

# VALORES EMOCIONAIS COMO ELEMENTOS RELEVANTES PARA A ANÁLISE DO (DES)CUMPRIMENTO CONTRATUAL: A IMPORTÂNCIA DO SENTIMENTO LIGADO À MARCA NA ESFERA DO DIREITO DO CONSUMIDOR

---

*EMOTIONAL VALUES AS RELEVANT ELEMENTS FOR THE ANALYSIS OF CONTRACTUAL PERFORMANCE: THE IMPORTANCE OF ATTACHING EMOTION TO A BRAND IN CONSUMER LAW*

**JULIANO ECCO**

Mestrando em Fundamentos da Experiência Jurídica pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com ênfase em Direito Econômico.  
julianoecco@gmail.com

**MARIANA BARSAGLIA PIMENTEL**

Mestranda em Direito das Relações Sociais pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Paraná (UFPR).  
mariana.pimentel@medina.adv.br

Recebido em: 24.03.2017  
Aprovado em: 14.02.2018

**ÁREAS DO DIREITO:** Civil; Consumidor

**RESUMO:** O presente artigo pretende propor o desafio de encarar a existência do sentimento dentro das relações contratuais e consumeristas. A ideia é simples: os produtos são produzidos para atrair os seus clientes pela experiência e pelo sentimento que proporcionam. Assim, se a construção de uma marca e de um produto passa pela criação de um sentimento a eles conectado, as relações contratuais são influenciadas pelo mesmo mecanismo. Eventual quebra de sentimento relevante ao destinatário do produto é causa da não conformidade do bem e, em último caso, do rompimento contratual e do nascimento de

**ABSTRACT:** This article intends to propose the challenge of facing the existence of emotion within contractual and consumer relations. The idea is simple: certain goods are made to attract their customers by the experience and the feeling that they provide. Thus, if the construction of a brand and a product contains the creation of an emotion attached to them, the contractual relations are influenced by the same mechanism. A breach of relevant emotion to the consumer of the product is cause of non-conformity of the good and, in last case, cause for termination and for the obligation to indemnify. The idea seems

dever reparatório. A ideia parece ter difícil inserção na jurisprudência pátria, mas a análise em direito comparado revela a crescente importância dada ao sentimento dentro do direito contratual, às suas implicações dentro do mercado e às suas consequências técnico-jurídicas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Contratos – Direito do consumidor – Produtos – Emoção – Sentimentos.

to have a difficult insertion in domestic jurisprudence, but the comparative law analysis reveals the growing importance given to emotion within contract law, its implications within the market and its technical and legal consequences.

**KEYWORDS:** Contracts – Consumer law – Goods – Emotion – Feelings.

**SUMÁRIO:** 1. Introdução: a proposta. 2. O problema. 3. A importância do sentimento na criação de um produto ou serviço. 4. A contribuição da Convenção das Nações Unidas para a Venda Internacional de Mercadorias (CISG) para a discussão e a ideia da não conformidade dos bens. 5. A quebra dos valores emocionais na esfera do direito consumerista como possível causa de inadimplemento. 6. As consequências do inadimplemento. Conclusão. Referências.

## 1. INTRODUÇÃO: A PROPOSTA

O presente estudo parte de premissas simples, mas termina em consequências complexas. Pretende-se, de forma breve e objetiva, lançar o debate na tentativa de compreender as implicações jurídicas da criação de bens e produtos com valor emocional relevante. Como se verá adiante, a fim de aumentar e, principalmente, manter a sua clientela e o seu lucro, as empresas e as marcas trabalham em cima de sua própria reputação e na construção de um valor ligado ao produto colocado no mercado.

No momento de produção desse bem e no momento de venda de um produto ou serviço, essa emoção também é transmitida – embora seja difícil identificar a natureza dessa transferência. Ainda assim, essa mecânica não poderá passar despercebida: se a venda do produto envolve a transmissão de uma sensação e se essa sensação se confunde com o próprio produto – faz parte dele ou até mesmo o constitui –, isso leva a consequências contratuais relevantes, que aqui se pretende esboçar.

Para isso, o segundo tópico (*O problema*) aprofundará a discussão e construirá as perguntas sobre as quais buscar-se-á lançar alguma luz; em seguida (*A importância do sentimento na criação de um produto ou serviço*), será demonstrado que a construção desse sentimento não é distante da empresa, mas técnica e estratégia de mercado – o que compõe mais um motivo para o seu estudo. Encerrado esse estudo preliminar, os tópicos seguintes (*A contribuição da Convenção das Nações Unidas para a Venda Internacional de Mercadorias (CISG) para a discussão e a ideia da não conformidade dos bens e As consequências do inadimplemento*) lançarão considerações sobre as consequências jurídicas de tal mecânica,