

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

DIREITO DO CONSUMIDOR I

MARCELO FONSECA SANTOS

MAURÍCIO TESTONI

ERICA ANTONIA BIANCO DE SOTO INOUE

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU – São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio – Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM – São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI – Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS – MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito do consumidor[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Érica Antônia Bianco de Soto Inoue, Maurício Testoni, Marcelo Fonseca dos Santos – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-253-7

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Os Caminhos Da Internacionalização E O Futuro Do Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito 3. Consumidor.. XXXII Congresso Nacional do CONPEDI São Paulo - SP (4: 2025: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

DIREITO DO CONSUMIDOR I

Apresentação

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI – SÃO PAULO/SP, realizado na Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM) nos dias 26, 27 e 28 de novembro de 2025, teve como tema central: “Os caminhos da internacionalização e o futuro do Direito”. O evento proporcionou uma reflexão em um momento histórico marcado pela intensificação das interconexões globais econômicas, políticas, culturais e tecnológicas que desafiam as fronteiras tradicionais dos Estados e colocam o Direito diante de novas exigências e dilemas. Diante disso, destacaram-se discussões contemporâneas e de grande relevância que abordaram essa temática, tanto nas atividades do evento quanto nos Grupos de Trabalho e nas sessões de apresentação de pôsteres. Os estudos reunidos nesta publicação foram originalmente apresentados como pôsteres no âmbito do Grupo “DIREITO DO CONSUMIDOR”. Os resultados das pesquisas realizadas refletem uma parte significativa dos estudos produzidos no âmbito da temática central do Grupo de Trabalho. Espera-se que o leitor tenha a oportunidade de acessar e refletir sobre essas discussões por meio da leitura dos textos aqui reunidos. Manifestamos nossa gratidão a todos os pesquisadores, colaboradores e participantes que contribuíram para os debates e para a organização do evento. Boa leitura a todos! Érica Antônia Bianco de Soto Inoue (ITE). Maurício Testoni (UPM). Marcelo Fonseca dos Santos (UPM).

GREENWASHING EM MARCAS DE MODA: IMPACTOS JURÍDICOS E PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO BRASIL

**Yasmin Marcelino Lourenço
Larissa Ferreira Pessalacia**

Resumo

INTRODUÇÃO:

Greenwashing, ou "lavagem verde", é a prática de divulgar benefícios ambientais inexistentes ou enganosos em produtos, serviços ou empresas. A indústria da moda, uma das mais poluentes do mundo, gera altas emissões de gases de efeito estufa, grande consumo de água e milhões de toneladas de resíduos anuais. O greenwashing reforça práticas prejudiciais, engana consumidores conscientes e atrasa soluções para a crise climática, geralmente por meio de alegações vagas, uso mínimo de materiais reciclados, criação de selos próprios não certificados e marketing superficial. No Brasil, essa prática é regulada pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90, art. 37), pelo CONAR e pela Lei de Crimes Ambientais (Lei nº 9.605/1998). O estudo analisa seu impacto na responsabilidade das empresas de moda, na proteção do consumidor e na efetividade das normas ambientais, avaliando como essas regras podem coibir práticas enganosas e incentivar maior sustentabilidade no setor.

PROBLEMA DE PESQUISA:

O greenwashing, prática de transmitir informações falsas ou exageradas sobre sustentabilidade, tornou-se recorrente no setor da moda, afetando diretamente a confiança do consumidor. O estudo busca compreender de que forma a Fashion Law pode contribuir para a responsabilização das empresas que adotam essa conduta, destacando os impactos jurídicos, os riscos à transparência do mercado e a relevância da informação verdadeira para garantir proteção efetiva ao consumidor.

OBJETIVOS:

A pesquisa analisa como o Direito do Consumidor e a Fashion Law podem enfrentar o greenwashing no Brasil, propondo medidas jurídicas e regulatórias que reforcem a proteção do consumidor e a responsabilidade sustentável das marcas. Pretende ainda valorizar o papel do consumidor como agente transformador, unindo consciência de consumo, responsabilidade social e fortalecimento ético da indústria da moda.

MÉTODO:

A pesquisa adota abordagem qualitativa, de caráter exploratório e bibliográfico, com o objetivo de compreender os impactos jurídicos do greenwashing na moda e propor formas de fortalecer a proteção do consumidor. O caráter exploratório se justifica pela novidade do tema no direito brasileiro, especialmente no campo da Fashion Law. O método bibliográfico permite reunir e sistematizar o conhecimento existente, apontando lacunas normativas e doutrinárias.

RESULTADOS ALCANÇADOS:

Apesar da existência de normas que proíbem publicidade enganosa e abusiva, o enfrentamento do greenwashing ainda é limitado no Brasil. Marcas de moda recorrem a expressões como “eco-friendly” ou “sustentável” sem comprovação efetiva, explorando a ausência de regulamentação específica. Isso dificulta que o consumidor diferencie práticas reais de estratégias publicitárias. A fiscalização permanece frágil e a responsabilização judicial é rara, em razão de processos complexos e demorados. Contudo, cresce a pressão de consumidores e órgãos de defesa por maior transparência e rastreabilidade, o que tem estimulado o debate sobre mudanças legislativas e regulatórias.

Palavras-chave: Greenwashing, Consumidor, Indústria da moda, Responsabilidade Jurídica

Referências

PAIVA, Ayla. Manual Jurídico da Moda. São Paulo: MJM, 2024. Livro digital. Disponível em: <https://manualjuridicodamoda.com.br/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

PAVIANI, Gabriela Amorim. Greenwashing: o falso marketing e a responsabilidade civil em relação ao consumidor. Revista de Direito e Sustentabilidade, Goiânia, v. 5, p. 92-109, 2019.