

## GREENWASHING, BRANQUEAMENTO ECOLÓGICO OU ECO-BRANQUEAMENTO: UMA PRÁTICA COMERCIAL DESLEAL

*Greenwashing, ecological whitewashing, or eco-whitewashing: an unfair commercial practice*

Sérgio Manuel da Costa Machado<sup>1</sup>

Universidade Católica Portuguesa

DOI: <https://doi.org/10.62140/SMCM4522024>

**Sumário:** I - Introdução; II - A Sustentabilidade Ambiental; III – O conceito de Consumidor e as práticas comerciais desleais: O caso português; IV- *Greenwashing*: Desafios; V – Considerações finais.

**Resumo:** Na sociedade contemporânea as questões de proteção ao meio ambiente são uma preocupação constante e que podem colocar em causa os hábitos e aquisições dos consumidores. Assim, o consumidor é chamado a ter um papel ativo no processo da sustentabilidade ambiental e que nas suas escolhas de aquisição de bens ou serviços vai optar por aqueles que sejam menos lesivos ao ambiente.

Certo que, o ser humano, enquanto consumidor, necessita de adquirir bens e serviços para suprir as suas necessidades essenciais e nessa medida tem um papel primordial no desenvolvimento do circuito económico e comercial, no sentido de colmatar as suas carências. Para tal, necessita que tenha informações verdadeiras, fidedignas acerca dos produtos e serviços que pretende adquirir no sentido que sejam sustentáveis e pouco lesivos ao meio ambiente.

Todavia, nas relações comerciais, entre profissionais e consumidores, são utilizadas práticas publicitárias, pelos agentes económicos, que os seus produtos, bens e serviços são os menos lesivos para o ambiente. É aqui que surge, o *greenwashing* que não passa de uma falsa alegação ambiental e tem por objetivo sugerir ou dar a impressão, através de meios publicitários ou de campanhas de *marketing*, de um determinado produto, bem ou serviço tem um impacto ambiental menos nocivo para o ambiente, mas, no fundo, tais alegações ambientais são infundadas, imprecisas, inexatas ou até mesmo falsas.

Dando seguimento ao pacto ecológico europeu, em torno da economia circular, existe uma preocupação por parte da União Europeia no combate a práticas *greenwashing*, branqueamento ecológico ou eco-branqueamento. Neste combate tem um papel relevante o regime jurídico das práticas comerciais desleais.

**Palavras-Chave:** *Greenwashing*; sustentabilidade ambiental; consumidor; práticas comerciais desleais.

**Abstract:** In contemporary society, environmental protection issues are a constant concern and can influence consumers' habits and purchases. Therefore, the consumer is called to play an active

---

<sup>1</sup> Professor Auxiliar da Faculdade de Direito da Universidade Lusíada do Porto – Portugal; Investigador Integrado do CEJEIA (Centro de Estudos Jurídicos Económicos, Internacionais e Ambientais); doutor em Direito pela Universidade Católica Portuguesa; Email: sergiomachado@por.ulusiada.pt.

role in the process of environmental sustainability, choosing goods or services that are less harmful to the environment.

It is certain that human beings, as consumers, need to acquire goods and services to meet their essential needs and, in this regard, play a primary role in the development of the economic and commercial circuit, in order to address their shortages. For this, they need to have true, reliable information about the products and services they intend to acquire so that these are sustainable and minimally harmful to the environment.

However, in commercial relationships between professionals and consumers, advertising practices are used by economic agents claiming that their products, goods, and services are the least harmful to the environment. This is where greenwashing comes in, which is nothing more than a false environmental claim aimed at suggesting or giving the impression, through advertising means or marketing campaigns, that a particular product, good, or service has a less harmful environmental impact. In reality, these environmental claims are unfounded, inaccurate, misleading, or even false. Following the European Green Deal, centered on the circular economy, there is a concern on the part of the European Union in combating greenwashing practices, ecological whitewashing, or eco-whitewashing. In this fight, the legal framework for unfair commercial practices plays a significant role.

**Keywords:** Greenwashing; environmental sustainability; consumer; unfair commercial practices.

## I – Introdução

Com o crescimento económico a que temos vindo a assistir, essencialmente desde a Segunda Guerra Mundial, verifica-se também uma forte mudança da sociedade de consumo. Novos paradigmas e padrões de consumo surgiram<sup>2</sup>. Como tal, sensivelmente por volta dos finais da década de 60 do século XX, surgem novos diplomas legais por forma a salvaguardar as relações de consumo, cujo objetivo é a proteção do consumidor<sup>3</sup>.

A União Europeia, desde então, apresentou Diretivas em defesa das relações de consumo. Desde logo, surgiu a necessidade de regulamentar a comercialização de produtos como sejam bens alimentares, em particular sobre a indicação de preços. Entre outros também surge regulamentação sobre comercialização de produtos perigosos, publicidade enganosa, atribuição de responsabilidades perante produtos defeituosos e vendas fora de estabelecimentos comerciais ou vendas à distância. Surgem ainda normas relativas ao crédito ao consumo, práticas comerciais

---

<sup>2</sup> Cfr. PASSINHAS, Sandra, *Propriedade e Personalidade no Direito Civil Português*, Almedina, Coimbra, 2017, pp. 36-42.

<sup>3</sup> Cfr. PIEDELIÈVRE Stéphane, *Droit de La Consommation*, Economica, Paris, 2008, p. 1 e ss.. Sobre a evolução legislativa de proteção ao consumidor na União Europeia, vide ÁLVAREZ MORENO, María Teresa, *La Protección Jurídica En La Contratación En General*, Reus, Madrid, 2015, p. 6 e ss., no qual a autora traça quatro fases de proteção do consumidor, no seio da União Europeia. São estas: 1) a época dos comerciantes (1957 a 1974); 2) a Europa dos cidadãos (1974 a 1984); 3) o relacionamento da Europa com os cidadãos (1984 a 2001); 4) a que se inicia em 2001, que apelida de “reorganização e consolidação de normas de proteção dos consumidores”, considerando que a mesma se inicia com a Comunicação da Comissão Europeia sobre “Direito Contratual Europeu”, de 11.07.2001 [COM (2001) 398 final], assim como o “Libro Verde” sobre a proteção dos consumidores na União Europeia [COM (2001) 531 final], apresentado pela comissão em 02.10.2001. Vide ainda LEÓN ARCE, Alicia de, “El Consumo Como Realidade Social, Económica Y Jurídica”, *Derecho de Los Consumidores y Usuarios – Doctrina, Normativa, Jurisprudencia, Formularios*, Tomo I, 3.ª ed., Tirant Lo Blanch, Valencia, 2016, p. 59 e ss..

desleais, condições de garantia de um produto, além de outros aspetos importantes para o consumidor<sup>4</sup>.

Está bem patente que, ao longo das últimas décadas, o direito do consumo tem vindo a orientar-se, em primeiro lugar, para a proteção dos consumidores aquando da aquisição de bens (como sejam por exemplo frigorífico, rádio, televisor, etc...). Logo de seguida, há uma preocupação em proteger os consumidores em relação a serviços que lhes sejam prestados (por exemplo, fornecimento de água, energia elétrica, gás, telefone, etc...). Em terceiro lugar, surge a preocupação em proteger o consumidor digital. Por fim, e mais recentemente, a preocupação com as questões da sustentabilidade ambiental<sup>5</sup>.

Por todas as razões apresentadas e face às circunstâncias atuais, o direito do consumo está constantemente a ser alterado e ajustado. Tais alterações têm fortes impactos nos domínios da economia, política, indústria e, em geral, em toda a sociedade. Eis o desafio de o direito do consumo, em cada época ou momento, saber qual o seu âmbito e alcance.

## II - A Sustentabilidade Ambiental

O ambiente constitui hoje uma das preocupações fundamentais do nosso planeta<sup>6</sup>. As questões ambientais tornam-se um dos problemas da comunidade e uma questão política<sup>7</sup>. Como tal, o bem jurídico ambiente é colocado em causa devido às lesões que são efetuadas contra o mesmo<sup>8</sup> e inerente a isso surgem vários alertas para mudanças comportamentais.

A degradação ambiental é cientificamente apresentada como sendo, em grande escala, devido à aceleração do desenvolvimento económico e tecnológico que se intensificou com a industrialização, nomeadamente a partir do século XIX, na civilização ocidental<sup>9</sup>. Desde os finais do século XX que as preocupações em torno da qualidade do ambiente e da necessidade de o

---

<sup>4</sup> Cfr. GATTA SÁNCHEZ, Dionisio Fernández de, “Sistema Normativo, Competencias y Organización Administrativa en Materia de Consumo: Unión Europea, Estado y Comunidad de Castilla y León”, *Estudios Sobre Consumo*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2012, p. 134 e ss.; HUALDE MANSO, Teresa, *Del Consumidor Informado al Consumidor Real – El Futuro del Derecho de Consumo Europeo*, Dykinson, Madrid, 2016, p. 11 e ss.; LASARTE, Carlos, *Manual Sobre Protección de Consumidores y Usuarios*, 12.ª ed., Dykinson, Madrid, 2022, pp. 15-28.

<sup>5</sup> Cfr. SANTOS, Mário Beja, *Sociedade de Consumo e Consumidores em Portugal*, Fundação Francisco Manuel dos Santos, Lisboa, 2023, pp. 67-92.

<sup>6</sup> Vide CRISTAS, Assunção, “A Sustentabilidade no Centro da Evolução Legislativa Europeia: Os novos princípios estruturantes da taxonomia climática e ambiental e os seus reflexos”, *Estudos em Homenagem à Professora Doutora Maria Helena Brito*, Vol. II, Gestlegal, Coimbra, 2022, pp. 843-860.

<sup>7</sup> Vide CONDESSO, Fernando dos Reis, *Direito do Ambiente – Ambiente e Território. Urbanismo e Reabilitação Urbana*, 3.ª ed., Almedina, Coimbra, 2018, pp. 14-16.

<sup>8</sup> Vide BARBOSA, Mafalda Miranda, *A dignidade da Pessoa – A fundamentação do jurídico, a (re)compreensão do direito à luz do dever e o bloqueio da simples aspiração*, Gestlegal, Coimbra, 2024, pp. 272-294.

<sup>9</sup> Cfr. GARCIA, Maria Glória F. P. D., *O Lugar do Direito na Proteção do Ambiente*, Almedina, Coimbra, 2007, p. 59.

preservar, são sentidas mundialmente, mesmo em países globalmente mais avessos ao movimento da tutela ambiental<sup>10</sup>.

Com os alertas sobre as questões ambientais a União Europeia<sup>11</sup> não tem ficado indiferente e tem revelado um papel importante e decisivo, definindo estratégias, com o objetivo de capacitar o consumidor para a transição ecológica, regular a atuação dos operadores económicos, assegurar um consumo sustentável e garantir uma maior durabilidade dos bens. Consequentemente, nos últimos anos as questões da sustentabilidade ambiental entraram nas inquietações do direito do consumo, com o intuito de traçar políticas e legislação para escolhas mais sustentáveis por parte dos consumidores<sup>12</sup>.

A título de exemplo, relacionado com as preocupações ambientais, por parte da União Europeia, destacamos, de forma breve, algumas das iniciativas, assim: “*em 2001, a União Europeia (UE) adotou uma estratégia a favor do desenvolvimento sustentável, que foi revista em 2006, proporcionando «uma visão a longo prazo da sustentabilidade na qual o crescimento económico, a coesão social e a proteção do ambiente são indissociáveis e se reforçam mutuamente»*”<sup>13</sup>.

Em dezembro de 2015, a Comissão Europeia publicou um Plano de Ação da União Europeia para a Economia Circular, a saber: “*a transição para uma economia mais circular, em que o valor dos produtos, materiais e recursos se mantém na economia o máximo de tempo possível e a produção de resíduos se reduz ao mínimo, é um contributo fundamental para os esforços da UE no sentido de desenvolver uma economia sustentável, hipocarbónica, eficiente em termos de recursos e competitiva. Essa transição é a oportunidade para transformarmos a nossa economia e criarmos vantagens competitivas, novas e sustentáveis, para a Europa*”<sup>14</sup>.

Em dezembro de 2019, a Comissão Europeia lança o *European Green Deal* (Pacto Ecológico Europeu) com o intuito de reduzir as emissões de dióxido de carbono até 2050, para preservar o

---

<sup>10</sup> Vide GOMES, Carla Amado e LEONG, Hong Cheng, *Introdução ao Direito do Ambiente*, 6.ª ed., AAFDL, Lisboa, 2023, pp. 27-36.

<sup>11</sup> Acerca da proteção do ambiente na União Europeia e a responsabilidade ambiental vide SEIA, Cristina Aragão, *A Responsabilidade Ambiental na União Europeia*, Almedina, Coimbra, 2022, p. 23 e ss..

<sup>12</sup> Sobre a evolução das linhas gerais da União Europeia na tutela, na capacitação do consumidor para a transição ecológica e para as questões em torno da sustentabilidade ambiental vide ALMEIDA, Susana, “A tutela e a capacitação do consumidor para a transição ecológica: linhas gerais do quadro europeu e seus reflexos no ordenamento luso”, *Novo Liber Amicorum Mário Frola – Sempre a Causa dos Direitos dos Consumidores*, Almedina, Coimbra, 2023, pp. 827-831.

<sup>13</sup> União Europeia, “Desenvolvimento Sustentável”, disponível em [www: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=LEGISSUM:sustainable\\_development](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=LEGISSUM:sustainable_development), última consulta em 25-05-2024.

<sup>14</sup> Comissão Europeia, “Comunicação da comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões. Fechar o ciclo – plano de ação da EU para a economia circular”, COM/2015/0614 final, disponível em [www: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX%3A52015DC0614](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX%3A52015DC0614), última consulta em 25-05-2024.

património natural, a biodiversidade, investir em investigação e inovação de ponta para combater a crise climática<sup>15</sup>.

Em março de 2020, a Comissão Europeia, delineou o Novo Plano de Ação para a Economia Circular, que surge no seguimento do *European Green Deal* (Pacto Social Europeu), com o intuito “*de acelerar a transição para um modelo de crescimento regenerativo que restitua ao planeta mais do que lhe retira, progredir no sentido de o consumo de recursos não ultrapassar os limites do planeta e, nesse intuito, envia esforços para reduzir o impacto ecológico do consumo e duplicar a taxa de utilização de materiais circulares na próxima década*”<sup>16</sup>. Já no mês de novembro de 2020, a Comissão Europeia, traçou na Nova Agenda do Consumidor, a política de consumidores da União Europeia, para o período de 2021 a 2025<sup>17</sup>, em cinco domínios prioritários: transição ecológica; transformação digital; reparação e aplicação dos direitos dos consumidores; necessidades específicas de determinados grupos de consumidores; e, a cooperação internacional. Assim, colocou em evidência a tónica do consumo sustentável como umas das inquietações da União Europeia.

No final de fevereiro de 2024, foi aprovada a Diretiva (EU) 2024/825 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de fevereiro de 2024, que altera as Diretivas 2005/29/CE e 2011/83/EU no que diz respeito à capacitação dos consumidores para a transição ecológica através de uma melhor proteção contra práticas desleais e através de melhor informação<sup>18</sup>, em que a sua transposição deve ocorrer pelos Estados-Membros até 27 de março de 2026, sendo as suas disposições aplicáveis a partir de 27 de setembro de 2026. Esta Diretiva visa combater as práticas comerciais desleais, entre as quais: as alegações ambientais enganosas, ou seja, as práticas de *greenwashing*, branqueamento ecológico ou eco-branqueamento; a obsolescência precoce de bens; a utilização de rótulos de sustentabilidade ou ferramentas de informação sobre sustentabilidade não transparentes e não credíveis; como melhorar a informação que deve ser disponível aos consumidores, no sentido de promover as escolhas circulares e ecológicas, através de um rótulo harmonizado.

---

<sup>15</sup> Conselho Europeu, “European Green Deal”, disponível em [www: https://www.consilium.europa.eu/en/policies/green-deal/](https://www.consilium.europa.eu/en/policies/green-deal/), última consulta em 25-05-2024.

<sup>16</sup> Comissão Europeia, “Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões”, disponível em [www: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=COM:2020:98:FIN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=COM:2020:98:FIN), última consulta em 25-05-2024.

<sup>17</sup> Comunicação da Comunicação ao Parlamento Europeu e ao Conselho “Nova Agenda do Consumidor – Reforçar a resiliência dos consumidores para uma recuperação sustentável” COM (2020) 696 final, disponível em [www: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0696](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0696), última consulta em 25-05-2024.

<sup>18</sup> Acerca de todo o processo: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/HIS/?uri=CELEX:52022PC0143>.

### III – O conceito de Consumidor e as práticas comerciais desleais: O caso português

No início do século XIX, verificou-se no continente europeu um movimento codificador. Desde logo, em França, no ano de 1804<sup>19</sup>, surgiu o primeiro Código Civil, considerado um monumento legislativo, que influenciou, sobremaneira, a codificação oitocentista europeia<sup>20</sup>.

Acontece que, a figura jurídica do consumidor era inteiramente desconhecida das codificações oitocentistas. Com isto, importa ter em linha de conta que, as codificações oitocentistas influenciaram de sobremaneira as codificações novecentistas, que ainda marcam as ordens jurídicas hodiernas, onde a figura jurídica do consumidor é desconhecida; assim, são diversas as dúvidas, que ainda, hoje persistem em torno do conceito de consumidor e isso é visível a nível legislativo, jurisprudencial e doutrinal<sup>21</sup>.

Como nos informa FERNANDO BAPTISTA DE OLIVEIRA, os primeiros movimentos associados à consciencialização do desequilíbrio intrínsecos à relação contratual de consumo surgiram nos anos 20 do século XX, nos Estados Unidos da América, tendo lugar ao início das preocupações dos direitos do consumidor, enquanto contraente mais débil numa relação jurídica. Por sua vez, na Europa, esse movimento protecionista do consumidor começa a surgir na década de 1950<sup>22</sup>.

Um marco histórico na proteção dos consumidores é o discurso do presidente norte-americano, John F. Kennedy, proferido ao Congresso a 15 de março de 1962, em que refere: “*consumidores, por definição, somos todos nós*”. A partir daqui inicia-se, paulatinamente, um movimento legislativo com vista à proteção das relações de consumo, nomeadamente da parte mais frágil, o consumidor<sup>23</sup>.

Na Europa, o primeiro passo, de um esboço, de noção de consumidor surgiu na “Carta de Proteção do Consumidor do Conselho da Europa”, de 17 de maio de 1973, definindo-o como “*«pessoa física ou colectiva, a quem são fornecidos bens e prestados serviços, para uso privado»*”<sup>24</sup>.

---

<sup>19</sup> Sobre as condicionantes da elaboração, redação e promulgação do Código Civil Francês de 1804, *vide* CAENEGEM, R. C. Van, *Introduction Historique au Droit Privé*, E. Story-Scientia, Bruxelles, 1988, p. 3 e ss., considera que o Código Civil Francês de 1804 foi um marco importante, para a época, na afirmação do direito da propriedade e do direito da família. Ora, o Código Civil Francês de 1804 procurava uma sociedade nova, para concretizar a liberdade e a igualdade (só jurídica), mas não a própria fraternidade. *Vide* ASCHERI, Mario, *Introduzione Storica al Diritto Moderno e Contemporaneo – Lezioni e Documenti*, G. Giappichelli Editore, Torino, 2003, p. 278.

<sup>20</sup> Cfr. SCHIOPPA, Antonio Padoa, *Storia del Diritto in Europa – Dal Medioevo all’età contemporânea*, Società Editrice il Mulino, Bologna, 2007, p. 465.

<sup>21</sup> Cfr. ANTUNES, José Engrácia, *Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2019, pp. 45-46.

<sup>22</sup> Cfr. OLIVEIRA, Fernando Baptista de, *O Conceito de Consumidor: Perspectivas Nacional e Comunitária*, Almedina, Coimbra, 2009, p. 47.

<sup>23</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, 8.ª ed., Almedina, Coimbra, 2022, p. 35; HIDALGO CERESO, Alberto, *Nuevas Tendencias de Derecho de Consumo – Aspectos generales, legislación especial y de consumo digital*, Dykinson, Madrid, 2023, pp. 31-34.

<sup>24</sup> Cfr. OLIVEIRA, Fernando Baptista de, *op. cit.*, p. 47.

Posteriormente, a Comunidade Económica Europeia (atual União Europeia) no Programa Preliminar de 1975, destinado à tutela do consumidor, indica que “*no futuro, o consumidor não será só considerado como um comprador ou utilizador de bens e serviços para uso pessoal, familiar ou colectivo, mas como uma pessoa que participa nos diferentes aspectos da vida social que o podem afectar directa ou indirectamente enquanto consumidor*”<sup>25</sup>. A partir daqui a Comunidade Económica Europeia desencadeia um processo legislativo com vista à proteção do consumidor, à promoção dos seus direitos e interesses, designadamente com a emanação de Diretivas.

Damos nota, de algumas Diretivas, a título meramente exemplificativo, que avançam com uma noção de consumidor<sup>26</sup>: 1) a Diretiva 2005/29/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 11 de maio de 2005, relativa às práticas comerciais das empresas face aos consumidores no mercado interno e que altera a Diretiva 84/450/CEE do Conselho, as Diretivas 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 («diretiva relativa às práticas comerciais desleais»), no artigo 2.º, alínea a), prevê: “«Consumidor»: qualquer pessoa singular que, nas práticas comerciais abrangidas pela presente diretiva, atue com fins que não se incluam no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional”; 2) a Diretiva 2011/83/EU do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores, no artigo 2.º, n.º 1, dispõe: “«Consumidor»: qualquer pessoa singular que, nos contratos abrangidos pela presente diretiva, atue com fins que não se incluam no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional”; 3) a Diretiva (UE) 2019/770 do Parlamento Europeu e do Conselho de 20 de maio de 2019, sobre certos aspetos relativos aos contratos de fornecimento de conteúdos e serviços digitais, no artigo 2.º, n.º 6, refere: “«Consumidor»: uma pessoa singular que, no que respeita aos contratos abrangidos pela presente diretiva, atue com fins que não se incluam no âmbito da atividade comercial, empresarial, artesanal ou profissional”.

Atendendo ao ordenamento jurídico português, não existe um conceito único de consumidor. Pelo contrário, podemos encontrar várias noções de consumidor, sendo a Lei de Defesa do Consumidor (Lei n.º 24/96, de 31 de julho) a mais relevante, uma vez que é o diploma que incorpora os princípios gerais de direito do consumo. À luz do artigo 2.º, n.º 1, da Lei de

---

<sup>25</sup> Conselho das Comunidades Europeias, “Resolução do Conselho de 14 de abril de 1975 relativa a um programa preliminar da Comunidade Económica Europeia para uma política de protecção e informação dos consumidores”, *Jornal Oficial das Comunidades Europeias*, 1975, p. 66.

<sup>26</sup> A nível da União Europeia o conceito de consumidor varia de Diretiva para Diretiva não havendo uma definição unívoca: *vide* SCHÜLLER, Bastian, “The Definition Of Consumers In EU Consumer Law”, *European Consumer Protection – Theory And Practice*, Edited by James Devenney and Mel Kenny, Cambridge University Press, Cambridge, 2012, p. 124, que considera que consumidor é a pessoa que está a agir para fins não comerciais ou profissionais.

Defesa do Consumidor, entende-se que consumidor é “todo aquele a quem forem fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos destinados a uso não profissional por pessoa que exerça com caráter profissional uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios”<sup>27</sup>.

Não entrando em outras considerações, de forma breve, damos nota que o consumidor está exposto aos mais diversos comportamentos de um profissional. De tal forma, o consumidor está sujeito a atos e omissões de informações que podem ser lesivos e prejudiciais para a sua vida pessoal e familiar, ou seja, encontra-se numa posição de vulnerabilidade<sup>28</sup>, estando sujeito a práticas comerciais desleais que podem comportar riscos como, por exemplo, na celebração de um negócio que, de outro modo, não teria realizado<sup>29</sup>.

As práticas comerciais desleais, no ordenamento jurídico português, estão reguladas no Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, resultado da transposição de uma Diretiva europeia dirigida às relações das empresas com os consumidores. Trata-se da Diretiva 2005/29/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de maio<sup>30</sup>, relativa às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores no mercado interno, que visa obstar aos comportamentos que diretamente possam lesar os interesses económicos dos consumidores<sup>31</sup>.

---

<sup>27</sup> Na legislação portuguesa, encontramos várias noções de consumidor, como por exemplo: artigo 4.º, n.º 1, alínea a) do Decreto-Lei n.º 133/2009, de 02 de junho (Contratos de Crédito aos Consumidores): “«Consumidor» a pessoa singular que, nos negócios jurídicos abrangidos pelo presente decreto-lei, atua com objetivos alheios à sua atividade comercial ou profissional”; artigo 3.º, alínea e) do Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de fevereiro (Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial): “Consumidor», a pessoa singular que atue com fins que não se integrem no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional”; artigo 2.º, alínea g) do Decreto-Lei n.º 84/2021, de 18 de outubro (Direitos do Consumidor na Compra e Venda de Bens, Conteúdos e Serviços Digitais): “«Consumidor», uma pessoa singular que, no que respeita aos contratos abrangidos pelo presente decreto-lei, atue com fins que não se incluam no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional”. Vide ANTUNES, José Engrácia, “O Conceito de Consumidor”, *Revista de Direito Civil*, n.º 4, 2018, pp. 771-796; OLIVEIRA, Nuno Manuel Pinto, *Contrato de Compra e Venda – Introdução, Formação do Contrato*, Vol. I, Gestlegal, Coimbra, 2021, pp. 121-210.

<sup>28</sup> Como observa DÍAZ-AMBRONA, María Dolores Hernández, *Consumidor Vulnerable*, Reus, Madrid, 2015, p. 23, a vulnerabilidade do consumidor deve ser aferida em abstrato e atendendo a uma determinada circunstância. Vide, também, PASSINHAS, Sandra, “O Lugar da Vulnerabilidade no Direito do Consumidor Português”, *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 15, 2019, pp. 258-263.

<sup>29</sup> Cfr. BARBOSA, Mafalda Miranda, *Lições de Teoria Geral do Direito*, 2.ª ed., Gestlegal, Coimbra, 2022, pp. 813 e 814.

<sup>30</sup> O processo que deu origem à Diretiva 2005/29/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de maio, começou na década de 60 do século XX, que congregou elementos do Direito Privado, Público e Criminal, dispersos, até aí, em diplomas legais dos diversos Estados-Membros: vide MICKLITZ, Hanz-W., “A General Framework Directive on Fair Trading”, *The Forthcoming EC Directive on Unfair Commercial Practices – Contract, Consume and Competition Law Implications*, Kluwer Law International, The Hague, 2004, p. 43 e ss.; NEWMAN RODRÍGUEZ, Silvana, “Directiva 2005/29/CE Sobre Práticas Comerciais Desleais: La Protección de Los Consumidores En Europa”, *Dereito: Revista Xurídica da Universidade de Santiago de Compostela*, n.º 2, 2009, p. 33 e ss.; DUIVENVOORDE, Bram B., *The Consumer Benchmarks In The Unfair Commercial Practices Directive*, Springer, Heidelberg - New York - Dordrecht - London, 2015, p. 14 e ss.; GOANTÀ, Cătălina, *Convergence In European Consumer Sales Law – A Comparative And Numerical Approach*, Intersentia, Cambridge, 2016, p. 125 e ss..

<sup>31</sup> Cfr. MARTINS, Alexandre Soveral, “A Transposição da Directiva Sobre Práticas Comerciais Desleais (Directiva 2005/29/CE) em Portugal pelo Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março”, *Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Carlos Ferreira de Almeida*, Vol. I, Almedina, Coimbra, 2011, p. 571; FUENTESECA DEGENEFTE, Cristina, *Práticas*



O Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, proíbe, no artigo 4.º, as práticas comerciais desleais. Já no artigo 5.º, n.º 1 do mesmo Decreto-Lei, encontramos a cláusula geral que estabelece como “desleal qualquer prática comercial desconforme à diligência profissional, que distorça ou seja suscetível de distorcer de maneira substancial o comportamento económico do consumidor seu destinatário ou que afete este relativamente a certo bem ou serviço”. Esta noção traduz-se na seguinte forma: se se trata de uma relação jurídica de consumo, existe uma prática comercial, pelo que essa prática comercial deve ser desconforme com a diligência profissional, sendo que, por fim, essa prática comercial distorce o comportamento económico do consumidor<sup>32</sup>.

Para critérios de aferição e de acordo com Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, entende-se: “«Prática comercial da empresa nas relações com os consumidores, ou, abreviadamente, prática comercial»: qualquer ação, omissão, conduta ou afirmação de um profissional, incluindo a publicidade e a promoção comercial, em relação direta com a promoção, a venda ou o fornecimento de um bem ou serviço ao consumidor” (artigo 3.º, alínea d)); “«Distorcer substancialmente o comportamento económico dos consumidores» a realização de uma prática comercial que prejudique sensivelmente a aptidão do consumidor para tomar uma decisão esclarecida, conduzindo-o, por conseguinte, a tomar uma decisão de transação que não teria tomado de outro modo” (artigo 3.º, alínea e)); “«Diligência profissional» o padrão de competência especializada e de cuidado que se pode razoavelmente esperar de um profissional nas suas relações com os consumidores, avaliado de acordo com a prática honesta de mercado e ou com o princípio geral de boa fé no âmbito da atividade profissional” (artigo 3.º, alínea e)).

Além da cláusula geral, o artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, refere as previsões especiais de práticas comerciais desleais: “a) As práticas comerciais suscetíveis de distorcer substancialmente o comportamento económico de um único grupo, claramente identificável, de consumidores particularmente vulneráveis, em razão da sua doença mental ou física, idade ou credulidade, à prática comercial ou ao bem ou serviço subjacentes, se o profissional pudesse razoavelmente ter previsto que a sua conduta era suscetível de provocar essa distorção; b) As práticas comerciais enganosas e as práticas comerciais agressivas referidas nos artigos 7.º, 9.º e

---

*Comerciales Desleales y Validez del Contrato – El último inciso del art. 19.2 TRLGDCU*, Bosch, Barcelona, 2021, p. 11 e ss.; CASADO NAVARRO, Antonio, *Consecuencias negativas de las prácticas desleales contra los consumidores – Relaciones entre el derecho contractual de consumo y el derecho de la competencia desleal*, Marcial Pons, Madrid, 2022, p. 23 e ss..

<sup>32</sup> Vide LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, “A Revisão do Regime das Práticas Comerciais Desleais”, *I Congresso De Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2016, p. 75; PASSINHAS, Sandra, “A Propósito das Práticas Comerciais Desleais: Contributo para uma Tutela Positiva do Consumidor”, *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 13, 2017, p. 107 e ss..

11.º; c) As práticas comerciais enganosas e as práticas comerciais agressivas referidas, respetivamente, nos artigos 8.º e 12.º, consideradas como tal em qualquer circunstância”.

As ações enganosas encontram-se previstas no artigo 7.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, que em termos gerais, são consideradas “a prática comercial que contenha informações falsas ou que, mesmo sendo factualmente corretas, por qualquer razão, nomeadamente a sua apresentação geral, induza ou seja suscetível de induzir em erro o consumidor em relação a um ou mais dos elementos a seguir enumerados e que, em ambos os casos, conduz ou é suscetível de conduzir o consumidor a tomar uma decisão de transação que este não teria tomado de outro modo”. Por sua vez, as omissões enganosas constam no artigo 9.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, que em termos genéricos podem ocorrer quando: “o profissional omite uma informação com requisitos substanciais para uma decisão negocial esclarecida do consumidor; em que o profissional oculte ou apresente de modo pouco claro, ininteligível ou tardio a informação; em que o profissional não refere a intenção comercial da prática, se tal não se puder depreender do contexto”. Já no artigo 8.º do aludido Decreto-Lei são indicadas várias práticas comerciais enganosas em qualquer circunstância, onde se inclui uma “lista negra” de práticas negociais enganosas.

O artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, considera “agressiva a prática comercial que, devido a assédio, coação ou influência indevida, limite, ou seja, suscetível de limitar significativamente a liberdade de escolha ou o comportamento do consumidor em relação a um bem ou serviço e, por conseguinte, conduz ou é suscetível de conduzir o consumidor a tomar uma decisão de transação que não teria tomado de outro modo”. Por seu turno, o artigo 12.º do mesmo Decreto-Lei, consagra, igualmente, uma vasta “lista negra” de práticas comerciais agressivas em qualquer circunstância.

Por fim, importa realçar os meios de reação às práticas comerciais desleais que são combatidas em âmbitos público e privado. O âmbito público implica a aplicação de uma sanção contraordenacional ou medidas cautelares, o pagamento de coimas e a judicialização da Administração Pública – artigos 19.º, 20.º e 21.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março. O de âmbito privado possibilita o recurso às ações cíveis sejam elas de responsabilidade civil ou de redução do preço ou resolução contratual (ações levadas a cabo pelo consumidor) – artigo 14.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março. Além de que, existe sempre a possibilidade de recurso à

ação inibitória com vista à cessação das condutas que sejam atentatórias ao consumidor – artigo 16.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março<sup>33</sup>.

Consideremos, a título meramente exemplificativo, o seguinte: **Benedita** preocupa-se com as questões ambientais e faz um esforço consciente para comprar produtos respeitadores do ambiente e produzidos em condições justas. Aconteceu que, no passado mês de abril de 2024, **Benedita** comprou à empresa “**Saúde e Beleza, Lda.**”, através do seu sítio na Internet produtos cosméticos que eram descritos como: “100% biológicos”, “fabricados de forma responsável e sustentáveis para o ambiente”, “fórmula biodegradável”, “produtos com um impacto positivo para o ambiente” e “certificados como os produtos mais amigos do ambiente”.

**Benedita** convencida pela “**Saúde e Beleza, Lda.**” de que estava a fazer a escolha mais ecológica possível, ficou muito surpreendida, após a receção dos produtos cosméticos e, quando ao verificar a sua descrição, se depara que os mesmos apenas eram de uma única cor, no caso verde, além de serem compostos por químicos nocivos ao ambiente e não serem portadores de qualquer certificação, nomeadamente do “Rótulo Ecológico Europeu (ou EU Ecolabel)”<sup>34</sup>. De imediato verificou que os produtos rececionados não correspondiam ao anunciado, ou seja, não eram produtos “*respeitadores do ambiente*”. **Benedita** sentiu-se defraudada.

Nesta hipótese que apresentamos, a consumidora pode alegar uma prática comercial desleal, pois as alegações ambientais dos produtos cosméticos devem ser apresentadas de forma clara, inequívoca, com informação verdadeira e que possa ser comprovável. No exemplo apresentado, e mediante o ordenamento jurídico português, podemos ser conduzidos a uma ação enganosa - artigo 7.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, bem como a uma omissão enganosa - artigo 9.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, cabendo ao fornecedor dos produtos cosméticos a prova que os mesmos são portadores das características anunciadas, conforme resulta do artigo 22.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março.

---

<sup>33</sup> Neste sentido *vide* LEITÃO, Adelaide Menezes, *Direito do Consumo*, AAFDL, Lisboa, 2023, pp. 167 e 168. Na jurisprudência portuguesa, podemos ver o Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 08-07-2017, Processo n.º 1199/16.0Y5LSB-3, Relator A. Augusto Lourenço, em que uma operadora de telecomunicações foi condenada pela prática de publicidade enganosa, nos termos dos artigos 7.º, n.º 1, al. b) e 21.º, n.º 1, ambos do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março. Também, o Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 18-03-2024, Processo n.º 236/23.6YUSTR.L1-PICRS, Relator Paulo Registo, considerou: “Deve ser considerada “prática comercial enganosa” e, por isso, proibida por lei, o oferecimento de informações falsas ou mesmo prestação de informações verdadeiras por parte da empresa, desde que induzam ou que sejam susceptíveis de induzir o consumidor em erro, relativamente aos elementos contratuais previstos nas diversas alíneas do art. 7.º, n.º 1, do DL n.º 57/2008, de 26-03”, ambos disponíveis em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt), última consulta em 20-05-2024.

<sup>34</sup> Para uma melhor compressão, *vide*: [https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/ecolabel/index\\_pt.htm](https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/ecolabel/index_pt.htm).

#### IV- *Greenwashing*: Desafios

A existência de falsas alegações ambientais podem levar o consumidor a tomar decisões que não eram as pretendidas. Assim, o consumidor é colocado numa situação de especial vulnerabilidade, pois, na maior parte das vezes, não se encontra familiarizado nem informado com práticas de *greenwashing*<sup>35</sup>.

Importa reter que, na sociedade contemporânea o apelo a um consumo mais sustentável leva os consumidores a escolhas de produtos, bens e serviços que sejam menos lesivos ao ambiente. Mas, por diversas vezes, os consumidores são induzidos em erro nas suas escolhas, na medida que não estão a fazer as escolhas mais sustentáveis.

Com o acesso generalizado da população aos meios de comunicação e novas tecnologias, nomeadamente um computador com acesso à Internet, assistimos a um aumento de campanhas publicitárias acerca de produtos e serviços que, em muitas situações, nem se conhecem a sua utilidade e efeitos. Muitos destes produtos apenas têm visíveis as suas principais características, não havendo referência aos perigos do consumo dos mesmos. Ora, por outro lado, hoje mais que nunca, a compra eletrónica está cada vez mais ao alcance de cada um, bastando apenas um *click* para tal. Não há uma consciencialização do consumidor nem uma responsabilização do comerciante, em grande parte dos casos. Por exemplo, impor a obrigatoriedade de expor ao comprador os aspetos negativos e positivos de um produto ou até mesmo uma *linkagem* para que, no ato da compra eletrónica, o consumidor fosse obrigado a ler e aceitar os princípios de qualidade e os efeitos negativos e positivos do produto. Neste caso, a criação de uma ligação para uma descrição mais completa e, além disso, dos riscos envolventes à utilização do produto, seria uma alternativa.

Os mais jovens são, em particular, o grande grupo de abertura às novas tecnologias e a tudo o que estas oferecem. São por isso, muito incentivados ao consumo, quer pela idade, questões de moda, vaidade, entre outros. Consomem sem refletirem sobre o produto, os seus componentes e tudo o que advém da utilização dos mesmos. Campanhas de maior sensibilização e educação,

---

<sup>35</sup> Para uma abordagem às práticas de *greenwashing*, vide, entre todos, SILVA, Daniel, “O Combate ao *greenwashing* na União Europeia”, *VII Seminário Internacional Hispano-Luso-Brasileiro sobre Direitos Fundamentais e Políticas Públicas*, Pensamento Sábio – Associação para o conhecimento e inovação. Universidade do Minho. Escola de Direito, Braga, 2022, pp. 152-161; BLADT, Daniel, CAPELLEVEEN, Guido van. e YAZAN, Devrim Murat: “The influence of greenwashing practices on brand attitude: A multidimensional consumer analysis in Germany”, *Business Strategy and the Environment*, n.º 10, 2023, pp. 597-625.

disponibilização por meio de um descritivo eletrônico (*keyRcode*, por exemplo) das características do produto, auxiliam a tomada de decisão no momento da sua compra. A população tem ao dispor, além de um computador, um telemóvel, um tablet e outros equipamentos que, facilmente, permitem a leitura de tal informação.

O aumento de campanhas de desinformação dos consumidores, é outra das realidades. Pois, as campanhas apenas se focam em fazer transparecer a melhor das qualidades e o melhor dos efeitos na aquisição e utilização de um produto. O que é importante é fazer transparecer que todos os produtos são magníficos e da melhor qualidade. No entanto, muitos destes, acabam por vezes, pondo em causa a segurança dos consumidores, causam poluições ambientais, entre outros.

A agressividade das vendas é outro dos fatores que contribui, e em muito, para o consumo de produtos. A pressão sobre o consumo, muitas vezes acompanhadas de ofertas de brindes, preços especiais, conduzem os consumidores a comprar o produto sem refletirem sobre o mesmo. A obrigação de compra de um bem aquando da aquisição de outro, é outra das questões que, de forma indireta, pode conduzir ao consumo de produtos insustentáveis.

A Diretiva (EU) 2024/825 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de fevereiro de 2024, que altera as Diretivas 2005/29/CE e 2011/83/EU no que diz respeito à capacitação dos consumidores para a transição ecológica através de uma melhor proteção contra práticas desleais e através de melhor informação demonstra a preocupação da União Europeia pelas questões ambientais, além de deixar um grande desafio a todos os Estados-Membros como é observável no considerando 1 da Diretiva que refere: “a fim de contribuir para o bom funcionamento do mercado interno, assente num elevado nível de defesa dos consumidores e de proteção do ambiente, e para realizar progressos na transição ecológica, é essencial que os consumidores possam tomar decisões de compra esclarecidas e, assim, favorecer padrões de consumo mais sustentáveis. Para o efeito, os profissionais têm a responsabilidade de prestar informações claras, pertinentes e fiáveis. Por conseguinte, deverão ser introduzidas regras específicas no direito da União em matéria de defesa do consumidor para combater as práticas comerciais desleais que induzem os consumidores em erro e os impedem de fazer escolhas de consumo sustentáveis, como as práticas associadas à obsolescência precoce dos bens, às alegações ambientais enganosas («ecobranqueamento»), às informações enganosas sobre as características sociais dos produtos ou das empresas dos profissionais ou aos rótulos de sustentabilidade que não são transparentes nem credíveis...”.

## **V – Considerações finais**

O direito do consumo conduz-nos, hoje, a uma reflexão sobre o seu papel e qual a função que pode desempenhar na sustentabilidade ambiental. O consumidor é chamado a ter um comportamento ativo e pró-ativo perante os desafios que se colocam à sustentabilidade ambiental e inerente a isso a toda a economia circular. No mundo coevo, são vários os desafios que temos de enfrentar, que merecem uma profunda reflexão de toda a sociedade em geral.

Vivemos um período, que grandes problemáticas se levantam, e face à globalização, estas tendem a ser solucionados a uma escala mundial.

Um dos maiores problemas com que o mundo enfrenta está relacionado com o aquecimento global e, inerente a tal, o consumo descontrolado, que certamente, afetam toda a população à escala mundial. Esta nova problemática coloca, sem qualquer dúvida, em causa, a sustentabilidade ambiental.

A questão da sustentabilidade ambiental é um problema nuclear, implicitamente, ligado a todas as outras esferas da Humanidade: económica, social, cultural. Desta forma, é possível afirmar que o problema só poderá ser ultrapassado se forem alterados comportamentos, quer ao nível da produção quer ao nível do consumo, como sejam novas formas de produzir, comprar, educar, estar, pensar e ser. A mudança é feita em cada parte da nossa vida e é algo que, no seu conjunto global, se traduzirá num planeta mais sustentável e amigo do ambiente.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ALMEIDA, Susana, “A tutela e a capacitação do consumidor para a transição ecológica: linhas gerais do quadro europeu e seus reflexos no ordenamento luso”, *Novo Liber Amicorum Mário Frota – Sempre a Causa dos Direitos dos Consumidores*, Almedina, Coimbra, 2023, pp. 827-831.
- ÁLVAREZ MORENO, María Teresa, *La Protección Jurídica En La Contratación En General*, Reus, Madrid, 2015.
- ANTUNES, José Engrácia, “O Conceito de Consumidor”, *Revista de Direito Civil*, n.º 4, 2018, pp. 771-796.
- ANTUNES, José Engrácia, *Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2019.
- ASCHERI, Mario, *Introduzione Storica al Diritto Moderno e Contemporaneo – Lezioni e Documenti*, G. Giappichelli Editore, Torino, 2003.
- BARBOSA, Mafalda Miranda, *Lições de Teoria Geral do Direito*, 2.ª ed., Gestlegal, Coimbra, 2022.
- BARBOSA, Mafalda Miranda, *A dignidade da Pessoa – A fundamentação do jurídico, a (re)compreensão do direito à luz do dever e o bloqueio da simples aspiração*, Gestlegal, Coimbra, 2024.
- BLADT, Daniel, CAPELLEVEEN, Guido van. e YAZAN, Devrim Murat: “The influence of greenwashing practices on brand attitude: A multidimensional consumer analysis in Germany”, *Business Strategy and the Environment*, n.º 10, 2023, pp. 597-625.
- CAENEGEM, R. C. Van, *Introduction Historique au Droit Privé*, E. Story-Scientia, Bruxelles, 1988.
- CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, 8.ª ed., Almedina, Coimbra, 2022.
- CASADO NAVARRO, Antonio, *Consecuencias negociales de las prácticas desleales contra los consumidores – Relaciones entre el derecho contractual de consumo y el derecho de la competencia desleal*, Marcial Pons, Madrid, 2022.

- CONDESSO, Fernando dos Reis, *Direito do Ambiente – Ambiente e Território. Urbanismo e Reabilitação Urbana*, 3.ª ed., Almedina, Coimbra, 2018.
- CRISTAS, Assunção, “A Sustentabilidade no Centro da Evolução Legislativa Europeia: Os novos princípios estruturantes da taxonomia climática e ambiental e os seus reflexos”, *Estudos em Homenagem à Professora Doutora Maria Helena Brito*, Vol. II, Gestlegal, Coimbra, 2022, pp. 843-860.
- DÍAZ-AMBRONA, María Dolores Hernández, *Consumidor Vulnerable*, Reus, Madrid, 2015.
- DUIVENVOORDE, Bram B., *The Consumer Benchmarks In The Unfair Commercial Practices Directive*, Springer, Heidelberg - New York - Dordrecht - London, 2015.
- FUENTESECA DEGENEFFE, Cristina, *Práticas Comerciais Desleais y Validez del Contrato – El último inciso del art. 19.2 TRLGDCU*, Bosch, Barcelona, 2021.
- GARCIA, Maria Glória F. P. D., *O Lugar do Direito na Proteção do Ambiente*, Almedina, Coimbra, 2007.
- GATTA SÁNCHEZ, Dionisio Fernández de “Sistema Normativo, Competencias y Organización Administrativa en Materia de Consumo: Unión Europea, Estado y Comunidad de Castilla y León”, *Estudios Sobre Consumo*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2012.
- GOANTĂ, Cătălina, *Convergence In European Consumer Sales Law – A Comparative And Numerical Approach*, Intersentia, Cambridge, 2016.
- GOMES, Carla Amado e LEONG, Hong Cheng, *Introdução ao Direito do Ambiente*, 6.ª ed., AAFDL, Lisboa, 2023.
- HIDALGO CERESO, Alberto, *Nuevas Tendencias de Derecho de Consumo – Aspectos generales, legislación especial y de consumo digital*, Dykinson, Madrid, 2023.
- HUALDE MANSO, Teresa, *Del Consumidor Informado al Consumidor Real – El Futuro del Derecho de Consumo Europeo*, Dykinson, Madrid, 2016.
- LASARTE, Carlos, *Manual Sobre Protección de Consumidores y Usuarios*, 12.ª ed., Dykinson, Madrid, 2022.
- LEÓN ARCE, Alicia de, “El Consumo Como Realidade Social, Económica Y Jurídica”, *Derecho de Los Consumidores y Usuarios – Doctrina, Normativa, Jurisprudencia, Formularios*, Tomo I, 3.ª ed., Tirant Lo Blanch, Valencia, 2016.
- LEITÃO, Adelaide Menezes, *Direito do Consumo*, AAFDL, Lisboa, 2023.
- LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, “A Revisão do Regime das Práticas Comerciais Desleais”, *I Congresso De Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2016, pp. 73-94.
- MARTINS, Alexandre Soveral, “A Transposição da Directiva Sobre Práticas Comerciais Desleais (Directiva 2005/29/CE) em Portugal pelo Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março”, *Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Carlos Ferreira de Almeida*, Vol. I, Almedina, Coimbra, 2011, pp. 569-585.
- MICKLITZ, Hanz-W., “A General Framework Directive on Fair Trading”, *The Forthcoming EC Directive on Unfair Commercial Practices – Contract, Consume and Competition Law Implications*, Kluwer Law International, The Hague, 2004, pp.43-90.
- NEWMAN RODRÍGUEZ, Silvana, “Directiva 2005/29/CE Sobre Práticas Comerciais Desleais: La Protección de Los Consumidores En Europa”, *Dereito: Revista Xurídica da Universidade de Santiago de Compostela*, n.º 2, 2009, pp. 33-116.
- OLIVEIRA, Fernando Baptista de, *O Conceito de Consumidor: Perspectivas Nacional e Comunitária*, Almedina, Coimbra, 2009.
- OLIVEIRA, Nuno Manuel Pinto, *Contrato de Compra e Venda – Introdução, Formação do Contrato*, Vol. I, Gestlegal, Coimbra, 2021.
- PIEDELIEVRE Stéphane, *Droit de La Consommation*, Economica, Paris, 2008.
- PASSINHAS, Sandra, *Propriedade e Personalidade no Direito Civil Português*, Almedina, Coimbra, 2017.
- PASSINHAS, Sandra, “A Propósito das Práticas Comerciais Desleais: Contributo para uma Tutela Positiva do Consumidor”, *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 13, 2017, pp. 107-211.

PASSINHAS, Sandra, “O Lugar da Vulnerabilidade no Direito do Consumidor Português”, *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 15, 2019, pp. 258-263.

SANTOS, Mário Beja, *Sociedade de Consumo e Consumidores em Portugal*, Fundação Francisco Manuel dos Santos, Lisboa, 2023.

SCHIOPPA, Antonio Padoa, *Storia del Diritto in Europa – Dal Medioevo all’età contemporanea*, Società Editrice il Mulino, Bologna, 2007.

SCHÜLLER, Bastian, “The Definition Of Consumers In EU Consumer Law”, *European Consumer Protection – Theory And Practice*, Edited by James Devenney and Mel Kenny, Cambridge University Press, Cambridge, 2012, pp. 123-142.

SEIA, Cristina Aragão, *A Responsabilidade Ambiental na União Europeia*, Almedina, Coimbra, 2022.

SILVA, Daniel, “O Combate ao *greenwashing* na União Europeia”, *VII Seminário Internacional Hispano-Luso-Brasileiro sobre Direitos Fundamentais e Políticas Públicas*, Pensamento Sábio – Associação para o conhecimento e inovação. Universidade do Minho. Escola de Direito, Braga, 2022, pp. 152-161.

### **Jurisprudência Consultada:**

- Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 08-07-2017, Processo n.º 1199/16.0Y5LSB-3, Relator A. Augusto Lourenço, disponível em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt), última consulta em 20-05-2024.

- Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 18-03-2024, Processo n.º 236/23.6YUSTR.L1-PICRS, Relator Paulo Registo, disponível em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt), última consulta em 20-05-2024.

### **Outros Documentos:**

- Comissão Europeia: “Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões”, disponível em [www: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=COM:2020:98:FIN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=COM:2020:98:FIN), última consulta em 25-05-2024.

- Comissão Europeia: “Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões. Fechar o ciclo – plano de ação da EU para a economia circular”, COM/2015/0614 final, disponível em [www: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX%3A52015DC0614](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX%3A52015DC0614), última consulta em 25-05-2024.

- Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu e ao Conselho: “Nova Agenda do Consumidor – Reforçar a resiliência dos consumidores para uma recuperação sustentável” COM (2020) 696 final, disponível em [www: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0696](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0696), última consulta em 25-05-2024.

- Conselho Europeu: “European Green Deal”, disponível em [www: https://www.consilium.europa.eu/en/policies/green-deal/](https://www.consilium.europa.eu/en/policies/green-deal/), última consulta em 25-05-2024.

- União Europeia: “Desenvolvimento Sustentável”, disponível em [www: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=LEGISSUM:sustainable\\_development](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=LEGISSUM:sustainable_development), última consulta em 25-05-2024.