XI SEMANA ACADÊMICA
01 à 03 de Junho
A Sociedade do cansaço: SAÚDE MENTAL E A CULTURA DO DESEMPENHO NA ERA DIGITAL
FACULDADE VIDAL

A PRÁTICA DA REDUFLAÇÃO SOB A ÓTICA DA PROTEÇÃO JURÍDICA: A FALTA DE FISCALIZAÇÃO E O AUMENTO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

Amanda Karine Moisés de Oliveira[1]
Ayla Paula Diógenes Almeida Feitoza[2]
Helida Iasmim Pitombeira Lima[3]
Marcio Michael do Nascimento Farias[4]
Samuel Bessa Martins[5]
Wellison Johnantan Feitoza costa[6]

RESUMO

O presente estudo analisa a prática da reduflação sob a ótica da proteção jurídica ao Direito do Consumidor, destacando seus impactos quando existe latente falta de fiscalização, o que resulta diretamente na vulnerabilidade do consumidor. A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica de caráter narrativo, com base em livros, artigos científicos e legislações, como o Código de Defesa do Consumidor, a Constituição Federal de 1988 e a Portaria nº 392/2021. O objetivo consiste em compreender como a redução de produtos sem alteração proporcional de preço afeta o direito à informação e a transparência nas relações de consumo. O desenvolvimento evidencia que tal prática pode gerar desequilíbrio e prejuízos ao consumidor. Toda análise é necessária para ao final concluir que a reduflação, quando não devidamente informada e fiscalizada, aumenta a vulnerabilidade consumerista e viola princípios fundamentais do ordenamento jurídico brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: Consumerista; Informação; Prática abusiva; Transparência.

INTRODUÇÃO

A reduflação é conhecida por ser uma prática em que a empresa diminui a quantidade de um produto, podendo aumentar a embalagem mas mantém o mesmo preço, não reduzindo

[1]FACULDADE VIDAL: e-mail: amandakarinemooliveira@gmail.com
[2]FACULDADE VIDAL: e-mail: ayla_diogenes@hotmail.com
[3]FACULDADE VIDAL: e-mail: iasmimpitombeira004@gmail.com
[4]FACULDADE VIDAL: e-mail: mmarcio.michael91@gmail.com
[5]FACULDADE VIDAL: e-mail: samuelbessam@gmail.com
[6]FACULDADE VIDAL: e-mail: wellisonjhonatan60@gmail.com

pela quantidade de produto menor sem deixar expresso ao consumidor, esse método empresarial é muito fácil de ser encontrado em alimentos, produtos de higiene, limpeza e perfumaria.

Tal conduta é utilizada pelas empresas visando de maneira "estratégica" impactar na redução de custos de produção, manter equilíbrio econômico decorrente do aumento dos custos de matéria-prima e logística, fazendo diminuir sua quantidade ou qualidade, buscando evitar a rejeição do consumidor diante de reajustes que sejam visíveis, e mesmo assim continuar distribuindo dentro do mercado. O problema também consiste na forma como esses dados são apresentados, sendo muitas vezes sutis ao estarem em letras pequenas, em locais pouco visíveis ou sem um aviso claro da redução (Araújo, 2025).

Aos consumidores é garantido o entendimento do texto Constitucional, o qual verifica em seu artigo 5° XIV, da CF de 1988, que é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional (BRASIL, 1988).

Ainda acerca do direito à informação constitui garantia fundamental nas relações de consumo. O art. 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor assegura o direito à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, incluindo quantidade, características e composição (BRASIL, 1990). Nessa visão normativa vigente, a prática da reduflação, quando não informada de maneira ostensiva e quando não possui fiscalização do Estado, pode violar o dever de transparência nas relações consumeristas.

Segundo Marques (2011), a vulnerabilidade do consumidor é elemento estruturante do sistema de proteção consumerista, justificando a intervenção do Estado nas relações de consumo, devendo de maneira expressa e frequente, essas relações serem submetidas a fiscalização, por órgãos competentes e auxiliares da justiça.

Diante desse contexto, a diminuição do volume ou peso do produto, torna-se ilegal quando não informa ao consumidor em sua própria em embalagem não ficou de maneira expressa, deixando lacuna ao consumidor quando aplicada de maneira oculta, violando o dever de informação, devendo estar em harmonia com a Portaria do Ministério da Justiça que dispõe sobre prestação de informações de alteração quantitativa em embalagens de produtos n.º 392/2021.

Destarte, o presente resumo expandido tem como objetivo analisar a prática da reduflação sob a perspectiva do Direito do Consumidor, especialmente à luz do dever de informação e do princípio da transparência, verificando em que medida a falta de fiscalização em tal conduta pode resultar em uma vulnerabilidade consumerista, resultando em afronta as normas e aos direitos fundamentais assegurados pela legislação brasileira.

METODOLOGIA

Metodologia do trabalho fundamenta-se em uma revisão bibliográfica, com caráter narrativo, para construção e seu desenvolvimento foram utilizados livros, artigos científicos, legislações relacionados ao Direito do Consumidor, fazendo uso da norma, como o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), a Constituição Federal de 1988 e a Portaria nº 392/2021 do Ministério da Justiça.

A análise do material selecionado ocorreu de forma interpretativa, a fim de concluir no final como a prática de reduflação, somada a ausência de fiscalização pode abrir margem para aumento da vulnerabilidade do consumidor.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Popularmente, na pratica de reduflação o consumidor questiona-se acerca do produto vir "com muito ar e pouco conteúdo", frase cada vez mais usual dentro dos comércios brasileiros, conforme os autores desenvolvem em suas palavras, o impacto da prática mencionada é amplamente negativo para o consumidor, ao 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 (Avelar; Lima, 2026).

Por causa da reduflação, o consumidor passou a comprar menos, com a mesma quantia de dinheiro, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT), a prática de reduzir o conteúdo das embalagens sem alteração proporcional do preço gerou uma perda média de 3,78% no poder de compra do brasileiro (Amaral, 2025). Isso significa que por exemplo antes, um pacote comportava 1kg por R$10,00 (dez reais), depois, passou a ter 900g, mas continuou custando o mesmo valor, a pesquisa significa que o consumidor recebeu 3,78% menos produto pelo mesmo dinheiro gasto.

A mesma lógica mencionada acontece com o ramo da perfumaria, um perfume que antes possuía 100 ml passa a conter 90 ml, trata-se de uma prática muitas vezes "sutil", dificultando a percepção imediata pelo consumidor, contrariando o direito básico à informação do consumidor levando a situações de vulnerabilidade e insegurança jurídica brasileira.

Nos termos da Portaria nº 392/2021 do Ministério da Justiça e Segurança Pública, em seu artigo 2° o fornecedor é obrigado a declarar, na rotulagem de produto embalado posto à venda, em caso de alteração quantitativa, na ocorrência de alteração quantitativa promovida no produto, na quantidade de produto existente na embalagem antes da alteração, na quantidade de produto existente na embalagem depois da alteração e na quantidade de produto aumentada ou diminuída, em termos absolutos e percentuais (Brasil, 2021).

No mesmo texto, o artigo 3° manifesta a responsabilidade do fornecedor, o qual obrigado a declarar, na rotulagem de produto embalado declaração exigida no caput do art. 2º desta deve ser aposta no painel principal do rótulo da embalagem modificada, em local de fácil visualização, com caracteres legíveis e que atendam aos seguintes requisitos: caixa alta, negrito, cor contrastante e altura mínima de 2mm (Brasil, 2021).

Conforme aborda Araújo, manifestando que a indústria, ao praticar a reduflação, pode chegar a cumprir com a norma técnica ao informar o novo peso, mas corre risco de ludibriar consumidor médio, caso essas informações de alteração de peso líquido for escondida, não agindo de boa-fé e afrontando o Direito à informação (Araújo, 2025).

A visão de igualdade de poderes é desenvolvida no entendimento de Beviláqua, o mesmo cita que o consumidor perde autonomia, mas encontra uma ferramenta para restabelecer seu lugar como sujeito moral diante do fornecedor. Com a aparição em cena do Estado, é agora o fornecedor quem perde sua posição de vantagem, e quem voltará a estar no nível do consumidor (Bevilaqua, 2008).

Para Nunes, o fornecedor tem o dever de fornecer informações claras, precisas e ostensivas sobre o produto ou serviço, de modo a não induzir o consumidor a erro, sendo a transparência um dos pilares da proteção contratual nas relações de consumo (Nunes, 2022).

Nesse mesmo entendimento, Nunes surge falando que a intervenção do Estado nas relações de consumo é essencial para garantir o equilíbrio contratual, uma vez que o consumidor se encontra em posição de vulnerabilidade frente ao fornecedor, exigindo atuação regulatória e fiscalizatória eficaz (Nunes, 2022).

Ademais, a atuação fiscalizatória da máquina estatal é uma forma de coibir práticas abusivas, e garantir o do direito à informação, sendo essencial para restabelecer o equilíbrio nas relações contratuais de consumo, para que não se configure ilegalidade, a reduflação precisa ser coexistir com a transparência, sendo este, princípio essencial à luz do Código de Defesa do Consumidor e a garantia da ordem social.

CONCLUSÃO

Dado o contexto de estudo exposto, observa-se que a prática da reduflação, embora frequentemente utilizado pelas indústrias e setor empresarial, na tentativa de reduzir custo e continuar a circulação econômica como estratégia de venda, pode revelar impactos diretos e prática abusivas a proteção dos direitos do consumidor, ao ser utilizada sem transparência adequada, comprometendo a eficiência no dever de informação previsto no art. 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor, enfraquecendo a confiança nas relações de consumo e acentuando contrariedade nas normas vigentes, além de deixar ainda mais vulnerável os consumidores.

Nesse viés, a ausência de fiscalização eficiente e adequada abre margem para vulnerabilidade do consumidor se torne ainda mais evidente, perpetuando a prática de reduflação de maneira ilegal, deixando alterações de peso ou volume sejam realizadas de forma sutil, uma vez que, o consumidor nem sempre possui meios técnicos ou informacionais para identificar a redução quantitativa dos produtos, sendo de extrema necessidade que órgãos competentes contribui para a impedir prejuízos econômicos coletivos nas relações consumeristas.

Portanto, conclui-se sob a ótica da proteção jurídica, que a reduflação, quando não acompanhada de transparência e fiscalização rigorosa, obedecendo a legislação, representa uma afronta aos princípios da boa-fé e da informação adequada ao consumidor, fazendo com que seja indispensável o fortalecimento da atuação do Estado e seus órgãos auxiliares com mecanismos de controle, a fim de assegurar o equilíbrio dessas relações de maneira harmônica e equilibrada, para que seja tangível garantir a efetiva proteção do consumidor enquanto parte hipossuficiente no mercado.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Gilberto Luiz do. **Reduflação corrói em 3,78% o poder de compra do brasileiro**. In: Monitor Mercantil, [s. l.], 24 fev. 2025. Disponível em: monitormercantil.com.br. Acesso em: 14 maio 2026.

ARAÚJO, W. M. B. **A prática da reduflação na perspectiva da proteção do consumidor**. 2025. 18 f. Artigo (Trabalho de Conclusão de Curso em Direito) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Natal, 2025. Disponível em: Repositório UFRN. Acesso em: 13 maio 2026.

AVELAR, Richard da Silva; LIMA, Teófilo Lourenço de. **A reduflação como impacto nos direitos consumeristas**. Visão de Literatura, v. 9, n. 1, p. 49–57, 2026. Ciências Sociais Aplicadas.

BEVILAQUA, Ciméa Barbato. 2008. **Consumidores e seus direitos: um estudo sobre conflitos no mercado de consumo**. São Paulo: Humanitas/NAU. 336pp.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, DF: Presidência da República, 1990.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Portaria nº 392, de 10 de agosto de 2021.** Dispõe sobre a obrigatoriedade do fornecedor informar ao consumidor a alteração quantitativa de produto embalado posto à venda. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 2021. Disponível em: https://www.in.gov.br. Acesso em: 14 maio 2026.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 15. Ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2022.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.