

Núcleo de Cidadania da CMBH em publicação nacional

Assunto:

RECONHECIMENTO

Image not found or type unknown



O Núcleo de Cidadania da Câmara Municipal de Belo Horizonte é co-autor em artigo na "Revista de Direito de Consumidor", a mais importante revista acadêmica da área, coordenada pela Doutora Cláudia Lima Marques, doutora em Direito pela Universidade de Heidelberg (Alemanha), mestre em Direito Civil e Direito Internacional Privado pela Universidade de Tübingen e Especialista em Integração Européia pelo Europa-Institut, Saarbrücken (Alemanha).

O artigo intitulado "As práticas abusivas dos financiamentos ditos sem juros e o valor do dinheiro no tempo: um diálogo entre as ciências do direito e da matemática financeira" é de autoria de Marcos Tofani, promotor de Justiça do Ministério Público Estadual, e de Adriana Fileto, do Núcleo de Cidadania da Câmara Municipal de Belo Horizonte, mestre em Finanças. Os estudos relacionados ao artigo serviram de base para uma decisão administrativa do Ministério Público Estadual.

A publicação da Revista é de responsabilidade do Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (BRASILCON) e da Editora Revista dos Tribunais. O artigo consta na Revista de Direito do Consumidor de número 67, referente ao triênio julho-setembro de 2008.

Segundo consta no material publicado, diariamente são veiculados anúncios de financiamentos nos quais os valores à vista oferecidos são iguais à soma de todas as prestações, como por exemplo: "Compre um celular e pague R\$499 à vista ou 10 pagamentos mensais, `sem juros`, de R\$49,90".

A idéia divulgada nesse tipo de publicidade é que o valor à vista do financiamento é igual ao valor a prazo. Mas de acordo com o artigo, embora esse tipo de informação seja amplamente divulgada, é equivocada e induz o consumidor ao erro, pois o valor à vista é sempre menor que o valor a prazo.

O fato das prestações serem fixas não quer dizer que não existam juros. Estes juros existem e são distribuídos de forma que as prestações sejam iguais, dando à falsa impressão aos leigos de que não há juros. O correto seria que os anúncios publicitários fizessem uma diferenciação entre os preços à vista e a prazo.

"O artigo tem caráter educativo e busca demonstrar, do ponto de vista da Matemática, que não existem os financiamentos ditos sem juros e, do ponto de vista do Direito, como a publicidade que não diferencia preços à vista e a prazo desrespeita o Código de Defesa do Consumidor", explica Adriana Fileto. O material está disponível para consulta no Núcleo de Cidadania.

Informações no Núcleo de Cidadania (3555-1289).

Data publicação:

Terça-Feira, 9 Dezembro, 2008 - 22:00