Fls. nº.: 02
Ass.:

Av. José Walter, Qd. 24, Residencial Interlagos. Caixa Postal: 310 CEP 75909-751
(64) 3611-5900 @camararioverde rioverde.go.leg.br tvcamararioverde

CERTIDÃO DE AUTUAÇÃO E REMESSA

Processo Legislativo nº: 000398/2026

Projeto de Lei nº 226/2026

Autor: Poder Executivo

Certifico que os presentes autos foram autuados e digitalizados nesta data, às 17:00 hs, com 23 folhas. Ato seguinte, REMETO-OS a DIRETORIA LEGISLATIVA para as devidas providências.

Rio Verde, 10 de novembro de 2026.

Letícia Silva Sousa

TRAMITAÇÃO				
Quórum para aprovação				
ANDAMENTO				
	Data	Remeter a(s) comissão(ões)		Data
1 - Leitura		1ª	A Comissão CCJ e R	
2 – 1ª Votação		2ª		
Aprovado por ( ) votos favoráveis.( ) contrários. ( ) abstenções. **Desap.** ( ) votos cont. ( ) fav. ( ) abs.				
3 – 2ª Votação		3ª		
Aprovado por ( ) votos favoráveis.( ) contrários. ( ) abstenções. **Desap.** ( ) votos cont. ( ) fav. ( ) abs.				
4 - Redação final		4ª		
Aprovado por ( ) votos favoráveis.( ) contrários. ( ) abstenções. **Desap.** ( ) votos cont. ( ) fav. ( ) abs.				
5 - Lei nº.				
6 -				
7 - Vista ver.:				

64 3602 8000
Av. Flamboyant, 2.160
Residencial Gameleira • Rio Verde • GO
CEP 75906 880 • Caixa Postal 34
www.rioverde.go.gov.br

PROJETO DE LEI Nº 220/2026.

Autoriza a FESURV – Universidade de Rio Verde a conceder patrocínio publicitário ao Esporte Clube Rio Verde.

A CÂMARA MUNICIPAL DE RIO VERDE-GO APROVA:

Art. 1º Fica a Universidade de Rio Verde – UniRV autorizada a conceder patrocínio publicitário ao Esporte Clube Rio Verde, no valor de até R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), para a temporada esportiva de 2027.

Parágrafo único. O patrocínio previsto no *caput* deste artigo tem por finalidade a divulgação e a promoção da marca institucional da UniRV, mediante exposição publicitária em uniformes oficiais, materiais esportivos, espaços físicos, plataformas digitais e demais meios de comunicação vinculados às atividades do clube, conforme contrapartidas estabelecidas em instrumento contratual próprio.

Art. 2º A formalização do patrocínio será realizada mediante instrumento contratual próprio, observadas as disposições legais aplicáveis, com definição das contrapartidas publicitárias e das condições de execução, acompanhamento e fiscalização.

Art. 3º As despesas decorrentes desta Lei correrão à conta das dotações orçamentárias próprias da Universidade de Rio Verde – UniRV.

Art. 4º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito de Rio Verde, 10 de novembro de 2026.

WELLINGTON SOARES CARRIJO FILHO
Prefeito de Rio Verde

FERNANDO COSTA BORGES
Procurador-Geral em substituição

ALBERTO BARELLA NETTO
Reitor da Universidade de Rio Verde

Fls. nº.: 04
Ass.:

64 3602 8000
Av. Flamboyant, 2.160
Residencial Gameleira • Rio Verde • GO
CEP 75906 880 • Caixa Postal 34
www.rioverde.go.gov.br

Mensagem nº 116/2026

Rio Verde, 10 de novembro de 2026.

Ref.: Projeto de Lei que autoriza a FESURV – Universidade de Rio Verde a conceder patrocínio publicitário ao Esporte Clube Rio Verde.

Justificativa.

Senhor Presidente,

Senhores Vereadores,

Submeto à apreciação de Vossas Excelências o presente Projeto de Lei que tem por finalidade autorizar a Universidade de Rio Verde – UniRV a conceder patrocínio publicitário ao Esporte Clube Rio Verde, no valor de até R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), durante a temporada esportiva de 2027.

A iniciativa decorre de proposta institucional apresentada pelo Esporte Clube Rio Verde à Universidade, visando à contratação de cota de patrocínio master, com a finalidade de promover a divulgação e o fortalecimento da marca UniRV por meio da exposição publicitária proporcionada pela participação do clube no Campeonato Goiano de Futebol Profissional – Série A de 2027.

O retorno do Esporte Clube Rio Verde à primeira divisão do futebol goiano representa uma oportunidade de ampliação da visibilidade institucional da Universidade, considerando a repercussão estadual da competição, a cobertura dos veículos de comunicação e o alcance das transmissões esportivas e plataformas digitais.

Conforme os indicadores apresentados pelo clube, durante a temporada de 2026, ainda na Divisão de Acesso, foram registradas aproximadamente 23 milhões de visualizações e alcance nas plataformas digitais, além de público acumulado superior a 52 mil torcedores nos jogos realizados em Rio Verde. Esses resultados evidenciam o potencial de exposição publicitária da equipe, que poderá ser ampliado com sua participação na elite do futebol estadual.

A proposta contempla, como contrapartidas, a exposição da marca UniRV em posição de destaque nos uniformes oficiais de jogo, materiais de treinamento, viagem e aquecimento, espaços publicitários do Estádio Mozart Veloso do Carmo, canais digitais, materiais promocionais e demais ações de comunicação institucional.

Além da divulgação da marca, a parceria possibilitará a realização de campanhas voltadas à promoção dos cursos de graduação e pós-graduação, processos seletivos,

64 3602 8000
Av. Flamboyant, 2.160
Residencial Gameleira • Rio Verde • GO
CEP 75906 880 • Caixa Postal 34
www.rioverde.go.gov.br

projetos acadêmicos e demais atividades desenvolvidas pela Universidade, ampliando sua aproximação com estudantes, potenciais ingressantes, famílias e a comunidade em geral.

Cumpre destacar que a UniRV possui trajetória consolidada de incentivo ao esporte e à promoção da saúde, com participação em competições universitárias estaduais, nacionais e internacionais, tendo conquistado, em abril de 2026, o Selo Ouro do programa FISU Healthy Campus, reconhecimento internacional de suas políticas institucionais de valorização da atividade física e do bem-estar.

Nesse contexto, a associação da marca UniRV ao Esporte Clube Rio Verde apresenta pertinência com sua identidade institucional, além de contribuir para o fortalecimento dos vínculos históricos e territoriais entre duas instituições que representam o Município de Rio Verde em suas respectivas áreas de atuação.

Sob o aspecto econômico, a proposta foi objeto de avaliação técnico-publicitária, que considerou as contrapartidas oferecidas, o potencial de alcance da publicidade e referências de investimentos praticados no mercado de patrocínio esportivo goiano.

A análise técnica manifestou-se favoravelmente à proposta, reconhecendo sua pertinência estratégica e o potencial de retorno institucional, sem prejuízo da complementação da justificativa de preço e da observância dos procedimentos administrativos e legais necessários à contratação.

Importante ressaltar que o patrocínio pretendido possui natureza eminentemente publicitária, não se caracterizando como subvenção ou simples transferência de recursos financeiros ao clube, uma vez que pressupõe direitos de exposição e divulgação institucional, mediante contrapartidas específicas, cuja execução deverá ser acompanhada e fiscalizada pela Universidade.

A autorização legislativa ora proposta permitirá à UniRV formalizar a contratação, observadas as disposições legais aplicáveis, a disponibilidade orçamentária e a definição contratual das obrigações e contrapartidas publicitárias.

Assim, considerando o interesse institucional na ampliação da visibilidade e no fortalecimento da marca da Universidade de Rio Verde, bem como o potencial de divulgação proporcionado pela participação do Esporte Clube Rio Verde no Campeonato Goiano de 2027, entendemos justificada a presente iniciativa.

Diante do exposto, submeto o presente projeto ao crivo e a aprovação de Vossas Excelências, renovando expressões de estima e consideração.

WELLINGTON SOARES CARRIJO FILHO

Prefeito de Rio Verde

Universidade de Rio Verde
Resolução CEE/CES N. 06/2021 de 05 de fevereiro de 2021
CNPJ 01.815.216/0001-78 | I.E. 10.210.819-6 | I.M. 021.407

UniRV
Universidade de Rio Verde

PARECER TÉCNICO

Interessado: Pró-Reitoria de Administração e Planejamento

Assunto: Análise técnico-publicitária e econômica da proposta de patrocínio master do Esporte Clube Rio Verde para a temporada de 2027.

Proponente: Esporte Clube Rio Verde

Valor: R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais).

I – RELATÓRIO

Trata-se de análise técnica da proposta de patrocínio institucional apresentada pelo Esporte Clube Rio Verde à Universidade de Rio Verde – UniRV, em 27 de outubro de 2026, visando à divulgação e promoção da marca institucional da Universidade durante a temporada esportiva de 2027, especialmente na disputa do Campeonato Goiano de Futebol Profissional – Série A.

A proposta contempla a contratação da cota de PATROCÍNIO MASTER, pelo valor global de R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), com possibilidade de pagamento em cinco parcelas mensais de R$ 160.000,00 (cento e sessenta mil reais).

Como contrapartidas, são oferecidos direitos de exposição da marca UniRV nos uniformes oficiais de jogo, materiais de treinamento e viagem, instalações do Estádio Mozart Veloso do Carmo, canais digitais, entrevistas, materiais promocionais e ações de relacionamento institucional, além de benefícios complementares destinados a campanhas de divulgação.

A presente manifestação tem por finalidade avaliar a proposta sob a perspectiva técnica da comunicação e do marketing institucional, considerando o potencial de alcance publicitário, os benefícios para a consolidação da marca UniRV, a pertinência da parceria com as estratégias de comunicação da Universidade e a relação entre o investimento proposto e as contrapartidas oferecidas.

Para tanto, foram considerados os dados apresentados pelo proponente, os indicadores de audiência do futebol goiano, referências públicas de patrocínio esportivo e experiências institucionais de investimento em publicidade no futebol profissional.

II – DA PERTINÊNCIA ESTRATÉGICA E DOS BENEFÍCIOS À MARCA UniRV

A Universidade de Rio Verde constitui instituição de ensino superior com forte identidade regional, cuja trajetória se confunde com o desenvolvimento educacional, econômico e social de Rio Verde e do sudoeste goiano. Ao longo de sua história, a

UniRV consolidou sua atuação acadêmica, ampliou sua presença institucional e passou a desenvolver atividades educacionais em diferentes municípios, tornando a projeção de sua marca elemento relevante de sua estratégia de comunicação.

Nesse contexto, ações de publicidade institucional devem buscar não apenas ampliar o reconhecimento da Universidade, mas também fortalecer sua identidade perante estudantes, potenciais ingressantes, famílias, empresas e a sociedade em geral.

O patrocínio esportivo representa uma ferramenta de comunicação com características próprias, pois associa a marca patrocinadora a atividades de grande mobilização popular, permitindo exposição recorrente em ambientes presenciais, televisivos, jornalísticos e digitais.

No caso do Esporte Clube Rio Verde, identifica-se uma oportunidade especialmente relevante. O clube possui trajetória histórica vinculada ao município e retorna à primeira divisão do Campeonato Goiano em 2027, passando a disputar uma competição de maior projeção estadual.

A identificação territorial entre as instituições constitui elemento importante de diferenciação da proposta. Ambas carregam o nome Rio Verde e representam, em suas respectivas áreas de atuação, a identidade e o desenvolvimento da comunidade local. Essa convergência favorece a associação da marca UniRV a valores como tradição, pertencimento, representatividade regional e valorização das iniciativas locais.

A participação do Esporte Clube Rio Verde na elite do futebol goiano também possibilitará a exposição da marca universitária em confrontos com equipes tradicionais, como Goiás, Vila Nova e Atlético Goianiense, cujas partidas possuem expressiva repercussão esportiva e jornalística. Desse modo, a publicidade pretendida não se limita ao público do município, apresentando potencial para alcançar espectadores de diversas regiões do Estado e de outras localidades.

A condição de patrocinadora master, com inserção da marca em espaço de destaque nos uniformes oficiais, permitirá que a UniRV seja identificada como uma das principais marcas associadas à participação do clube na competição.

Sob a ótica da comunicação institucional, considera-se que a iniciativa apresenta pertinência estratégica com os objetivos de fortalecimento, valorização e ampliação do reconhecimento da marca UniRV, especialmente por sua capacidade de combinar identidade regional e projeção estadual.

III – DA VALORIZAÇÃO DO ESPORTE PELA UniRV E DA COERÊNCIA INSTITUCIONAL DA PARCERIA

A aproximação da UniRV com o esporte não constitui iniciativa isolada ou dissociada de sua trajetória institucional. Ao contrário, a Universidade possui histórico consolidado

de incentivo à atividade física, ao esporte universitário, à formação integral dos estudantes e à promoção de hábitos saudáveis.

Nos últimos anos, a instituição ampliou investimentos em infraestrutura esportiva, apoio a estudantes-atletas, participação em competições e programas de promoção da saúde e do bem-estar.

3.1. Reconhecimento internacional – Selo Ouro FISU Healthy Campus

Entre os principais resultados dessa política institucional, destaca-se a participação da UniRV no programa FISU Healthy Campus, desenvolvido pela Federação Internacional do Esporte Universitário – FISU. A Universidade aderiu ao programa em janeiro de 2021, tornando-se a primeira universidade pública brasileira a participar da iniciativa.

O programa internacional reconhece instituições de ensino superior que desenvolvem políticas e ações destinadas à promoção da saúde, da atividade física, do bem-estar, da inclusão e da qualidade de vida no ambiente universitário.

Em maio de 2022, a UniRV recebeu sua primeira certificação de Campus Saudável, avançando para o Selo Prata em junho de 2024. Posteriormente, em 30 de abril de 2026, conquistou o Selo Ouro FISU Healthy Campus, tornando-se a primeira universidade brasileira a alcançar essa classificação.

Conforme divulgação institucional, a certificação considerou, entre outros fatores, a evolução das práticas esportivas nos campi, o apoio à participação em competições nacionais e internacionais, os programas de saúde mental e as ações voltadas à inclusão e à qualidade de vida.

Trata-se de reconhecimento internacional diretamente associado à política institucional de valorização do esporte, demonstrando que a atividade esportiva integra de forma efetiva as estratégias de desenvolvimento e relacionamento da UniRV com sua comunidade acadêmica.

3.2. Participações e conquistas esportivas nacionais e internacionais

A atuação da UniRV também se destaca pela participação em competições universitárias estaduais, nacionais e internacionais. A Universidade mantém equipes e estudantes-atletas em diversas modalidades esportivas, participando regularmente dos Jogos Universitários Goianos – JUGs e dos Jogos Universitários Brasileiros – JUBs.

Entre os resultados recentes, destacam-se:

A conquista do Troféu Eficiência da Federação Goiana do Desporto Universitário – FGDU por quatro anos consecutivos, de 2022 a 2025;

A participação de aproximadamente 170 estudantes-atletas nos Jogos Universitários Goianos de 2025;

A conquista dos títulos de todas as modalidades coletivas disputadas nos JUGs Geral 2026, nas categorias feminina e masculina;

A conquista de 20 medalhas nos Jogos Universitários Brasileiros – JUBs Goiás 2026, em diferentes modalidades;

A participação de representantes da UniRV nos Jogos Mundiais Universitários de Verão de 2023, realizados em Chengdu, na China;

A participação institucional no FISU World Forum 2026, realizado na Suécia, com debates internacionais sobre esporte universitário, saúde e bem-estar.

A instituição também investiu em equipamentos e espaços destinados à prática esportiva, entre eles a Arena UniRV, além de promover competições internas e atividades de integração entre estudantes, professores e servidores. Os resultados demonstram que o esporte integra uma política institucional contínua, com repercussão na formação acadêmica, no desenvolvimento humano, na promoção da saúde e na divulgação da imagem da Universidade.

3.3. Convergência entre a identidade esportiva da UniRV e o patrocínio proposto

Esse histórico permite identificar coerência entre a proposta de patrocínio ao Esporte Clube Rio Verde e a identidade institucional que a Universidade vem consolidando. A associação da marca UniRV a uma equipe tradicional do município, participante da principal competição estadual de futebol, representa uma oportunidade de ampliar a divulgação de valores já presentes em sua atuação, especialmente o incentivo ao esporte, a promoção da saúde, a integração comunitária e o desenvolvimento regional.

Embora o patrocínio proposto tenha finalidade predominantemente publicitária e não se confunda com as atividades próprias de esporte universitário, a existência dessa trajetória institucional reforça a pertinência da associação de marcas. Dessa forma, a parceria poderá contribuir para comunicar à sociedade uma identidade institucional já consolidada, valorizando o compromisso da UniRV com o esporte e com o desenvolvimento da comunidade.

IV – DO POTENCIAL DE ALCANCE PUBLICITÁRIO

A proposta apresentada pelo Esporte Clube Rio Verde contém indicadores referentes à temporada de 2026 que demonstram seu potencial de mobilização e alcance. Segundo os dados informados pela entidade, durante a disputa da Divisão de Acesso foram registrados os seguintes resultados:

Indicador	Resultado informado
Visualizações/alcance digital em 90 dias	23 milhões
Seguidores no Instagram	38,8 mil
Novos seguidores na temporada	12,5 mil
Público acumulado nos jogos em casa	52.713
Média de espectadores por partida em casa	5.857
Produtos oficiais comercializados	Mais de 7 mil

Os indicadores apresentados sugerem relevante capacidade de mobilização da torcida e de circulação dos conteúdos relacionados ao clube.

Importa destacar que esses resultados foram informados pelo próprio proponente e deverão ser acompanhados de documentação comprobatória. Em particular, as métricas de alcance, impressões e visualizações deverão ser individualizadas, pois representam indicadores distintos.

Ainda assim, os dados constituem elementos favoráveis à avaliação do potencial publicitário da proposta, especialmente porque foram alcançados durante a participação do clube na segunda divisão estadual.

4.1. Audiência e repercussão do Campeonato Goiano

O Campeonato Goiano de Futebol Profissional possui relevante cobertura midiática regional, especialmente por meio da TV Brasil Central, das plataformas digitais e dos veículos de imprensa esportiva.

Conforme informações oficiais divulgadas pela Agência Brasil Central, a edição de 2026 alcançou mais de 5 milhões de visualizações no YouTube da TV Brasil Central em 38 partidas transmitidas, até a etapa das semifinais. Dois confrontos realizados na sequência, Goiás x Anapolina e Vila Nova x Atlético Goianiense, registraram aproximadamente 352 mil e 406 mil visualizações, respectivamente.

Esses números evidenciam a capacidade da competição de alcançar audiência expressiva, inclusive por meios digitais, potencializando a exposição das marcas vinculadas aos clubes participantes.

As transmissões permitem que a publicidade nos uniformes seja visualizada por espectadores que não frequentam os estádios, ampliando o alcance geográfico da comunicação. Além disso, a repercussão de gols, melhores momentos, entrevistas e notícias esportivas pode prolongar a exposição publicitária para além do período de realização das partidas.

Deve-se ressalvar que a audiência geral da competição não equivale à exposição efetiva da marca UniRV, cuja mensuração dependerá dos jogos transmitidos, dos registros de imagem e dos espaços efetivamente ocupados pela publicidade contratada. Não obstante, os indicadores confirmam que o Campeonato Goiano constitui ambiente de comunicação com expressiva capacidade de distribuição de conteúdo.

Fonte: Agência Goiás de Notícias / Agência Brasil Central. *TV Brasil Central transmite final do Goianão 2026*. Publicação de 03/03/2026.

4.2. Exposição continuada em uniformes e produtos oficiais

A inserção da marca UniRV na região frontal central dos uniformes oficiais de jogo constitui uma das principais contrapartidas comerciais da proposta. Esse posicionamento apresenta elevado potencial de destaque, pela possibilidade de aparição em imagens dos atletas durante partidas, comemorações, entrevistas, fotografias, coletivas e conteúdos digitais.

A proposta também contempla a aplicação da marca em uniformes de treinamento, materiais de viagem, concentração e aquecimento, ampliando sua presença para além das partidas oficiais.

Outro aspecto relevante é a comercialização de camisas oficiais do clube. Segundo a proposta, mais de 7 mil produtos oficiais foram comercializados durante a temporada de 2026. A circulação desses produtos amplia as oportunidades de divulgação espontânea da marca patrocinadora, especialmente quando estampada em região de destaque.

Tal característica distingue o patrocínio esportivo de campanhas publicitárias convencionais, pois permite que a exposição permaneça ativa em diferentes ambientes e ocasiões, inclusive após a realização dos jogos.

V – DAS CONTRAPARTIDAS COMERCIAIS E INSTITUCIONAIS

A proposta contempla um conjunto abrangente de direitos publicitários, não se limitando à utilização da marca nos uniformes.

Entre as principais entregas oferecidas, destacam-se:

a) Uniformes oficiais: exposição da marca UniRV na região frontal central dos três modelos de camisas oficiais de jogo.

b) Materiais esportivos: presença da marca em uniformes de treinamento, aquecimento, materiais de viagem e concentração.

c) Publicidade no estádio: uma placa de campo com dimensões de 6,00 m × 1,00 m, uma placa de arquibancada de 4,75 m × 1,75 m, exposição em backdrops, túneis infláveis e placas informativas.

d) Divulgação durante os jogos: menções institucionais pelo sistema de locução, além de oportunidades de merchandising e ações promocionais.

e) Plataformas digitais: inserção da marca UniRV em materiais oficiais do clube, conteúdos relacionados aos jogos, publicações institucionais e campanhas especialmente desenvolvidas para divulgação da Universidade.

f) Campanhas acadêmicas: possibilidade de divulgação de cursos, processos seletivos, programas institucionais e oportunidades educacionais.

g) Benefícios adicionais: disponibilização de 1.000 camisas oficiais, 20 ingressos para o setor de cadeiras por partida com mando do clube e 10 acessos na modalidade Sócio-Torcedor VIP, sujeitos às condições propostas.

Sob a perspectiva técnica da comunicação, considera-se que o conjunto de contrapartidas apresenta amplitude e diversidade de canais, permitindo a elaboração de campanhas integradas e o aproveitamento de diferentes oportunidades de exposição.

Merece destaque a possibilidade de utilização dos canais digitais do clube para divulgação de cursos e processos seletivos, pois essa modalidade permite associar a visibilidade da marca a conteúdos diretamente relacionados às atividades acadêmicas da UniRV.

Recomenda-se que as entregas sejam detalhadas em plano de mídia, com definição de quantidades mínimas, periodicidade, formatos, condições de aplicação da marca e mecanismos de comprovação.

VI – DAS REFERÊNCIAS DE MERCADO E DOS VALORES DE PATROCÍNIO NO FUTEBOL GOIANO

A avaliação econômica de patrocínios esportivos deve considerar as particularidades do mercado publicitário, especialmente o posicionamento da marca, a projeção do clube, o calendário de competições, o alcance de público, a exclusividade comercial e a quantidade de contrapartidas oferecidas.

Nesse contexto, foram pesquisadas referências públicas relacionadas a contratos e receitas de patrocínio dos principais clubes do futebol goiano.

6.1. Goiás Esporte Clube

Em fevereiro de 2025, o Goiás Esporte Clube anunciou a Viva Sorte como sua nova patrocinadora master, mediante contrato com duração de dois anos. Segundo informações divulgadas pelo portal Mais Goiás, o patrocínio foi anunciado no valor de R$ 8.000.000,00, com possibilidade de alcançar R$ 11.000.000,00 mediante bonificações relacionadas a resultados esportivos. A reportagem também indicou

previsão de majoração dos valores em caso de acesso à Série A do Campeonato Brasileiro.

O clube confirmou oficialmente a contratação e sua duração, caracterizando-a como o maior patrocínio de sua história, embora não tenha publicado o valor financeiro em seu comunicado. A referência evidencia a expressiva valorização comercial dos espaços de destaque nos uniformes de clubes com elevada projeção estadual e nacional.

Fontes:

Goiás Esporte Clube. *Goiás Esporte Clube anuncia Viva Sorte como nova patrocinadora master em contrato histórico*. 10/02/2025.

Mais Goiás. *Goiás anuncia novo patrocinador máster, o maior de sua história*. 09/02/2025.

6.2. Vila Nova Futebol Clube

Em fevereiro de 2025, o Vila Nova Futebol Clube anunciou a GingaBet como patrocinadora master, mediante contrato com duração de 12 meses. De acordo com informações apuradas pelo portal Esporte Goiano, o valor negociado foi de aproximadamente R$ 5.000.000,00, superando o patrocínio anteriormente celebrado com a Caixa Econômica Federal, estimado em R$ 2.000.000,00.

Além da exposição da marca nos uniformes, a parceria contemplou placas publicitárias no estádio e no centro de treinamento, destaque nos painéis de entrevistas e ações promocionais voltadas aos torcedores. Verifica-se, portanto, que as contrapartidas praticadas no mercado de patrocínio master do futebol goiano apresentam características semelhantes às oferecidas pelo Esporte Clube Rio Verde à UniRV.

Fontes:

Vila Nova Futebol Clube. *Vila Nova acerta com GingaBet, o maior patrocínio da história do clube*. 26/02/2025.

Esporte Goiano. *Vila Nova anuncia novo patrocinador master: maior da nossa história*. 26/02/2025.

6.3. Atlético Clube Goianiense

O Atlético Clube Goianiense também mantém contratos comerciais expressivos de patrocínio esportivo. Em março de 2025, o clube anunciou a renovação do patrocínio master com a Blaze, assegurando a exposição da marca nos uniformes oficiais.

Conforme suas demonstrações financeiras publicadas, o Atlético-GO registrou R$ 8.828.000,00 em receitas consolidadas de patrocínio e publicidade no exercício de 2025, ante R$ 14.222.000,00 no exercício anterior. Esses valores abrangem o

conjunto das receitas de patrocínio e publicidade do clube, incluindo patrocinadores master e secundários, não correspondendo exclusivamente ao contrato master.

Ainda assim, constituem referência documental relevante quanto à dimensão econômica da comercialização de espaços publicitários no futebol profissional goiano.

Fontes:

Atlético Clube Goianiense. *Blaze.bet renova o contrato de patrocínio master do Dragão*. 2025.

Atlético Clube Goianiense. *Relatório da Administração e Demonstrações Financeiras – Exercício de 2025*.

6.4. Síntese das referências financeiras (âmbito privado/comercial)

Clube	Referência divulgada	Característica
Goiás EC	R$ 8 milhões	Valor noticiado de contrato master iniciado em 2025
Vila Nova FC	Aproximadamente R$ 5 milhões	Contrato master de 12 meses, em 2025
Atlético-GO	R$ 8,828 milhões	Receita total consolidada de patrocínio e publicidade em 2025
Atlético-GO	R$ 14,222 milhões	Receita total consolidada de patrocínio e publicidade em 2024
Esporte Clube Rio Verde	R$ 800 mil	Proposta de cota master para a temporada 2027

Essas referências demonstram que o futebol profissional goiano movimenta valores expressivos na comercialização de direitos publicitários, especialmente em espaços de maior visibilidade. É necessário observar que os clubes da capital possuem maior projeção e calendário nacional, circunstâncias que justificam valores superiores aos praticáveis por equipes com participação predominantemente estadual.

Os indicadores também possuem naturezas distintas: alguns representam valores noticiados de contratos específicos, enquanto outros correspondem à receita agregada de diferentes patrocínios. Portanto, embora as referências não constituam comparação direta e integralmente equivalente à proposta do Esporte Clube Rio Verde, oferecem parâmetros relevantes sobre a dimensão econômica do mercado e a valorização comercial de propriedades publicitárias esportivas.

VII – DAS EXPERIÊNCIAS DE PATROCÍNIO PUBLICITÁRIO POR ENTES PÚBLICOS NO ESTADO DE GOIÁS

Além dos contratos privados, foram identificadas iniciativas de publicidade e patrocínio esportivo promovidas pelo Município de Goiânia, com participação de seu Poder Legislativo na autorização orçamentária e na articulação institucional. Essas experiências apresentam relevância para a presente análise, pois demonstram que a exposição de marcas institucionais em equipes profissionais de futebol também tem sido considerada como instrumento de comunicação por órgãos públicos.

7.1. Previsão orçamentária de R$ 3 milhões para publicidade em clubes profissionais

A Lei Municipal nº 11.590, de 9 de janeiro de 2026, que dispõe sobre o orçamento do Município de Goiânia, estabeleceu, em seu art. 19, acréscimo de R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) ao orçamento da Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM. O dispositivo identificou expressamente como finalidade a divulgação de programas e projetos estratégicos da gestão municipal por meio de inserções publicitárias em camisas, placas, estádios e demais materiais de visibilidade dos clubes profissionais de futebol da capital.

A despesa foi classificada na natureza orçamentária 3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica. Essa previsão constitui referência especialmente pertinente para a proposta analisada, pois contempla a utilização de espaços publicitários em clubes profissionais como meio de divulgação institucional.

A destinação orçamentária foi objeto de emenda legislativa aprovada pela Câmara Municipal de Goiânia, evidenciando a participação do Poder Legislativo na estruturação da iniciativa.

Fonte: Município de Goiânia. Lei nº 11.590/2026, art. 19.

7.2. Iniciativas de patrocínio aos clubes Goiás, Vila Nova e Atlético-GO

Em fevereiro de 2026, a Prefeitura de Goiânia anunciou iniciativa de patrocínio esportivo no valor global de R$ 6.000.000,00, contemplando os principais clubes profissionais da capital. Segundo reportagem da Máquina do Esporte, a previsão divulgada correspondia a aproximadamente R$ 2.000.000,00 para cada um dos três clubes — Goiás, Vila Nova e Atlético Goianiense.

Entre as contrapartidas noticiadas estavam a possibilidade de exposição da marca municipal nos uniformes, inserções em plataformas digitais e disponibilização de ingressos. A iniciativa demonstra a utilização do futebol profissional como instrumento de promoção e divulgação da identidade institucional do Município, associada à visibilidade proporcionada pelas competições esportivas.

Em outubro de 2026, foi igualmente divulgada a aprovação, pelo Comitê de Controle de Gastos de Goiânia, de proposta de R$ 6.000.000,00 envolvendo a Federação Goiana de Futebol e direitos de marketing, publicidade e divulgação institucional vinculados à participação dos três clubes na Série B do Campeonato Brasileiro.

A aprovação administrativa não comprova, isoladamente, a contratação definitiva ou o efetivo desembolso dos recursos. Tampouco permite concluir que as iniciativas financeiras noticiadas sejam integralmente independentes entre si.

Fontes:

Máquina do Esporte. *Atlético-GO, Goiás e Vila Nova ganham patrocínio da Prefeitura de Goiânia para Série B*. 12/02/2026.

Diário Oficial do Município de Goiânia nº 8.876, de 02/10/2026, páginas 51 e 52.

7.3. Participação da Câmara Municipal de Goiânia

Também merece registro a iniciativa divulgada pela Câmara Municipal de Goiânia em 28 de maio de 2026, relacionada à destinação de recursos provenientes da economia do duodécimo legislativo. Conforme publicação oficial da Câmara, estava prevista a devolução de R$ 4.500.000,00 ao Município, com indicação de destinação aos clubes Goiás, Vila Nova e Atlético Goianiense. A iniciativa contemplava contrapartidas sociais e de relacionamento com a comunidade.

Trata-se de referência adicional quanto à relevância atribuída à atividade esportiva profissional no âmbito municipal, ressalvando-se que a devolução de duodécimos não equivale, por si só, à contratação ou ao pagamento direto de patrocínio pela Câmara.

Fonte: Câmara Municipal de Goiânia. *Clubes de futebol goianos podem receber socorro financeiro de quase R$ 11 milhões*. 28/05/2026.

7.4. Regulamentação municipal do patrocínio institucional

O Município de Goiânia também editou a Lei nº 11.647, de 15 de junho de 2026, regulamentada pelo Decreto nº 155, de 25 de agosto de 2026, disciplinando a concessão e o recebimento de patrocínios no âmbito da Administração Municipal. A legislação contempla expressamente projetos e eventos relacionados a clubes profissionais e prevê contrapartidas de divulgação institucional, critérios de interesse público, instrumentos de formalização e procedimentos de acompanhamento.

Sob a perspectiva técnica da comunicação, essas iniciativas demonstram o reconhecimento administrativo da publicidade esportiva como instrumento potencialmente relevante para a divulgação de marcas e ações institucionais. Não representam, contudo, comprovação automática da compatibilidade econômica da proposta em análise, nem substituem a avaliação específica de seu objeto e de suas contrapartidas.

VIII – DA ANÁLISE ECONÔMICA E DA RELAÇÃO CUSTO-BENEFÍCIO DA PROPOSTA

O investimento proposto pelo Esporte Clube Rio Verde corresponde a R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), abrangendo o conjunto das contrapartidas publicitárias e institucionais previstas para a temporada de 2027. Sob a perspectiva da comunicação, o valor deve ser examinado considerando a contratação integrada de diferentes propriedades publicitárias, e não exclusivamente a inserção da marca nos uniformes oficiais.

A cota master contempla, simultaneamente, exposição em materiais esportivos, publicidade estática, presença digital, ações promocionais, divulgação de campanhas acadêmicas e oportunidades de relacionamento com o público. Essa composição amplia as possibilidades de utilização da parceria como instrumento de comunicação institucional, permitindo associar a exposição da marca à divulgação de atividades concretas da Universidade.

8.1. Avaliação comparativa do investimento e da exposição publicitária no Campeonato Goiano

As referências de mercado anteriormente apresentadas demonstram que os valores divulgados para os contratos de patrocínio master dos principais clubes do futebol goiano superam significativamente o investimento de R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) proposto pelo Esporte Clube Rio Verde à UniRV. Conforme informações divulgadas pela imprensa esportiva, o Vila Nova Futebol Clube celebrou contrato de patrocínio master em 2025, com valor estimado de R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais), enquanto o Goiás Esporte Clube anunciou contratação de patrocínio master com valor divulgado de R$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais), além de possíveis bonificações por desempenho esportivo.

O quadro a seguir apresenta a dimensão financeira dessas referências em comparação com a proposta submetida à Universidade.

Valores nominais de referência, expressos em milhões de reais.

Clube	Valor divulgado	Relação com o valor do ECRV
Esporte Clube Rio Verde	R$ 800.000,00	Valor da proposta
Vila Nova Futebol Clube	R$ 5.000.000,00	6,25 vezes superior
Goiás Esporte Clube	R$ 8.000.000,00	10 vezes superior

Fonte: proposta comercial ECRV/UniRV (2026); Esporte Goiano (2025); Mais Goiás (2025).

A comparação evidencia que o montante pretendido pelo Esporte Clube Rio Verde representa apenas 16% do valor divulgado para o patrocínio master do Vila Nova e 10% daquele noticiado para o Goiás Esporte Clube.

É necessário reconhecer que os clubes da capital possuem maior projeção esportiva, torcidas mais numerosas e participação em competições nacionais, circunstâncias que naturalmente valorizam seus contratos comerciais e justificam investimentos superiores.

Entretanto, quando a análise se concentra especificamente no Campeonato Goiano de Futebol Profissional – Série A, observa-se uma aproximação significativa das oportunidades de exposição publicitária oferecidas pelos clubes participantes. Isso ocorre porque, durante a competição estadual, as equipes compartilham o mesmo ambiente esportivo, enfrentam adversários integrantes do mesmo campeonato e participam de partidas submetidas a condições semelhantes de cobertura jornalística e transmissão.

A Federação Goiana de Futebol anunciou, para a edição de 2026, cobertura de 100% das partidas por meio de emissoras de televisão e plataformas digitais, envolvendo TV Brasil Central, Record Goiás, TV Assembleia Legislativa, Canal GOAT e FGF TV. Esse modelo de cobertura demonstra que a visibilidade televisiva do campeonato não se restringe aos clubes de maior expressão, estendendo-se também às equipes do interior participantes da primeira divisão.

A manutenção de condições semelhantes de cobertura em 2027 deverá ser confirmada conforme os direitos de transmissão e o planejamento oficial da competição.

Especialmente nos confrontos diretos entre o Esporte Clube Rio Verde e equipes como Goiás, Vila Nova e Atlético Goianiense, a exposição publicitária ocorrerá simultaneamente para as marcas presentes nos uniformes de ambas as equipes, dentro de uma mesma transmissão, destinada ao mesmo público espectador. Embora a frequência e a duração das aparições possam variar em razão do desempenho esportivo, da posse de bola, dos enquadramentos das câmeras e de outros fatores, a oportunidade de exposição em um mesmo ambiente televisivo representa aspecto relevante para a avaliação comparativa do investimento.

Assim, durante uma partida entre Esporte Clube Rio Verde e Goiás, por exemplo, a marca UniRV poderá ser exibida nos mesmos canais de comunicação e para a mesma audiência potencial alcançada pela marca patrocinadora master do clube adversário, ainda que os investimentos comerciais de ambas sejam substancialmente diferentes.

Outro elemento que merece destaque é a possibilidade de repercussão nacional dos principais acontecimentos das partidas. Os gols, lances de destaque, entrevistas e melhores momentos do Campeonato Goiano podem ultrapassar a cobertura esportiva regional, sendo reproduzidos em programas de televisão e plataformas jornalísticas de abrangência nacional. Como exemplo concreto, o programa *Fantástico*, da TV Globo, já exibiu gols e resultados do Campeonato Goiano no tradicional quadro **Gols do Fantástico**, incluindo partidas envolvendo equipes do interior, como Anápolis e Iporá.

Essa circunstância demonstra a possibilidade de que imagens dos atletas do Esporte Clube Rio Verde, com a marca UniRV estampada em seus uniformes, sejam reproduzidas em conteúdos esportivos destinados a audiências nacionais, ampliando o alcance potencial da publicidade originalmente contratada para a competição estadual. Naturalmente, essa repercussão depende do interesse editorial dos veículos de comunicação e não constitui exposição garantida. Ainda assim, representa oportunidade adicional de visibilidade, característica da publicidade associada ao futebol profissional.

Portanto, embora os contratos de patrocínio master dos clubes da capital contemplem competições nacionais e possuam valores significativamente superiores, a participação conjunta no Campeonato Goiano proporciona oportunidades de exposição publicitária relativamente equilibradas entre os clubes, particularmente nas transmissões dos confrontos diretos e na cobertura jornalística da competição.

Sob essa perspectiva, a proposta apresentada pelo Esporte Clube Rio Verde revela um aspecto economicamente relevante: a possibilidade de inserir a marca UniRV em espaços de comunicação utilizados também pelos principais clubes do futebol goiano, mediante investimento nominal substancialmente inferior aos valores divulgados para seus respectivos patrocínios master.

A análise ganha relevância quando consideradas as demais contrapartidas incluídas na proposta, como a exposição nos uniformes oficiais e materiais de treinamento, publicidade no estádio, inserções digitais, ações promocionais e divulgação de cursos e processos seletivos. Adicionalmente, a associação da marca UniRV ao clube profissional de sua cidade-sede representa benefício institucional específico, relacionado à valorização da identidade regional, ao fortalecimento do vínculo com a comunidade e à projeção conjunta do nome de Rio Verde.

Desse modo, o investimento proposto apresenta relação custo-benefício potencialmente favorável sob a perspectiva técnico-publicitária, especialmente pela combinação entre destaque da marca, identificação regional, abrangência dos canais de comunicação e oportunidades de repercussão estadual e nacional.

As referências comparativas não afastam a necessidade de avaliação das diferenças de duração, calendário e alcance efetivo dos contratos, mas constituem elementos relevantes para sustentar a conveniência institucional da proposta e sua submissão favorável à apreciação da Reitoria.

Fontes de referência:

Esporte Goiano. Divulgação do contrato de patrocínio master entre Vila Nova e GingaBet, fevereiro de 2025.

Mais Goiás. Divulgação do contrato de patrocínio master entre Goiás e Viva Sorte, fevereiro de 2025.

Federação Goiana de Futebol. Informações oficiais sobre a cobertura televisiva e digital do Campeonato Goiano de 2026.

TV Globo / Globoplay. Registros de exibição de gols de partidas do Campeonato Goiano no quadro *Gols do Fantástico*.

Esporte Clube Rio Verde. Proposta Institucional de Patrocínio Master – Temporada 2027, de 27 de outubro de 2026.

8.2. Benefícios esperados para a UniRV

A contratação apresenta potencial para produzir benefícios em diferentes dimensões da comunicação institucional. Primeiramente, poderá ampliar o reconhecimento da marca UniRV no âmbito regional, estadual e até nacional, aproveitando a repercussão dos jogos e a cobertura jornalística do Campeonato Goiano.

Em segundo lugar, permitirá reforçar a associação da Universidade com valores relacionados ao esporte, à saúde, à formação humana e ao desenvolvimento regional, aspectos já integrantes de sua identidade institucional.

Adicionalmente, os canais digitais e espaços promocionais oferecidos poderão ser aproveitados para divulgação direta de cursos, vestibulares, programas acadêmicos e demais iniciativas da Universidade. Por fim, a presença nos uniformes e produtos oficiais poderá proporcionar exposição continuada, inclusive fora dos estádios e dos períodos de competição.

Esses benefícios possuem relevância para estratégias de fortalecimento de marca, embora não seja possível estabelecer, antecipadamente, relação direta e automática entre o investimento e a quantidade de novos estudantes matriculados.

8.3. Viabilidade técnico-econômica

Considerando a amplitude das contrapartidas oferecidas, a condição de patrocinadora master, o potencial de repercussão estadual do campeonato e a identificação territorial entre as instituições, esta Assessoria de Comunicação reconhece consistência técnico-publicitária na proposta apresentada. O investimento de R$ 800.000,00 pode ser justificado como contraprestação por um conjunto integrado de direitos de exposição e promoção institucional, cuja exploração poderá ocorrer em diferentes canais e oportunidades ao longo da vigência contratual.

As referências financeiras levantadas demonstram a existência de mercado relevante de patrocínio esportivo no estado de Goiás, inclusive com investimentos públicos em publicidade vinculada a clubes profissionais. Entretanto, tais referências, por suas diferenças de objeto, escala e duração, não permitem concluir isoladamente pela equivalência exata do preço proposto aos valores praticados em contratações comparáveis.

Assim, a análise é favorável à conveniência técnico-publicitária da contratação pelo valor apresentado, recomendando-se que a demonstração formal da compatibilidade econômica seja consolidada mediante documentação complementar sobre preços de mercado e adequada definição das obrigações comerciais. A avaliação também pressupõe a efetiva utilização dos espaços e oportunidades publicitárias pela Universidade, de modo a maximizar o retorno institucional do investimento.

IX – DA MENSURAÇÃO DOS RESULTADOS E DO ACOMPANHAMENTO DAS CONTRAPARTIDAS

Considerando o valor da proposta e a diversidade dos direitos publicitários oferecidos, entende-se relevante que a parceria seja acompanhada de mecanismos de fiscalização e mensuração.

Recomenda-se a elaboração de plano de mídia contendo, no mínimo:

1. Identificação dos espaços publicitários contratados e especificações de aplicação da marca UniRV;
2. Quantidade mínima e periodicidade das publicações digitais;
3. Cronograma de campanhas de divulgação institucional, cursos e processos seletivos;
4. Previsão das ações promocionais e ativações de marca;
5. Comprovação da exposição nos uniformes e materiais esportivos;
6. Registros das placas, backdrops e demais espaços físicos;
7. Relatórios periódicos de alcance, impressões, visualizações e engajamento;
8. Comprovação da entrega das camisas e demais benefícios contratados;
9. Relatório final de execução das contrapartidas e avaliação dos resultados institucionais.

A formalização dessas obrigações permitirá acompanhar o aproveitamento dos direitos contratados e verificar os resultados da exposição publicitária. Recomenda-se, ainda, que os pagamentos sejam compatibilizados com o cronograma de execução das contrapartidas, mediante comprovação periódica das entregas.

Quanto aos benefícios de relacionamento, sua utilização deverá atender exclusivamente a finalidades institucionais, observados critérios objetivos de distribuição e controle.

X – CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO TÉCNICA

Após análise da proposta apresentada pelo Esporte Clube Rio Verde, dos indicadores de visibilidade disponibilizados, das contrapartidas oferecidas e das referências de

mercado pesquisadas, concluimos que o Patrocínio Master para a temporada de 2027 constitui oportunidade estratégica relevante para a divulgação, valorização e fortalecimento da marca UniRV.

A avaliação favorável fundamenta-se especialmente:

I – Na identificação histórica e territorial entre a Universidade de Rio Verde e o Esporte Clube Rio Verde, que compartilham forte vinculação com a comunidade local;

II – No retorno do clube à primeira divisão do Campeonato Goiano, ampliando suas possibilidades de exposição esportiva, televisiva, jornalística e digital;

III – Na condição de patrocinadora master oferecida à UniRV, assegurando posição de destaque da marca nos uniformes oficiais e em outros espaços publicitários;

IV – Na diversidade das contrapartidas comerciais, incluindo publicidade no estádio, materiais esportivos, canais digitais e oportunidades de divulgação de cursos e processos seletivos;

V – Na possibilidade de associar a marca UniRV à valorização do esporte e à promoção de hábitos saudáveis, em consonância com a trajetória institucional da Universidade, reconhecida internacionalmente pelo Selo Ouro FISU Healthy Campus;

VI – Na existência de referências concretas de investimentos expressivos em publicidade esportiva no Estado de Goiás, inclusive por clubes tradicionais e por iniciativas desenvolvidas no âmbito do Município de Goiânia;

VII – No potencial de fortalecimento da imagem institucional, da identidade regional e da aproximação da Universidade com estudantes, famílias, empresas e demais integrantes da comunidade.

Quanto ao valor proposto de **R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais)**, considera-se que a abrangência das contrapartidas e o potencial de comunicação identificado constituem elementos relevantes para fundamentar a conveniência do investimento. A análise técnica reconhece que o valor deve ser apreciado como contraprestação global pelos direitos publicitários, promocionais e institucionais oferecidos, cuja execução poderá proporcionar exposição continuada da marca durante a temporada.

Diante do exposto, manifestamos FAVORAVELMENTE À ACEITAÇÃO DA PROPOSTA DE PATROCÍNIO MASTER apresentada pelo Esporte Clube Rio Verde, no valor global de R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), para a temporada esportiva de 2027, por considerar que a iniciativa apresenta pertinência estratégica com os objetivos de comunicação da UniRV e potencial de retorno institucional compatível com a natureza e a abrangência das contrapartidas ofertadas.

Recomenda-se que a formalização da parceria seja acompanhada de plano de mídia com obrigações objetivamente mensuráveis, da complementação documental da

justificativa de preço e da observância dos procedimentos jurídicos, administrativos e orçamentários pertinentes.

Submete-se o presente parecer à apreciação do Magnífico Reitor da Universidade de Rio Verde, como subsídio técnico à decisão administrativa acerca da contratação pretendida.

Rio Verde – GO, 10 de novembro de 2026.

Claudemir Bertuolo Furnielis:07794397839

Assinado de forma digital por Claudemir Bertuolo Furnielis:07794397839
Dados: 2026.11.10 10:44:38 -03'00'

Prof. Dr. Claudemir Bertuolo Furnielis
Pró-Reitor de Adm. e Planejamento
UniRV – Universidade de Rio Verde
Portaria Reitoria Nº 006/2025

REFERÊNCIAS E FONTES CONSULTADAS

1. Documentação da proposta

ESPORTE CLUBE RIO VERDE. *Proposta Institucional de Patrocínio Master – Temporada 2027*. Rio Verde, 27 de outubro de 2026. Documento apresentado à Universidade de Rio Verde.

2. Universidade de Rio Verde – esporte e certificação internacional

UNIRV. *UniRV é a primeira Universidade brasileira com selo ouro de Campus Saudável da FISU*. 30 abr. 2026.
https://www.unirv.edu.br/ver_noticias.php?codabr=20148

UNIRV. *UniRV conquista 1º lugar no Troféu Eficiência e se consolida no esporte universitário*. 2024.
https://www.unirv.edu.br/ver_noticias.php?codabr=19224

UNIRV. *UniRV encerra os JUBs Goiás 2026 com 20 medalhas*. 08 set. 2026.
https://www.unirv.edu.br/ver_noticias.php?codabr=20463

UNIRV. *UniRV leva sua experiência em Healthy Campus ao FISU World Forum 2026, na Suécia*. 28 ago. 2026.
https://unirv.edu.br/ver_noticias.php?codabr=20432

UNIRV. *UniRV é campeã do JUGs Geral com títulos em todas as modalidades coletivas*. 25 maio 2026.
https://www.unirv.edu.br/ver_noticias.php?codabr=20209

3. Audiência do Campeonato Goiano

AGÊNCIA GOIÁS DE NOTÍCIAS. *TV Brasil Central transmite final do Goianão 2026*. 03 mar. 2026.
https://agencia.go.gov.br/tv-brasil-central-transmite-final-do-goianao-2026/

4. Patrocínios dos principais clubes goianos

GOIÁS ESPORTE CLUBE. *Goiás Esporte Clube anuncia Viva Sorte como nova patrocinadora master em contrato histórico*. 10 fev. 2025.
https://www.goiasec.com.br/noticias/goias-esporte-clube-anuncia-viva-sorte-como-nova-patrocinadora-master-em-contrato-historico

MAIS GOIÁS. *Goiás anuncia novo patrocinador máster, o maior de sua história*. 09 fev. 2025.
https://www.maisgoias.com.br/esportes/goias-anuncia-novo-patrocinador-master-o-maior-de-sua-historia/

VILA NOVA FUTEBOL CLUBE. *Vila Nova acerta com GingaBet, o maior patrocínio da história do clube*. 26 fev. 2025.
https://www.vilanovafc.com.br/noticias/470-vila-nova-acerta-com-gingabet-o-maior-patrocinio-da-historia-do-clube

ESPORTE GOIANO. *Vila Nova anuncia novo patrocinador master: maior da nossa história*. 26 fev. 2025.
https://esportegoiano.com.br/vila-nova-anuncia-novo-patrocinador-master-maior-da-nossa-historia/

ATLÉTICO CLUBE GOIANIENSE. *Relatório da Administração e Demonstrações Financeiras – Exercício de 2025*.
https://atleticogoianiense.com.br/up/TRANSPARENCIA-26/balanao_patrimonial_e_demosntraaoes_de_resultado_do_exerccio_dre_2025_2024.pdf

5. Patrocínio e publicidade por entes públicos

GOIÂNIA. *Lei Municipal nº 11.590, de 9 de janeiro de 2026*, art. 19. https://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete_civil/sileg/dados/legis/2026/lo_20260109_000011590.html

GOIÂNIA. *Lei Municipal nº 11.647, de 15 de junho de 2026.* https://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete_civil/sileg/dados/legis/2026/lo_20260615_000011647.html

GOIÂNIA. *Decreto nº 155, de 25 de agosto de 2026.* https://www.goiania.go.gov.br/html/gabinete_civil/sileg/dados/legis/2026/dc_20260825_000000155.html

CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA. *Clubes de futebol goianos podem receber socorro financeiro de quase R$ 11 milhões*. 28 maio 2026. https://www.goiania.go.leg.br/sala-de-imprensa/TV-Camara/Direto-da-Camara/Direto-da-Camara_noticias/clubes-de-futebol-goianos-podem-receber-socorro-financeiro-de-quase-r-11-milhoes

MÁQUINA DO ESPORTE. *Atlético-GO, Goiás e Vila Nova ganham patrocínio da Prefeitura de Goiânia para Série B*. 12 fev. 2026. https://maquinadoesporte.com.br/futebol/atletico-go-goias-e-vila-nova-ganham-patrocinio-da-prefeitura-de-goiania-para-serie-b/