

Greenwashing e falsidade ideológica: a responsabilização penal e consumerista de práticas ambientais enganosas no ordenamento jurídico brasileiro

Greenwashing and ideological falsehood: criminal and consumer law accountability for deceptive environmental practices in the brazilian legal system

Greenwashing y falsedad ideológica: la responsabilización penal y consumerista de prácticas ambientales engañosas en el ordenamiento jurídico brasileño

DOI: 10.54901/educa.v9-475

Anderson Luiz Brasil Silva¹
João Emílio de Assis Reis²

RESUMO: O artigo analisa o fenômeno do greenwashing e sua interface com a falsidade ideológica no ordenamento jurídico brasileiro, examinando como práticas ambientais enganosas podem gerar responsabilização nas esferas penal, ambiental e consumerista. O greenwashing consiste na divulgação de informações falsas, incompletas, ambíguas ou exageradas sobre a sustentabilidade de produtos, serviços ou operações empresariais, com o objetivo de construir imagem positiva dissociada da realidade fática. A pesquisa foi desenvolvida no contexto das atividades de estágio pós-doutoral vinculadas ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Gestão de Negócios do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ). O objetivo central é investigar em que medida o Direito Ambiental, o Direito do Consumidor e o Direito Penal oferecem instrumentos para coibir tais condutas, com especial atenção à publicidade enganosa e ao crime de falsidade ideológica. A metodologia adotada é qualitativa, bibliográfica e documental, com análise de doutrina, legislação, decisões judiciais, ações civis públicas e operações policiais recentes, sem pretensão de exaurimento jurisprudencial. Os resultados indicam que o enfrentamento jurídico do greenwashing concentra-se na tutela consumerista, enquanto a responsabilização penal permanece menos explorada, embora existam tipos penais aptos a abranger condutas de fraude ambiental, informacional e documental. Conclui-se pela necessidade de articulação mais consistente entre as esferas ambiental, consumerista e penal, com fortalecimento da fiscalização, da atuação coletiva e da responsabilização de pessoas físicas e jurídicas envolvidas na maquiagem verde.

Palavras-chave: Greenwashing; falsidade ideológica; publicidade ambiental enganosa; relações de consumo; responsabilidade penal.

¹ Doutor em Direitos Humanos e Função Social do Direito, Centro Universitário Alves Faria (UNIALFA), Goiânia, Goiás, Brasil. E-mail: prof.dr.andersonbrasil@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5024-9301>

² Doutor em Efetividade do Direito Público e Limitações da Intervenção Estatal, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ), Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: joao.reis@ifrj.edu.br Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8950-0025>

1 INTRODUÇÃO

O debate contemporâneo sobre desenvolvimento sustentável e critérios ESG (Environmental, Social and Governance — Ambientais, Sociais e de Governança) fez com que a dimensão ecológica passasse a integrar a lógica de mercado, influenciando decisões de consumo, de investimento e de regulação (Antoniolli; Gonçalves-Dias, 2015). Empresas de diferentes setores passaram a divulgar compromissos verdes, certificações ambientais e relatórios de sustentabilidade, buscando demonstrar alinhamento com padrões de responsabilidade socioambiental e de governança corporativa sustentável (Brito; Gonçalves-Dias; Zaro, 2022).

Nesse contexto, multiplicam-se práticas de greenwashing, isto é, estratégias de maquiagem verde por meio das quais agentes econômicos divulgam informações ambientais enganosas para aparentar sustentabilidade sem alterar, de modo efetivo, seus processos produtivos ou modelos de negócio (Paviani, 2019). Sob a perspectiva jurídica, o greenwashing não é, no Brasil, tipo penal autônomo nem figura expressamente nominada em diplomas ambientais ou consumeristas. Entretanto, as condutas que o compõem — veiculação de dados falsos, omissos ou tecnicamente inconsistentes sobre impactos ambientais, rotulagem ecológica, eficiência energética, neutralização de carbono ou uso de recursos naturais — podem violar normas constitucionais e infraconstitucionais já vigentes (Méo, 2019).

A Constituição da República, ao consagrar o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado como bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impõe ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo, o que pressupõe circulação de informação ambiental correta e transparente (Brasil, 1988). A doutrina ambientalista, nessa linha, reconhece o direito à informação ambiental como um dos pilares do direito ambiental brasileiro, garantindo a qualquer cidadão acesso a dados sobre riscos e danos ambientais de interesse coletivo (Padilha, 2010; Milaré, 2011).

A questão que se coloca, portanto, é como o ordenamento jurídico brasileiro responde às práticas de greenwashing e, em especial, como se articula a responsabilização penal — notadamente pela via dos crimes de falsidade ideológica e dos crimes contra as relações de consumo — com a tutela consumerista da publicidade enganosa e com os instrumentos próprios de proteção ambiental (Brasil, 1990a; Brito; Gonçalves-Dias, 2021). A literatura recente tem demonstrado que parte significativa das decisões judiciais sobre informações ambientais enganosas é enquadrada como violação de direitos do consumidor, com aplicação do Código

de Defesa do Consumidor, enquanto a dimensão estritamente ambiental e a persecução penal aparecem de forma mais tímida (Brasil, 1990a; Brito; Gonçalves-Dias, 2021).

A relevância do tema decorre de múltiplos fatores. Do ponto de vista ambiental, a maquiagem verde fragiliza políticas públicas e instrumentos de comando e controle baseados em informação fidedigna — como licenciamento, rotulagem e certificação —, além de comprometer a efetividade da participação social em matéria ecológica (Milaré, 2011). Do ponto de vista do consumidor, o greenwashing viola o direito à informação adequada e clara sobre produtos e serviços, bem como a proteção contra publicidade enganosa ou abusiva, garantias centrais do Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990a). No plano penal, a utilização de documentos falsos, laudos ambientais manipulados, certificações infundadas e relatórios de sustentabilidade inverídicos pode configurar falsidade ideológica, crimes ambientais e outras figuras típicas, afetando a proteção da fé pública e da própria ordem econômica (Delmanto *et al.*, 2000; Bitencourt, 2018).

O objetivo geral deste artigo é examinar criticamente a responsabilização penal e consumerista de práticas ambientais enganosas associadas ao greenwashing no ordenamento jurídico brasileiro. Especificamente, pretende-se: a) delimitar conceitualmente o greenwashing e sua contextualização no cenário de expansão do discurso sustentável; b) analisar o tratamento que o Direito Ambiental brasileiro confere ao dever de informação veraz e aos ilícitos decorrentes de laudos, relatórios e dados ambientais falsos; c) investigar como o Direito do Consumidor tem sido utilizado para coibir a publicidade ambiental enganosa; d) identificar os principais tipos penais aplicáveis, com destaque para o crime de falsidade ideológica e para os crimes contra as relações de consumo; e e) discutir, a partir de exemplos práticos e da jurisprudência, os potenciais e limites do marco normativo vigente para enfrentar o greenwashing (Marra, 2018; Brito; Gonçalves-Dias, 2021; Méo, 2019).

Além desta introdução, o texto desenvolve-se em referencial teórico, metodologia, discussão e resultados, e considerações finais, em conformidade com a organização exigida pelo template da revista, sem prejuízo do conteúdo jurídico-científico originalmente construído.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceito de Greenwashing e Contextualização Geral

O termo greenwashing denomina a prática empresarial de divulgar informações ambientais enganosas, buscando construir imagem pública de responsabilidade socioambiental

que não corresponde à realidade. Em outras palavras, a empresa alardeia supostos atributos ecológicos ou iniciativas sustentáveis de seus produtos e serviços, embora tais esforços sejam superficiais, exagerados ou falsos, configurando propaganda enganosa de cunho ambiental e estratégia de marketing capaz de induzir consumidores e investidores em erro quanto ao verdadeiro desempenho ambiental da organização (Paviani, 2019).

O fenômeno também deve ser examinado a partir da vulnerabilidade informacional do consumidor e da crescente busca por informação ambiental qualificada. No consumo contemporâneo, a decisão de compra passa a ser influenciada por dados sobre origem, cadeia produtiva, emissões, reciclabilidade, certificações e impactos socioambientais de produtos e serviços. Essa demanda por transparência, quando explorada por informações vagas, incompletas ou falsas, amplia o potencial lesivo do greenwashing, pois converte o discurso pedagógico da sustentabilidade em instrumento de indução em erro. Por essa razão, o dever de informação clara e adequada previsto no Código de Defesa do Consumidor deve dialogar com a educação ambiental e com o acesso público a informações ambientais, de modo a fortalecer escolhas de consumo conscientes e tecnicamente verificáveis (Brasil, 1990a; Brasil, 1999; Brasil, 2003; Brito; Gonçalves-Dias, 2021; Méo, 2019).

Historicamente, o termo ganhou notoriedade em críticas a campanhas publicitárias que exageravam credenciais verdes de empresas poluidoras. Posteriormente, foi sistematizado em estudos e materiais sobre os chamados pecados da rotulagem ambiental, como a ausência de prova, a linguagem vaga e o uso de atributos ecológicos irrelevantes (Associação Brasileira de Normas Técnicas, [s. d.]). Como aponta Marra (2018), a lavagem verde funciona como externalidade negativa da sustentabilidade, na medida em que a retórica ambiental mascara obrigações legais ou condutas ordinárias como se fossem investimentos voluntários e socialmente responsáveis. Com a crescente demanda por critérios ESG, o combate ao greenwashing tornou-se central, pois essa prática distorce escolhas de consumo, afeta decisões de investimento e mina a confiança em iniciativas genuinamente sustentáveis (Brito; Gonçalves-Dias, 2021).

Do ponto de vista jurídico, o greenwashing não constitui ilícito tipificado autonomamente no ordenamento brasileiro. Contudo, suas condutas subjacentes — essencialmente, veiculação de informação falsa, incompleta ou ambígua sobre aspectos ambientais de produtos, serviços ou atividades — podem ser enquadradas em diferentes esferas normativas (Méo, 2019). O Direito do Consumidor, o Direito Penal e o Direito Ambiental oferecem bases legais para responsabilizar práticas de maquiagem verde, cada qual enfatizando

bens jurídicos distintos: a confiança e a informação do consumidor, a fé pública e a lealdade documental, a proteção do meio ambiente e a participação informada da coletividade.

2.2 Greenwashing e o Direito Ambiental Brasileiro

A Constituição Federal de 1988 consagra o meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito de todos e bem de uso comum do povo, impondo ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo (Brasil, 1988). Inclui, ainda, o dever de promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente, evidenciando a importância da informação ambiental verdadeira como instrumento de proteção.

Nesse contexto, transparência e veracidade das informações ambientais constituem corolários do direito fundamental ao meio ambiente. Padilha (2010) destaca que o direito à informação ambiental integra os fundamentos do direito ambiental brasileiro, garantindo à coletividade acesso a dados sobre fatos ou riscos ambientais de interesse comum. Milaré (2011), por sua vez, enfatiza o caráter difuso e transindividual desse direito. A disciplina normativa do acesso público a dados e informações ambientais existentes nos órgãos e entidades integrantes do Sistema Nacional do Meio Ambiente (Sisnama) é estabelecida pela Lei nº 10.650/2003, que reforça a centralidade da informação ambiental como instrumento de controle social e participação democrática (Brasil, 2003).

O dever de informar corretamente sobre questões ambientais não se limita ao Estado. A Política Nacional do Meio Ambiente (Lei nº 6.938/1981) sujeita poluidores a sanções e à reparação de danos, inclusive quando a conduta empresarial omite ou falseia aspectos relevantes de preservação ambiental (Brasil, 1981). A Política Nacional de Educação Ambiental (Lei nº 9.795/1999), por sua vez, vincula educação, conscientização pública e participação social na defesa do meio ambiente, o que torna incompatível com a ordem jurídica a manipulação informacional de atributos ambientais para fins meramente mercadológicos (Brasil, 1999). Esse arcabouço normativo indica que a ordem jurídica ambiental impõe comportamento proativo e leal quanto à divulgação de informações ambientais, compatível com os princípios do desenvolvimento sustentável e da participação informada da coletividade (Milaré, 2011).

No âmbito infraconstitucional ambiental, embora não haja crime específico denominado greenwashing, certas condutas associadas à maquiagem verde podem configurar ilícitos ambientais. A Lei de Crimes Ambientais (Lei nº 9.605/1998) tipifica, por exemplo, a elaboração

ou apresentação de estudo, laudo ou relatório ambiental falso ou enganoso em processos de licenciamento ou fiscalização ambiental, conduta relacionada ao art. 69-A, bem como a prestação de informações falsas a autoridades, conforme o art. 66 (Brasil, 1998; Milaré, 2011). Trata-se de disciplina voltada a coibir fraudes documentais em procedimentos ambientais oficiais, o que aproxima a matéria da falsidade ideológica quando documentos são utilizados para alterar a verdade sobre fato juridicamente relevante.

No plano civil ambiental, a veiculação de informações ambientalmente enganosas pode ensejar responsabilidade por danos difusos (Paviani, 2019; Méo, 2019). Ainda que o *greenwashing* nem sempre cause dano ecológico concreto e imediato, ele pode lesar interesses difusos da coletividade, como o direito à informação veraz e ao ambiente equilibrado. Doutrina especializada defende a aplicação da responsabilidade civil objetiva às práticas de *greenwashing*, especialmente quando se comprova nexo entre a informação falsa e prejuízos difusos, como a indução ao consumo de produtos poluentes sob alegações verdes (Paviani, 2019). Assim, a informação ambiental enganosa viola a confiança pública e compromete a tutela ambiental coletiva, justificando medidas reparatórias e inibitórias (Méo, 2019).

Ressalte-se, contudo, que a aplicação prática do Direito Ambiental em sentido estrito contra o *greenwashing* ainda é limitada. Estudos recentes evidenciam que o Poder Judiciário brasileiro tende a enquadrar a divulgação ambiental enganosa principalmente como matéria de Direito do Consumidor, em vez de acionar mecanismos autônomos de Direito Ambiental (Brito; Gonçalves-Dias, 2021). Tal constatação reforça a necessidade de integração entre as esferas ambiental e consumerista: o *greenwashing* fere bens jurídicos de ambas as searas, e o Direito Ambiental fornece princípios e objetivos gerais — sustentabilidade, prevenção, informação e participação — que embasam a repressão jurídica dessas práticas, ainda que sua operacionalização ocorra, muitas vezes, por meio da legislação consumerista ou penal.

2.3 A tutela do Consumidor contra a Publicidade Ambiental Enganosa

No Brasil, o Direito do Consumidor desponta como o principal campo normativo de enfrentamento ao *greenwashing*. O Código de Defesa do Consumidor — CDC (Lei nº 8.078/1990) dedica-se amplamente à proteção contra publicidades enganosas ou abusivas, reconhece o direito básico do consumidor à informação adequada, clara e verdadeira sobre produtos e serviços e proíbe expressamente a publicidade enganosa (Brasil, 1990a).

Publicidade enganosa, nos termos do CDC, é aquela inteira ou parcialmente falsa ou que, por omissão, ambiguidade ou exagero, seja capaz de induzir o consumidor em erro quanto

à natureza, às características, à qualidade ou ao desempenho do produto ou serviço (Marques; Benjamin; Miragem, 2019). Logo, qualquer mensagem mercadológica que atribua falsamente qualidades verdes a um produto pode configurar publicidade enganosa ambiental, violando diretamente o regime consumerista de informação e confiança (Paviani, 2019; Méo, 2019).

Em sede administrativa, os órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, como os Procons, podem aplicar sanções, incluindo multas, contrapropaganda e suspensão de publicidade ilícita (Brasil, 1990a; Miragem, 2019). Também há atuação da autorregulamentação publicitária. O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária analisou, por exemplo, a Representação nº 077/13, em recurso ordinário, relativa à campanha Bombril Eco, na qual se questionou a veracidade de alegações de sustentabilidade de linha de produtos de limpeza. Em março de 2014, recomendou-se a alteração da publicidade considerada potencialmente enganosa, caso que a literatura especializada identifica como exemplo relevante de controle autorregulatório de apelos ambientais publicitários (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, 2014; Marcon; Soriano-Sierra, 2017).

No âmbito judicial, a publicidade ambiental enganosa pode ensejar ações civis individuais e coletivas. O próprio CDC faculta ao Ministério Público e a outros legitimados a propositura de ação civil pública para combater publicidade ilícita. Nessas ações, podem ser pleiteadas medidas como abstenção de veiculação, divulgação de contrapropaganda esclarecedora e indenização por danos difusos causados à coletividade de consumidores (Marques; Benjamin; Miragem, 2019). Nesse ponto, doutrina e jurisprudência têm reconhecido que a publicidade enganosa pode gerar não apenas dano individual, mas também dano moral coletivo, por ofender a coletividade dos consumidores em seu direito difuso à informação veraz (Marques, 2017).

Um caso concreto ilustra a mobilização da tutela consumerista e ambiental contra o greenwashing. Em 2020, o Instituto de Desenvolvimento Sustentável de Comunidades Humanizar (IDESC) ajuizou a Ação Civil Pública nº 5033162-97.2020.4.04.7000 perante a Justiça Federal do Paraná, questionando a comercialização de plásticos oxibiodegradáveis anunciados como se fossem biodegradáveis (IDESC, 2020). Na petição inicial, alegou-se que os produtos rotulados como oxibiodegradáveis não se decompõem completamente no ambiente, mas apenas se fragmentam em microplásticos, configurando propaganda ambiental enganosa (Brito; Gonçalves-Dias, 2021; IDESC, 2020). Requereu-se, além da cessação do marketing questionado, a responsabilização objetiva das rés com base na legislação ambiental e consumerista, diante da violação ao direito à informação e ao meio ambiente ecologicamente equilibrado (Brasil, 1981; Brasil, 1990a; IDESC, 2020).

A responsabilização civil do fornecedor por publicidade enganosa independe, em regra, da comprovação de culpa ou dolo, pois se apoia na responsabilidade objetiva pelas informações publicitárias e na boa-fé objetiva que estrutura as relações de consumo (Brasil, 1990a; Miragem, 2019). No caso do greenwashing, a violação dos deveres anexos de honestidade e lealdade informacional justifica o sancionamento rigoroso das empresas, sem prejuízo da apuração de responsabilidade administrativa e penal. A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça reforça a centralidade do dever de informação e da tutela da confiança nas relações de consumo, fundamento compatível com a repressão à publicidade ambiental enganosa (Brasil, 2013). Em síntese, o Direito do Consumidor oferece instrumentos robustos de prevenção e repressão ao greenwashing, convergindo com a proteção ambiental e com a exigência de transparência na comunicação empresarial (Marques; Benjamin; Miragem, 2019; Miragem, 2019).

2.4 Greenwashing e a Responsabilização Penal

A esfera penal também pode ser acionada para responsabilizar práticas enganosas de natureza ambiental, especialmente nos casos em que a conduta configure crime contra as relações de consumo ou falsidade documental. Embora o Direito Penal deva ser invocado com parcimônia, em atenção ao princípio da intervenção mínima, o greenwashing pode assumir gravidade suficiente para atrair tutela penal quando houver dolo intenso de fraude coletiva, uso de documentos falsos ou repercussão social acentuada (Bitencourt, 2018). Nesta seção, examinam-se os principais tipos penais que podem incidir sobre práticas de greenwashing no Brasil, com ênfase na publicidade enganosa criminalizada e na falsidade ideológica ambiental.

2.4.1 Crimes contra as Relações de Consumo: Publicidade Enganosa como Crime

O próprio Código de Defesa do Consumidor tipifica infrações penais relacionadas à publicidade enganosa. O art. 67 do CDC estabelece como crime fazer ou promover publicidade que se sabe ou se deveria saber enganosa ou abusiva, prevendo pena de detenção e multa (Brasil, 1990a). Trata-se de delito cuja consumação não depende, necessariamente, de efetivo dano individual, bastando a divulgação da publicidade ilícita nas condições descritas pelo tipo penal (Miragem, 2019). Assim, se o responsável por campanha de marketing veicula deliberadamente mensagem verde sabidamente falsa — por exemplo, ao anunciar produto poluente como integralmente sustentável —, pode incidir no crime previsto no CDC, além das sanções civis e administrativas pertinentes (Marra, 2018; Bitencourt, 2018).

A Lei nº 8.137/1990, que define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, traz tipo penal semelhante e mais abrangente. O art. 7º, VII, criminaliza a conduta de induzir consumidor ou usuário a erro por meio de afirmação ou omissão falsa, enganosa ou exagerada sobre a natureza, a qualidade ou a utilidade de produto ou serviço (Brasil, 1990b). Esse dispositivo alcança não apenas a publicidade formal, mas também declarações inseridas na oferta de produtos ou serviços. Por isso, empresas que fazem afirmações enganosas sobre atributos ambientais — natureza ecológica, reciclabilidade, neutralidade de carbono ou qualidade sustentável — podem, em tese, responder por esse crime (Miragem, 2019; Marra, 2018).

Pode haver discussão sobre concurso aparente entre o art. 67 do CDC e o art. 7º, VII, da Lei nº 8.137/1990, a depender do caso concreto e da extensão da conduta (Miragem, 2019). De todo modo, a existência desses tipos penais transmite mensagem normativa relevante: enganar consumidores sobre aspectos ambientais de produtos e serviços não é apenas ilícito civil ou administrativo, mas pode também constituir conduta criminoso, especialmente quando a fraude for deliberada, organizada e voltada a obter vantagem econômica mediante manipulação da confiança coletiva (Bitencourt, 2018).

2.4.2 Falsidade Ideológica Ambiental: uso de Documentos e Certificações Falsos

Outra tipificação penal relevante é a falsidade ideológica, prevista no art. 299 do Código Penal. Comete esse crime quem omite, em documento público ou particular, declaração que dele devia constar, ou nele insere declaração falsa ou diversa da que deveria ser escrita, com o fim de prejudicar direito, criar obrigação ou alterar a verdade sobre fato juridicamente relevante (Brasil, 1940). Em contextos de greenwashing, a falsidade ideológica pode ocorrer quando a empresa produz documentos, relatórios, certificações ou declarações formais com dados ambientais falsos, dirigidos a consumidores, investidores ou órgãos reguladores. A emissão de certificado verde fraudulento, a adulteração de laudos ambientais ou a divulgação de relatório de sustentabilidade com informações sabidamente falsas sobre emissões, resíduos ou mitigação de impactos podem caracterizar esse delito, se presentes os elementos objetivos e subjetivos do tipo (Delmanto *et al.*, 2000).

É preciso salientar que nem toda propaganda enganosa configura falsidade ideológica. Esse crime exige a existência de documento usado como meio da fraude e a alteração da verdade sobre fato juridicamente relevante. No contexto empresarial contemporâneo, contudo, as estratégias de marketing verde frequentemente se apoiam em documentos formais: selos de

certificação ambiental, relatórios anuais de sustentabilidade, declarações escritas em rótulos, balanços socioambientais e comunicações oficiais ao mercado. Se tais documentos contiverem dados conscientemente falsos — como a afirmação de que determinado produto é integralmente reciclado sem sê-lo, ou a declaração de redução inexistente de impacto ambiental —, a empresa e seus responsáveis podem ser enquadrados no art. 299 do Código Penal (Brasil, 1940; Delmanto *et al.*, 2000).

Um caso de repercussão nacional ilustra a conexão entre falsidade ideológica e práticas ambientais fraudulentas: a Operação Greenwashing, deflagrada pela Polícia Federal em junho de 2024. Segundo notícia oficial, a operação investigou a venda irregular de créditos de carbono lastreados em projetos ambientais supostamente falsos, envolvendo fraudes documentais, grilagem de terras públicas e exploração ilegal de recursos naturais (Brasil, 2024). Entre as condutas noticiadas, constavam emissão de certidões ideologicamente falsas e inserção de dados ambientais falsos em sistemas oficiais (Brasil, 2024). O episódio demonstra que a falsidade de informações ambientais pode ultrapassar a esfera da publicidade e assumir dimensão criminal complexa, especialmente quando utilizada para conferir aparência de legitimidade a produtos financeiros ou ambientais vinculados ao discurso da sustentabilidade.

Em síntese, o Direito Penal disponibiliza instrumentos para punir o greenwashing em suas manifestações mais dolosas e lesivas. Seja pelo viés das relações de consumo, seja pelo viés da fé pública, ou pela conjugação de ambos, é possível responsabilizar penalmente aqueles que, em busca de lucro ou vantagem competitiva, distorcem informações ambientais de forma consciente (Bitencourt, 2018). A aplicação concreta dessas normas, contudo, depende de investigação adequada, demonstração do dolo e atuação institucional coordenada. Nesse cenário, a atenção de órgãos reguladores à divulgação de informações ESG reforça a percepção de que a fraude ambiental informacional pode repercutir não apenas no consumo, mas também no mercado de capitais e na governança corporativa (Arguelho, 2023).

3 METODOLOGIA

Metodologicamente, este estudo — concebido no âmbito das atividades de pós-doutorado desenvolvidas no Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Gestão de Negócios do IFRJ — adota abordagem qualitativa, fundamentada em levantamento bibliográfico e documental (Paviani, 2019; Méo, 2019; Miragem, 2019). O corpus foi composto por doutrina especializada em Direito Ambiental, Direito do Consumidor e Direito Penal; legislação constitucional e infraconstitucional aplicável; estudos sobre comunicação ambiental, consumo

sustentável e greenwashing; decisões judiciais e peças processuais em ações civis públicas; além de notícias e documentos oficiais sobre operações policiais, sanções administrativas e desdobramentos judiciais relacionados a fraudes ambientais informacionais (Brasil, 2013; Brasil, 2020; Brasil, 2024; Brasil, 2026; IDESC, 2020). O levantamento jurisprudencial possui caráter qualitativo e exemplificativo, sem pretensão de exaurimento, e orientou-se pela identificação de padrões argumentativos e lacunas de aplicação normativa.

4 DISCUSSÃO E RESULTADOS

4.1 Análise Jurisprudencial e Exemplos Práticos

Apesar da normatização mencionada, a jurisprudência brasileira especificamente rotulada sob o termo greenwashing ainda é incipiente, não se identificando, nas fontes examinadas, julgados paradigmáticos do Superior Tribunal de Justiça ou do Supremo Tribunal Federal que enfrentem diretamente a categoria com essa denominação (Brito; Gonçalves-Dias, 2021; Méo, 2019). Isso não impede, contudo, a identificação de decisões e práticas institucionais pertinentes aos elementos que compõem o fenômeno, notadamente publicidade enganosa ambiental, violação do dever de informação e uso de dados ambientais falsos.

Uma das principais ações coletivas referidas nas fontes é a que questiona a rotulagem de plásticos oxibiodegradáveis. Sem afirmar, nesta versão, o estado processual atual da controvérsia, a petição inicial apresentada pelo IDESC é relevante por articular publicidade ambiental enganosa, direito à informação, responsabilidade objetiva e proteção ambiental. A peça sustenta que o uso do termo “oxibiodegradável” induziria o consumidor a associar o produto à biodegradação efetiva, embora as embalagens apenas se fragmentassem em microplásticos (IDESC, 2020). A controvérsia ilustra a aplicação do princípio da precaução e do dever de informação correta em favor do consumidor e do meio ambiente (Brasil, 1990a; Brito; Gonçalves-Dias, 2021).

Em âmbito jurisprudencial, há precedentes sobre dever de informação e dano moral coletivo em relações de consumo que, embora não tratem necessariamente de publicidade ambiental, oferecem fundamentos transponíveis ao greenwashing. A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça reforça a centralidade da informação adequada e da tutela da confiança, de modo que a divulgação de qualidade inexistente ou não comprovada pode violar a legítima expectativa do consumidor e justificar reparação, inclusive em perspectiva coletiva, conforme as circunstâncias do caso concreto (Brasil, 2013; Marques, 2017). Transposto esse raciocínio

para o greenwashing, o consumidor que busca produtos sustentáveis, ao ser iludido por falsas alegações ecológicas, sofre lesão à sua autodeterminação informada, justificando reparação coletiva ou individual conforme o caso.

No campo penal, os processos tendem a tramitar com menor visibilidade pública. Em tese, a publicidade ambiental falsa pode dialogar com os tipos penais contra as relações de consumo, especialmente quando a informação inverídica recai sobre natureza, qualidade, composição, características, desempenho ambiental ou utilidade do produto ou serviço. Nesses casos, a análise deve considerar a Lei nº 8.137/1990, o Código de Defesa do Consumidor e a prova do dolo, evitando-se generalizações sem lastro em casos concretos identificados. Assim, o art. 7º, VII, da Lei nº 8.137/1990 pode ser utilizado contra fraudes massificadas nas relações de consumo quando demonstrado o dolo de induzir consumidores em erro (Brasil, 1990b; Marra, 2018; Miragem, 2019; Bitencourt, 2018).

No panorama internacional, o escândalo Dieselgate é frequentemente lembrado como caso emblemático de fraude ambiental associada à comunicação empresarial. Embora não se trate de precedente brasileiro específico sobre greenwashing consumerista, o episódio é mencionado na literatura consultada como exemplo de impacto da manipulação informacional ambiental em larga escala, pois a promessa de tecnologia limpa foi associada a mecanismos que mascaravam emissões poluentes (Arguelho, 2023; Méo, 2019). No Brasil, fontes oficiais indicam desdobramentos administrativos e judiciais do caso: o Ibama noticiou nova multa à Volkswagen por emissões acima do limite estabelecido pela legislação, relacionadas à fraude em testes de emissão, e o Ministério Público Federal noticiou condenação da empresa ao pagamento de R\$ 15 milhões por danos morais coletivos em razão de fraudes no controle de emissão de gases em veículos (Brasil, 2020; Brasil, 2026). O caso exemplifica a gravidade jurídica de informações ambientais manipuladas em escala empresarial.

Quadro 1 – Enquadramento jurídico do greenwashing no Brasil

ESFERA LEGAL	BASE JURÍDICA	SANÇÕES PREVISTAS	EXEMPLO DE APLICAÇÃO
Direito Ambiental	Art. 225 da Constituição Federal; Lei nº 6.938/1981; Lei nº 9.605/1998; Lei nº 9.795/1999; Lei nº 10.650/2003 (Brasil, 1988; Brasil, 1981; Brasil, 1998; Brasil, 1999; Brasil, 2003).	Sanções administrativas; responsabilidade civil objetiva; reclusão por laudos, estudos ou relatórios ambientais falsos, conforme o caso (Milaré, 2011).	Empresa omite poluição em relatório ambiental obrigatório ou apresenta dados ambientais falseados (Brito; Gonçalves-Dias, 2021).
Direito do Consumidor	Lei nº 8.078/1990, especialmente arts. 6º, 30, 37 e 67; Lei nº	Dever de indenizar; danos morais coletivos; contrapropaganda;	Fornecedor veicula anúncio de produto eco friendly sem atributo

	8.137/1990 (Brasil, 1990a; Brasil, 1990b).	sanções administrativas; detenção e multa quando configurado crime publicitário (Miragem, 2019).	ecológico real ou comprovável, como na controvérsia sobre plásticos oxibiodegradáveis (IDESC, 2020).
Direito Penal Geral	Código Penal, art. 299, referente à falsidade ideológica (Brasil, 1940).	Reclusão e multa em hipóteses de inserção ou omissão de declaração falsa em documento público ou particular (Delmanto <i>et al.</i> , 2000).	Empresa utiliza certificados verdes, laudos ou registros ambientais falsos para vender créditos de carbono ou produtos supostamente sustentáveis (Brasil, 2024; Méo, 2019).

Fonte: Elaborado pelos autores.

O quadro sintetiza como uma mesma prática de greenwashing pode acionar distintas frentes legais — administrativa, civil e penal —, a depender das circunstâncias. Essas esferas não se excluem; ao contrário, complementam-se na busca de enfrentamento eficaz das práticas enganosas ambientais (Méo, 2019; Brito; Gonçalves-Dias, 2021). A crescente atenção de órgãos reguladores setoriais à divulgação de informações ESG reforça essa transversalidade. No mercado de capitais, por exemplo, Arguelho (2023) aponta preocupação com o risco de greenwashing financeiro, isto é, com a captação de recursos ou obtenção de vantagem reputacional por empresas que se apresentam como sustentáveis sem lastro informacional suficiente.

Essa interface entre Direito Societário, Direito do Consumidor, Direito Ambiental e Direito Penal indica que práticas ambientais enganosas podem gerar consequências múltiplas: comunicação a órgãos reguladores, ações civis públicas, sanções administrativas, reparação coletiva e persecução penal. No mercado de capitais, a eventual incidência do art. 27-C da Lei nº 6.385/1976 deve ser analisada de forma restrita ao âmbito dos valores mobiliários, especialmente quando a comunicação ambiental falsa integrar oferta, divulgação ou operação capaz de criar condições artificiais de mercado, manipular preços, afetar volume negociado ou induzir investidores a erro (Brasil, 1976; Arguelho, 2023). Fora desse contexto setorial, a repressão jurídica do greenwashing deve permanecer concentrada nos regimes consumerista, ambiental e penal comum examinados neste artigo.

Em síntese, a jurisprudência brasileira caminha para reconhecer o greenwashing como ilicitude complexa, passível de controle em diferentes instâncias, com predomínio, até agora, da perspectiva consumerista (Brito; Gonçalves-Dias, 2021). Em casos extremos, a persecução penal pode servir como instrumento de responsabilização de dirigentes e de desestímulo a

fraudes ambientais organizadas. O Direito Penal, nesses moldes, reforça a reprovação social da conduta, desde que aplicado de forma criteriosa e subsidiária (Bitencourt, 2018).

O despertar da consciência ambiental na sociedade e o desenvolvimento dos conceitos de desenvolvimento sustentável e consumo sustentável pressionam o Poder Judiciário e os órgãos de controle a agir de forma mais assertiva. A investigação da ocorrência de greenwashing no Brasil e de seu tratamento jurídico visa à preservação de direitos coletivos e à difusão de informação ambiental fidedigna, não apenas à repressão posterior da conduta ilícita.

Nessa senda, ações de marketing e comunicação não podem omitir informações relevantes nem manipular a confiança do consumidor ecologicamente consciente. A complexidade do fenômeno exige que o aplicador do Direito considere não apenas a literalidade normativa, mas também a boa-fé, os padrões éticos de mercado e as expectativas legítimas de uma sociedade que demanda mudanças estruturais na relação entre capital, consumo e recursos naturais.

Por fim, a transparência nos relatórios ESG e a veracidade na rotulagem ecológica são imperativos de governança e de proteção do consumidor. O combate ao greenwashing fortalece mercados ambientais, como o mercado voluntário de carbono, e contribui para separar agentes que investem em conformidade socioambiental daqueles que exploram a sustentabilidade apenas como ganho reputacional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, conclui-se que o ordenamento jurídico brasileiro dispõe de arcabouço normativo capaz de responsabilizar penal e consumeristamente práticas de greenwashing, embora essa resposta esteja distribuída entre diferentes diplomas legais. A análise permite afirmar que o greenwashing viola simultaneamente bens jurídicos ambientais e consumeristas: compromete o direito difuso ao meio ambiente equilibrado, porque dissemina informações falsas ou incompletas que dificultam escolhas conscientes e controle social ambiental, e afronta o direito básico do consumidor à informação verdadeira, ferindo a boa-fé nas relações de consumo (Brasil, 1988; Brasil, 1990a; Marques, 2017).

O Direito do Consumidor apresenta-se, nas fontes examinadas, como a via mais acessível e direta para coibir práticas de maquiagem verde. O CDC oferece instrumentos preventivos e repressivos — atuação administrativa, contrapropaganda, tutela individual e ações coletivas — aptos a reagir de modo relativamente célere à publicidade ambiental

enganosa (Marques; Benjamin; Miragem, 2019; Miragem, 2019). As ações civis públicas, as decisões administrativas de autorregulação e as medidas judiciais envolvendo rotulagem ambiental indicam preocupação crescente com a proteção do consumidor ecologicamente consciente e com a assimetria informacional que caracteriza esses casos (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, 2014; IDESC, 2020; Marcon; Soriano-Sierra, 2017).

O Direito Penal, embora deva atuar subsidiariamente, possui função relevante nas hipóteses de maior gravidade, especialmente quando a conduta envolver dolo, fraude documental, certificações falsas, relatórios ambientalmente inverídicos ou publicidade enganosa massificada. Os crimes contra as relações de consumo e o crime de falsidade ideológica podem alcançar condutas de greenwashing quando presentes os elementos típicos e probatórios necessários (Brasil, 1940; Brasil, 1990a; Brasil, 1990b; Bitencourt, 2018). Operações recentes, como a Operação Greenwashing noticiada pela Polícia Federal, demonstram que fraudes ambientais informacionais podem assumir dimensão organizada e demandar resposta penal coordenada (Brasil, 2024).

Do ponto de vista do Direito Ambiental estrito, percebe-se lacuna de aplicação prática no tratamento da propaganda verde enganosa dirigida ao mercado consumidor. As normas ambientais brasileiras se concentram na proteção contra danos ecológicos diretos e na exigência de informações verdadeiras em processos formais, como licenciamento, auditorias e fiscalização. Entretanto, o greenwashing evidencia que a informação ambiental falsa também compromete políticas públicas, escolhas de consumo, mercados ambientais e confiança social. Daí a necessidade de interpretação sistemática que integre princípios de prevenção, informação, participação e educação ambiental à tutela consumerista e penal (Padilha, 2010; Milaré, 2011; Paviani, 2019; Méo, 2019).

As sanções aplicadas a empresas envolvidas em greenwashing possuem também dimensão pedagógica. A divulgação de decisões condenatórias, acordos, recomendações de autorregulação e termos de ajustamento de conduta contribui para esclarecer quais práticas são incompatíveis com a boa-fé ambiental, prevenindo a repetição de condutas por outros agentes econômicos (Brito; Gonçalves-Dias, 2021; Méo, 2019). A distância entre consciência ambiental e comportamento efetivo, discutida em estudos sobre consumo e descarte de resíduos, reforça a importância de informação acessível, verificável e tecnicamente responsável (Santos; Silva, 2011).

Por fim, combater o greenwashing não significa apenas proteger consumidores contra promessas mercadológicas falsas. Significa resguardar a credibilidade do compromisso ambiental da sociedade, a integridade dos mercados sustentáveis e a própria confiança nos

instrumentos jurídicos de proteção ambiental. O Direito, nessa senda, cumpre seu papel ao impor consequências reais às práticas enganosas, alinhando-se aos ideais de transparência, responsabilidade socioambiental e justiça intergeracional consagrados no ordenamento constitucional brasileiro (Brasil, 1988; Padilha, 2010). A verdade informacional é, em última instância, condição de possibilidade para sustentabilidade genuína e desenvolvimento nacional equilibrado.

REFERÊNCIAS

ANTONIOLLI, Gabriel Otávio; GONÇALVES-DIAS, Sylmara Lopes Francelino. Uma discussão em torno de responsabilidades, comunicação ambiental e greenwashing: o caso Petrobras. **Organizações e Sustentabilidade**, Londrina, v. 3, n. 1, p. 3-46, jan./jun. 2015. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/ros/article/view/20886/18940>. Acesso em: 19 abr. 2026.

ARGUELHO, S. Os desafios do greenwashing no atual cenário do mercado de capitais. **DH Revista de Direito**, Belo Horizonte, v. 6, 2023. Disponível em: <https://periodicos.domhelder.edu.br/index.php/dhrevistadedireito/article/view/2582/25634>. Acesso em: 19 abr. 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Os 7 pecados da rotulagem ambiental. [s. d.]. Disponível em: <https://www.abntonline.com.br/sustentabilidade/Rotulo/7pecados>. Acesso em: 19 abr. 2026.

BITENCOURT, Cezar Roberto. **Tratado de direito penal**: parte especial. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2018. v. 3.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940**. Código Penal. Rio de Janeiro: Presidência da República, 1940. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. **Ibama aplica nova multa à Volkswagen por emissões acima do limite estabelecido pela legislação**. Brasília, DF: Ibama, 7 abr. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/ibama/pt-br/assuntos/noticias/2020/ibama-aplica-nova-multa-a-volkswagen-por-emissoes-acima-do-limite-estabelecido-pela-legislacao>. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976**. Dispõe sobre o mercado de valores mobiliários e cria a Comissão de Valores Mobiliários. Brasília, DF: Presidência da República,

1976. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6385compilada.htm. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente. Brasília, DF: Presidência da República, 1981. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6938.htm. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Brasília, DF: Presidência da República, 1990a. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990**. Define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo. Brasília, DF: Presidência da República, 1990b. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8137.htm. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998**. Lei de Crimes Ambientais. Brasília, DF: Presidência da República, 1998. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9605.htm. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999**. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1999. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9795.htm. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. **Lei nº 10.650, de 16 de abril de 2003**. Dispõe sobre o acesso público aos dados e informações ambientais existentes nos órgãos e entidades integrantes do Sisnama. Brasília, DF: Presidência da República, 2003. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.650.htm. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Polícia Federal. **PF deflagra Operação Greenwashing para investigar venda irregular de créditos de carbono**. Brasília, DF: Polícia Federal, 5 jun. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/pf/pt-br/assuntos/noticias/2024/06/pf-deflagra-operacao-greenwashing-para-investigar-venda-irregular-de-creditos-de-carbono>. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. Ministério Público Federal. **Volkswagen é condenada a pagar R\$ 15 milhões por fraudes no controle de emissão de gases em veículos**. São Paulo: MPF, 11 maio 2026. Disponível em: <https://www.mpf.mp.br/o-mpf/unidades/pr-sp/noticias/volkswagen-e-condenada-a-pagar-r-15-milhoes-por-fraudes-no-controle-de-emissao-de-gases-em-veiculos>. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.188.442/RJ**. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Quarta Turma. Julgado em: 6 nov. 2012. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 5 fev. 2013. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ITA?seq=1191715&tipo=0&nreg=201000586154&dt=20130205&formato=PDF>. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRITO, Ana Carolina Ferreira de Melo; GONÇALVES-DIAS, Sylmara Lopes Francelino. Como o direito brasileiro encara o greenwashing? **Revista Direito Ambiental e Sociedade**,

Caxias do Sul, v. 11, n. 3, p. 79-104, set./dez. 2021. Disponível em:
<https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/direitoambiental/article/view/10689>. Acesso em: 19 abr. 2026.

BRITO, Ana Carolina Ferreira de Melo; GONÇALVES-DIAS, Sylmara Lopes Francelino; ZARO, Elise Soerger. Relatório corporativo socioambiental e greenwashing: análise de uma empresa mineradora brasileira. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 234-246, mar./abr. 2022. Disponível em:
<https://periodicos.fgv.br/cadernosebape/article/view/85535/80718>. Acesso em: 19 abr. 2026.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA.
Representação nº 077/13, em recurso ordinário. Autor: Grupo de consumidores.
Anunciante: Bombril. Relatores: Conselheiros César Augusto Massaioli e Letícia Lindenberg. Julgamento: mar. 2014. Disponível em:
<http://www.conar.org.br/processos/detcaso.php?id=3748>. Acesso em: 19 abr. 2026.

DELMANTO, Celso *et al.* **Código penal comentado**. 5. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

IDESC. Instituto de Desenvolvimento Sustentável de Comunidades Humanizar. **Petição inicial da Ação Civil Pública com obrigação de não fazer cumulada com aplicação de multa e pedido de liminar**: processo nº 5033162-97.2020.4.04.7000. Curitiba: 11ª Vara Federal de Curitiba, 10 jul. 2020. Disponível em:
<https://institutohumanizar.org.br/documento/processos/PETI%C3%87%C3%83O%20INICIAL%20CONTRA%20AS%20R%C3%89S%2010.07.2020.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2026.

MARCON, Gabriela Almeida; SORIANO-SIERRA, Eduardo Juan. Greenwashing: apelos de sustentabilidade e a autorregulação publicitária no Brasil. In: ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE EM PROJETO – ENSUS, 2017, Florianópolis. **Anais [...]**. Florianópolis: UFSC, 2017. p. 1687-1702. Disponível em:
<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/240673/ANAIS%20ENSUS%202017%20%281%29-1687-1702.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2026.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: a nova proteção do consumidor. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MARRA, R. **Estudos em agronegócio**: análise crítica sobre informações ambientais enganosas. Goiânia: Ed. UFG, 2018. Disponível em:
https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/170/o/LIVRO_-_Estudos_em_agroneg%C3%B3cio.pdf. Acesso em: 19 abr. 2026.

MÉO, Letícia Caroline. **Greenwashing e o direito do consumidor**: como prevenir (ou reprimir) o marketing ambiental ilícito. Prefácio de Rosa Maria de Andrade Nery. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. 263 p. ISBN 978-85-5321-385-6.

MILARÉ, Édís. **Direito do Ambiente**: a gestão ambiental em foco. 7. ed. rev., atual. e reform. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

PADILHA, Norma Sueli. **Fundamentos constitucionais do direito ambiental brasileiro**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

PAVIANI, Gabriela Amorim. Greenwashing: o falso marketing e a responsabilidade civil em relação ao consumidor. **Revista de Direito e Sustentabilidade**, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 76-91, 2019. DOI: 10.26668/IndexLawJournals/2525-9687/2019.v5i1.5525. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistards/article/view/5525>. Acesso em: 19 abr. 2026.

SANTOS, Carlos Alberto Frantz dos; SILVA, Tânia Nunes da. Descompasso entre a consciência ambiental e a atitude no ato de descartar lixo eletrônico: a perspectiva do usuário residencial e de uma empresa coletora. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 35., 2011, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2011. p. 1-17. Disponível em: https://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=MTM1NzA=. Acesso em: 19 abr. 2026.