

# O Acórdão «Murphy» e o imperativo do Mercado Interno da União Europeia

Ricardo Filipe Silvestre Costa

2014

**O Acórdão «Murphy»  
e o imperativo do Mercado  
Interno da União Europeia**

**2014**

**Ricardo Filipe Silvestre Costa**



O Acórdão «Murphy» e o imperativo do Mercado  
Interno da União Europeia

AUTOR

Ricardo Filipe Silvestre Costa

EDITOR

EDIÇÕES ALMEDINA, S.A.

Rua Fernandes Tomás, n.ºs 76, 78 e 79

3000-167 Coimbra

Tel.: 239 851 904 · Fax: 239 851 901

[www.almedina.net](http://www.almedina.net) · [editora@almedina.net](mailto:editora@almedina.net)

DESIGN DE CAPA

FBA.

Junho, 2014

Apesar do cuidado e rigor colocados na elaboração da presente obra, devem os diplomas legais dela constantes ser sempre objecto de confirmação com as publicações oficiais.

Toda a reprodução desta obra, por fotocópia ou outro qualquer processo, sem prévia autorização escrita do Editor, é ilícita e passível de procedimento judicial contra o infractor.



---

BIBLIOTECA NACIONAL DE PORTUGAL – CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

SILVESTRE COSTA, Ricardo Filipe

O Acórdão «Murphy» e o imperativo do Mercado  
Interno da União Europeia

ISBN: 978-972-4055-04-6

A presente obra teve por base, constituindo uma versão em língua portuguesa, revista, atualizada e, em alguns pontos, aprofundada da dissertação *The Murphy judgment and the underlying Internal*

*Market Imperative: has the EU case-law on absolute territorial protection come full circle since Consten & Grundig*, preparada pelo autor no âmbito do programa de *LL.M. in Competition Law* de King's College London, ano letivo 2011/2012, sob a supervisão de Professor Richard Whish.

Ricardo Filipe Silvestre Costa

## RESUMO

O Acórdão «*Murphy*» de 4 de outubro de 2011 veio demonstrar que o imperativo do Mercado Interno continua a guiar a política de concorrência da União Europeia. O Tribunal de Justiça entendeu que as cláusulas nos contratos de licenciamento da *Football Association Premier League* que garantem aos organismos de radiodifusão licenciados proteção territorial absoluta restringem a concorrência por objeto e que a divisão do Mercado Interno da União Europeia que as mesmas implicam não é suscetível de ser justificada pelo objetivo de preservar o “objeto específico” dos direitos de autor. Trata-se de uma confirmação, no ano de 2011, do princípio fundamental do Direito da Concorrência da União Europeia, estabelecido pelo Tribunal de Justiça no Acórdão «*Consten & Grundig*» de 1966, de acordo com o qual a proteção territorial absoluta é anti-concorrencial por objeto, mesmo se alcançada através da utilização de direitos de propriedade intelectual, por conduzir à delimitação de mercados nacionais, em prejuízo do Mercado Interno.



Nos 45 anos que separam os Acórdãos «*Consten & Grundig*» e «*Murphy*», o Tribunal de Justiça procurou, porém, frequentemente, alcançar um maior equilíbrio entre o objetivo fundamental de preservar o Mercado Interno da União Europeia e a proteção dos interesses dos titulares dos direitos de propriedade intelectual. Em processos como «*Coditel Ib*», relativo ao direito de autor de representação, e «*Erauwig-Jacquery*», respeitante a direitos de obtenção vegetal, o Tribunal de Justiça reconheceu, na verdade, que, em certas circunstâncias específicas, mesmo a proteção territorial absoluta poderá não infringir o artigo 101.º, n.º 1, do TFUE, dada a necessidade de proteger o “objeto específico” de certos direitos de propriedade intelectual e o investimento dos respetivos titulares.

Ao sustentar o imperativo do Mercado Interno da União Europeia, sem parecer tomar devidamente em conta os interesses dos titulares dos direitos de autor e potencialmente os interesses dos próprios consumidores, o Acórdão «*Murphy*» apresenta-se marcado por um certo formalismo jurídico, em detrimento da crescente prevalência de análise económica na prática da Comissão Europeia e na jurisprudência dos Tribunais da União Europeia. Tal como no processo «*Consten & Grundig*», a prossecução mecânica do imperativo do Mercado Interno da União Europeia poderá prejudicar o bem-estar dos consumidores e possivelmente a própria integração dos mercados.