



A redução como impacto nos direitos consumeristas

Richard da Silva Avelar^{1*}; Teófilo Lourenço de Lima²

¹Acadêmico do Curso de Direito da Afya Centro Universitário de Ji-Paraná. Ji-Paraná, RO, Brasil.

²Docente do Curso de Direito da Afya Centro Universitário de Ji-Paraná. Ji-Paraná, RO, Brasil.

*Autor Correspondente: fran.smg2019@gmail.com

Editor: Wesley Pimenta Cândido

Recebido em: 24/11/2026 Aceito em: 28/11/2026 Publicado em: 26/03/2026

Resumo

O presente estudo analisa os efeitos da redução prática de reduzir a quantidade ou qualidade de produtos sem correspondente diminuição do preço sobre os direitos consumeristas no Brasil. A pesquisa parte da constatação de que, diante da inflação e do aumento dos custos produtivos, empresas têm recorrido a estratégias que, embora economicamente justificáveis, geram desinformação e prejuízos ao consumidor, parte hipossuficiente da relação de consumo. O trabalho discute a insuficiência da Portaria nº 392/2021 do Ministério da Justiça, que exige destaque apenas nas alterações quantitativas, deixando lacunas quanto às mudanças qualitativas. Com base no Código de Defesa do Consumidor e em precedentes do Superior Tribunal de Justiça, o estudo evidencia que a omissão de informações claras fere os princípios da boa-fé, transparência e direito à informação. Conclui-se pela necessidade de maior regulamentação e fiscalização estatal, bem como pela implementação de políticas públicas que garantam acesso à informação e à alimentação adequada, assegurando o equilíbrio nas relações de consumo em contextos inflacionários.

Palavras-chave: redução; direito do consumidor; informação; transparência; inflação.

Shrinkflation and its impact on consumer rights

Abstract

This study analyzes the effects of shrinkflation—the practice of reducing the quantity or quality of products without a corresponding price decrease—on consumer rights in Brazil. The research begins by observing that, in the face of inflation and rising production costs, companies have adopted strategies that, although economically justifiable, generate misinformation and harm to consumers, who represent the weaker party in consumer relations. The paper discusses the insufficiency of Ordinance No. 392/2021 of the Ministry of Justice, which requires emphasis only on quantitative changes, leaving gaps regarding qualitative alterations. Based on the Consumer Protection Code and precedents of the Superior Court of Justice, the study demonstrates that the omission of clear information violates the principles of good faith, transparency, and the right to information. It concludes that stronger regulation and governmental oversight are necessary, along with the implementation of public policies ensuring access to accurate information and adequate nutrition, thus promoting balance and fairness in consumer relations under inflationary conditions.

Keywords: shrinkflation; consumer rights; information; transparency; inflation.

1. Introdução

A redução é um fenômeno caracterizado pela diminuição da quantidade ou da qualidade dos produtos sem que haja uma redução proporcional em seus preços. Essa prática, adotada por diversas empresas, surge como uma forma de adequação ao cenário econômico marcado pelo aumento dos custos de produção, insumos e mão de obra. No entanto, ainda que se apresente como uma estratégia de mercado, a redução gera reflexos diretos nas relações de consumo e desperta importantes discussões no campo do Direito do Consumidor.

O impacto da redução é amplamente negativo para o consumidor, uma vez que reduz seu poder de compra e afeta a transparência nas relações comerciais. Ao receber menos produto pelo mesmo valor, o consumidor é, muitas vezes, induzido ao erro e acaba sendo prejudicado por práticas desleais que ferem princípios como a boa-fé e a informação adequada. Esse desequilíbrio reforça a vulnerabilidade do consumidor frente ao poder econômico das empresas, comprometendo o acesso justo a bens essenciais, como alimentos e produtos de necessidade básica.

Diante desse contexto, a presente pesquisa tem como objetivo analisar os principais impactos e riscos que a redução impõe ao consumidor, entendido como parte hipossuficiente na relação de consumo. Busca-se, ainda, refletir sobre possíveis mecanismos de regulamentação e fiscalização capazes de coibir tais práticas, bem como promover maior acesso à informação e à conscientização do consumidor, fortalecendo a proteção de seus direitos frente às dinâmicas do mercado contemporâneo.

1. Materiais e Métodos

Os resultados obtidos por meio da análise bibliográfica e documental demonstram

que a redução é uma prática cada vez mais recorrente no mercado brasileiro, especialmente em períodos de instabilidade econômica e inflação elevada. Embora as empresas justifiquem essa estratégia como uma forma de manter a competitividade e evitar aumentos expressivos de preço, o efeito prático recai sobre o consumidor, que passa a pagar o mesmo valor por uma quantidade menor de produto, muitas vezes sem perceber a alteração. Essa situação evidencia uma fragilidade na transparência das relações de consumo.

A análise dos dados coletados junto aos órgãos de defesa do consumidor, como PROCON e IDEC, revelou um aumento expressivo nas reclamações relacionadas à falta de clareza nas informações de peso, volume e composição dos produtos. Em diversos casos, observou-se que as alterações nas embalagens foram discretas ou pouco perceptíveis, dificultando a identificação da mudança pelo consumidor médio. Essa conduta pode configurar violação ao dever de informação previsto no artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, que assegura o direito à informação adequada e clara sobre os produtos e serviços.

Os estudos teóricos e os relatórios oficiais analisados também indicam que a redução representa uma forma indireta de aumento de preços, afetando principalmente consumidores de baixa renda, que destinam maior parte de seu orçamento a itens essenciais. Essa prática agrava a desigualdade econômica, reduz o poder de compra e impacta diretamente a segurança alimentar das famílias. Além disso, compromete o princípio da boa-fé objetiva, uma vez que o fornecedor se beneficia da assimetria de informação, induzindo o consumidor a erro quanto à real quantidade do produto adquirido.

Do ponto de vista jurídico, observou-se que ainda não há uma regulamentação específica que trate da redução de forma clara e objetiva no ordenamento brasileiro. As medidas existentes se limitam a normas gerais

de rotulagem e à aplicação do Código de Defesa do Consumidor, o que dificulta a atuação fiscalizatória dos órgãos competentes. Em países como França e Reino Unido, por exemplo, já existem políticas públicas e legislações que obrigam os fabricantes a informar de maneira destacada qualquer redução de conteúdo em produtos alimentícios e de consumo básico, o que demonstra um avanço na proteção do consumidor frente a essa prática.

Por fim, a análise geral dos resultados reforça a necessidade de maior transparência e de políticas regulatórias voltadas à prática da redução. A falta de fiscalização efetiva e de padronização na informação sobre produtos enfraquece a confiança do consumidor e cria um ambiente de desequilíbrio nas relações de consumo. Dessa forma, faz-se imprescindível o fortalecimento da legislação consumerista e a implementação de medidas que promovam o direito à informação e à lealdade nas práticas comerciais, garantindo que o consumidor possa exercer plenamente seu papel de sujeito de direitos no mercado de consumo.

2. Resultados e Discussões

A relação consumerista historicamente coloca o consumidor em posição de desvantagem frente ao fornecedor, seja em razão de seu baixo conhecimento técnico sobre o produto ou serviço, seja pela hipossuficiência financeira ou social que o caracteriza. Essa vulnerabilidade é uma das razões que justificam a existência de normas protetivas específicas, como o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), que busca equilibrar essa relação e garantir ao consumidor o acesso à informação, à transparência e à lealdade nas práticas comerciais. Todavia, mesmo diante de um ordenamento jurídico consolidado, o consumidor continua enfrentando novos desafios, especialmente em tempos de instabilidade econômica.

O avanço da globalização e o fortalecimento de grandes corporações ampliaram significativamente o poder econômico e político das marcas, tornando o consumidor ainda mais suscetível a práticas mercadológicas desleais. Em um cenário de inflação persistente e elevação de custos produtivos, as empresas têm adotado estratégias para manter sua lucratividade sem recorrer ao aumento direto dos preços — é nesse contexto que surge o fenômeno conhecido como redução (shrinkflation). Trata-se da prática de reduzir a quantidade, o peso ou o volume de um produto, mantendo o mesmo preço e a aparência anterior, o que, na prática, representa um aumento indireto do custo para o consumidor.

A redução é uma consequência silenciosa do cenário inflacionário, pois afeta o poder de compra de forma quase imperceptível. O consumidor, ao adquirir os mesmos produtos que costumava comprar, paga o mesmo preço — ou até mais — por uma quantidade menor, muitas vezes sem perceber a alteração. Além disso, observa-se também a redução da qualidade e do valor nutricional de produtos alimentícios, o que impacta não apenas o orçamento doméstico, mas também a saúde e o bem-estar da população. O resultado é um consumo menos eficiente, em que os recursos financeiros se esgotam mais rapidamente e o cidadão vê sua capacidade de sustento comprometida.

Do ponto de vista jurídico, a prática da redução suscita sérios questionamentos quanto à transparência e à informação adequada — princípios basilares do direito do consumidor. O artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor assegura ao consumidor o direito à informação clara, precisa e ostensiva sobre os produtos e serviços oferecidos no mercado. Dessa forma, qualquer alteração nas características, na quantidade ou na composição de um produto deve ser comunicada de forma visível e destacada, sob pena de configurar prática abusiva.

Com o intuito de coibir abusos e garantir o cumprimento desses direitos, o Ministério da Justiça editou a Portaria nº 392/2021, que determina que as alterações quantitativas nos produtos sejam informadas de maneira clara, com destaque em letras maiúsculas e contraste de cor, de forma visível ao consumidor. Apesar disso, a norma ainda apresenta limitações, tanto por sua fiscalização insuficiente quanto pela omissão em relação à redução qualitativa — ou seja, à substituição de ingredientes por versões mais baratas ou de menor qualidade, sem o devido esclarecimento na embalagem. Essa prática, embora não viole expressamente a portaria, fere o princípio da boa-fé e a transparência nas relações de consumo.

Portanto, a reduflação não se limita a uma questão meramente econômica, mas também assume um caráter ético e jurídico, uma vez que coloca o consumidor em posição de desvantagem ainda maior. Quando o fornecedor omite ou disfarça alterações no produto, viola o dever de informação e mina a confiança que deve existir nas relações comerciais. A proteção ao consumidor, nesse sentido, deve ser reforçada por políticas públicas eficazes, fiscalização ativa e educação para o consumo consciente.

Em síntese, compreender a reduflação como um impacto nos direitos consumeristas é essencial para o fortalecimento do equilíbrio nas relações de consumo. A prática evidencia a necessidade de maior transparência por parte das empresas e de atuação mais firme dos órgãos de defesa do consumidor, de modo que o consumidor tenha assegurado seu direito fundamental à informação e possa exercer sua liberdade de escolha de forma plena e consciente. Combater a reduflação, portanto, é também promover justiça econômica, proteção social e respeito à dignidade do consumidor.

A inflação consiste no aumento generalizado de produtos e bens de serviço conforme o Banco Central do Brasil “Inflação é o aumento dos preços de bens e serviços. Ela

implica diminuição do poder de compra da moeda. (Brasil, 2024, Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/oqueinflacao>> Acesso em 29/03/2025) neste sentido entende-se como inflação a perda do poder de compra de produtos e serviços em decorrência da desvalorização da moeda, a ação dessa eventualidade econômica, pode decorrer de diversas causas entre elas, emissão de moeda, aumento dos custos de produção, políticas cambiais, e a regulação de mercado da oferta e demanda.

É possível verificar que a inflação ao decorrer dos anos prejudica a relação consumerista a medida que com a desvalorização da moeda em relação aos bens de consumo, com o aumento desse indicador é necessário cada vez mais usar mais moeda para comprar os mesmos, ou menos produtos que anteriormente, em um sentido econômico, essa adequação de mercado seria possibilitada com políticas públicas monetárias, para redução da inflação, ou que o preço fosse repassado ao consumidor final em sua integralidade, cabendo o direito a escolha e livre arbítrio de escolher ou não o que adquirir.

Reduflação é uma palavra de substantivo feminino que significa conforme diz o dicionário Priberam” Prática de redução da quantidade ou do tamanho habituais de um produto sem equivalente redução do preço, por vezes até com aumento”. (REDUFLAÇÃO. In: Priberam, Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (DPLP) 2008-2021, disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/redufla%C3%A7%C3%A3o#:~:text=nome%20feminino,por%20vezes%20at%C3%A9%20com%20aument>> Acesso em 29/03/2025).

No entanto o mercado em sua autorregulação tem aplicado medidas diversas, visando contornar a inflação decorrente por medidas comerciais aplicadas a seus produtos e serviços, seja pela substituição de algumas matérias primas, seja pela alteração integral de seus produtos, ou seja, pela redução das

quantidades fornecidas em embalagens individuais.

As indústrias Nestlé, holding mundialmente conhecida pelo fornecimento de produtos alimentícios, como uma adequação de mercado de seus produtos, apresentou um substituto/alternativa a seu produto oficial ‘Nan’ que trata-se de um leite fórmula, desenvolvido para a substituição do leite materno a recém nascidos, na impossibilidade destes terem acesso ao leite materno, um produto derivado de laticínios chamado ‘Neslac’ que trata-se de composto lácteo baseado em leite, com adição de vitaminas e micro nutrientes que no entanto não é indicado para recém nascidos como seu correlato “NAN”, a indústria em questão ao apresentar seu produto alternativo, usou de embalagens e marketing visual de forma a similarizar ambos produtos, que possuem aplicações diversas o que neste sentido induz o consumidor a confusão, seja pela omissão de informações, seja pela apresentação desproporcional no descritivo, tendo as letras que apesar de possível leitura, não possuem fontes de tamanho adequadas a discernir a diferença dos produtos claramente.

Motivo pelo qual move em face desta ação civil pública como requerente o Idec - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor conforme autos de processo (Brasil, São Paulo, Ação Civil Pública, Direito do consumidor, disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cpopg/show.do;jsessionid=BC9B942188CE6EEB1F53BA9669D34EC6.cpopg4?processo.codigo=2S001KHTQ0000&processo.foro=100&processo.numero=1050911-24.2022.8.26.0100>> Processo n. 1050911-24.2022.8.26.0100, acesso em 31/03/2025).

A relação consumerista é regulamentada pela Lei 8.078 de 11 de Setembro de 1990, também conhecida como Código de Defesa do Consumidor, tem como objetivo tutelar o direito do consumidor, nesse sentido entende-se que este atua em polo contrário a grandes marcas, indústrias e empresas com forte influência política, social e financeira, relação

esta que encontra-se em pé de desigualdade tornando o consumidor parte hipossuficiente da relação dada seus finitos recursos e limitados contra seu polo contrário, o código possui natureza normativa e visa proteger os direitos consumeristas.

Este código se baseia nos princípios da Boa fé, da informação, da equidade, da vulnerabilidade e do acesso a justiça, pautado nisto confere-se que o direito consumerista deve ser tutelado e garantido, regulando assim as relações, dito isso é regulado também na portaria 392/2021 o direito a informação garantido ao consumidor em hipóteses de alteração substancial ou não características de produtos em relação quantitativa, onde prevê que alterações quantitativas devem ser evidenciadas na embalagem do produto de forma destacada, em negrito, em caixa alta e com contraste na embalagem por tempo mínimo de 6 meses após a alteração.

Com isso objetiva-se informar ao consumidor a redução do seu poder aquisitivo ao comprar determinado produto que teve sua quantidade diminuída, no entanto é praticado no mercado reduções demasiadas, sem o devido destaque e com omissão a alteração dos produtos, no contexto apresentado ocorre a lesão consumerista, no sentido de que, de forma desinformada ou não devidamente informada, o consumidor, por um preço igual ou até maior, leva um produto de quantidade inferior.

A desinformação ou a informação apresentada de forma indevida, não impacta somente no contexto quantitativo, como também no qualitativo, produtos alimentícios possuem seu impacto maior nesses ajustes reduflacionários, no sentido de seu amplo acesso a toda sociedade sem distinção patrimonial ou social, e o mercado responde com adequações da substituição de produtos por similares com baixo custo de produção.

Essa adequação é seguida por diversas marcas e empresas principalmente da indústria

láctea, a exemplo tem-se a produção de “Leite condensado”, difundido e produzido por diversas marcas que com o passar dos tempos, devido a redução principalmente e estratégias comerciais deu espaço a sua similar “Mistura Láctea”, apesar de ambos serem derivados do leite, é notado uma diferença na composição e aplicação dos produtos, que no entanto apresentam embalagens quase que idênticas e são expostos lado a lado nas prateleiras de mercado e quitandas.

Ao consumidor é exprimido o dano real causado pela desinformação, pela ausência de regulamentação legislativa, e da adequação humanitária pela indústria alimentícia, atualmente o Brasil conta somente com uma legislação referente a alteração quantitativa, que cotidianamente não é seguida a termo de lei, sendo as marcas omissas no destaque necessário a exposição de seu produto, como também a ausência de regulamentação constante a alterações qualitativas, como a troca de matéria prima evidenciada em destaque na embalagem vendida anteriormente, a necessidade de uma diferenciação expressa em produtos de diferente composições e finalidades, como NAN e NESLAC, como “Leite condensado” e “Mistura Láctea”, “Creme de leite” ou “Mistura de leite”.

Este dano é evidente ao consumidor final a medida que, questões econômicas como a inflação, que ocasionam mudanças de mercado consumeristas, tem seu impacto negativo aquele que é considerado a parte fraca da relação, a parte que muitas das vezes não possui acesso à informação devida, a parte que tem sua subsistência impactada pela redução quantitativa ou qualitativa dos produtos de consumo e que imperceptivelmente tem sua capacidade nutritiva reduzida ou prejudicada pelo uso menor ou pior dos produtos alimentícios.

É julgado pelos tribunais superiores o dever formal da devida apresentação comercial do produto com suas características quantitativas e qualitativas conforme ementa:

PROCESSUAL CIVIL. CONSUMIDOR. DIREITO À INFORMAÇÃO. ARTS. 6º, III, e 31 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DIMINUIÇÃO NA QUANTIDADE E PESO DE PRODUTO. OSTENSIVIDADE DE ADVERTÊNCIA NÃO CARACTERIZADA. PRINCÍPIOS DA TRANSPARÊNCIA, BOA-FÉ OBJETIVA, SOLIDARIEDADE E VULNERABILIDADE. CAVEAT EMPTOR. 1. Trata-se, na origem de Ação Ordinária com pedido de Tutela Antecipada, em desfavor da União objetivando anulação de processo administrativo ou, sucessivamente, redução de multa administrativa aplicada à empresa em razão de violação ao Código de Defesa do Consumidor e à Portaria 81/2002 do Ministério da Justiça, notadamente por ter comercializado biscoito com redução de peso sem a devida ostensividade da informação no rótulo do produto e sem diminuição proporcional no preço. 2. Informação é um dos direitos básicos do consumidor, talvez o mais elementar de todos na classe dos instrumentais (em contraste com direitos substantivos, como proteção da saúde e segurança), daí a sua expressa prescrição pelo art. 5º, XIV, da Constituição de 1988: “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”. Consoante o CDC, é direito básico do consumidor “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço” (art. 6º, III, do CDC). Nesse direito instrumental se encontra, sem exagero, um dos baluartes do microsistema e da própria sociedade pós-moderna, ambiente no qual também se insere a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva (CDC, arts. 6º, IV, e 37). 3. A falta ou a deficiência material ou formal de informação não só afrontam o texto inequívoco e o espírito do CDC, como também agridem o próprio senso comum, sem falar que convertem o dever de informar em dever de informar-se, ressuscitando, ilegitimamente e contra legem, a arcaica e renegada máxima caveat emptor (= o consumidor que se cuide). 4. Por expressa disposição legal, só respeitam o princípio da transparência e da boa-fé objetiva, em sua plenitude, as informações que sejam “corretas, claras, precisas, ostensivas” e que indiquem, nessas

mesmas condições, as "características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados" do produto ou serviço, objeto da relação jurídica de consumo (art. 31 do CDC, grifo acrescentado). Logo, em tese, o tipo de fonte e localização de restrições, condicionantes, advertências e exceções devem ter destaque, sob pena de violação do dever de ostensividade. 5. Recurso Especial provido.

(Brasil, STJ - REsp: 1447301 CE 2014/0052859-2, Relator.: Ministro HERMAN BENJAMIN, Data de Julgamento: 08/11/2016, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 26/08/2020)

O acesso a informação é um direito garantido constitucionalmente previsto no Art. 5º, XIV da Constituição Federal "é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional". Neste sentido deve-se considerar em todas as relações jurídicas e normas infraconstitucionais o acesso a informação como preceito básico.

No entanto os impactos causados pela redução vem acompanhados da desinformação, que impõe ao consumidor que acaba "Levando gato por lebre",

Onde ao comparecer ao mercado para realização de suas compras habituais, ao procurar por creme de leite, se depara com uma mistura de leite, na mesma seção do supermercado, ao lado do creme de leite, com a embalagem sem distinção e com o preço ligeiramente mais barato, sem o necessário destaque da diferença de produtos e suas composições.

Ademais o inciso IV do art. 6º do CDC, em sua previsão legal garante ao consumidor o direito ao acesso à informação adequada e clara sobre os produtos que por muitas vezes são violados a medida em que se altera a quantidade do produto sem o devido destaque previsto na portaria 392/2021.

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - A proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - A educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Lei 8.078/1990).

De acordo com Sarlet e Molinaro (2014, p.14) "esse é um segmento jurídico do Direito decorrente do que poderíamos chamar de direito das "relações informativas". Ademais, conforme Flavio Tartuce e Daniel Neves (2025, p. 431):

[...] o mundo contemporâneo é caracterizado pela enorme velocidade e volume crescente de informações, armas de sedução utilizadas pelos fornecedores e prestadores para atraírem os consumidores à aquisição de produtos e serviços. O tópico sobre o tema no CDC (art. 30 a 38) serve para proteger o vulnerável negocial, exposto a tais artifícios de atração. Lembre-se, igualmente, que, com o passar dos tempos, novas informações surgiram, o que não significa que houve a distribuição igualitária de dados entre as pessoas, eis que tais informações ficam inicialmente em poder de uma parcela de indivíduos, os hipersuficientes da relação jurídica.

A redução possui também um impacto ao direito fundamental a alimentação, a medida que com os mesmos ou as vezes até mais recursos, se compra menos produtos se apresenta um risco a desnutrição, a perda do acesso a uma alimentação de qualidade, conforme o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudo Socioeconômico (Dieese) 2020 - 2024 a cesta básica composta por Carne, Leite, Feijão, Arroz, Farinha, Batata, Tomate, Pão Francês, Café em pó, Banana, Açúcar, Banha/Óleo, Manteiga no estado de São Paulo em janeiro de 2020 custava em média 517,51 R\$ enquanto no mês de dezembro de 2024 custava 841,29 R\$, (Brasil, Dieese, 2020 - 2024 Valor

da cesta básica, Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/cesta/produto>> Acesso em 29/03/2025), percebe-se que em um período de 4 anos os itens básicos tiveram um aumento de aproximadamente 62,56%, dito isto é perceptível que a redução do poder de compra coloca o consumidor em uma situação de vulnerabilidade e de impossibilidade de acesso a uma alimentação saudável.

Ante a pesquisa realizada é possível concluir uma lacuna legislativa referente a regulamentação da qualidade e matéria prima dos produtos alimentícios que tem causado grande insegurança nutricional ao cidadão brasileiro, além de uma lacuna fiscalizatória na legislação vigente sobre a redução quantitativa de produtos que muitas das vezes enviesado pela ancoragem do peso anterior, induz o consumidor ao erro de comprar um produto em menor quantidade sem a percepção de tal.

Se faz necessário a observância do Estado no que se refere a proteção dos direitos consumeristas, ao acesso à informação, a proteção alimentar e social do elo fraco da relação de consumo, o consumidor.

4. Conclusão

A análise realizada permitiu constatar que a redução, embora seja apresentada como uma estratégia empresarial de contenção de custos, representa uma prática que prejudica diretamente o consumidor, ao reduzir a quantidade ou qualidade dos produtos sem a devida transparência nas informações. Essa conduta viola princípios fundamentais do Direito do Consumidor, como a boa-fé, a transparência e o dever de informação, previstos no Código de Defesa do Consumidor. Além disso, os resultados apontam que a ausência de uma regulamentação específica e de fiscalização rigorosa contribui para a continuidade dessa prática no mercado brasileiro, reforçando a vulnerabilidade do consumidor frente ao poder econômico das grandes empresas.

Diante desse cenário, torna-se urgente a criação de políticas públicas e normas específicas que obriguem os fornecedores a informar de forma clara e destacada qualquer alteração na quantidade ou composição dos produtos. A regulamentação da redução é essencial para garantir o equilíbrio nas relações de consumo e preservar o direito à informação e à escolha consciente. Assim, espera-se que este estudo contribua para o debate sobre a necessidade de maior proteção jurídica ao consumidor e incentive reflexões sobre mecanismos de controle que assegurem maior transparência e justiça nas práticas comerciais.

5. Referências

BRASIL. Casa Civil. Constituição 1988. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 5 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 15 setembro. 2023.

BRASIL, **Valor da cesta básica, Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudo Socioeconômico (DIEESE)**, Disponível em: <https://www.dieese.org.br/cesta/produto>. Acesso em 29/03/2025.

BRASIL, SÃO PAULO, **AÇÃO COLETIVA PÚBLICA IDEC X NESTLÉ**, disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cpopg/show.do?jsessionid=BC9B942188CE6EEB1F53BA9669D34EC6.cpopg4?processo.codigo=2S001KHTQ0000&processo.foro=100&processo.numero=1050911-24.2022.8.26.0100>, acesso em 31/03/2025.

BRASIL, STJ - REsp: 144730, **Processual Civil. Consumidor. Direito À Informação**, Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/923473313/inteiro-teor-923473322>, acesso em 31/03/2025.

BRASIL, Banco Central do Brasil, 2024,
Disponível em:
<https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/oqueinflacao>, Acesso em 29/03/2025.

REDUFLAÇÃO. In: Priberam, Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (DPLP) 2008-2021, disponível em:
<https://dicionario.priberam.org/redufla%C3%A7%C3%A3o#:~:text=nome%20feminino,por%20vezes%20at%C3%A9%20com%20aumentar>, Acesso em 29/03/2025.

SARLET, Ingo Wolfgang; MOLINARO, Carlos Alberto. Direito à informação e direito de acesso à informação como direitos fundamentais na Constituição brasileira. **Revista da Advocacia-Geral da União**, Brasília, DF, ano XIII, n. 42, p. 9–38, out./dez. 2014.

SOUZA FILHO, Carlos Frederico Marés. O direito de ser povo. In: CLÈVE, Clémerson Merlin (coord.). **Direito constitucional brasileiro: Constituições Econômica e Social**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. 05 de maio de 2020. vol. 3