REVISTA DA DEFENSORIA PÚBLICA
DEFENSORIA PÚBLICA ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
ISSN 2177-8116

A PRÁTICA DE GREENWASHING COMO VIOLADOR DA BOA-FÉ NOS CONTRATOS PRIVADOS

THE PRACTICE OF GREENWASHING AS A VIOLATOR OF GOOD FAITH IN PRIVATE CONTRACTS

LA PRÁCTICA DEL GREENWASHING COMO VIOLACIÓN DE LA BUENA FE EN LOS CONTRATOS PRIVADOS

Caio Laprano[1]

Rayssa de Oliveira Dantas[2]

Ryan Nascimento Silva[3]

RESUMO

Diante da crescente pressão social e mercadológica por responsabilidade socioambiental, tendo em vista a gravidade da mudança climática no cenário atual, a apresentação de empresas como sustentáveis aos consumidores e investidores nem sempre corresponde à realidade. Tal disparidade entre discurso e prática compromete a segurança contratual que deveria alcançar as partes, tornando o estudo desse fenômeno crucial para a proteção da boa-fé, no âmbito do Direito Civil. Assim, o estudo busca demonstrar como o *greenwashing* - sendo esta uma simulação de conformidade com práticas sustentáveis - prejudica a confiança nas relações contratuais e compromete a integridade do sistema jurídico pela violação do princípio da boa-fé objetiva. O método adotado foi o hipotético-dedutivo, aliado à pesquisa bibliográfica e qualitativa, de forma a permitir uma análise aprofundada de obras doutrinárias, legislações e artigos acadêmicos. Os resultados da pesquisa confirmam que a prática de *greenwashing* viola diretamente a boa-fé objetiva ao induzir os contratantes a acreditarem em promessas falsas de sustentabilidade, o que fere a transparência e a expectativa legítima nas relações contratuais. Conclui-se que, para garantir a efetividade do princípio da boa-fé, nesse contexto, o combate ao *greenwashing* é imprescindível para a construção de um ambiente

[1] Mestrando em Direito pela Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Unesp Câmpus de Franca; caio.laprano@unesp.br.

[2] Graduanda em Direito pela Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Unesp Câmpus de Franca; rayssa.oliveira@unesp.br.

[3] Graduando em Direito pela Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Unesp Câmpus de Franca; ryan.silva@unesp.br

de negócios mais ético e sustentável, sendo necessárias medidas para coibir essas práticas e garantir uma transparência nas comunicações empresariais.

Palavras-chave: Boa-fé; *greenwashing*; relações contratuais.

ABSTRACT

Given the increasing social and market pressure for socio-environmental responsibility, considering the severity of climate change in the current scenario, the presentation of companies as sustainable to consumers and investors does not always correspond to reality. This disparity between discourse and practice compromises the contractual security that should be ensured for the parties, making the study of this phenomenon crucial for the protection of good faith within the scope of Civil Law. Thus, this study aims to demonstrate how greenwashing — understood as a simulation of compliance with sustainable practices — undermines trust in contractual relationships and compromises the integrity of the legal system by violating the principle of objective good faith. The method adopted was the hypothetical-deductive approach, combined with bibliographic and qualitative research, enabling an in-depth analysis of doctrinal works, legislation, and academic articles. The research results confirm that the practice of greenwashing directly violates objective good faith by leading contracting parties to believe in false promises of sustainability, thereby harming transparency and legitimate expectations in contractual relations. It is concluded that, to ensure the effectiveness of the principle of good faith in this context, combating greenwashing is essential for building a more ethical and sustainable business environment, making it necessary to implement measures to curb these practices and guarantee transparency in corporate communications.

Keywords: Good faith; greenwashing; contractual relationships.

RESUMEN

Dada la creciente presión social y de mercado por la responsabilidad socioambiental, considerando la gravedad del cambio climático en el escenario actual, la presentación de empresas como sostenibles ante consumidores e inversores no siempre corresponde a la realidad. Esta disparidad entre el discurso y la práctica compromete la seguridad contractual que debería garantizarse a las partes, haciendo que el estudio de este fenómeno sea crucial para la protección de la buena fe en el ámbito del Derecho Civil. Así, este estudio tiene como objetivo demostrar cómo el *greenwashing* - entendido como una simulación de cumplimiento con prácticas sostenibles - socava la confianza en las relaciones contractuales y compromete la integridad del sistema jurídico al violar el principio de buena fe objetiva. El método adoptado fue el enfoque hipotético-deductivo, combinado con la investigación bibliográfica y cualitativa, lo que permitió un análisis profundo de obras doctrinarias, legislación y artículos académicos. Los resultados de la investigación confirman que la práctica del *greenwashing* viola directamente la buena fe objetiva al llevar a las partes contratantes a creer en promesas falsas de sostenibilidad, perjudicando así la transparencia y las expectativas legítimas en las relaciones

contractuales. Se concluye que, para garantizar la efectividad del principio de buena fe en este contexto, el combate al *greenwashing* es esencial para construir un entorno empresarial más ético y sostenible, siendo necesario implementar medidas para frenar estas prácticas y garantizar la transparencia en las comunicaciones corporativas.
Palabras clave: Buena fe; *greenwashing*; relaciones contractuales.

Data de submissão: 24/02/2025

Data de aceite: 19/01/2026

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, houve uma mudança significativa na governança corporativa, impulsionada pela crescente demanda por atenção aos impactos da sustentabilidade nas metas e valores empresariais frente ao mercado de capital (Olynec, 2023). Essa alteração faz referência ao fenômeno da sustentabilidade corporativa e como este, por sua vez, influenciou todo o panorama empresarial.

A expansão do conceito de sustentabilidade no âmbito corporativo foi motivada por uma maior compreensão das implicações dos fatores sustentáveis no crescimento econômico e nos mercados financeiros, em geral. Ou seja, com o cenário atual relacionado à gravidade da mudança climática, verificaram-se os riscos associados ao aumento das temperaturas globais e como ela poderia afetar a lucratividade empresarial a longo prazo (Fink, [2024]). Destarte, os impactos cada vez mais evidentes das catástrofes ambientais e do agravamento das questões sociais têm despertado a necessidade de integrar a sustentabilidade nos processos de decisão de investimento (Ambrósio, [20--], p. 4) e, consequentemente, provocaram uma preocupação com a realocação significativa de capital, à medida que empresas buscam se adaptar às novas exigências relacionadas à realidade.

As práticas de "*Environmental, Social and Governance*" (ESG), ou, em português, "Ambiental, Social e Governança"[4], apontam para a transformação

[4] As práticas de ESG são encaradas como um conjunto de ações empresariais e de investimento que intencionam adequar a realidade social e ambiental da organização, bem

em andamento da economia global, capaz de se tornar mais resiliente e sustentável, estimulando as oportunidades de crescimento (S&P Global, [2024]). Por conseguinte, índices de sustentabilidade no ramo empresarial, como o "*Dow Jones Sustainability Index* (DJSI)", na esfera internacional, e o "Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)" da Bolsa de Valores brasileira (B3), foram criados ao passo que empresas de investimento passaram a olhar, cada vez mais, os critérios de ESG dentro das organizações, a fim de verificar a possibilidade de aplicação de capital.

Nesse contexto, com a inserção dos princípios de ESG - sendo a Responsabilidade Corporativa o princípio que, quando contextualizado superficialmente, abrange os demais: transparência, equidade e prestação de contas (Filho; Cierco, 2022, p. 9) -, os quais são condensados em meio às práticas corporativas e à criação dos índices supracitados, os agentes privados enfrentam crescentes exigências voltadas à adoção de práticas socioambientais responsáveis. Esta demanda se materializa por meio de diversos questionários de sustentabilidade, como o ISE B3 (B3, 2022, p. 6) e Pontuações ESG da S&P Dow Jones Indices (DJI) (S&P Dow Jones Indices, 2024, p. 2), aos quais as corporações devem responder, a fim de obter uma pontuação satisfatória perante o *ranking*[5] criado dentro das bolsas de valores.

Além de aumentar a atratividade de suas ações, as empresas presentes nesses índices são frequentemente recompensadas com uma maior capacidade de captar recursos e a consequente valorização no mercado financeiro (Iris Carbon, 2024). Por outro lado, aquelas que não seguem as práticas ESG podem enfrentar um risco reputacional, a retirada de investidores e até mesmo a perda de valor de mercado (Morgan Stanley, 2021).

---

como sua capacidade de governança e gestão de riscos, aos padrões que são estabelecidos internacionalmente (Pereira *et al*, 2021, p. 1), de modo inserir expectativas sobre criação de valor à própria empresa (Alves, 2024, p. 26).

[5] Há de se salientar que estar listado em um desses indicadores passou a ser visto como sinal de boa gestão, reputação sólida e capacidade de adaptação a riscos futuros, como os relacionados às mudanças climáticas e crises sociais.

Contudo, em relação à ampla pressão enfrentada pelo ramo corporativo, as exigências de adequação a este novo contexto organizacional ensejaram a correlata ascensão das práticas de "*greenwashing*" ou "maquiagem verde" - estratégia comum em que empresas enganam os consumidores sobre seu real desempenho ambiental (Delmas; Burbano, 2011, p. 66), dando uma falsa impressão de transparência e responsabilização (Marquis; Toffel, 2012, p. 10) - no setor privado.

Esse fenômeno pode ser visto como uma resposta oportunista à crescente demanda por práticas sustentáveis, com base na qual empresas buscam construir uma imagem ecológica superficial sem, de fato, implementar mudanças significativas em suas operações, já que, com a sustentabilidade tornando-se não apenas um fator importante para a imagem pública, mas, também, um aspecto estratégico para agregar valor de mercado, aquelas que exibem boas credenciais ambientais e sociais tendem a atrair mais investimentos e gozar de maior confiança dos consumidores (Iris Carbon, 2024).

Diante da emergência destes fenômenos e de suas repercussões no âmbito jurídico, o presente trabalho busca aferir a natureza conflitiva entre o *greenwashing* e o princípio da boa-fé objetiva, regente nos contratos privados, sendo esta a hipótese de pesquisa: a incompatibilidade e caráter violatório das práticas de *greenwashing* empresarial face ao axioma da boa-fé objetiva.

Estabelecido isto, enquanto pilar fundamental do Direito Contratual, a boa-fé objetiva impõe às partes a obrigação de agir com probidade, honestidade e lealdade ao longo de toda relação contratual (Gonçalves, 2024, p. 34). Alicerçado na retidão e transparência, este princípio considera o genuíno interesse dos contratantes, especialmente no sentido de não omitir informações relevantes que possam influenciar o entendimento sobre o contrato. Ao conduzir o negócio jurídico sob a existência de supressão de informações por uma das partes, cria-se, no outro lado da relação negocial, "a expectativa da celebração de um contrato para o qual se preparou e efetuou despesas, ou em função do qual perdeu outras oportunidades" (Aguiar Júnior, 1991, *apud* Gonçalves, 2024, p. 39). É por isso que, nesse caso, tal violação dá

ensejo ao instituto da indenização, caracterizando-se como uma proteção do Código Civil de 2002 (Brasil, 2002a) aos contratantes.

À vista do exposto, o princípio da boa-fé objetiva é essencial para assegurar que os contratos privados reflitam um compromisso sincero entre as partes e se baseiem na confiança mútua, de modo a garantir a segurança jurídica nos negócios. Contudo, ao fornecer informações falsas ou enganosas sobre os compromissos ambientais da empresa, o *greenwashing* distorce a realidade e compromete a transparência necessária para uma relação contratual justa. Isto posto, organizações que recorrem a essa prática violam propriamente a boa-fé objetiva quando criam uma falsa impressão de conformidade com metas sustentáveis, induzindo consumidores e investidores ao erro (Gonçalves, 2024, p. 37). Logo, a incorporação de valores éticos nas estratégias empresariais não é apenas uma questão de conformidade, mas um fator de respeito às normas que regem a relação contratual e o compromisso com seus consumidores e investidores.

O estudo adota o método hipotético-dedutivo, partindo da hipótese de que a prática de *greenwashing* viola o princípio da boa-fé objetiva nos contratos privados no âmbito do Direito Civil. Para isso, recorre-se à pesquisa bibliográfica (Gil, 2002, p. 44) e qualitativa (Minayo; Deslandes; Gomes, 2015, p. 21-22), que permitem examinar conceitos jurídicos e explorar fontes especializadas sobre sustentabilidade empresarial e *greenwashing*. A análise será conduzida com base em doutrina, legislação e artigos acadêmicos, com o propósito de fundamentar a discussão proposta.

2 O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ NOS CONTRATOS PRIVADOS

Princípios podem ser entendidos como fundamentos essenciais originados da cultura e da moral, os quais, em determinadas circunstâncias, se consolidam como comandos normativos. Esses princípios exercem influência tanto na estruturação do ordenamento jurídico quanto no processo hermenêutico, orientando a interpretação das normas e direcionando a aplicação daquelas que melhor se alinham aos valores e diretrizes do sistema

jurídico (Martins, 2018, p. 142). Silvio Venosa (2010, p. 141), analogamente, reconhece os princípios como elementos fundamentais do Direito, uma vez que derivam de regras basilares da convivência social e refletem a cultura jurídica universal, orientando a interpretação e aplicação das normas. Com isso em vista, se uma das missões do direito é orientar e realizar a organização da sociedade de forma equilibrada visando o bem comum, o princípio da boa-fé é um ponto de início imprescindível.

O princípio encontra-se consagrado no artigo 422 do Código Civil de 2002, no qual é pontuado que "os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé" (Brasil, 2002a). Com isso, é perceptível que a boa-fé objetiva integra a celebração do contrato e este não se resolve apenas na sua obrigação principal, de dar, fazer ou não fazer (Martins, 2020, p. 328).

De modo análogo, Ricardo Martins (2020, p. 329) comenta que, embora o art. 422 do Código Civil pontue apenas sobre a conclusão e a execução, no sentido da aplicabilidade do princípio da probidade e boa-fé, o Enunciado 25 da I Jornada de Direito Civil, pelo Conselho da Justiça Federal (CJF) (Brasil, 2002b), entende a aplicação desse princípio, tanto nas fases pré-contratual, quanto pós-contratual.

O Superior Tribunal de Justiça, no Recurso Especial n.º 1862.508/SP, reafirmou essa compreensão ao reconhecer que a violação dos deveres anexos de informação e lealdade na fase pré-contratual configura ofensa à boa-fé objetiva prevista no art. 422 do Código Civil de 2002 (Brasil, 2002a), e pode ensejar a resolução do contrato por inadimplemento, ainda que as informações prestadas não sejam falsas, mas insuficiente para uma tomada de decisão consciente (Brasil, 2020). Isto posto, urge a necessidade de trazer à luz o conceito dos contratos privados, que "são fontes de direito, ou seja, são fontes negociais em que os particulares se vinculam juridicamente, criando, modificando ou extinguindo direitos" (Campos; Barros Filho; Saldanha, 2017, p. 2).

Além disso, os contratos são um acordo de duas ou mais vontades com o fito de produzir efeitos jurídicos almejados pelos contratantes (Mello; Fraga,

2006, p. 3), por isso é de extrema importância o princípio da boa-fé objetiva, para que nenhum dos agentes reste prejudicado por advento da má-fé de outrem. O referido princípio exige uma conduta transparente entre as partes, limitando o exercício dos direitos subjetivos, e complementa as obrigações contratuais para garantir que o negócio jurídico seja realizado de forma equitativa, promovendo uma espécie de humanização da norma jurídica (Diniz, 2013, p. 68).

A normatização da boa-fé demonstra a importância de se estabelecer um padrão de conduta nas relações contratuais, especialmente em um contexto em que a confiança mútua nem sempre é assegurada e os interesses individuais amiudadamente se sobrepõem aos coletivos, não alcançando, assim, a função social[6] do contrato (Reale, 2001, p. 338). Nesse sentido, é crucial evidenciar que as empresas que promovem uma falsa imagem de sustentabilidade para alcançar benefícios mercadológicos estão violando o princípio da boa-fé objetiva. Afinal, o *greenwashing*, ao distorcer informações ambientais e induzir consumidores ao erro, compromete a confiança nas relações contratuais (Moura *et al*, 2021, p. 4).

Ademais, de acordo com o Acórdão nº 1297487 do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, no âmbito jurisprudencial, a boa-fé objetiva impõe que, nas fases de contratação, sem exceção, é impreterível a conduta leal de ambos os contratantes, que devem atentar-se aos deveres anexos e laterais de conduta - obrigações que decorrem do princípio e não estão previstas, expressamente, no contrato - com o fito de preservar a confiança e

[6] A função social é um princípio do Direito que estabelece que bens, direitos e instituições devem cumprir um papel que beneficie não apenas os seus titulares, mas também a coletividade, buscando conciliar as exigências do todo social com os poderes conferidos aos indivíduos, como ocorre nos direitos civis, na propriedade e nos negócios jurídicos (Reale, 2001, p. 338). Esse conceito encontra respaldo no ordenamento jurídico brasileiro, conforme previsto no art. 5º, XXIII, da Constituição Federal de 1988, que dispõe que "a propriedade atenderá a sua função social" (Brasil, 1988), e no art. 421 do Código Civil, que determina que "a liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato" (Brasil, 2002a).

as expectativas válidas do negócio jurídico (Brasília, 2020). De modo análogo, na fase de formação dos contratos privados, o princípio supracitado exige que as partes ajam de forma transparente, para que a boa-fé exerça o papel de filtro, capaz de prevenir fraudes e assegurar que as escolhas feitas sejam baseadas em informações fidedignas e de boa-fé (Rachele, 2011, p. 211).

O axioma em questão, para além de expressar esta finalidade protetiva, também representa uma salvaguarda contratual, ao determinar que qualquer ação ou omissão que comprometa a transparência ou a lealdade devam ser reprimidas (Rachele, 2011, p. 202). Outrossim, a boa-fé objetiva desempenha função normativa, à medida que limita o exercício de direitos por parte dos contratantes (Pedrosa, 2013, p. 2), assegurando a proteção de expectativas legítimas.

Com isso exposto, fica claro que este princípio - prefixado pelo Código Civil de 2002, constitui, nos contratos privados, uma espécie de guardião da transparência e da confiança mútua nas contratações e, de certa forma, resguarda a função social do contrato. Com um papel fundamental na prevenção de fraudes, a boa-fé objetiva exige condutas leais e previne práticas que possam distorcer a realidade contratual. Não por outra razão, a observância da boa-fé é um elemento fulcral para assegurar que as partes envolvidas em contratos privados mantenham um comportamento ético e responsável, garantindo a proteção das expectativas legítimas e prevenindo a violação desse princípio essencial.

3 GREENWASHING COMO VIOLAÇÃO DA BOA-FÉ

É evidente que a sociedade está se tornando mais sensível e preocupada com as práticas ambientais adotadas pelas empresas e que, à medida que essas práticas são apreciadas, aquelas enfrentam uma pressão significativa para se conformar às demandas das partes interessadas.

No entanto, ao passo que as corporações percebem que a sua imagem e legitimidade estão em risco, podem distorcer suas comunicações externas relativas às iniciativas ambientais, a fim de criar uma percepção pública e

comercial positiva. Logo, uma comunicação verde ou um engodo ecologicamente correto são exibidos, por mais que nem sempre correspondam à realidade de suas ações (Santos; Coelho; Marques, 2023, p. 1398). Nesse contexto, empresas que enganam o público sobre suas práticas ou benefícios ambientais, destacando indicadores positivos e ocultando os negativos, distorcem a percepção de sustentabilidade e se enquadram no *greenwashing* (Marquis; Toffel, 2012, p. 10).

O conceito de ESG, que avalia o desempenho e as perspectivas de uma empresa com base em critérios ambientais, sociais e de governança (Tripathi; Bhandari, 2014, p. 16), surgiu para despertar no meio corporativo a consciência sobre a preservação ambiental (Braga; Rezende, 2023, p. 47). A abordagem exige que as instituições considerem sua contribuição para esses três pilares, além da rentabilidade e do crescimento econômico. Assim, empresários passam a valorizar também suas ações frente a essas questões e a reputação construída. Integrar os princípios ESG às estratégias empresariais torna-se, portanto, essencial para assegurar um futuro ético e sustentável, onde a preocupação com critérios ambientais e a transparência ande junto ao desempenho financeiro (Alves, 2024, p. 15).

Enquanto muitas organizações têm se empenhado em desenvolver produtos ecologicamente corretos, conhecidos como “verdes”, e em implementar ações para enfrentar a emergência da mudança climática, outras deliberadamente recorrem a estratégias de marketing que promovem uma imagem enganosa de seus produtos.

Motivadas principalmente pela busca pelo lucro e pelo sucesso comercial, essas empresas exploram a boa-fé de seus consumidores e investidores por meio de propaganda enganosa (Braga; Rezende, 2023, p. 45). Consequentemente, elas acabam utilizando o rótulo de produtos sustentáveis que, na prática, não possuem os atributos ecológicos que afirmam ter, pois, dessa forma, estariam supostamente em conformidade com os novos critérios do mercado de capital e sobrevivendo em termos de reputação e lucratividade.

> As empresas descobriram que o consumidor passou a valorizar quem investe em sustentabilidade. Mas sempre há aqueles que se aproveitam para dizer o que não fazem ou até mesmo mudam a cor

> de suas embalagens ou de seus anúncios para o verde, como se isso fosse sinal de compromisso com o meio ambiente (Café, 2010, p. 45).

Nesse sentido, as fraudes acerca do falso sustentável podem ser evidenciadas de inúmeras maneiras, seja por meio de expressões que induzem à falsa expectativa de se contribuir às questões sustentáveis, como "sem uso de CFC" ou "menos quantidade de plástico" - os quais também podem continuar sendo produtos prejudiciais ao meio ambiente[7]; seja por declarações simplesmente mentirosas ou, até mesmo, por rótulos e certificados inautênticos (Braga; Rezende, 2023, p. 45).

À luz do exposto, entende-se que os contratos pautados nessa "lavagem verde" não cumprem com sua função social, visto que não atendem ao interesse público, e, muito menos, respeitam o princípio da boa-fé objetiva. Fica claro o conflito existente entre a violação deste preceito a partir da prática falseadora em questão e a função social do contrato nas palavras de Carlos Roberto Gonçalves e segundo Caio Mário Pereira:

> [...] a função social do contrato serve precipuamente para limitar a autonomia da vontade quando tal autonomia esteja em confronto com o interesse social e este deva prevalecer, ainda que essa limitação possa atingir a própria liberdade de não contratar, como ocorre nas hipóteses de contrato obrigatório (Pereira, 2022, *apud* Gonçalves, 2024, p. 4).

A função social do contrato, como mencionado, limita a liberdade contratual quando esta colide com o interesse social. Da mesma forma, a boa-fé objetiva exige que os contratantes ajam com honestidade e transparência (Gonçalves, 2024, p. 36), reforçando que a liberdade de agir deve ser exercida dentro de padrões éticos e sociais. Essa interdependência é essencial para garantir que as relações contratuais atendam a interesses individuais e, também, contribuam para o bem-estar social.

---

[7] Como exemplo prático, segundo uma pesquisa realizada pelo Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC), que analisou 509 produtos de higiene, cosméticos, limpeza e utilidades domésticas, uma irregularidade muito presente em itens saneantes, como desinfetantes e detergentes, é a informação de que apresentam "tensoativo biodegradável" como se fosse uma vantagem ambiental. Contudo, por lei brasileira, só se pode produzir e importar saneantes desse tipo (IDEC, 2019).

A harmonização dos interesses dos consumidores e fornecedores é, portanto, um reflexo da função social do contrato, que requer que os direitos individuais sejam exercidos com honestidade e de maneira a respeitar as expectativas legítimas de todas as partes envolvidas, assim como norteado pela boa-fé contratual. Contudo, além do desdém em relação à adoção das diretrizes de ESG por empresas que divulgam informações incoerentes e adotam práticas contrárias aos princípios de governança e ao meio ambiente, essa conduta não apenas compromete sua reputação e imagem, mas também mina a confiança das partes envolvidas na relação negocial e afeta a integridade dos contratos.

Embora exista esse risco, numerosas sociedades corporativas têm recorrido a relatórios independentes e anúncios fraudulentos, fundamentados em informações distorcidas, para projetar um prestígio perante à coletividade e aos investidores, de forma a fugir de seu real comprometimento para com terceiros. No entanto, posteriormente, tais comportamentos podem não escapar das sanções jurídicas e danos à própria sobrevivência da organização, uma vez que o princípio da boa-fé permeia todo o ordenamento jurídico, servindo de base para a responsabilização em casos de engano ou má-fé.

> À medida que nos aproximamos de um período de realocação de capital significativo, as empresas têm a responsabilidade - e um imperativo econômico - de dar aos acionistas uma imagem clara do seu grau de preparação. E no futuro, uma maior transparência nas questões de sustentabilidade será um componente persistentemente importante da capacidade de cada empresa para atrair capital (Fink, 2024).

Conclui-se, em vista disso, que a prática da maquiagem verde configura uma violação direta do princípio da boa-fé objetiva, uma vez que subverte a transparência e a honestidade esperadas nas relações contratuais privadas, como as empresariais. A promessa de responsabilidade ambiental, quando não condiz com a realidade, faz com que as empresas rompam com o dever de lealdade - essencial para a preservação de um ambiente comercial justo -, prejudicando tanto a concorrência quanto o avanço de um modelo de desenvolvimento sustentável.

Entretanto, levando-se em consideração a garantia da proteção contratual, positivada no Código Civil de 2002, tal violação não ocorre sem conse-

quências. No contexto jurídico brasileiro, os impactos são claros, especialmente no que se refere à responsabilização civil. Destarte, o próximo capítulo abordará essas repercussões, destacando como o ordenamento jurídico responde a esse tipo de conduta e como a desobediência à boa-fé é capaz de acarretar ações de reparação de danos ou, mesmo, na invalidação de contratos. As empresas, ao engajarem em práticas enganosas, correm o risco de enfrentar litígios que vão além da perda de credibilidade, afetando seu desempenho financeiro e sua capacidade de se manterem competitivas no mercado.

4 RESPONSABILIDADE CIVIL E PROTEÇÃO CONTRATUAL

A divulgação de informações ambientais pelos empresários responsáveis acerca de suas atividades passou a ter um papel central na garantia de transparência, pois permite, em geral, que elas sejam monitoradas por entidades reguladoras e pela sociedade. Esse nível de escrutínio reforça o controle sobre o cumprimento de padrões ambientais. Porém, o *greenwashing*, reproduzido por anúncios difundidos que não refletem a realidade – ou seja, quando são enganosas, improcedentes ou omissas –, lesa, tanto o consumidor, quanto o investidor, crédulos na veracidade das informações (Munhoz, 2024, p. 3-4). Esse total descompromisso com a ética também viola o princípio da liberdade de concorrência, que proíbe a concessão de vantagens indevidas por empresas que manipulam a percepção pública sem condutas reais que sustentam suas declarações.

Nesta senda, o artigo 187, em complemento ao 186, ambos do Código Civil de 2002, oferece uma base jurídica para pleitear reparações nos casos em que o *greenwashing* atenta contra os deveres de transparência e lealdade, fundamentais para a integridade dos contratos privados. Referido dispositivo legal prescreve que “também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes” (Brasil, 2002a).

Nesse contexto, a violação da boa-fé objetiva por meio do *greenwashing* pode gerar responsabilidades jurídicas, nos termos da legislação vigente - já

explorada, especialmente se ficar caracterizado que a prática causou prejuízos a outras partes do contrato -, seja pela expectativa frustrada dos consumidores, seja pela concorrência desleal com outras empresas.

Paralelamente, além das sanções por publicidade enganosa previstas no Código de Defesa do Consumidor[8] (Brasil, 1990), a empresa pode ser responsabilizada civilmente pela má conduta que desrespeita os deveres impostos pela boa-fé no ambiente contratual, com o artigo 927, do Código Civil (Brasil, 2002a), desempenhando uma importante contribuição para a mencionada reprimenda, à medida que combina as teorias da culpa - que estabelece responsabilidade quando há culpa ou dolo - e a do risco - também aludida no artigo 37, §6°, da Constituição Federal (Brasil, 1988) e na Lei n° 6.938/1981 (Brasil, 1981) -, que atribui responsabilidade independentemente de culpa, em certas situações (Guilherme, 2017, p. 507-508).

Portanto, é a partir dessa correlação entre os dispositivos 186, 187 e 927 do Código Civil, que, apesar de não haver uma regulamentação específica sobre o *greenwashing*, "existem meios para responsabilizar as empresas, tanto por danos ao consumidor quanto ao meio ambiente, consolidando o papel do direito do consumidor e da responsabilidade civil na proteção contra práticas fraudulentas" (Munhoz, 2024, p. 1).

5 *GREENWASHING* - EXEMPLIFICAÇÕES PRÁTICAS

No ano de 2023, na Europa, um grupo de consumidores e ambientalistas apresentaram uma queixa à Comissão Europeia alegando que as empresas Coca-cola, Danone e Nestlé estavam falhando com a verdade ao afirmarem que suas garrafas plásticas de água são 100% recicláveis. Um grupo, cuja principal função é defender os interesses dos consumidores europeus (Beuc, [20--]), conhecida como *Bureau Européen des Unions de Consommateurs*

[8] Art. 30, CDC. "Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado."

ISSN 2177-8116

(BEUC), ou Organização Europeia do Consumidor, entrou com a reclamação em 7 de novembro de 2023, visto que divulgar imagens da natureza para insinuar que o plástico é o ecologicamente correto gera um engano nos consumidores. A reclamação pontuou que promover uma garrafa como sendo 100% reciclada é uma mentira, uma vez que tampas e rótulos, por exemplo, raramente são recicladas (Worford, 2023).

As empresas citadas fazem uso de uma propaganda com figuras naturais para que o consumidor imagine que aquele produto é reciclado e, por conseguinte, acredite que a empresa possui responsabilidade ambiental. A Coca-Cola se pronunciou comunicando que as informações nas embalagens têm como objetivo conscientizar os consumidores acerca da reciclagem (Leggett; Edser, 2023).

Outro caso emblemático ocorreu no ano de 2013, quando a Proteste, uma associação que possui serviços especializados na defesa dos direitos dos consumidores (Proteste, [2024]), fez uma denúncia de *greenwashing* contra a empresa Bombril, no Brasil, que usava a expressão "BomBril Eco" e informava que o produto era 100% ecológico, considerando que ele, por ter uma base do minério de ferro, se degradaria naturalmente no meio ambiente. No entanto, não levaram nenhuma informação comprobatória a respeito disso (Fatudo, 2022).

A responsável por julgar foi o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR). No julgamento, em 2016, o CONAR pediu a alteração da embalagem do produto, uma vez que os documentos apresentados pela empresa Bombril atestam que o produto é 100% biodegradável e, não, 100% ecológico. A advogada da Proteste se pronunciou e disse que, como não existe uma comprovação de que o produto é 100% ecológico em todo o processo de produção, a associação entende que existiu a mentira e o descumprimento do princípio da veracidade e destacou que existem outras esponjas no mercado com a mesma composição e que não se anunciam como "ecológicas" (Proteste, 2016).

6 CONCLUSÃO

Diante do cenário apresentado neste artigo, é evidente o grave conflito entre o *greenwashing* e o princípio da boa-fé objetiva nos contratos privados. Ao simular uma conformidade com práticas sustentáveis, as empresas que adotam a "maquiagem verde" desvirtuam o objetivo primordial desse princípio, que é assegurar relações negociais baseadas na honestidade e transparência. Quando iludem consumidores e investidores, essas empresas não apenas violam expectativas legítimas, mas também comprometem a integridade do mercado, distorcendo suas práticas comerciais em detrimento daqueles que buscam informações verídicas para guiar suas escolhas.

Essa violação não se limita a prejuízos individuais: ela afeta profundamente o próprio tecido da confiança contratual, que é essencial para o equilíbrio das relações comerciais. Ao falsear informações ambientais, as empresas infratoras quebram o pacto tácito de lealdade entre as partes, transgredindo um dos principais alicerces que norteiam o Direito Contratual. O princípio da boa-fé objetiva, como verificado, transcende o mero cumprimento formal de cláusulas contratuais, exigindo que as partes atuem com probidade desde a negociação até a execução do contrato, o que torna o *greenwashing* um claro desrespeito a esse princípio fulcral.

Além dos danos diretos aos contratantes, o *greenwashing* impõe um impacto sistêmico, prejudicando empresas genuinamente comprometidas com a sustentabilidade. Nesse âmbito, as corporações que realmente investem em práticas ambientais, sociais e de governança têm seus esforços diminuídos quando outras empresas utilizam o *greenwashing* para criar uma falsa imagem de responsabilidade ambiental, confundindo os consumidores e prejudicando a reputação das empresas que não fazem uso dessa prática fraudulenta. A presença dessas ações mina esforços coletivos, cujo intuito é promover um futuro sustentável.

Por fim, é válido ressaltar que o combate ao *greenwashing* e a promoção da boa-fé objetiva não são apenas questões de conformidade contratual, mas de justiça social e de preservação da confiança nos negócios. As empresas

devem entender que o compromisso com a sustentabilidade não pode ser superficial; é um pacto ético e jurídico que, quando violado, compromete não só o interesse das partes diretamente envolvidas, como, também, o próprio equilíbrio do meio concorrencial.

REFERÊNCIAS

ALVES, R. **A força do ESG:** Por que, a partir de agora, as empresas realmente serão sustentáveis? v. 1. [S.l.]: Alta Books, 2024.

AMBRÓSIO, C. **Retrato da sustentabilidade no mercado de capitais.** Botafogo: ANBIMA, [20--].

B3. **DIRETRIZES DO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE B3)**. [S.l], 2022, 22 p. Disponível em: https://www.b3.com.br/data/files/EE/92/37/F2/483338101E311E28AC094EA8/ISE%20B3_Diretrizes_05092022.pdf. Acesso em: 10 fev. 2025.

BEUC. **Quem Somos**. [20--]. Disponível em: https://www.beuc.eu/about-beuc/who-we-are. Acesso em: 08 nov. 2024.

BRAGA, R. REZENDE, E. O Greenwashing e a responsabilidade civil: a importância da ética empresarial como alicerce à função socioambiental das organizações. **Jus Scriptum's International Journal of Law,** [S. l.], v. 7, n. 1, p. 22–49, 2023. Disponível em: https://internationaljournaloflaw.com/index.php/revista/article/view/120. Acesso em: 02 out. 2024.

BRASIL**. Lei N° 6.938, de 31 de agosto de 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 31 ago. 1981. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6938.htm. Acesso em: 11 fev. 2025.

BRASIL. **Constituição 1988**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 11 fev. 2025.

BRASIL. **Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 11 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 03 out. 2024.

BRASIL. **Lei N° 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 11 jan. 2002a. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 03 out. 2024.

BRASIL. **Enunciado n° 25 da I Jornada de Direito Civil**. Brasília, DF: Conselho da Justiça Federal, 2002b. Disponível em: https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/671. Acesso em: 23 abr. 2025.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n.º 1.862.508/SP (2020/0038674-8)**. Relator: Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva. Data de julgamento: 24/11/2020. Data de Publicação: 18/12/2020. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/1206307352/inteiro-teor-120630736. Acesso em: 01 mai. 2025.

BRASÍLIA (DF). Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (8° Turma Cível). **Acórdão N° 1297487**. Apelação cível - DF. Apelante: Central Nacional UNIMED - Cooperativa Central. Relator: Des. Eustaquio de Castro, 29 out. 2020. TJDFT, Brasília (DF), 2020. Disponível em: https://shre.ink/consultajurisprudencia. Acesso em: 23 abr. 2025.

CAFÉ, V. Durável desejável: como transformar o marketing na era da sustentabilidade. **Revista da ESPM,** v. 17, n. 1, ano 16, Jan/Fev., 2010. Disponível em: https://bibliotecasp.espm.br/espm/article/view/905. Acesso em: 02 out. 2024.

CAMPOS, E.; BARROS FILHO, F. R.; SALDANHA, L. B. Princípios Gerais do Contrato. **Revista JICEX**, v. 6, n.6, p. 1-11, 2017. Disponível em: https://unisantacruz.edu.br/revistas-old/index.php/JICEX/article/view/1637. Acesso em: 4 nov. 2024.

DELMAS, M.; BURBANO, V. The Drivers of Greenwashing. **California Management Review**, n. 54. p. 64-87, 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228133505_The_Drivers_of_Greenwashing. Acesso em: 11 fev. 2025.

DINIZ, C. A boa-fé objetiva no Direito Brasileiro e a Proibição de Comportamentos Contraditórios. **Revista da EMERJ**, v. 1, p. 61-75, 2013. Disponível em: https://emerj.tjrj.jus.br/files/pages/publicacoes/serieaperfeicoamentodemagistrados/paginas/series/13/volumeI/seriemagistrado13.html. Acesso em: 15 out. 2024.

FATUDO, R. ESG, McDonald's e Burger King: As Aparências Podem Enganar. **Future Law**, 2022. Disponível em: https://encurtador.com.br/Jlrb1. Acesso em: 08 nov. 2024.

FILHO, R.; CIERCO, A. **Governança, ESG e Estrutura Organizacional.** São Paulo: Actual, 2022.

FINK, L. Larry Fink's 2024 Annual Chairman's Letter to Investors. **BlackRock,** 2024. Disponível em: https://www.blackrock.com/br/larry-fink-ceo-letter. Acesso em: 02 out. 2024.

FINK, L. Sustainability as BlackRock's New Standard for Investing. **BlackRock,** [2024]. Disponível em: https://www.blackrock.com/sg/en/blackrock-client-letter. Acesso em: 30 set. 2024.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo, SP: Atlas, 2002.

GONÇALVES, C. **Direito civil brasileiro:** contratos e atos unilaterais. ed. 21. v.3. São Paulo: SaraivaJur, 2024.

GUILHERME, L. **Código civil comentado e anotado**. 2. ed. Barueri, SP: Editora Manole, 2017.

IDEC. **Pesquisa inédita do Idec alerta para produtos que usam falsas alegações socioambientais.** 2019. Disponível em: https://encurtador.com.br/0YYLs. Acesso em: 10 fev. 2025.

IRIS CARBON. The impact of ESG on financial performance: why it matters more than ever. **Iris Carbon,** 2024. Disponível em: https://encurtador.com.br/kUN0r. Acesso em: 30 set. 2024.

LEGGETT, T.; EDSER, N. Por que Coca-Cola e Nestlé foram acusadas de mentir sobre reciclagem de garrafas de plástico. **BBC**, 2023. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/articles/cxr1704gznqo. Acesso em: 08 nov. 2024.

MARQUIS, C.; TOFFEL, M. W. When Do Firms Greenwash? Corporate Visibility, Civil Society Scrutiny, and Environmental Disclosure. **Harvard Environmental Economics Program**, n. 12-43, 2012. Disponível em: https://heep.hks.harvard.edu/files/heep/files/dp43_toffel-marquis.pdf. Acesso em: 11 fev. 2025.

MARTINS, D. O princípio da boa-fé: Da sua inserção no Direito Civil Brasileiro e a sua Relação com os Contratos. **Revista da ESMESC**, [S. l.], v. 27, n. 33, p. 315–342, 2020. Disponível em: https://revista.esmesc.org.br/re/article/view/235. Acesso em: 4 nov. 2024.

MARTINS, R. Teoria dos princípios e função jurisdicional. **Revista de Investigações Constitucionais**, Curitiba, vol. 5, n. 2, p. 135-164, maio/ago. 2018. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rinc/a/F66fxBT8QWWhKVQ7QyVm9Gn. Acesso em: 11 fev. 2025.

MELLO, C.; FRAGA, T. **Direito Civil** – Contratos – Parte Geral. Rio de Janeiro: América Jurídica, 2006.

MINAYO, M.; DESLANDES, S.; GOMES, R. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 29 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

MORGAN STANLEY. ESG's emerging leading role in capital markets. **Morgan Stanley,** 2021. Disponível em: https://www.morganstanley.com/ideas/corporate-esg-capital-markets. Acesso em: 30 set. 2024.

MOURA, M. *et al*. Greenwashing: Comportamento das Empresas Diante da Evolução da Tendência de Mercado Sustentável. **Anais do ADM 2021**: Congresso Internacional de Administração. Disponível em: https://admpg.com.br/2021/anais. Acesso em: 15 out. 2024.

MUNHOZ, I. Greenwashing e publicidades abusivas: aspectos sob a luz da responsabilidade civil, direito do consumidor e implicações para o ambiente empresarial. **Revista Foco**, v. 17, n. 9, p. 01-34, 22 ago. 2024. Disponível em: https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/6296/4564. Acesso em 03 out. 2024.

OLYNEC, N. Sustainability trends shaping corporate priorities in 2024. **IMD International Institute for Management Development,** 2023. Disponível em: https://www.imd.org/ibyimd/2024-trends/sustainability-trends-shaping-corporate-priorities-in-2024/. Acesso em: 01 out. 2024.

PEDROSA, M. Princípio da Boa fé. **Jusbrasil,** 2013. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/artigos/principio-da-boa-fe/111813775. Acesso em: 15 out. 2024.

PEREIRA, R. *et al*. ESG: uma revisão integrativa. **ENGEMA - Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**, São Paulo, v. 23, n. 1, 2021. Disponível em: https://engemausp.submissao.com.br/23/arquivos/12.pdf. Acesso em: 10 fev. 2025.

PROTESTE. **Falsos apelos ecológicos fora da embalagem do Bombril**. 2016. Disponível em: https://abrir.link/qevET. Acesso em: 08 nov. 2024.

PROTESTE. **Quem Somos**. [2024]. Disponível em: https://www.proteste.org.br/quem-somos/politica-de-privacidade. Acesso em: 08 nov. 2024.

RACHELE, J. A Aplicação da Boa-fé Objetiva na Interpretação dos Contratos. **Ciências Sociais Aplicadas em Revista - UNIOESTE/MCR** - v. 11 - n. esp, p. 195-215, 2011. Disponível em: https://e-revista.unioeste.br/index.php/csaemrevista/article/view/6759/5069. Acesso em: 17 out. 2024.

REALE, M. **Lições Preliminares de Direito**. 25. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

S&P Dow Jones Indices. **Determinações das Pontuações ESG da S&P DJI**: Metodologia. [S.I.], 2024. Disponível em: https://www.spglobal.com/spdji/pt/documents/methodologies/methodology-sp-dji-esg-score-portuguese.pdf. Acesso em: 10 fev. 2025.

S&P GLOBAL. **Tema de investimento: Sustentabilidade**. [2024]. Disponível em: https://l1nq.com/p7mCu. Acesso em: 30 set. 2024.

SANTOS, C.; COELHO, A.; MARQUES, A. A systematic literature review on greenwashing and its relationship to stakeholders: state of art and future research agenda. **Management Review Quartely**, v. 74, p. 1397-1421, 9 mar. 2023. Disponível em: https://link.springer.com/article/10.1007/s11301-023-00337-5. Acesso em: 01 out. 2024.

TRIPATHI, V.; BHANDARI, V. Socially responsible investing: An emerging concept in investment management. **FIIB Business Review**, v. 3, n. 4, p. 16-30, 2014. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2601287. Acesso em: 10 fev. 2025.

VENOSA, S. **Introdução ao Estudo do Direito**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

WORFORD, D. Greenwashing Complaint Filed Against Coca-Cola, Danone, Nestlé in Europe. **E+ELeader**, 2023. Disponível em: https://www.environmentenergyleader.com/stories/greenwashing-complaint-filed-against-coca-cola-danone-nestl-in-europe,4921. Acesso em: 08 nov. 2024.