

Greenwashing

O QUE É GREENWASHING OU
BRANQUEAMENTO
ECOLÓGICO?



O que é greenwashing ou branqueamento ecológico?

Greenwashing ou Branqueamento Ecológico consiste numa conduta de uma empresa, entidade ou organização, que divulga ou promove práticas ambientais, como sendo positivas, quando, efetivamente, a sua atuação e gestão é contrária aos interesses ambientais e ao desenvolvimento sustentável.



Quais os reflexos negativos?

Em primeiro lugar, um dos reflexos negativos do branqueamento ecológico traduz-se nos danos ambientais que provoca.

Outro aspeto negativo associado ao greenwashing consiste na descredibilização, não só da empresa que promove tal prática, como também, de todo o sector de atividade.

Este fenómeno tem, também, impactos desfavoráveis ao nível da confiança do consumidor, que acreditou que os produtos que aquele operador económico promovia e vendia eram, de facto, ecológicos/amigos do ambiente, confiança essa muito difícil de recuperar, perante a constatação de que a conduta era enganosa.

Perdida a confiança na empresa, o consumidor tende a procurar alternativas, verdadeiramente sustentáveis, no mercado, deixando de ser cliente daquele agente económico.



Como identificar?

Muitas embalagens são reformuladas, com recurso a imagens mais “clean”, com tons claros e mensagens associadas ao ambiente, como é o caso destes slogans “feito com extratos naturais”, “respeita a Natureza”, “não testamos em animais”, ...

Para saber o que realmente está a comprar, é essencial ler sempre o rótulo e os ingredientes que constam na embalagem. É lá que se encontram as verdadeiras informações.

 Falso!



"Fresh"

Não se iluda com uma embalagem “fresh” e com apelo à natureza!

Se o produto for realmente sustentável (feito com materiais reciclados ou biodegradáveis, por exemplo) tal informação constará do rótulo/embalagem do produto.

Quais os sinais que indiciam a prática de *greenwashing*?

São eles:

- 1 **Sem provas:** apelos ambientais que não são acompanhados da devida comprovação, através de informações facilmente acessíveis ou de uma certificação por entidades confiáveis.

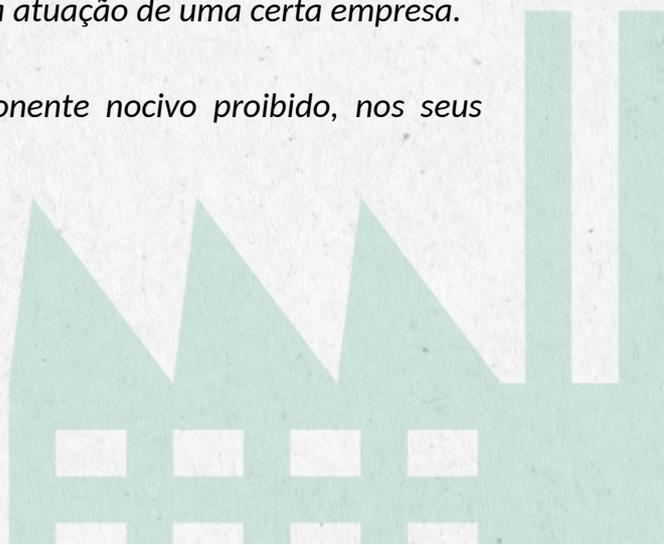
Exemplos: empresas que alegam utilizar materiais recicláveis na composição dos seus produtos, sem fornecimento de evidências/provas.

- 2 **Troca oculta:** empresas que dizem fornecer produtos ecológicos, por terem trocado algo nocivo na sua composição, sem que, porém, tenham tido em consideração os impactos negativos de produção.

- 3 **Indefinição e imprecisão:** expressões vagas e mal definidas, sem qualquer detalhe ou explicação, quanto às atitudes ambientalmente concretas, referentes ao produto, deixando o consumidor, em dúvida, relativamente à sua natureza ecológica.

- 4 **Irrelevância:** apelos verdadeiros, mas sem qualquer utilidade ou relevância para os consumidores que procuram produtos ecológicos, na medida em que a prática ecológica decorre de uma proibição legal e não da atuação de uma certa empresa.

Exemplo: empresas que não usam certo componente nocivo proibido, nos seus produtos.



- 5 **“Menor dos males”**: publicidade que, não sendo falsa, respeita a um certo produto que contém uma quantidade menor de uma substância prejudicial ao meio ambiente. Contudo, tal produto, ainda que contenha uma quantidade diminuta dessa substância nociva, não deixa de gerar impactos negativos, a nível ambiental. Trata-se de um apelo que serve para distrair o consumidor de um impacto maior. Exemplo: embalagens de plástico que reduzem o seu peso, mas os impactos gerados são os mesmos.
- 6 **“Tagarelice”**: empresas que reivindicam, constantemente, que praticam ações sustentáveis, mas que não passam de reivindicações falsas.
- 7 **Rótulos enganadores**: uso de rótulos aparentemente ecológicos, mas que não correspondem à verdade.

