

O fim das bets vai deflagrar uma guerra na qual a população sabe como começa, mas não sabe como termina. O universo das apostas on-line é um negócio muito sério, envolve parceiros parrudos e com bala na artilharia. Querem um exemplo? O Grupo Globo firmou sociedade direta com a gigante norte-americana MGM Resorts International para operar no mercado brasileiro de apostas. A parceria foi estruturada por meio de uma joint venture (uma empresa em conjunto), chamada Boa Lion, criada para gerenciar as operações da marca BetMGM no país.

■Anunciada originalmente em agosto de 2024, a operadora obteve sua licença federal definitiva do Governo Lula, no final daquele ano, e iniciou oficialmente os seus serviços no mercado brasileiro em fevereiro de 2025. A MGM detinha o controle majoritário da operação, enquanto o Grupo Globo atuava como sócio estratégico nacional.

■A estratégia da parceria era unir a tecnologia, as plataformas de cassino e a experiência em jogos da MGM Resorts com o gigantesco alcance de mídia do Grupo Globo — que estava usando a sua força na TV e no meio digital para escalar e promover a marca. Havia planos, inclusive, de conectar a BetMGM a propriedades intelectuais da emissora, como o fantasy game Cartola FC.

■Agora, em junho de 2026, a sociedade formada por Globo e MGM chegou a avançar no mercado ao fechar a compra de 100% da empresa Bingão do Brasil (uma desenvolvedora de vídeo-bingo digital que tinha o apresentador Luciano Huck entre os investidores indiretos).

■Com a assinatura da Medida Provisória que determinou a proibição total e a extinção de todas as licenças de apostas no Brasil, a estratégia corporativa da sociedade foi atingida no coração.

■Como reflexo imediato e para se adequar à nova lei federal, a Globo emitiu um comunicado interno ordenando a retirada antecipada de absolutamente todos os anúncios de bets de suas plataformas de TV (aberta

e fechada) e canais digitais. O encerramento definitivo imposto pela MP atinge as duas principais frentes financeiras da emissora: as centenas de milhões de reais que faturava vendendo espaço publicitário para outras casas de apostas e o seu próprio investimento direto como sócia na operação da BetMGM.

■A compra do Bingão do Brasil em junho sinaliza que os grupos Globo e MGM foram pegos de surpresa com uma decisão radical do presidente Lula. A expectativa era de uma mudança das regras, com medidas mais duras, o que na análise interna do grupo poderia até sanear o mercado, afastando os players mais frágeis, fortalecendo os operadores mais robustos.

■A grande dificuldade da família Marinho e dos seus executivos é explicar aos sócios da MGM o cenário de insegurança jurídica do Brasil. Como uma canetada de Lula vai evaporar outorgas vendidas pelo próprio Governo.

■Lula acabou ferindo um dos negócios mais promissores da família Marinho que tinha um peso até maior com a participação acionária do grupo no Nubank.

■A Globo é acionista minoritária do Nubank, embora a participação seja muito pequena (menos de 1% do banco) e tenha sido construída de forma discreta. O investimento foi estruturado por meio da Globo Ventures (o braço de investimentos em inovação e venture capital da família Marinho). Em vez de aplicar dinheiro vivo na fintech, a

Globo utilizou um modelo de negócios chamado “media for equity” (mídia em troca de participação societária).

■Em uma fase futura, os interesses do Nubank e da Globo/MGM criariam uma sinergia na construção de novos produtos inter-comunicantes, principalmente com a chegada da TV 3.0, um sistema interativo de reemissão que já está em testes.

■A integração com a TV 3.0 (o novo padrão de TV digital aberta chamado DTV+) era considerada o “pulo do gato” da sociedade entre o Grupo Globo e a MGM Resorts. A intenção da emissora era revolucionar o mercado ao transformar o aparelho de televisão em uma plataforma de apostas em tempo real por meio do controle remoto.

■Com os testes da TV 3.0 expandindo em praças, como Rio de Janeiro e São Paulo, para as transmissões de futebol, o modelo de negócios da BetMGM funcionaria integrando o sinal da antena com a internet de banda larga de forma inédita.

■Lula atirou no que viu e acertou no que não viu ao acabar com as bets. Tirou da Família Marinho o negócio mais promissor, capaz de afastar qualquer ideia de venda da TV, como ocorreu em passado recente, inclusive, no caso da reeleição de Bolsonaro. O que não se imaginava era que o Lula fosse o algoz do negócio que estava sendo gerido nos bastidores com a chegada da TV 3.0, que, aliás, teve como principal articulador o ex-ministro das Comunicações de Bolsonaro, Fábio Faria.

■O próximo passo da Globo MGM era as apostas instantâneas: “um Clique” no Controle Remoto. A TV 3.0 permite a criação de aplicativos integrados e menus interativos que rodam sobrepostos à imagem da transmissão. Durante um jogo do Brasileirão ou da Seleção Brasileira, o telespectador veria surgir barras laterais automáticas na tela. Sem precisar tirar os olhos da TV ou desbloquear o celular, o usuário utilizaria o controle remoto para fazer uma aposta rápida em qual time faria o próximo gol ou teria o próximo escanteio, além de conectar instantaneamente o login da sua conta BetMGM diretamente no televisor. Todo este planejamento virou pó com a medida provisória de Lula.

■A DTV+ foi desenvolvida para exibir janelas secundárias com dados ao vivo (escalões, posse de bola, cartões e mapas de calor). A estratégia comercial previa “casar” essas informações jornalísticas e técnicas do portal GE com as cotações (odds) de apostas flutuantes da BetMGM, incentivando o chamado live betting (apostar no calor do momento enquanto assiste ao evento em altíssima definição). Um negócio que multiplicaria os números atuais relacionados às bets no Brasil. O céu era o limite!

■Havia planos de estender os recursos do DTV+ para gamificar a programação. Um torcedor poderia usar a interatividade para escalar seu time no Cartola FC na tela e, na mesma interface, efetuar transações e jogos associados aos atletas na BetMGM.

■Como a nova Medida Provisória banuiu de forma categórica a oferta, a intermediação e qualquer tipo de publicidade ou envolvimento tecnológico com apostas online, esse modelo de negócios foi completamente abortado, por enquanto. A Globo continuará usando os recursos inovadores da TV 3.0 (múltiplas câmeras, áudio imersivo e e-commerce tradicional), mas a vertente que transformaria o televisor em um terminal doméstico de cassino e apostas esportivas foi enterrada.

■O setor de apostas on-line acredita que, após a eleição, será a própria força da Globo/MGM que poderá desenhar um retomada das apostas esportivas, eliminando definitivamente apenas o segmento de apostas de cassinos on-lines.

■Com a chegada da Tv 3.0, outras redes nacionais de televisão estavam negociando parcerias semelhantes e também com players robustos. É neste caso que alguns sinais já foram emitidos pelo Planalto pedindo cautela e paciência. O problema é a perda de confiança dos parceiros internacionais sérios.

■A medida intempestiva de Lula, no caso das bets, da forma que foi feita, vai ter desdobramentos maiores. O mercado esperava uma medida menos radical e não que as 80 outorgas vendidas a R\$ 30 milhões, cada, fossem rasgadas pelo próprio poder concedente, criando um cenário de insegurança jurídica nunca visto em um país de dimensões continentais e de uma economia como o Brasil.

■O cerne do problema é a insegurança jurídica que é causada com a canetada presidencial. É Lula desfazendo algo que o seu governo e, especialmente, o seu então ministro da Fazenda, Fernando Haddad, fizeram.

■O gesto foi encarado como um ato de desespero do grupo lulista, elevando a eleição a uma luta de vida ou morte.



claudio.magnavita@gmail.com

MAGNAVITA



@colunamagnavita

Negócio bilionário do Globo/MGM abalado com a MP de Lula contra apostas on-lines

Chegada da TV interativa iria turbinar as apostas durante transmissões esportivas

REPRODUÇÃO

