José Maria Dias Azedo (Relator)

Ho Wai Neng

Song Man Lei