

OBSERVATÓRIO CONTRA A FRAUDE

O “conto do vigário” em versão Facebook: uma novela

O velhíssimo “conto do vigário”, reinventado, agora em versão Facebook, voltou a fazer “estragos”.



José António Moreira

Capítulo 1:

Várias vezes ao dia, a consulta ao Facebook permitia-lhe aferir dos “likes” que recebera e dos novos “amigos” que acrescentara à já extensa lista de relações.

Numa dessas vezes, um tipo que se apresentava como apostador profissional colocara um “post” sobre apostas online, explicando como se podia facilmente ganhar dinheiro por essa via. Clicou no “like”, e enviou-lhe pedido de amizade. “Muito interessante”, pensou.

No dia seguinte, o deferimento desse pedido chegou. Mais um “amigo”, que voltava a “postar”, agora sobre o ténis, cursos e apoios para a prática desse desporto. Mais um “like”. “O tipo é mesmo fixe”, pensou.

Os “posts” do “amigo” foram-se sucedendo, os seus “likes” também. Passou a ser mais um incentivo para ir à rede.

Capítulo 2:

Estava-se em pleno Verão. O “amigo” colocou um “post” sobre uma estratégia de apostas online que desenvolvera, que permitia obter um rendimento de 40% ao mês. Leu uma e outra vez. 40% de rentabilidade! Como única limitação, segundo a informação, o facto de ser necessário um capital elevado para se maximizarem os proventos e se poder obter tal margem.

Ao longo do dia os 40% não lhe saíam do pensamento. Ao mês!

O convite, sob a forma de um novo “post”, não tardou. A estima pelo “amigo” aumentou. “Vê-se que não é ganancioso”, pensou para consigo. [Que outro pensamento ter relativamente a alguém que oferecia aos “amigos” a possibilidade de integrarem uma “banca comunitária”, uma espécie de fundo de investimento, que garantia os mencionados 40% de rentabilidade num mês?] O facto da participação individual na “banca” ser limitada por um mínimo de 500 e um máximo de 30 mil euros era mais um fator em favor da seriedade da proposta.

Capítulo 3:

Juntou o que podia. Endividou-se junta da família e amigos, fechou os ouvidos a quem “torcia o nariz” diante da rentabilidade do “investimento”. Foram dias de felicidade, em contínuo “online” a assistir ao engordar da “banca”. O nível dos 500 mil euros mereceu muitos “likes ... e continuou a aumentar. Um sucesso, todos reconheciam. A estratégia de apostas ia ser iniciada. O promotor, que continuava a ser apenas o nome de uma conta do Facebook, foi “postando” (vagas) notícias. No final desse mês pediu desculpa, pois um problema técnico com a plataforma onde assentava a estratégia obrigara a um adiamento da implementação. Tudo se mantinha, mas pedia aos participantes um pouco de paciência.

O tempo foi passando. Quando esperava o “post dos posts”, chegou apenas um “post”! Seco como um deserto, o texto laconicamente referia que o dinheiro total da “banca”, 660 mil euros, tinha sido completamente perdido! Ele não queria acreditar. “Não é tecnicamente possível perder toda a guita num mês de apostas!”, dizia a si próprio. Como ele, outros cerca de 140 “investidores” tentavam perceber o que se passara. Em vão. Até a conta do promotor no Facebook, único elo de contacto, desapareceu de um momento para o outro.

Epílogo:

Choveram queixas na Polícia Judiciária. O velhíssimo “conto do vigário”, reinventado, agora em versão Facebook, voltou a fazer “estragos”. Pudera, 40% de rentabilidade num mês não é de desperdiçar!

Post Scriptum:

A história foi ficcionada para efeitos de exposição, mas o caso é real e recente.

Escreve à sexta-feira

<http://www.gestaodefraude.eu>

