

## **Notas e Reflexões**

### **O CRIME ORGANIZADO GLOBALIZA O CONTO DO VIGÁRIO**

**René Tapia**

[reneluis@iol.pt](mailto:reneluis@iol.pt)

Chileno naturalizado português. Doutorado em economia pela Universidade Jules Verne de Amiens. Especializado em Economia Política da Droga. Tem várias publicações neste campo e participou em conferências, com investigações em Off-shores e Corrupção. Docente em várias Universidades, entre as quais Algarve, Coimbra e Lisboa. Estuda actualmente o Crime Organizado "*L'argent apoudri*". Destanne De Bernis.

*"L'argent apoudri"*.

Destanne De Bernis

Em Setembro de 2007, a EUROPOL e agências de regulação e protecção dos consumidores de Austrália, Bélgica, Canadá, Holanda, Nigéria, Reino Unido e Estados Unidos constituíram o IMMFVG, Grupo de Trabalho Sobre a Fraude Internacional do "Marketing de Massa" (*The International Mass-Marketing Fraud Working Group*), tendo por objectivo trocar informação e coordenar as operações fronteiriças para detectar, apreender e anular a fraude do marketing de massa, assim como melhorar a informação pública sobre os esquemas internacionais que operam em África, América do Norte e Europa, assim como no Brasil, Costa Rica, Emiratos Árabes, Filipinas, Hong Kong, Índia, Israel e Tailândia. Uma ameaça criminal global incisiva que afecta cada ano milhões de pessoas e empresas de todo o mundo, que perdem dezenas de biliões de dólares e o bem-estar financeiro pessoal e o das famílias. Em Junho 2010, o Grupo apresentou o seu Relatório "**Mass-Marketing Fraud: A Threat Assessment**", no qual este artigo está baseado.

A fraude do marketing de massa utiliza a internet, correio, rádio, programas televisivos, grandes concentrações de pessoas ou ainda o rumor "de orelha a orelha"; mas qualquer seja o meio empregado terá sempre estas duas características:

- 1)** o esquema consiste em persuadir uma vítima a transferir dinheiro ou valores ao criminoso na base de uma promessa de lucros ou bens ou serviços valiosos que nunca receberá na prática;



- 2) o comando criminal aplica o esquema a muitos indivíduos ou empresas, com o objectivo de maximizar o rendimento. O esquema usa uma variedade de truques (*itches*), tais como lotarias ou cautelas ganhadoras, oportunidades de investimentos, negócios que envolvem cheques de contrafacção, ou “romances”.

### **As perdas com a fraude do Marketing de massa**

Como a maioria das vítimas da fraude do marketing de massa não a denunciam, seja por vergonha seja para não ver-se envolvidos em esquemas de corrupção, não existem estatísticas confiáveis para apreciar a magnitude deste tipo de fraude ao nível global. As autoridades britânicas estimam que apenas cinco por cento das pessoas denunciam as ofertas fraudulentas e uma investigação no Canadá, em 2007, encontrou que nove de cada dez vítimas não a comunicam às autoridades. Mas outros métodos de cálculo levam a pensar que as perdas induzidas situam-se nos dez biliões de dólares cada ano. A Agencia para o Comercio Justo do Reino Unido estimou, em 2006, que 3,2 milhões de pessoas (6.5% da população adulta) foram vítimas do esquema do marketing de massa, com perdas totais de £3,5 biliões. Estudos semelhantes, mas não comparáveis, existem para outros países, como a Austrália, Bélgica ou os Estados Unidos, sempre denunciando o engano de milhões de pessoas e envolvendo milhões de dólares (incluindo esquemas de lotarias estrangeiras, “preços de promoção” ou fraudes pela internet)<sup>1</sup>.

Mas as vítimas da fraude não só suportam custos financeiros ou perdas das suas poupanças e até das habitações, como também riscos físicos que podem chegar à depressão ou ainda o suicídio. O só contacto com o esquema pode evoluir para ameaças ou o rapto para pedir resgate. Todavia, existem registos de casos em que a família abusou fisicamente de um sequestrado por ter tido que pagar um elevado montante pela sua libertação. Muitas pessoas hipotecam ou vendem a casa para entrar no esquema ou pagar a dívida contraída, com a conseguinte perda do imóvel. Existe mais uma consequência económica grave para o comércio legítimo e a instituição da confidencialidade dos dados bancários ou comerciais: muitas vítimas da fraude do marketing de massa mudam o comportamento perante as compras e a atitude com o uso de cartões de crédito, utilizando estes menos assim como as compras “online”.

### **Esquema do investimento em pirâmide**

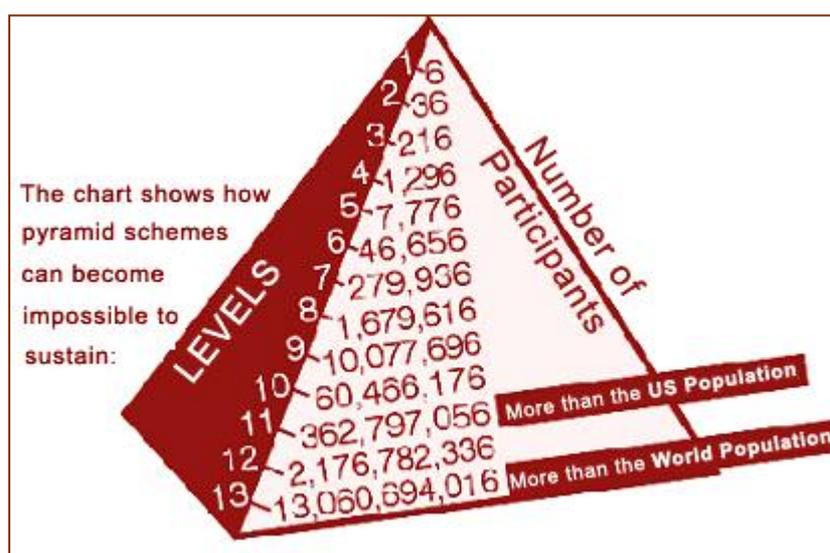
Desenvolvido pelo mafioso Carlo (*Charlie*) Ponzi nos Estados Unidos na década dos 20 e ultimamente por Bernard Madoff, ou ainda “Dona Branca”, em Portugal década dos 80, foi reinventado com a liberalização dos países do leste. É um sistema que funciona no curto prazo com os primeiros investidores, mas que acaba na bancarrota para a maioria dos incautos angariados. Oferece elevados rendimentos a custa dos novos investidores e funciona na medida que estes aumentam exponencialmente, o que é estatisticamente insustentável, pois um elementar cálculo matemático demonstra que

---

<sup>1</sup> A rede “Sentinela do Consumidor” da United States Federal Trade Commission (FTC) recebeu 630.604 denúncias em 2009, que totalizavam US\$1.715.973.109, ou seja uma média de US\$2.721 por pessoa. No mesmo ano, o Centro Antifraude do Canadá contabilizou mais de 40.000 queijas, somando quase 60 milhões de dólares, enquanto na Austrália foram mais de 20.000 e totalizaram 70 milhões de dólares (The International Mass-Marketing Fraud Working Group, “Mass-Marketing Fraud: A Threat Assessment”, p. 5).



uma dúzia de iterações requer a participação de toda a população mundial. É um pagamento ou promessa de pagamento de elevados juros à custa do dinheiro dos próximos investidores. Vários destes esquemas têm sido descobertos ultimamente e só em 2009, apenas nos Estados Unidos, totalizaram US\$16.5 bilhões. Ponzi iniciou o negócio com US\$5.000 e tinha depósitos de 1 milhão quando foi descoberto seis meses depois. Madoff foi descoberto em consequência da crise financeira de 2007 e condenado a 150 anos de prisão por fraudes que totalizaram US\$65 bilhões<sup>2</sup>. Maria Branca dos Santos iniciou as suas actividades nos finais dos anos 70 e, quando foi descoberta, em 1984, tinha angariado 17,5 bilhões de Escudos (US\$130 milhões da época)<sup>3</sup>.



Fonte: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/2d/PyramidSchemeMS.jpg>

### Globalização da fraude do marketing de massa

Embora alguns vigaristas aplicam os esquemas de fraude nas suas próprias localidades, em especial o *Ponzi*, investigações recentes indicam que os esquemas da fraude do marketing de massa actuam numa variedade de países da África, da América do Norte, Central e do Sul, da Ásia e Médio Oriente e da Europa, mas com uma série de semelhanças na sua aplicação, tais como: escolher vítimas em países diferentes (veremos na continuação que esta fraude é dominada pelo crime organizado internacional), internacionalização da lavagem do dinheiro obtido, contratação de empresas legais para as funções de preparação da fraude (p. ex., impressão de lotarias falsas, execução de encomendas).

### O crime organizado em acção

Este tipo de fraude pode ser aplicado por um indivíduo ou um pequeno grupo, variando em complexidade e tamanho, segundo a sua natureza e estrutura, mas investigações

<sup>2</sup> <http://losangeles.fbi.gov/dojpressrel/pressrel10/la011210.htm>

<sup>3</sup> A partir de então os esquemas em pirâmide oferecidos por empresas a eventuais consumidores passaram a ser considerados "prática comercial desleal" e legalmente proibidos (D.L. 57/2008).



recentes revelam que, ultimamente, o crime organizado, tal como a *Cosa Nostra* norte-americana, ou as máfias nigerianas e jamaicanas, dirigem ou facilitam os esquemas da fraude de massa, beneficiando da sua elaborada estrutura empresarial<sup>4</sup>. O crime organizado pode controlar todo o processo ou fornecer “serviços especializados” (documentos ou “sites” falsos, lavagem, listas de pessoas, instrumentos financeiros, etc.), correndo, comparativamente, um risco menor de ser detectado, ou da penalização potencial.

## O Processo

Está demonstrada pelos serviços de investigação penal a natureza internacional desta fraude e de alianças mafiosas na sua organização e controlo, que subcontratam empresas e empregados para oferecer produtos e serviços de aparência real, assim como a utilização de sofisticadas tecnologias de comunicação e processamento, com experiência no desvio e ocultação de mercadorias e dinheiro. As vítimas são contactadas pelo correio, via internet (a mais utilizada), rádio e televisão, ou ainda pessoalmente, sendo que na maioria dos casos a solicitação se inicia pelo telefone<sup>5</sup>.

## Os Meios

Esta fraude requer uma variedade de meios para encontrar e comunicar com a vítima, obter e legitimar procedimentos ilícitos, assim como evitar ser descoberto e investigado. Primeiro tem que ser contactada a potencial vítima, seguindo os procedimentos indicados supra. Na acção são precisos:

- 1) Empresas legais de serviços, que podem ou não conhecer o carácter fraudulento do negócio para que são contratadas, ou empresas virtuais, com ou sem endereço ou telefones reais, necessárias para imprimir, empacotar, transportar, enviar ou receber documentos falsos;
- 2) Listagem de pessoas, que podem ser compradas a outras empresas de marketing, com nomes e contacto sob quaisquer critério de organização;
- 3) Procedimentos de pagamentos, muitas vezes dissociados da natureza da fraude para facilitar à vítima a recolção do dinheiro (transferência bancária, cheques datados, cartão de crédito);

---

<sup>4</sup> O crime organizado internacional, que convive misturado com os negócios legais, participa nas mais variadas actividades do circuito económico: desde o financiamento até a grande distribuição, passando pela produção e transporte, mas o pequeno comércio ou distribuição de rua é deixado ao “pequeno crime” ou “crime de rua”, controlado pelo crime organizado, mas realizado por pequenos grupos ou bandos associados por alguma característica comum: bairro, etnia, etc. (R.T.).

<sup>5</sup> VoIP (*Voice over Internet Protocol*), criado em 1974 pelos matemáticos norte-americanos, engenheiros em informática doutorados em comunicação, Vinton Cerf, vice-presidente da Google, e Robet Kahn, um dos criadores da Internet, começou a desenvolver-se em 2004 como marketing de massa. É o protocolo normal de quaisquer utilizadores de internet, que usa esta tecnologia para receber mensagens escritas e faladas. O Protocolo de Voz via Internet tem diversas aplicações (chamadas grátis entre certos utilizadores, SMS, mensagens, multimédia), mas a sua natureza técnica dificulta localizar geograficamente os utilizadores e é susceptível de violação. Uma “plataforma” de números de clientes de uma empresa pode ser vendida por esta a outra ou ser interceptada. Como as vozes são digitalizadas e transmitidas como um “packet” comprimido, que o receptor reproduz como um fluxo, tecnologias sofisticadas permitem utilizar uma plataforma desde o estrangeiro, simulando uma chamada local ou nacional, para vender um produto, oferecer um serviço, ou solicitar ajuda humanitária. (R.T.).



- 4) Métodos de comunicação e redes. A sofisticação desta fraude requer o acesso a uma panóplia de instrumentos de comunicação em rede: cartas telefónicas, telefones celulares, internet cafés, conta em correio electrónico, bases de dados e armazenamento de dados computadorizados e aprimorados, etc., que dificultam a identidade do usuário. Existem casos comprovados de uso transatlântico da Internet ou VoIP simulando chamada local;
- 5) Documentos de identificação falsos. Absolutamente necessários para abrir uma conta bancária, instalar serviços telefónicos para contactar as vítimas, levantar encomendas do correio, alugar escritórios para a aparência da fraude. Os passaportes, cartas de identidade e de condução ou licenças para trabalhar, são adulterados na confecção e nos dados pessoais e muitos vigaristas possuem várias identidades, chegando ao caso de um grupo de malfeitores utilizar uma identificação comum para dificultar a localização do vigarista e a interceptação da rede. Documentos oficiais, como cheques ou outros, privados e do governo, também são falsificados;
- 6) Método para evitar a investigação policial da fraude. Uma vez inteirada a vítima, o vigarista muda de método, assumindo nomes falsos, em muitas ocasiões como representante de prestigiadas organizações e criando endereços electrónicos inexactos. Alguns grupos actuam promovendo simultaneamente uma oferta falsificada e mudam rapidamente de produto quando é descoberta;
- 7) Roubo de identidade e lavagem de dinheiro são os pontos críticos dos esquemas de fraude. As listagens de potenciais clientes podem ser compradas a outra empresa ou roubadas, mas utilizadas com outros fins, ao que se pode acrescentar a falsificação de documentos de empresas oficiais. Uma vez na posse dos nomes e dados pessoais e financeiros dos clientes, também podem ser utilizados de maneira fraudulenta, simulando compras ou utilizando os nomes sem autorização, ou até falsificando documentos de identificação, ou violando as bases de dados. Uma vez na posse do dinheiro, utilizam serviços financeiros formais ou informais, legais ou ilegais, domésticos ou internacionais e *off-shore*, para transferir o dinheiro ao destino final.

Todos estes procedimentos: escolha de vítimas, origem do dinheiro, beneficiários e destino da fraude, assim como os métodos, são mantidos em grande sigilo para impedir às autoridades descobrir não só a burla, como os montantes em jogo. Por este motivo, as formas de pagamento solicitado são dinheiro, cheque, ordens de pagamento, transferências, débitos bancários ou carregamento de cartões de crédito, variando segundo a situação particular. Muitas vezes o dinheiro muda de forma e de mãos, até o destino final, para ocultar este, que inclui o enriquecimento pessoal e o investimento em novos esquemas. Algumas vítimas ficam a trabalhar conscientemente com os criminosos, na esperança de recuperar parte do dinheiro perdido<sup>6</sup>. Não está demonstrado que o dinheiro seja utilizado no tráfico de armas ou de drogas.

---

<sup>6</sup> As vítimas da fraude são exploradas para receber e lavar dinheiro de outras vítimas ou instrumentos financeiros falsos, realizando transferências e depósitos, ou aceitando utilizar cheques falsos, ou vender mercadorias roubadas, ou pagar-lhas com cartões de crédito roubados, ou exportar-lhas e servir como fiador perante empresas estrangeiras (p. 23).



## Uso de violência

O conto do vigário é uma fraude não violenta por natureza, mas alguns grupos utilizam táticas coercitivas em vítimas que não cooperam. Muitas vezes a violência é exercida contra membros do grupo e contra outros grupos.

## A modo de conclusão

A fraude do marketing de massa internacional é uma ameaça mundial para as pessoas, as empresas e as instituições financeiras. Explorando o sistema financeiro globalizado, as redes de comunicação e os mercados, ocultando a origem das operações e os procedimentos ilícitos, comprometem os negócios legais quando apoiantes inconscientes das actividades criminosas. O crime organizado crescentemente inicia, facilita e lucra desta fraude, extraíndo bilhões de dólares de consumidores vulneráveis no mundo. Os esquemas alteram-se e adaptam-se para iludir as investigações e responder aos consumidores cientes dos esquemas da fraude.

Em resumo, sobre a natureza, alcance e impacto da Fraude do Marketing de Massa, os investigadores alertam para a sua ameaça criminal global, com magnitudes de dezenas de bilhões de dólares cada ano. Para as vítimas, o perigo estende-se para além das perdas dos fundos ou poupanças, incluindo riscos ou agressões físicas, perdas da habitação, estados depressivos e ainda a possibilidade de cometer suicídio. Esta fraude tem um impacto substancial na economia e nos mercados ao minar a confiança nos consumidores e na legitimidade dos negócios. Este é um crime internacional de organizações mafiosas.

Sobre os métodos e técnicas, pode-se dizer que é crescentemente internacional e de alianças entre grupos, envolvendo bilhões de dólares anualmente e contactando vítimas por todos os meios de comunicação (correio, internet, telefone, TV, rádio) e pessoalmente, utilizando variados recursos difíceis de detectar pela justiça, abarcando negócios legais, listas de pessoas, meios de comunicação, processos de pagamento e documentos de identificação falsos e instrumentos financeiros contrafeitos, incluindo lotarias, cheques, dinheiro e contratos de trabalho. Os agentes da fraude adaptam-se e mudam rapidamente de métodos e técnicas para fugir à justiça e aos clientes desconfiados e diminuírem o risco de serem descobertos.

A identidade e a lavagem são os pontos cruciais dos esquemas e uma saída perturbante é a utilização das vítimas para receber e lavar fundos ou receber ou aplicar instrumentos financeiros falsos. Sendo uma actividade criminosa não violenta, a violência pode ser exercida sobre vítimas não cooperantes, ou no interior do grupo criminosos e ainda entre grupos mafiosos.

Para combatê-lo serão necessárias, ainda segundo o relatório, cinco acções internacionais coordenadas globalmente:

- 1) expansão da capacidade de reunir os serviços de inteligência e de cooperar em todos os aspectos do esquema e seus participantes;



- 2) desenvolver a capacidade de interceptar as operações dos esquemas da fraude do marketing de massa mediante métodos legais (p. ex., arquivo dos documentos contrafeitos);
- 3) educação ao público e ajuda aos afectados potenciais para reconhecer as solicitações de fraude e tomar acções que minimizem as perdas;
- 4) desenvolver medidas efectivas para identificar e apoiar com prontidão as vítimas com fundos públicos e privados;
- 5) desenvolvimento da coordenação de esforços entre investigadores, agências legais e instituições reguladoras, na utilização do poder de coacção contra os perpetradores do esquema da fraude do marketing de massa.



## **ANEXO: Tipos da fraude do marketing de massa (pgs.26-29<sup>7</sup>)**

A fraude do marketing de massa inclui uma extensa panóplia de esquemas falsos e enganadores para roubar dinheiro a empresas e pessoas, propriedades, informações ou serviços. Alguns esquemas são conhecidos, mas provada a sua eficácia, são reciclados e adaptados, na natureza e execução, à população alvo. Os mais lucrativos e eficientes são reproduzidos, visto que o crime lucra com a demora no reconhecimento da proposta fraudulenta. As versões de esquemas mais frequentemente denunciadas às autoridades e agências de protecção do consumidor na África, América do Norte, Austrália e Europa e são as seguintes:

**Ajuda de emergência:** O vigarista contacta a vítima fazendo-se passar como amigo ou familiar dum parente desta, solicitando ajuda urgente pois o familiar da vítima teria sido arrestado no estrangeiro e precisa pagar uma fiança, ou então teve um acidente e é necessário saldar as despesas médicas.

**Aquisições ou advertências fraudulentas a empresas alvo:** as empresas são um objecto preferido de fraudes porque o dinheiro envolvido é superior à fraude a pessoas e porque é mais fácil enganar um empregado. Uma das técnicas utilizadas é a "venda fingida": convencer um responsável que alguém da empresa autorizou uma compra e, utilizando documentos ou telefonemas falsos, exigem o pagamento. Uma variante é apresentar-se como vendedor de uma empresa fornecedora conhecida a solicitar a devolução dos excedentes ou produtos defeituosos, advertidos que estão da não existência de director de vendas ou anúncios na internet, chegando, inclusivamente, a vendê-los a preços superiores.

**Chamados à caridade:** solicitar contribuições financeiras falsas, aproveitando causas simpáticas de carácter humanitário: ambientais, desastres, férias para grupos especiais. Ainda que o dinheiro seja entregue à causa em questão, parte dele será desviado ao enriquecimento pessoal ou outros propósitos.

**Cheques falsos** (incluindo transferências ou procurações): Uma variedade das lotarias falsas ou leilões online é utilizar cheques ou dinheiro falsos para reforçar a aparência legal da transacção. Se envia dinheiro ou cheque à vítima como parte do ganho numa lotaria ou pagamento por um bem de alto valor, como um carro, para que o deposite na sua conta bancária e que depois transfira uma parte para o vigarista como comissão "pelo jeito". Passado um tempo, o banco informará à vítima que o cheque era falso e esta será obrigada a devolver todo o seu montante.

Um outro esquema consiste em apresentar-se ante um Procurador ou advogado como mandatário numa companhia estrangeira, solicitando assistência legal para cobrar pagamentos em atraso. Enquanto representante da empresa estrangeira, o jurista requer o pagamento ao alegado devedor, recebe a quantia em falta e envia a parte correspondente ao vigarista, deduzidos os custos do processo. Uma variante do esquema é aparecer como representante numa viúva ou divorciada a reclamar a parte correspondente do acordo ou herança.

---

<sup>7</sup> International Mass-Marketing Fraud Working Group, June 2010, *Mass-Marketing Fraud: A Threat Assessment*, <http://www.ice.gov/doclib/cornerstone/pdf/immfta.pdf>



**Clarividentes:** Oferece-se à vítima predizer um evento que mudará a sua vida, em troca dum pagamento antecipado. Seduzidas pelo auspício de boa fortuna e ameaças de contrariedades, as pessoas aceitam.

**Falsas empresas de serviços:** Ao igual que as falsas representações de venda de mercadorias, este esquema envolve falsas promoções de serviços, oferecendo internet e telecomunicações, serviços médicos, seguros, energias, automóveis, imigração e cartas de residência, serviços financeiros como protecção ao crédito ou apoio à reposição, gestão das dívidas, etc.

**Investimentos:** É uma variante do *Ponzi*, promessas fraudulentas de elevados retornos em troca de adiantar dinheiro para a “oportunidade de entrar” ou “ajudar” na compra “duma pechincha” como acções, ou participações em negócios como poços petrolíferos, moedas fortes ou jóias, etc.

**Lotarias ou Jogos falsos:** O vigarista apresenta-se ante uma pessoa, muitas vezes com instrumentos financeiros falsos, para que esta compre ou adiante algum dinheiro, ou pague as taxas e custos, numa cautela de lotaria, ou prémio dum falso jogo, supostamente ganhadores.

**“Recuperar cobranças”:** Amiúde apresentando-se como advogados, ou representantes do governo ou da Justiça, oferece-se à vítima facilitar a restituição dum dívida, em troca de um pagamento antecipado para despesas.

**O romance:** a vítima é escolhida dum site numa rede social para fingir um interesse romântico. Uma vez segura a relação e o afecto, mediante conversas íntimas regulares e troca de presentes, pede-se à vítima dinheiro ou valores comercializáveis. Algumas denunciaram ter enviado dinheiro para obter documentos de viagem e comprar o bilhete de avião, pagar uma estadia no hospital a recuperar dum doença, ajudar num programa de caridade, ou auxiliar ao enganador a recuperar dum dificuldade financeira. Como todos estes esquemas cobram à vítima uma pesada carga psicológica, elas ficam emocionalmente destruídas.

**Venda de mercadorias por falsos representantes:** Uma gama de esquemas falsos leva potenciais compradores adquirir produtos ou serviços pela internet: leilões, catálogos, ordens de compra, anúncios classificados, etc. É uma promessa de compra, muitas vezes a preços reduzidos ou de empresas “em dificuldades”, de bens que nunca chegam, ou chegam defeituosos, ou com atraso, ou diferentes que o prometido, ou de um valor menor que o cobrado. O produto ou serviço oferecido pode ser de quaisquer naturezas: tecnologias como iPhones, câmaras digitais ou consolas de jogos vídeo são as mais populares. Também se registam animais de estimação, revistas especializadas, ofertas de emprego, férias, produtos de saúde, pedras preciosas e excedentes de metais. Muitas vezes, ao enganado é enviado a factura e o pedido de indemnizações ou acções legais para cobrar a dívida fraudulenta. Ainda se dá o caso de utilizar o site legal da oferta para oferecer ao enganado uma segunda oportunidade, mas por uma via de pagamento ou transferência dubitativa.

**Venda de mercadorias com sobre preço:** Neste esquema, o vigarista remete pagamentos fraudulentos, com os documentos ou dinheiro falsos, para comprar produtos ou serviços de alto valor, como carros, computadores ou bens electrónicos. Geralmente, o instrumento monetário é de um montante superior ao do preço do produto, e o vigarista pede ao vendedor para depositá-lo e transferir-lhe



electronicamente a diferença. Por vezes até são utilizados cartões de crédito roubados. As autoridades repararam que muitas vezes estas empresas contratam marginais para recuperar os elevados montantes em jogo.

#### **Como citar esta Nota**

Tapia, René (2012). "O crime organizado globaliza o conto do vigário". Notas e Reflexões, *JANUS.NET e-journal of International Relations*, Vol. 3, N.º 1, Primavera 2012. Consultado [online] em data da última consulta, [observare.ual.pt/janus.net/pt\\_vol3\\_n1\\_not4](http://observare.ual.pt/janus.net/pt_vol3_n1_not4)