

# ÍNDICE

## PRIMERA PARTE. RETOS JURÍDICOS

- I. El greenwashing como problema estructural del mercado interior europeo  
*Carmen Márquez Carrasco*
- II. Sostenibilidad empresarial: principios y reglas básicas  
*Jernej Letnar Čerňič*
- III. Prácticas desleales y publicidad ilícita desde la perspectiva de la sostenibilidad y la gobernanza corporativa  
*Carmen Boldó Roda*
- IV. Greenwashing y Derecho del Consumo, en particular en el sector agroalimentario  
*Francesco Montanari y Jorge Morais Carvalho*
- V. El ecodiseño, el pasaporte digital y las alegaciones medioambientales en las relaciones de consumo: entre el «nudging» y el «punching»  
*Maria Miguel Oliveira da Silva y Jorge Morais Carvalho*
- VI. Protección de personas consumidoras y del medio ambiente en relación con la economía circular  
*Javier Badenas Boldó*
- VII. El papel de las Administraciones públicas en la lucha contra el greenwashing  
*Pilar Lucea Franco*
- VIII. El ecopostureo en el Estado español, una mirada ecologista: evolución y casos prácticos  
*Miguel Ángel Soto Caba*

## SEGUNDA PARTE. RETOS OPERATIVOS

- IX. Aprender sostenibilidad jugando: resultados de una experiencia educativa sobre greenwashing y economía circular  
*Ana Grilló Méndez, Mercedes Marzo Navarro y Marta Pedraja Iglesias*
- X. La perspectiva de los consumidores sobre sostenibilidad y gastronomía local en destinos turísticos  
*Marta Estrada Guillén, Miguel Ángel Moliner Tena, Diego Monferrer Tirado y Lidia Vidal Meliá*
- XI. Greenwashing desde la perspectiva de la ética y la confianza empresarial  
*Inés Suárez Perales*
- XII. La función del diseño circular en el desarrollo de productos sostenibles  
*Marta Royo González, Vicente Chulvi Ramos, María del Mar Carlos Alberola, Ana Castillo López, Anna Victoria Faubel Soligó y Laura Ribes Gil*
- XIII. Comunicación, patrocinio y sostenibilidad: aprendizajes desde los macro eventos deportivos  
*Alfonso Cortés González y Hermes Ulises Prieto Mora*
- XIV. Lobbying, climate change, and greenwashing among major European airlines  
*Orencio Vázquez Oteo, Eduardo Soria Cáceres y Eduardo Sánchez Jacob*

XV. Sostenibilidad y lujo: una aproximación al fenómeno pre-loved

*María Badenas Boldó*

XVI. Del greenwashing a la transparencia: análisis de recursos discursivos y visuales en la comunicación de marca de la moda sostenible en España

*Ana Canavese Arbona, Melani Leonart García, Sabina Alcaraz González y Álvaro Sanchís Gandía*