

Sabe o que é o *greenwashing*?



É cada vez mais comum a preocupação por parte das empresas e operadores económicos em publicitarem os seus produtos, chamando a atenção para os atributos de sustentabilidade que possam provocar interesse aos consumidores. Estas alegações ambientais podem ser encontradas na publicidade de produtos e serviços dos mais variados setores, desde a alimentação aos transportes, passando pelo vestuário e pelos produtos cosméticos. No entanto, estas alegações nem sempre contêm informações claras, verdadeiras e comprovadas. A inexistência, a ambiguidade ou a dificuldade de acesso à informação por parte do consumidor, pode ser compreendida como “eco branqueamento” ou “greewashing”. Esta prática utiliza vulgarmente expressões como “amigo do ambiente”, “ecológico”, “sustentável”, “protege o ambiente” ou “biodegradável”, que visa atrair os consumidores para a aquisição de produtos e serviços que, na realidade, não contribuem para um consumo sustentável.

Estando os consumidores cada vez mais sensibilizados para os impactos que as suas opções de compra podem ter no meio ambiente, as alegações ambientais presentes em produtos ou serviços, não devem induzir em erro ou suscitar dúvidas aos consumidores, mas sim demonstrarem que determinado produto ou serviço respeita a característica alegada na publicidade, incluindo informação sobre testes, estudos ou dados científicos que o comprovem.