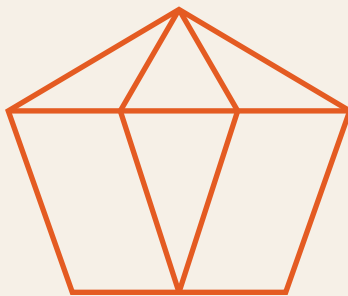


REGISTRO DE MARCA PARA UMA MARCA DE JOIAS

Proteção do nome aplicado às peças, às coleções, à loja e aos serviços de criação.



VANDIRA EVELYN

Advogada · Propriedade Intelectual · Atuação independente

MATERIAL EDUCATIVO · JULHO DE 2026

O QUE PODE SER PROTEGIDO

A marca organiza a identidade do projeto — mas o escopo precisa acompanhar a atividade.

01

MARCA DAS PEÇAS

O nome ou símbolo gravado em joias, bijuterias, relógios e acessórios.

02

COLEÇÕES

Nomes recorrentes e distintivos podem funcionar como submarcas.

03

LOJA

O serviço de venda física ou digital deve ser analisado separadamente.

04

DESIGN

Criação autoral, desenho industrial e marca protegem aspectos diferentes.

IDEIA CENTRAL

Registro de marca não é uma autorização genérica sobre um nome. A proteção nasce da relação entre o sinal, o titular e os produtos ou serviços especificados no pedido.

CLASSIFICAÇÃO DE NICE

Classes que normalmente merecem análise

As indicações abaixo são pontos de partida. A atividade concreta pode exigir classes diferentes ou adicionais.

14**CLASSE 14**

Jóias, bijuterias, metais preciosos, pedras preciosas e relógios.

35**CLASSE 35**

Venda varejista, loja virtual, apresentação e comercialização de produtos.

40**CLASSE 40**

Fabricação ou produção personalizada por encomenda, conforme a atividade.

42**CLASSE 42**

Design de jóias prestado a terceiros como serviço criativo.

EXEMPLO PRÁTICO

A classe 14 tende a ser o núcleo da marca aplicada às jóias. A loja virtual, o serviço de fabricação personalizada e o design podem exigir cobertura complementar.

COMO FAZER NA PRÁTICA

Do planejamento ao acompanhamento do pedido

01

DEFINIR

Identifique o titular, o sinal e tudo o que será oferecido sob a marca.

02

PESQUISAR

Busque marcas idênticas e semelhantes, inclusive em segmentos afins.

03

CLASSIFICAR

Escolha classes e especificações coerentes com a atividade efetiva.

04

PREPARAR

Organize cadastro, imagem da marca, documentos, declarações e taxa.

05

PROTOCOLAR

Preencha o e-Marcas, revise o formulário e guarde o recibo.

06

ACOMPANHAR

Monitore a RPI, oposições, exigências, decisões e prazos.

IMPORTANTE

Taxas, formulários e listas podem mudar. A consulta às fontes oficiais deve ocorrer imediatamente antes do protocolo.

BUSCA E ESTRATÉGIA

O que precisa ser investigado antes do pedido

A busca não se limita ao nome exato e não funciona como garantia de deferimento.

PONTOS DE PESQUISA

- Marcas de joias, bijuterias, relógios, acessórios e lojas semelhantes.
- Termos que descrevem materiais, pedras, brilho, luxo ou características das peças.
- Afinidade com moda, perfumaria, acessórios e presentes.
- Existência de coleções com nomes que possam conflitar com terceiros.

ANÁLISE DO SINAL

Compare grafia, som, significado, impressão visual e elementos de uso comum. O conjunto marcário importa, mas a força distintiva de cada parte também.

ANÁLISE DO MERCADO

Considere público, canais de venda, finalidade, localização, produtos e serviços afins. Classes diferentes não afastam automaticamente o conflito.

PERGUNTA-CHAVE

O público poderia acreditar que os sinais têm a mesma origem ou alguma relação econômica, artística ou profissional?

RISCOS RECORRENTES

Maiores erros e atenções específicas

01 Registrar apenas o nome da loja e esquecer a marca gravada nas peças.

02 Usar nome descritivo do metal, pedra ou formato como elemento principal.

03 Ignorar marcas semelhantes de bijuterias e acessórios.

04 Não disciplinar a titularidade de desenhos criados por terceiros.

05 Divulgar fotografias de modelos sem autorização adequada.

06 Confundir marca com proteção do desenho específico da joia.

O desenho de uma peça pode receber proteção autoral ou, conforme seus requisitos, desenho industrial. O registro da marca protege o sinal que identifica a origem, não a forma de cada joia.

REVISÃO FINAL

Checklist antes do protocolo

☐

Mapear joias, bijuterias, relógios e acessórios comercializados.

☐

Definir se haverá proteção da loja e dos serviços personalizados.

☐

Pesquisar sinais semelhantes em segmentos afins.

☐

Organizar contratos com designers, fotógrafos e modelos.

☐

Avaliar proteção complementar para desenhos relevantes.

☐

Guardar provas de uso em embalagens, certificados, gravações e vendas.

FONTES OFICIAIS**MANUAL DE MARCAS**

<https://manualdemarcas.inpi.gov.br/>

GUIA BÁSICO DE MARCA

<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/guia-basico>

CLASSIFICAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/classificacao-marcas>