

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO  
BACHARELADO EM JORNALISMO**

**MAYLANNE DE ARAÚJO TEIXEIRA**

**AMOR & RÉDEAS:  
Comunicação e Jornalismo Rural em Mídias Digitais**

**GOIÂNIA**

**2024**

MAYLANNE DE ARAÚJO TEIXEIRA

**AMOR & RÉDEAS:**

**Comunicação e Jornalismo Rural em Mídias Digitais.**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Pontifícia Universidade Católica de Goiás como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Comunicação Social -habilitação em Jornalismo-, sob a orientação da Professora Mestre Carolina Zafino Isidoro.

**GOIÂNIA**

**2024**

**MAYLANNE DE ARAÚJO TEIXEIRA**

**Data da defesa: 12 de dezembro de 2024 Resultado:**

**BANCA EXAMINADORA**

**Profa. Me. Carolina Zafino Isidoro**

**Profa. Me. Sabrina Moreira de Moraes Oliveira**

**Profa. Me. Gabriella Luccianni Moraes Souza Calaça**

## **DEDICATÓRIA**

Dedico esse trabalho a minha mãe, Marizeth Gonçalves de Araújo Teixeira e ao meu pai, Sebastião Fernandes Teixeira (*in memoriam*).

## **AGRADECIMENTOS**

Quero agradecer em primeiro lugar a Deus que é Pai, Filho e Espírito Santo e a sua mãe, Maria, minha intercessora.

Quero agradecer a minha mãe, Marizeth Araújo e ao meu pai, Sebastião Teixeira, por todo amor e por toda dedicação que tiveram em minha criação.

Quero agradecer aos meus avós, Maria Araújo e Osmar Araújo, por terem me levado pra fazenda desde pequena.

Quero agradecer também a minha coordenadora de curso, Sabrina Moreira, e a minha orientadora e parceira neste projeto, Carolina Zafino, por terem me dado todo suporte necessário. Também quero agradecer aos professores Gabriella Luccianni e Luiz Signates. Agradeço a todas as pessoas que contribuíram de algum modo para a conclusão deste trabalho.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - Configuração do Complexo do Agronegócio Cavalos

Figura 2 - Mapa (BR) - Equinos (Cavalos) - Tamanho do rebanho (Cabeças)

Figura 3 - Mapa (BR) - Asininos (Asnos) - Tamanho do rebanho (Cabeças)

Figura 4 - Mapa (BR) - Equinos (Cavalos) - Tamanho do rebanho (Cabeças)

Figura 5 - Logo da página Amor & Rédeas

Figura 6 - Perfil da página Amor & Rédeas

## **RESUMO**

Este trabalho buscou analisar a importância da comunicação e do jornalismo rural associados às mídias sociais, com a finalidade de sustentar o projeto experimental Amor e Rédeas, uma página no Instagram voltada para o jornalismo rural e flertes com o marketing de influência. Primeiramente, foi elaborada uma pesquisa bibliográfica para compreender o cenário da comunicação e do jornalismo rural, das mídias sociais e do marketing digital. Em seguida, o estudo buscou planejar, desenvolver e produzir conteúdo para a página Amor e Rédeas, focada em jornalismo rural e marketing com a intenção de valorizar conteúdos no e para Goiás, um estado com raízes fortes no agronegócio, na agricultura e na pecuária em seus diversos aspectos – econômicos, sociais, culturais, dentre outros.

Palavras-chave: cavalo, jornalismo rural, comunicação, mídias sociais, marketing.

## **ABSTRACT**

This work sought to analyze the importance of communication and rural journalism associated with social media, with the purpose of supporting the project to experiment with Amor e Rédeas, an Instagram page focused on rural journalism and flirtations with influencer marketing. Firstly, a bibliographical research was carried out to understand the scenario of rural communication and journalism, social media and digital marketing. Next, the study sought to plan, develop and produce content for the Amor e Rédeas page, focused on rural journalism and marketing with the intention of valuing content in and for Goiás, a state with strong roots in agribusiness, agriculture and livestock in its various aspects – economic, social, cultural, among others.

Keywords: horse, rural journalism, communication, social media, marketing

## **SUMÁRIO**

CAPÍTULO 1 - COMUNICAÇÃO E JORNALISMO RURAL	11
1.1 O NEGÓCIO DO CAVALO	16
CAPÍTULO 2 - MÍDIAS DIGITAIS, JORNALISMO E MARKETING	24
CAPÍTULO 3 AMOR & RÉDEAS	29
CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
APÊNDICES	61
ANEXOS	63

## INTRODUÇÃO

No primeiro capítulo é abordado a comunicação, o jornalismo rural e a importância deles para o acesso à informação relacionada ao campo e as áreas associadas a ele, relacionadas ao agronegócio e à agricultura e à pecuária familiar, destacando as questões relativas ao negócio do cavalo.

No segundo capítulo foram abordados os desafios do jornalismo na era digital, as mídias sociais, o marketing e o poder da comunicação e da informação que atualmente provocaram implicações no uso das mídias digitais na sociedade e possibilitaram o surgimento e a consolidação de diversas teorias.

Em seguida, o terceiro capítulo do estudo apresenta o planejamento, o desenvolvimento e a produção de conteúdo para a página Amor e Rédeas, focada em comunicação rural e marketing, com ênfase no universo equídeo. Além disso, a intenção deste trabalho, na modalidade projeto experimental, é valorizar a área rural em Goiás, um estado com raízes forte no agronegócio, na agricultura e na pecuária em seus diversos aspectos – econômicos, sociais, culturais, dentre outros.

## CAPÍTULO 1 - COMUNICAÇÃO E JORNALISMO RURAL

Ao pesquisar conteúdos sobre comunicação e meio rural foi possível encontrar diversos trabalhos científicos e notícias que destacam a importância do campo, do trabalhador rural e da comunicação com o homem do campo, a comunicação do agronegócio e o jornalismo no meio rural. Antes de tudo é preciso refletir que o processo de comunicação humana é universal, de modo a ser compreendido por todos os grupos, independentemente se é urbano ou rural, pois as informações devem ser difundidas a todos.

“A comunicação rural busca informar e tratar dos problemas rurais, entretanto é diferente da comunicação feita nos centros urbanos, sendo necessário ter mais proximidade com a área para se chegar ao produtor com informações e soluções, denunciar situações excessivas e tratar o assunto com a importância que representa para o país” (BORDENAVE, 1985, p.7).

A Comunicação Rural pode auxiliar no processo de desenvolvimento rural a partir da divulgação de informações que ajudem na melhoria de vida de produtores rurais e cidadãos urbanos. A definição citada anteriormente por Juan E. Díaz Bordenave (1985) propõe o diálogo e influência recíproca entre os diversos atores que compõem o meio rural e suas especificidades e ocorrem em diferentes níveis: entre os próprios produtores rurais, que trocam experiências e levantam suas necessidades.

Bordenave (1985) caracteriza a comunicação rural como o conjunto de fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca existentes entre os componentes do setor rural e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura, ou interessados no melhoramento da vida rural. Já Ana Maria Dantas de Maio (2005) enfatiza que

“Esses fluxos de informação ocorrem entre os produtores rurais, na troca de experiências e levantamento de suas necessidades; entre os agricultores e serviços de apoio na área técnica ou política; e entre os serviços de apoio à agricultura, que deveriam atuar de forma integrada e não-contraditória.” (Maio, 2005, p.25)

Ao cumprir suas funções de informar, auxiliar na formação da opinião e até na educação, o jornalismo tem como atributo principal o poder que exerce em vários setores - economia, política, comportamento, esporte, turismo, cultura, dentre outros. Sendo fonte de informação para muitos tipos de públicos e culturas, o jornalismo, em sua relação com a tecnologia e sociedade, passa por renovações constantes na maneira de transmitir a informação e nos caminhos para alcançar seus leitores. Com

o impacto do ambiente digital e seus diversos dispositivos, grupos específicos ou a população em geral passou não apenas a receber mais informações como também a interagir no ambiente das mídias digitais.

No campo do jornalismo especializado, o mercado e a produção da informação têm crescido e aperfeiçoado métodos e estratégias. O jornalismo rural faz parte desta transformação. Ocupa um espaço cheio de oportunidades em vários meios e veículos de comunicação, com o objetivo de atualizar o produtor rural e o leitor/consumidor em geral sobre a importância deste setor para o rumo econômico, político, científico, cultural e social do país.

É preciso ressaltar que o jornalismo rural vai muito além dos ambientes do agronegócio, que pode ser caracterizado como um modelo de negócios voltado à exploração agrícola e pecuária com objetivos econômicos, muitas vezes com alcance industrial. Num país como o Brasil e num estado como Goiás, o agronegócio não pode ser negligenciado, já que esse setor da economia responde por parte considerável do PIB brasileiro. (SANTAELLA, 2015).

A necessidade e a importância em difundir informações de um ramo em crescimento no país, junto com todo o potencial econômico que envolve o meio rural, fez surgir o jornalismo rural. Entretanto, ao discutirmos o jornalismo rural, é preciso refletir e transpassar a abordagem do agronegócio em si. Isso em razão da existência de outros modelos de negócios voltados à agricultura e à pecuária familiar e de subsistência. O interesse principal do jornalismo rural é investigar informações na área rural e transformá-las em uma informação qualificada para ser divulgada em algum veículo de comunicação de massa. (LIMA, 2010).

Para além disso, o ambiente rural e seus negócios enfrentam diversos desafios relacionados à sustentabilidade ambiental e à crise climática, o que também desperta o interesse jornalístico para o setor. Em razão de tantas perspectivas, o jornalismo rural deve estar atento à diversidade e à pluralidade de manifestações e expressões culturais, sociais, ambientais, dentre outras, que acontecem no campo, de modo que não pode se olhar apenas para as lógicas do agronegócio e do grande produtor rural, já que este universo é rico e diversificado.

Segundo Wilson da Costa Bueno (2007), o jornalismo rural é um ramo especializado de produção de informação que procura atingir público específico. O autor explica que a especialização jornalística está atrelada à ideia do tratamento em profundidade, nos meios de comunicação, de um determinado campo do conhecimento.

Bueno (2007) explica que o jornalismo rural pode também ser chamado de jornalismo em *agrobusiness*, uma denominação que compreende o trabalho jornalístico voltado aos negócios do ambiente rural e veiculado em diferentes veículos de comunicação. Ele é praticado por meios de comunicação social e por empresas que trabalham no ramo do agronegócio, produtores rurais, institutos e empresas de pesquisa, como por exemplo, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa.

“Uma análise, ainda que ligeira, da cobertura do agronegócio pela mídia nacional evidencia que se examinarmos os nossos principais veículos, perceberemos, com facilidade, que o setor ocupa um espaço inferior ao dos setores industrial e de serviços, um cenário que conflita com a importância do agronegócio para a economia brasileira. Poucos são os veículos que editam suplementos ou mantêm editoriais focadas nas questões rurais.” (Bueno, 2007, p.12).

A comunicação rural é bem mais ampla que o jornalismo rural e sua missão de informar, já que tem também a necessidade de promover a interação com seu público. Em Goiás é preciso refletir a agricultura e a pecuária como elementos determinantes para a sobrevivência e desenvolvimento local, cuja participação desses setores é caracterizado por muitos produtos comercializados no âmbito interno e externo.

Para Braga e Carvalho (2009), o jornalismo deve informar a todos, mesmo aqueles que vivem nos “confins do sertão”, já que esses brasileiros possuem os mesmos direitos daqueles que vivem nas cidades. Os autores ainda enfatizam que mesmo com tantos fatores positivos, ainda é possível verificar a ausência de jornalismo nesse segmento.

O jornalismo especializado no agronegócio está sendo ampliado dia a dia e vem alcançando mais públicos para além dos produtores rurais. Sendo assim, o agronegócio foi conquistando espaço e este jornalismo passou a receptionar todos os públicos com uma linguagem simples e clara e se tornou uma opção de entretenimento leve, dependendo do conteúdo produzido.

O produtor rural deixou de ser visto como um caipira ignorante, sem conhecimento sobre as novas mídias e dispositivos. Atualmente, esse morador e/ou trabalhador da zona rural se tornou um empresário gerenciador de um dos grandes capitais econômicos do país. Com o apoio das novas mídias, o negócio agrícola deixou de ser um negócio local e regional para se tornar nacional e mundial. E, por isso, grandes empresas começaram a investir em comunicação direcionada a este setor.

Cardoso e Prado (2008) afirmam que o jornalismo de agronegócio evoluiu nos últimos anos, pois deixou de cobrir apenas o que acontece para dentro das porteiras de uma propriedade rural, e atualmente conecta o agronegócio com todas as suas ligações nesta cadeia produtiva.

“A comunicação com agentes do mesmo setor é essencial para os produtores rurais que buscam informação e novas tecnologias. A mídia, em especial a televisão, por seu poder de abrangência, tem papel relevante em levar para os agentes do agronegócio informação sobre o meio em que atuam e sobre o cenário nacional e internacional do setor agropecuário. Com essa necessidade de informação especializada, cresce no Brasil o número de editorias voltadas para o setor rural.” (Cardoso; Prado, 2008, p.1).

A cobertura jornalística sobre o mundo dos equídeos é um campo especializado que se concentra em temas relacionados aos cavalos, aos mueres e aos asininos. A produção de informações abrange desde o manejo e cuidados com os cavalos passando por competições esportivas, e chegando até à cultura e economia envolvendo o universo equestre. A cobertura da área rural é importante, pois esses animais têm grande valor econômico, social e cultural para a humanidade.

Atualmente, empresas comerciais voltadas ao meio rural e agronegócio investem na divulgação de marcas e produtos. Boa parte das matérias publicadas, principalmente em sites, é fruto dos releases preparados pela assessoria de imprensa das instituições, órgãos públicos e empresas que visam divulgar seus produtos e serviços.

“Sendo assim, sites especializados em agropecuária proliferam na internet, porém os veículos digitais que exploram a cobertura genérica pouco se dedicam à produção de material agro, embora recepcionem aquele que chega pronto às redações. Nesse viés, as assessorias de comunicação figuram na atualidade como significativas produtoras de conteúdo no cenário contemporâneo do jornalismo agropecuário, especialmente no ambiente digital.” (MAIO, 2015, p. 27).

Para além do trabalho jornalístico propriamente dito, as mídias sociais, como Instagram e Facebook, dentre outras, dão suporte a diversas iniciativas comunicacionais para profissionais da área da saúde animal, produtores rurais, competidores de esportes equestres, bem como para amantes desse universo equídeo. Esses atores sociais compartilham não apenas vivências e suas histórias, mas diversas informações interessantes para quem gosta ou precisa se informar sobre o tema.

Essa perspectiva enquadra na lógica da cultura da convergência (Jenkins, 2009), que tem como pilares a convergência tecnológica dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva. Com o advento das novas tecnologias da comunicação e informação, a forma como interagimos com as narrativas midiáticas se intensificaram, promovendo mudanças tecnológicas, mercadológicas, políticas, culturais e sociais. De tal modo que uma série de mudanças nos processos de produção dos meios de comunicação de massa foram implantadas, que se distribuem de forma praticamente instantânea por meio de diversas plataformas e múltiplas telas. (Jenkins, 2014).

“Essa mudança – de distribuição para circulação – sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica.” (Jenkins, 2014, p. 4).

O autor trata acerca das novas narrativas midiáticas do ambiente das mídias digitais, as quais descende da hibridização entre os gêneros e formatos da ficção com as formas de discurso, que se desenvolveram paralelamente à cultura participativa e a inteligência coletiva dos públicos (Jenkins, 2014). Na atualidade, narrativas complexas surgem dentro e fora do fluxo televisivo, e esse desenvolvimento no enredo gera alguns novos fenômenos na produção cultural. Todo esse contexto cultural promove uma série de discussões e reflexões para o jornalismo e seus profissionais. Contar histórias num ambiente tão mutante e efervescente têm sido um grande desafio para os profissionais do jornalismo tão acostumados com linguagens e mídias anteriores.

Sendo assim, o grande desafio deste trabalho comunicacional e jornalístico é organizar e executar conceitos e técnicas jornalísticas sem perder a liberdade e inovação disponível nas mídias digitais. É importante lembrar ainda que se antes os ambientes digitais estavam abertos a inúmeras possibilidades e a qualquer comunicador, hoje ainda estão. Porém, ao comunicador profissional, com formação, é exigido ainda mais, incluindo aí até mesmo um vanguardismo, que muitos têm medo de se arriscar.

## 1.1 O NEGÓCIO DO CAVALO

A relação entre humanos e cavalos é uma das mais antigas e duradouras da história, simbolizando amizade, trabalho e a busca por liberdade. Os primeiros humanos provavelmente interagiram com os equídeos como caçadores. Com o tempo, aprenderam a domesticá-los, usando-os para transporte e trabalho. Civilizações antigas, como a mesopotâmica, egípcia e grega, usaram cavalos para guerra, agricultura e transporte. Eles também eram vistos como símbolo de poder e status. A invenção da roda e do carro puxado por cavalos revolucionou a mobilidade e o comércio. Durante a Idade Média, os cavalos eram essenciais para a cavalaria e o comércio. As técnicas de doma e os tipos de raças se diversificaram, com o surgimento de cavalos de guerra. O uso de armaduras e montarias especializadas aumentou a importância dos equinos nas batalhas.

O cavalo exerceu um importante papel na formação econômica, social e política do Brasil. Esta memória, pouco discutida na literatura, permite compreender aspectos fundamentais para a configuração do atual perfil do agronegócio do cavalo. Adicionalmente, esta revisão histórica auxilia a melhor compreensão da configuração e da dinâmica dos segmentos que compõem a atividade, conforme se verá a seguir. No aspecto econômico, desempenhou as funções de sela (para o vaqueiro e o peão, nas lides comuns à pecuária); de carga (nos comboios ou comitivas); e, de tração (“motor” de veículos de carga e de moendas). No aspecto social – englobando exibicionismo, vaidade, orgulho e diferenciação social – o cavalo desempenhou seu papel tanto na função de sela quanto de tração dos veículos. A partir da segunda metade do século XIX, destacam-se no aspecto social, as atividades de esportes e lazer, como corrida e salto (Estudo do Complexo do Agronegócio Cavalo, 2004, p. 4).

Com a Revolução Industrial, os cavalos começaram a perder espaço para máquinas, mas ainda eram fundamentais para a agricultura e o transporte até o século XX. Durante a Revolução Industrial, os cavalos eram usados em transporte e trabalho pesado, mas começaram a ser gradualmente substituídos por máquinas. Ao longo do tempo, continuaram a ter um papel importante em esportes e lazer, como as corridas de cavalos e a equitação. As competições equestres, como corridas e saltos, ganharam popularidade, refletindo a relação contínua entre as pessoas e os cavalos.

Ao longo dos séculos, os cavalos também se tornaram símbolos culturais e foram incorporados em esportes, como corridas e hipismo. Hoje, os equinos

continuam a desempenhar papéis importantes em várias culturas, tanto em contextos de trabalho quanto em atividades recreativas e esportivas.

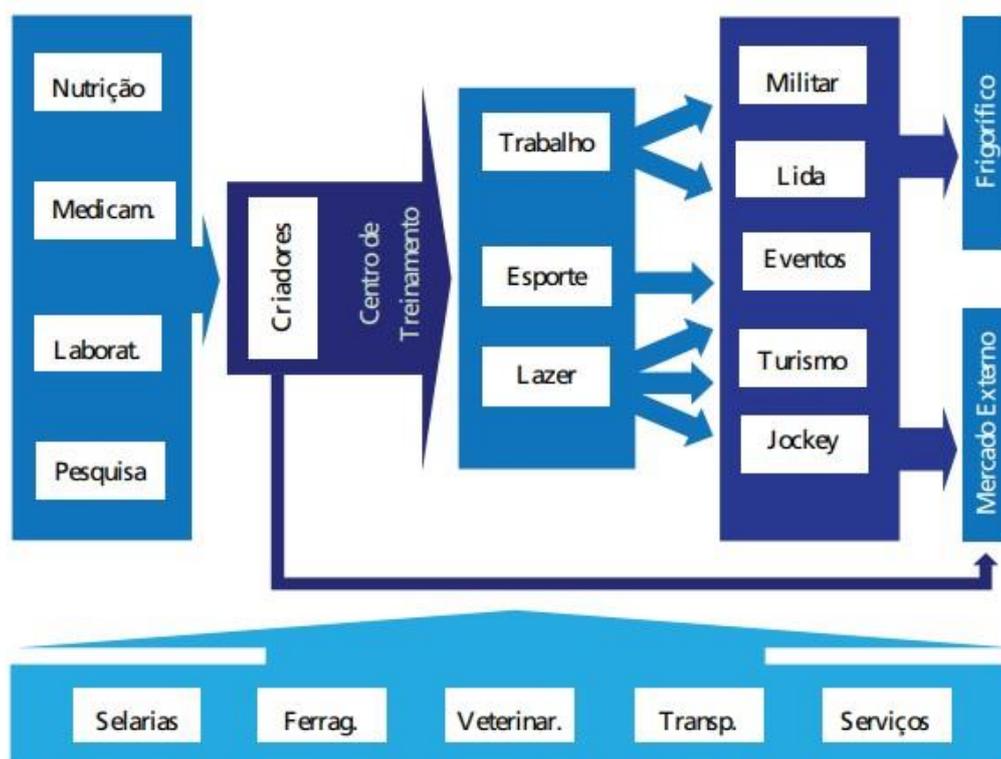
De acordo com Luciano Ferreira Rodrigues Filho, do Portal Cabalus, A história do cavalo no Brasil começou com a chegada dos colonizadores portugueses no século XVI, que trouxeram consigo cavalos e outras espécies de animais. Naquela época, os cavalos eram usados como meio de transporte para as elites e para o transporte de mercadoria, e se tornaram importantes para o trabalho nas fazendas, principalmente na produção de açúcar e café.

No século XX, o mercado da equinocultura no Brasil cresceu, com um aumento na criação de cavalos para esportes equestres, corridas, cavalgadas recreativas e turismo rural. O Brasil é hoje um dos principais mercados na América Latina. O país também possui uma indústria de eventos equestres em crescimento, com diversas competições, leilões e feiras de cavalos realizados anualmente. (LIMA, 2012).

Porém, Rodrigues Filho alerta que a indústria da equinocultura no Brasil ainda enfrenta desafios, como a falta de regulamentação e fiscalização adequadas, o que pode levar a problemas de saúde animal e bem-estar, além de problemas ambientais. O autor enfatiza que há um movimento crescente no país para regularizar e profissionalizar a indústria, garantindo a segurança dos animais e a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

De acordo com Revisão do Estudo do Complexo do Agronegócio do Cavalo (2016), do Ministério da Agricultura, da Pecuária e do Abastecimento (Mapa), o complexo do cavalo tem início com a indústria à montante e, a partir daí, as diversas atividades são divididas com base nos aspectos funcionais do cavalo, e não exatamente em atividades pecuárias e industriais (conforme Figura 1).

### **Figura 1 – Configuração do Complexo do Agronegócio Cavalo**



*Fonte: Revisão do Complexo do Agronegócio do Cavalo. Câmara de Equideo Cultura do MAPA, 2015, p. 11.*

Verifica-se que os cavalos movimentam áreas que vão da nutrição, passando por medicamentos, laboratórios e pesquisa, até chegar nos campos de trabalho, lazer e esportes. Deste modo, também mobiliza selarias, veterinários e demais serviços adicionais.

De acordo com o IBGE, o rebanho de equídeos no Brasil em 2023 era de aproximadamente 6,8 milhões de equídeos - que são os equinos (cavalos), os asininos (burros/jumentos) e muares (híbridos entre jumentos e éguas ou mulas e cavalos), sendo desse total, 5.799.514 cabeças de equinos e cerca de 990 mil asininos e muares.

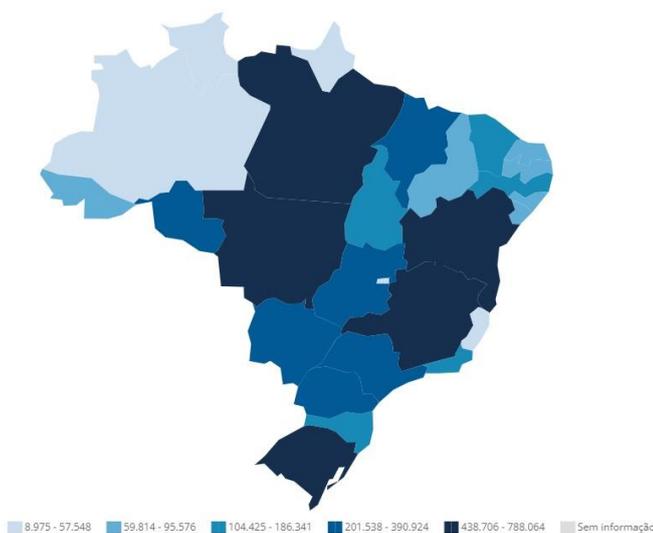
O estudo ainda revela que Minas Gerais é o estado com o maior rebanho de equinos, com aproximadamente 804 mil cavalos; seguido pelo Pará (517 mil); Rio Grande do Sul (492 mil); Mato Grosso (449 mil); Bahia (443 mil) e Goiás (395 mil).

Em termos econômicos, o mercado de exportação de equídeos movimentou, em 2023, ainda de acordo com o estudo, US\$ 22 milhões e, até julho de 2024, US\$ 9 milhões.

O Brasil possui uma grande população de animais de interesse equestre, incluindo equinos, asininos e muares. Os dados sobre esses rebanhos são frequentemente coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e outros órgãos agrícolas, como a Associação Brasileira de Criadores de Cavalo (ABCC) e a Confederação Nacional da Agricultura (CNA).

**Segundo a Pesquisa da Pecuária Municipal (PPM) 2020, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o rebanho equino do Brasil cresceu 1,9% em 2020, comparado com os dados do ano anterior, somando 5.962.126 milhões de cabeças de cavalos. Figura 2 – Mapa (BR) - Equinos (Cavalos) - Tamanho do rebanho (Cabeças)**

Mapa (BR) - Equinos (Cavalos) - Tamanho do rebanho (Cabeças)



Fonte: [PPM](#): Tamanho do rebanho, Maior produtor [Censo Agropecuário](#): Estabelecimentos

Os equinos brasileiros são animais da família dos cavalos, que incluem tanto os cavalos puros quanto os pôneis. No Brasil, os equinos são fundamentais em diversas áreas, especialmente no campo e na cultura local, desempenhando papéis importantes na agricultura, esportes, lazer e até no turismo rural.

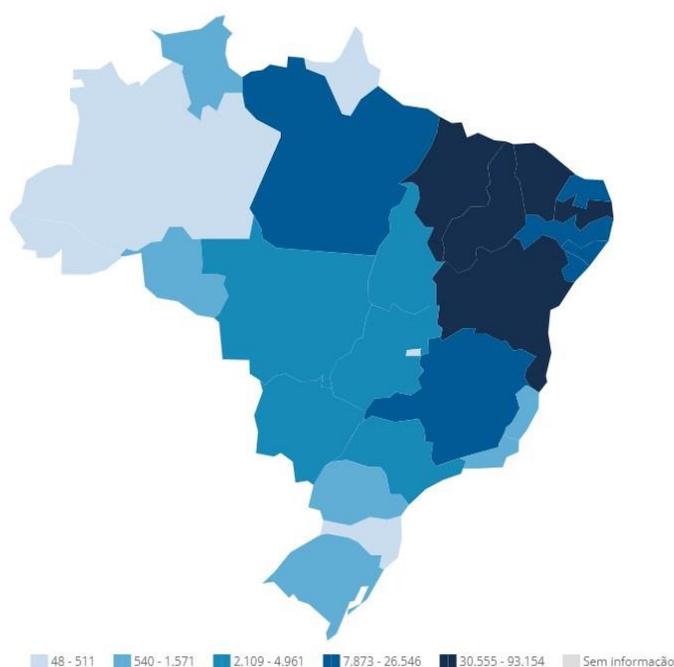
Existem várias raças de cavalos no Brasil, algumas delas adaptadas às características e necessidades do país, como o clima, o relevo e a utilização nas atividades rurais. Os cavalos brasileiros são reconhecidos pela resistência física e capacidade de adaptação a diferentes climas e tipos de terreno, o que torna algumas

raças bem adaptadas a condições difíceis, como as encontradas em áreas de cerrado, caatinga e regiões amazônicas e pantaneiras.

Os equinos são animais inteligentes, que podem ser treinados para desempenhar diversas funções, desde o trabalho no campo até às competições esportivas. A capacidade de aprendizado rápido e a natureza colaborativa desses animais fazem deles ótimos parceiros para atividades que exigem destreza e confiança. (SOUZA, 2015).

Os cavalos brasileiros são conhecidos pela sua força e versatilidade, sendo usados tanto para trabalho pesado, como tração de carroças e arados, quanto para esportes e lazer, como o hipismo, a vaquejada e o turismo a cavalo

Mapa (BR) - Asininos (Asnos) - Tamanho do rebanho (Cabeças)



Fonte: [Censo Agropecuário](#): Tamanho do rebanho, Estabelecimentos, Maior produtor

O asinino brasileiro é uma espécie de equídeo domesticado e conhecido pelo trabalho em diversas atividades rurais e pela resistência, adaptabilidade e inteligência. O burro é o híbrido resultante do cruzamento entre o jumento e a égua, sendo considerado um animal muito mais forte do que aparenta e com uma grande capacidade de adaptação a diferentes climas e condições de trabalho. (NEVES, 2010).

Os burros têm uma resistência superior a muitos animais, o que os tornam ideais para trabalhar em ambientes de difícil acesso, como regiões montanhosas ou de clima quente e seco. Eles conseguem carregar materiais pesados por longos

períodos e se adaptar bem às condições adversas do interior do Brasil. Tradicionalmente, os asininos brasileiros são usados para transporte de carga, trabalho na agricultura, como montaria em algumas regiões e também como animais de tração para arados e carroças. A versatilidade desses animais no campo é altamente valorizada, especialmente em áreas rurais mais distantes dos centros urbanos (Ribeiro et al., 2023)

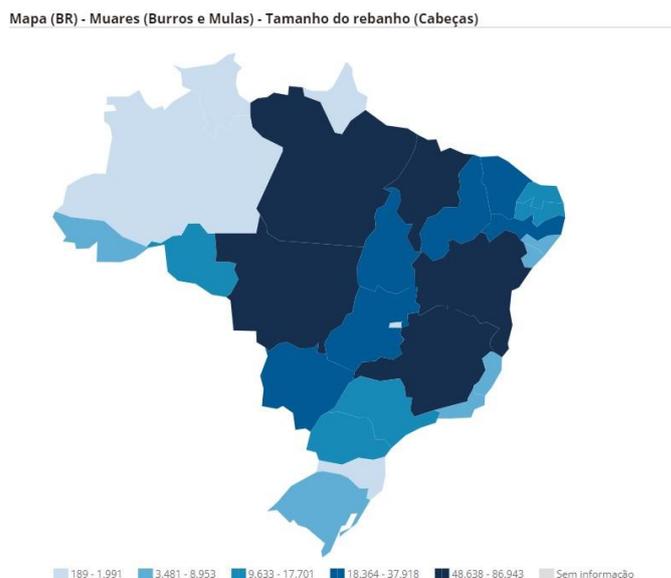
Existem várias raças de burros no Brasil, sendo as mais comuns o Burro Pantaneiro e o Burro Nordestino. O Burro Pantaneiro é originário do Pantanal e tem as seguintes características: pelagem que varia do cinza ao marrom, resistente à umidade e orelhas grandes. Já o Burro Nordestino, encontrado principalmente na região Nordeste, é adaptado ao clima seco e quente, e possui uma pelagem de tonalidade mais clara. (PIMENTEL, 2016).

Os burros são conhecidos por sua inteligência e, embora às vezes sejam considerados teimosos, na verdade, isso é um reflexo da natureza cautelosa e analítica desses animais. Eles têm a tendência a avaliar situações antes de tomar decisões, o que pode ser interpretado como relutância ou desconfiança, mas na realidade é uma característica que os torna animais muito seguros e bem treinados.

O burro tem grande importância histórica na vida rural do Brasil, especialmente nas zonas mais afastadas, onde, durante muito tempo, foi o principal meio de transporte e tração. Além disso, ele desempenha um papel na cultura popular, sendo mencionado no folclore, nas músicas e na literatura.

Nos últimos anos, com a modernização da agricultura e a substituição de animais de tração por máquinas, o número de burros no Brasil diminuiu. No entanto, ainda existem esforços para preservação das raças nativas e incentivo ao uso sustentável desses animais, especialmente para atividades em que se destacam, como o turismo rural nas diversas regiões do país.

## Figura 4 – Mapa - Muares (Burros e Mulas) - Tamanho do rebanho (cabeças)



*Fonte: Censo Agropecuário: tamanho do rebanho, estabelecimentos e maior produtor.*

Os muares brasileiros são híbridos resultantes do cruzamento entre um burro e uma égua, o que resulta em um animal conhecido como mulo. O luar é valorizado por sua resistência, força e versatilidade, características herdadas dos ascendentes. Assim como os burros, os muares são capazes de carregar cargas pesadas e percorrer longas distâncias, o que os torna essenciais para trabalhos pesados no campo e em regiões de difícil acesso. A força física e adaptabilidade desses animais são muito apreciadas, principalmente em áreas rurais isoladas. O luar possui características físicas intermediárias entre o burro e a égua. A estatura é mais alta do que a dos burros, mas menor que a dos cavalos. O porte é mais robusto e forte do que o do burro, com uma musculatura bem desenvolvida. O luar herdou a agilidade, a resistência e a pelagem da égua. Os muares tendem a ter uma estatura mais alta que os burros, mas ainda menor que os cavalos. O luar tende a ser um animal mais dócil e tranquilo do que o burro, o que facilita o manejo e o trabalho com o peão. Além disso, os muares são conhecidos pela inteligência, sendo usados em atividades que exigem treinamento e disciplina (Ribeiro et al., 2023)

Os muares têm uma importância histórica e econômica significativa no Brasil, especialmente no campo, onde são usados para transporte de carga, tração de carros de boi, arados e outras ferramentas agrícolas. Eles também são muito utilizados para atividades de turismo rural, principalmente em trilhas e passeios em regiões

montanhosas ou de difícil acesso, como na Serra do Cipó ou no Pantanal. No Brasil, os muares são mais comuns em áreas como o Nordeste, Centro-Oeste e Sudeste, regiões onde as atividades rurais e a necessidade de trabalho de tração ainda são essenciais. Eles são usados principalmente para transporte e como animais de tração em áreas remotas, onde os meios de transporte modernos ainda não conseguem chegar. Além disso, eles são um símbolo cultural do interior do Brasil, representando a história de trabalho árduo e resistência nas áreas rurais (Ribeiro et al.,2023).

Com o avanço da mecanização agrícola e o uso de máquinas mais modernas, o uso de muares tem diminuído ao longo do tempo. No entanto, ainda existe uma cultura de preservação das raças desses animais, especialmente no campo, onde continuam a ser importantes para as atividades.

## CAPÍTULO 2 - MÍDIAS DIGITAIS, JORNALISMO E MARKETING

O poder da comunicação e da informação atualmente provocou implicações nos usos das mídias digitais na sociedade e possibilitou o surgimento e a consolidação de diversas teorias, de autores que vão dos mais positivos aos mais apocalípticos. De acordo com Lemos e Levy (2010), a cibercultura, que prevê a emergência de novas vozes e discursos por meio da liberação dos polos de emissão, pretende “recombinar e criar processos de inteligência, de aprendizagem, e de produção coletivos e participativos” por meio da comunicação e da conectividade ubíqua e generalizada e a reconfiguração social, política e cultural presente no ciberespaço.

Os autores afirmam que o ciberespaço oferece uma liberdade de expressão, memória e navegação na esfera informacional infinitamente maior do que todas as outras mídias anteriores, ao mesmo tempo em que é uma ferramenta sem precedentes de mobilização da inteligência coletiva (Lemos; Levy, 2010, p. 55).

Esses fenômenos seguem a lógica da autocomunicação de massas, descrita por Manuel Castells, na obra *O Poder da Comunicação* (2015). De acordo com o autor, a autocomunicação de massa é uma nova forma de comunicação interativa, em que os indivíduos podem criar e divulgar suas próprias informações. Para Castells (2015), a autocomunicação de massa é caracterizada por enviar mensagens de muitos para muitos, em tempo real ou no tempo escolhido e associar-se à comunicação *narrowcasting* (direcionado a público específico) e *broadcasting* (direcionado a grandes massas).

O autor supracitado acredita que a internet transformou a comunicação e a sociedade, e que a autocomunicação de massa está substituindo a comunicação de massa. Ele defende que a autocomunicação de massas cria novas formas de manifestação e intervenção nos sistemas políticos.

Para Castells, o espaço público é fundamental em uma democracia, pois é onde a sociedade constrói suas decisões coletivas. Ele acredita que o espaço público está sendo ocupado pelo espaço das mídias sociais e que as disputas e o debate políticos acontecem nas redes sociais (Castells, 2017, p. 101).

As mídias digitais são caracterizadas pelas mídias em que os dados (sons, imagens, texto) são convertidos em sequências de dígitos e interpretados por um computador (Martino, 2015, p. 11). Elas impactaram o paradigma tradicional da comunicação, em que um emissor transmite uma mensagem para os receptores. Hoje,

diversos e múltiplos receptores-emissores em uma multiplicidade de plataformas produzem mensagens e demais conteúdos, por meio da internet e dispositivos móveis.

Esse contexto modificou os processos de produção, transmissão e distribuição da informação. Lemos e Levy (2010) denominam essa característica das mídias digitais de função pós-massiva, a qual, segundo eles, permite uma produção livre, de circulação aberta e cooperativa de produtos, próxima da conversação com fluxo todos, em oposição ao um-todos.

As mídias pós-massivas possibilitaram o surgimento de um consumidor que também é produtor da informação. Práticas que antes eram restritas aos jornalistas e comunicólogos foram abraçadas pelos novos consumidores interagentes, que podem se posicionar, tomar partido e interferir em conteúdos uns dos outros e da grande mídia.

Os novos consumidores de mídias, diferentes dos antigos, são migratórios e não possuem lealdade a redes ou a meios de comunicação. Os antigos consumidores eram isolados, porém os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores agora são “barulhentos e públicos” (Jenkins, 2009, p. 47).

A cibercultura também está inserida no cotidiano das populações de ambientes rurais e dos agentes sociais, econômicos e políticos que atuam direta ou indiretamente no campo. Novas iniciativas comunicacionais procuram compreender o meio rural para além de sua atividade tradicional e dentro do universo da cibercultura. Se a maioria dos veículos jornalísticos tradicionais já ocuparam seus lugares no ambiente digital, outros milhares de comunicadores e influenciadores tentam marcar presença e construir processos de informação e comunicação em mídias sociais.

Para Zago (2014), as redes sociais podem surgir a partir de agregações de indivíduos no ciberespaço. Essa potencialidade de agregar indivíduos deu origem aos primeiros sites de redes sociais. Nesse caminho reflexivo, Ellison e Boyd (2013) explicam que um site de rede social é uma plataforma de comunicação em rede, por meio da qual os participantes mantêm perfis, produzem seus próprios conteúdos, republicam conteúdos fornecidos por outros usuários e/ou dados fornecidos pelo sistema; e ainda podem estabelecer conexões com outros atores, consumir, produzir e/ou interagir com conteúdo gerado por usuários fornecidos por suas conexões no site (Ellison; Boyd, 2013, p. 158). A perspectiva dos autores ressalta o fluxo de conteúdo, de modo que podemos perceber que as plataformas de mídias sociais estão centradas

no conteúdo e nas interações comunicativas, e, por isso, foram aos poucos se tornando relevantes junto às empresas de mídia.

Acostumados com as plataformas tradicionais de mídia, os veículos de comunicação social ainda tentam entender como se produz conteúdo para as mídias digitais e como as relações que promovem interações entre os usuários se estabelecem. E esse contexto citado é desafiador para produtos jornalísticos, porque, conforme Zago (2014, p. 42) elucida, a experiência e o conteúdo a que é exposto cada indivíduo membro de uma mídia social varia de acordo com os hábitos de navegação e leitura de cada usuário e os algoritmos da plataforma, “conforme a rede é construída e os conteúdos compartilhados”.

Além disso, veículos e jornalistas são intensamente expostos aos processos interativos com leitores e usuários nas mídias digitais. Pensar o jornalismo enquanto produtor de conteúdos informativos e opinativos precisou ser ampliado para perspectivas comunicacionais, que diversas vezes esbarram em possibilidades de marketing.

As plataformas de mídias sociais possibilitaram a criação de diversas ferramentas on-line que aumentaram a capacidade do compartilhamento informal e instantâneo de publicações de pessoas, marcas, produtos e serviços. E por que não se apropriar disso para unir a produção jornalística ao marketing e ter possibilidades de ser proprietária de uma possível empresa de comunicação? Foi a partir desse raciocínio que surgiu a ideia do Amor e Rédeas.

As áreas de marketing envolvem planejamento e produção de conteúdo, etapas que se aproximam do jornalismo por meio das técnicas de apuração e redação jornalísticas. Sendo assim, é necessário enfatizar o compromisso do jornalismo com a verdade e os processos produtivos de checagem.

Tudo começa por meio de uma pauta, que é a escolha do assunto que será noticiado. De acordo com O Manual de Redação e estilo de O Estado de S. Paulo, a pauta é caracterizada como o conjunto de assuntos que uma editoria está cobrindo para determinada edição do jornal como a série de indicações transmitidas ao repórter, não apenas para situá-lo sobre algum tema, mas, principalmente, para orientá-lo sobre os ângulos a explorar na notícia. A pauta constitui um roteiro mínimo fornecido ao repórter. A pauta não deve ser só uma agenda. Precisa se preocupar em levantar enfoques diferenciados sobre os temas, buscar ângulos novos de abordagem, mostrar agilidade na identificação de novas tendências. (p.20)

As sugestões de pauta surgem da rotina dos jornalistas que cobrem determinada área, já que esses profissionais acompanham o comportamento da sociedade e, por isso, escolhem assuntos que entendem relevantes ou interessantes para seus públicos.

Em seguida, a prática jornalística se direciona aos métodos de apuração e redação jornalística, que consistem nas etapas que uma reportagem passa antes da publicação. Pereira Júnior (2011) divide o processo de apuração e redação em quatro etapas. A primeira é a fase de elaboração da pauta, quando as informações são obtidas por meio de contatos ou fontes específicas. A segunda fase é a de pré-produção, momento no qual as informações são checadas e categorizadas. A terceira etapa é chamada de apuração, quando as hipóteses levantadas são confirmadas ou refutadas. Em seguida, se tem a pós-produção na quarta fase, quando as checagens são feitas antes do conteúdo ser publicado.

Uma série de sites jornalísticos especializados no mundo dos cavalos oferecem uma cobertura abrangente sobre uma vasta gama de tópicos, como notícias e reportagens que informam sobre as últimas novidades no mundo equestre, incluindo novas tecnologias, avanços veterinários, tendências de manejo, competições internacionais, e até o mercado financeiro envolvendo a compra e venda de cavalos, conteúdos escritos por especialistas, como veterinários, treinadores e ferradores, que abordam temas como saúde equina, alimentação balanceada, prevenção de doenças, genética, e técnicas de reprodução e perfis de cavaleiros renomados, criadores de sucesso ou veterinários de destaque, além de entrevistas com especialistas do setor, proporcionando uma visão profunda das carreiras e práticas envolvidas no mundo dos cavalos.

Alguns exemplos desses sites são: a) o HorseChannel.com - um dos portais mais conhecidos, que oferece informações abrangentes sobre cuidados com cavalos, dicas de treinamento, e até guias para iniciantes no mundo equestre; b) o TheHorse.com, com foco mais científico, que oferece artigos detalhados sobre a saúde e bem-estar dos cavalos, abordando doenças, nutrição e avanços veterinários; c) o Blog do Cavalo, um blog brasileiro que cobre tanto a criação e manejo de cavalos quanto temas culturais e esportivos relacionados a eventos equestres no Brasil.

Primo, Matos e Monteiro (2021, p. 7), caracterizam os influenciadores como produtores de conteúdo que possuem muitos seguidores e conquistam grande visibilidade, por meio da quantidade de curtidas, comentários e compartilhamentos. Segundo os autores, para ser um influenciador é preciso ser admirado por audiências

– fiéis e crescentes – por suas performances e especialidades. Sendo assim, não basta apenas criar e publicar conteúdo, é preciso ser relevante e admirado por seus públicos.

Além disso, é preciso desenvolver o sentimento de intimidade estabelecido entre influenciador e influenciado. Conforme Abdin (2015), por não haver uma relação íntima entre os influenciadores digitais e as audiências, o autor chama esse sentimento de intimidade de “interconexão percebida”. (ABDIN, 2015 apud PRIMO et al, 2021, p. 15), de modo que, por não existir uma conexão íntima entre influenciador e influenciado, os seguidores têm a sensação de conhecer bem quem eles estão seguindo, gerando assim, um sentimento de proximidade.

A força de influência e formação de opinião desses profissionais não se limita apenas às mídias sociais, estendendo esse impacto significativo às decisões de compra dos seguidores consumidores. Por isso, diversas empresas reconhecem o valor dos *influencers* como parceiros de marketing e têm utilizado essa influência para divulgar produtos e serviços, investindo grande parte dos orçamentos de marketing em campanhas com influenciadores digitais. E é nessa perspectiva que o Amor e Rédeas pretende desenvolver não apenas a produção jornalística, mas tornar sua autora uma *influencer* no ramo de produtos e serviços do mundo equídeo.

Os equídeos requerem muitos tipos de equipamentos, como arreios, selas, roupas para cavaleiros, produtos de cuidados e suplementos alimentares, dentre outros. O uso de plataformas de vendas on-line, com *marketplaces* voltados para produtos equestres também tem crescido. Essas lojas oferecem desde equipamentos até suplementos alimentares e vestuário especializado.

Empresas especializadas em vendas para o mundo equestre frequentemente utilizam o marketing digital, como anúncios em redes sociais e influenciadores para atingir o público. No setor do turismo, o marketing do turismo equestre visa atrair turistas interessados em fazer passeios e viagens a cavalo, participar de trilhas ou desfrutar de experiências relacionadas ao convívio com os animais. Muitas campanhas incluem a promoção de resorts, hotéis e fazendas especializadas em turismo de aventura, hospedagem rural e vivência do cotidiano no campo. Marcas que promovem esse tipo de turismo focam em criar uma experiência única e de alto valor para os clientes, como passeios exclusivos e interação direta com cavalos em ambientes tranquilos.

O mundo dos equídeos nas mídias digitais é interessante, diversificado e cheio de oportunidades. Ele conecta pessoas que compartilham a mesma paixão por

cavalos, oferecendo uma vasta gama de conteúdos, desde entretenimento até educação técnica. As plataformas digitais permitiram que o mundo equestre expandisse suas fronteiras, trazendo novas possibilidades para criadores, cavaleiros, veterinários, comunicadores e todos os tipos de entusiastas de equídeos ao redor do mundo.

As mídias digitais desempenham um papel essencial no mundo equestre, promovendo interações entre apaixonados por cavalos, criadores, treinadores e competidores. O uso estratégico dessas mídias tem transformado o setor, desde o compartilhamento de conteúdo informativo até a promoção de marketing de influência. As plataformas digitais ajudam a conectar comunidades equestres, promovendo eventos, educação e comércio em escala global.

O uso de mídias digitais no mundo equestre está em rápida expansão, trazendo modernização e novas oportunidades para um setor tradicional. Ao integrar tecnologias emergentes e estratégias digitais eficazes, o segmento consegue atingir públicos mais amplos e diversificados, garantindo o crescimento e a relevância da cultura equestre no mundo todo.

### **CAPÍTULO 3 - AMOR & RÉDEAS**

A página Amor & rédeas é um trabalho de conclusão de curso, na modalidade projeto experimental, voltada à comunicação e ao jornalismo rural, com ênfase na

cobertura do universo dos equídeos. O objetivo principal é produzir informação e iniciar flertes com o marketing e o *ambiente dos influencers*.

O ambiente digital foi escolhido para o desenvolvimento do produto do presente trabalho em razão do crescimento do acesso à internet e às mídias sociais, bem como enquadrar entre as principais razões pelas quais as pessoas acessam as mídias.

De acordo com o Módulo de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) da PNAD Contínua, do IBGE, em 2023, havia 72,5 milhões de domicílios com Internet (92,5%), o que representa aumento de 1,0 ponto percentual, ante 2022. Nas áreas urbanas, o percentual passou de 93,5% para 94,1% e nas áreas rurais, de 78,1% para 81,0%. Percebe-se que o crescimento tem sido mais acelerado nas áreas rurais, reduzindo a diferença em relação à área urbana.

De acordo com o Relatório Global de Estatísticas Digitais, publicado em parceria entre a *We Are Social* e a *Meltwater*, em outubro de 2024, de um total de 8,18 bilhões de humanos vivendo na Terra na atualidade, 5,52 bilhões de pessoas usam internet, o que equivale a 67,5% de penetração global da internet. Os usuários da rede mundial de computadores aumentaram em 151 milhões nos últimos 12 meses, ainda que um total de 2,66 bilhões de pessoas permaneçam off-line. O estudo revela que o usuário típico da internet passa 6 horas e 36 minutos por dia on-line. Esse período inclui uma variedade de atividades, como, por exemplo, assistir Netflix e ouvir Spotify até compras on-line e atividades relacionadas ao trabalho. De acordo com a pesquisa mais recente do YouGov, a maioria das pessoas dorme entre 7 e 8 horas por dia, de modo que o estudo sugere que as pessoas passam cerca de 40% de suas vidas acordadas on-line.

A atividade diária de mídia social do usuário típico da internet caiu 8,6% nos últimos dois anos, depois de uma alta de 2 horas e 31 minutos no terceiro trimestre de 2022 para 2 horas e 19 minutos na atual pesquisa do segundo trimestre de 2024. Contudo, agora há 5,22 bilhões de identidades de usuários ativos de mídia social no mundo, com esse número aumentando em mais de 250 milhões no ano passado.

O estudo aponta para as principais razões de uso da internet: 1º) Procurar informações; 2º) Manter contato com amigos e família; 3º) Manter-se atualizado sobre notícias e eventos e 4º) Assistir vídeos, programas de TV e filmes. Daí, frisa-se que as mídias digitais são o melhor lugar para o desenvolvimento deste trabalho.

Destaca-se ainda que o Instagram é o quarto site mais visitado no mundo, ficando atrás do Google (1º), do YouTube (2º) e do Facebook (3º). Além disso, o Instagram agora tem cerca de 2 bilhões de usuários ativos mensais no mundo todo.

No Brasil, cerca de 99 milhões de pessoas usam o Instagram todos os dias.

Para além desses dados que sustentam a escolha do ambiente digital para o desenvolvimento do trabalho, a plataforma foi escolhida devido à força de sua marca e por ser uma plataforma que agrega redes sociais de compartilhamento de fotos e vídeos entre os usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de mídias sociais.

De propriedade da Meta Platforms, também dona do Facebook, o Instagram possui, dentre suas características principais, o *Reels*, que suporta o uso de vídeos de até 90 segundos, com possibilidades de edição e remix; o *Stories*, que são histórias rápidas compartilhadas e que expiram em 24 horas; as postagens no *feed* que ficam fixas nas páginas dos usuários; a *direct message* que estabelece interação entre os usuários de modo privado; o sistema de compras, que dá acesso a anúncios e compras, e o sistema de busca e exploração.

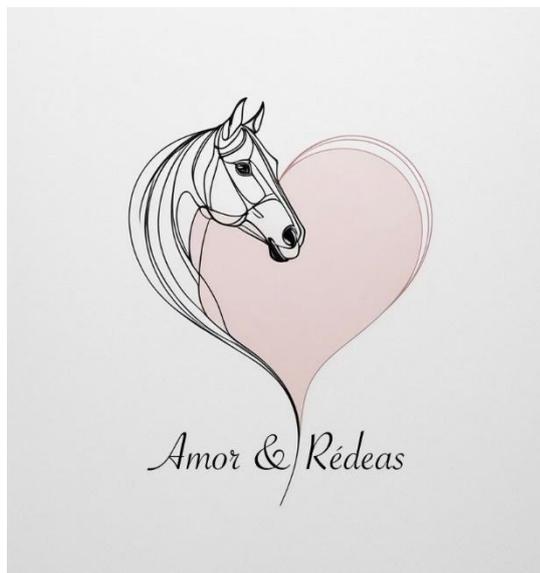
No Instagram, o marketing de influência ganhou força e continua com muito fôlego, permitindo que os seguidores se aproximem e interajam diretamente com os influenciadores. Neste trabalho não houve experimentação da interação com o público, ainda que aja a potencialidade na plataforma.

### 3.1 A MARCA

A marca da página Amor e Rédeas foi elaborada, no aplicativo Canva, por meio de inteligência artificial, com interferências da autora na finalização. A autora fez a seleção das configurações, de acordo com os interesses do trabalho. As cores escolhidas foram o Rosa, o Branco e o Preto.

De acordo com Eva Heler (2022), seguindo a perspectiva da Psicologia das Cores, o rosa deriva do vermelho, com um tom fraco. Sendo assim, a autora destaca que o rosa é a cor do charme e da gentileza, do sentimentalismo e dos milagres. Na marca, o rosa destaca a delicadeza. A autora elucida que o branco é a cor mais importante para os pintores, destaca o bem e a inocência. Ambas as cores enfatizam na marca do Amor e Rédeas características do cavalo domesticado, um animal dócil, gentil e tranquilo. Já o preto fica por conta de dar elegância e o destaque à imagem da cabeça de um cavalo, reforçando contraste para o contorno da imagem e a escrita do nome da página. (2022, p.9).

**Figura 5 – Marca da Página Amor e Rédeas**



Fonte: Da autora

### 3.2 PÁGINA NO INSTAGRAM

A página do Amor e Rédeas segue o modelo padrão, com links para postagens no *feed*, no *stories*, no *Reels* e para publicações que marcam a página. Com a intenção de criar uma identidade visual, vários aspectos foram pensados.

As artes desenvolvidas com fotos dos equídeos, quando publicadas em formato carrossel, possuem filtro *Fade Warm*, um filtro disponível pelo Instagram, escolhido por ser quente e combinar com fotos no campo. A fonte do texto é a *ITC Benguiat*. Para casar com o filtro, todas as artes possuem cores em tons amarelo mostarda. De acordo com Heller (2022), o amarelo significa otimismo, recreação, iluminação e inteligência.

Para os vídeos, foi pensada uma vinheta de abertura que tem uma música de fundo intitulada "Cerrado", uma versão instrumental de Antônio Carreira, juntamente com o som de cavalos correndo. As retrancas inseridas são palavras-chave sobre o assunto do conteúdo. Já a fonte de texto é a *Montserrat*.

**Figura 6 - Perfil da página Amor & Rédeas no Instagram**



*Figura 1 Instagram*

### 3.3 CONTEÚDO

O mais desafiador da produção jornalística versa sobre o planejamento das pautas aliado às possibilidades encontradas em relação à produção e ao acesso às fontes. Inicialmente, a intenção era realizar um processo de amadurecimento para a elaboração de modelos para conteúdos escritos e imagéticos. Ainda que não tenha sido possível uma conclusão, houve bastante experimentação. E uma pauta gerou mais de uma postagem nas mídias.

Todas as publicações possuem conteúdos escritos na legenda e ao menos três hastags - #amorereideas e outras sobre o assunto da publicação - para auxiliar nos processos de busca na plataforma.

Nas publicações com fotografia, temos: a) Fotos (editadas) com textos abaixo; b) Fotos em carrossel: editadas com texto na imagem. As imagens foram buscadas por meio do Google para conteúdos gratuitos e disponíveis para uso de terceiros. Na tabela de publicações, estarão identificadas as fontes.

Nas publicações com vídeos, foram exploradas as imagens dos locais, como a cavalaria, os haras, as clínicas e as entrevistas com as fontes, especialistas e populares. Todo o conteúdo é autoral. Para a elaboração dos textos das legendas foi feita pesquisa em artigos científicos e sites especializados, já que têm teor fortemente científicos.

Segue abaixo tabela, elaborada pela autora, com os conteúdos publicados na página Amor e Rédeas, localizada no Instagram, com seguintes especificações: endereço do post, texto, link da postagem e link da fonte.

Para a produção jornalística, a primeira etapa foi verificar os principais conteúdos publicados nos portais Horse Channel, The Horse, Cabalus e Blog do Cavalo. Na sequência, definimos os seguintes principais critérios de noticiabilidade para a página; são eles: Atualidade, proximidade geográfica, relevância social. Entretanto, outros podem ser determinantes há qualquer tempo e necessidade.

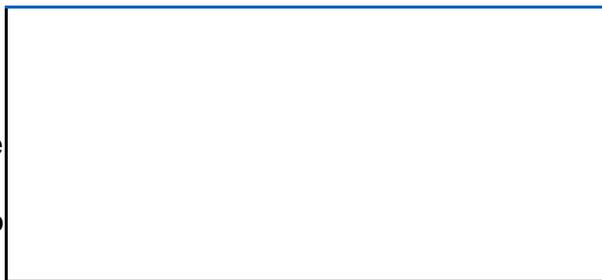
A terceira etapa foi planejar pautas. Algumas foram realizadas e outras não, em razão da indisponibilidade das fontes. A quarta etapa foi o contato com as fontes e marcação das entrevistas e gravações. A quinta etapa foi a elaboração de roteiros resumidos para *offs*. Finalmente, na sexta etapa, chegamos ao processo da edição de vídeos e fotos e textos das legendas. Por último, fizemos as publicações.

Endereço do post	Texto	Link da Fonte documental para o texto	Link da Fonte da imagem
<a href="https://www.instagram.com/p/DB900P2u80t/?igsh=YjJIZzRudWJ3d3p6">https://www.instagram.com/p/DB900P2u80t/?igsh=YjJIZzRudWJ3d3p6</a>	<p>Olá, pessoal. Eu sou a May, estudante do 8º período de jornalismo da PUC Goiás. Esta página é dedicada ao meu Trabalho de Conclusão de Curso, orientado pela Prof. Me. Carolina Zafino. O objetivo é desenvolver nesse ambiente digital um veículo jornalístico sobre o universo dos cavalos. Este produto é direcionado aos amantes destes animais e produtores rurais. Minha história com os cavalos começa bem cedo, aos 6 meses de idade, quando montei a primeira vez, acompanhada do meu</p>	<p>Da autora</p>	<p>Arquivos pessoais</p>

avô, Osmar Araujo. Dei meus primeiros passinhos com 1 aninho de idade, isso significa que andei a cavalo antes mesmo de aprender andar. De lá pra cá, nunca deixei de montar. Aos seis anos, já montava sozinha. Os cavalos sempre estiveram no meu coração. Tive a sorte de ter como orientadora, a Carol, que ama tanto cavalos quanto eu.

<a href="https://www.instagram.com">https://www.instagram.com</a>	As raças de cavalo	<a href="https://cavalus.co">https://cavalus.co</a>	
<a href="https://www.instagram.com/p/DB92fvduBj/?igsh=MWU2czU5MHRoOXN2cw==">.com/p/DB92fvduBj/?igsh=MWU2czU5MHRoOXN2cw==</a>	genuinamente brasileiras são:	<a href="https://cavalus.com.br/geral/principais-racas-equinas">m.br/geral/principais-racas-</a>	
	Brasileiro de Hipismo:	<a href="https://cavalus.com.br/geral/principais-racas-equinas-brasileiras/">equinas</a>	
	Com altura média entre 1,60 e 1,75 metros, esta raça tem	<a href="https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ%20DE%20CASTRO%20NETO%20ok.pdf">https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ%20DE%20CASTRO%20NETO%20ok.pdf</a>	
	temperamento equilibrado, colaborativo e corajoso. É procurada para		

modalidades  
olímpicas,  
principalmen  
te salto e  
adestrament  
o, em razão  
de



	<p>sua força e agilidade para competições de alta performance.</p> <p>Campeiro: Com altura média entre 1,40 e 1,50 metros, é um cavalo de trabalho, robusto e resistente, ideal para a lida com o gado e cavalgadas longas, especialmente em terrenos montanhosos e acidentados. A raça é originária de Santa Catarina, e foi desenvolvida com base nos cavalos trazidos pelos colonizadores ibéricos para o trabalho em fazendas no sul do Brasil.</p> <p>Campolina: Este cavalo possui altura média entre 1,55 e 1,75 metros e é conhecido pela natureza amigável e calma. Desenvolvida em Minas Gerais, a raça é conhecida pelo porte imponente, elegância e marcha confortável, que pode ser trotada ou batida.</p> <p>Crioulo: É um cavalo compacto, com altura média entre 1,38 e 1,48 metros, conhecido por ser calmo, disposto a aprender e cooperativo. Ele é conhecido pela resistência física, inteligência, versatilidade e é excelente para atividades de lida no campo e longas cavalgadas. A Raça é bem adaptada às condições do sul do Brasil e da região da Patagônia, na América do Sul.</p> <p>Lavradeiro: É uma raça originária da região norte, especificamente do estado de Roraima. Com altura</p>		
--	---	--	--

	<p>média entre 1,40 e 1,50 metros, o Lavradeiro é um cavalo tranquilo, colaborativo e de fácil manejo para o trabalho rural. Rústico e resistente, ele é adaptado às condições ambientais da Amazônia, como altas temperaturas, umidade e terrenos variados. É ideal para o transporte de cargas, deslocamento em terrenos de difícil acesso e atividades de campo em áreas isoladas.</p>	
<p><a href="https://www.instagram.com/p/DB92sp2uUcj/?igsh=cmVjOGNxd2w1dnV1">https://www.instagram.com/p/DB92sp2uUcj/?igsh=cmVjOGNxd2w1dnV1</a></p>	<p>Parte 2 - Continuação das raças brasileiras:  Manga-larga: Originada em São Paulo, a raça foi desenvolvida na Fazenda Manga-larga, com influência de cavalos de origem ibérica e posterior cruzamento com o Puro  <a href="https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ%20DE%20CASTRO%20NETO%20ok.pdf">https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ DE CASTRO NETO ok.pdf</a> Sangue Inglês e o Anglo  <a href="https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ DE CASTRO NETO ok.pdf">https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ DE CASTRO NETO ok.pdf</a> Normando. É dinâmico, com ênfase no trote, ideal para cavalgadas longas. Possui altura média entre 1,50 e 1,60 metros. Manga-larga Marchador: É uma das raças de cavalo mais populares do Brasil, conhecida por sua marcha confortável e versatilidade.</p>	<p><a href="https://cavalus.com.br/geral/principais-racas-equinas-brasileiras/">https://cavalus.com.br/geral/principais-racas-equinas-brasileiras/</a></p> <p><a href="https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ%20DE%20CASTRO%20NETO%20ok.pdf">https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ%20DE%20CASTRO%20NETO%20ok.pdf</a></p>

<p>Originado em Minas Gerais, foi desenvolvido para atender às necessidades de trabalho e lazer dos fazendeiros da região. Com altura média entre 1,45 e 1,60 metros, este cavalo é conhecido por ser colaborativo e de fácil manejo. O manga-larga marchador tem uma marcha picada, batida ou de centro.</p>	
---	--

	<p>Marajoara: Conhecido como Cavalo do Marajó, é uma raça originária da Ilha de Marajó, no Pará, valorizada pela resistência e adaptabilidade. É um cavalo rústico, adaptado ao clima úmido e às áreas alagadas e pantanosas. Utilizado para o trabalho com gado, transporte e cavalgadas em terrenos alagadiços, este cavalo é conhecido por ser tranquilo, cooperativo e fácil de lidar, o que facilita o trabalho rural.</p> <p>Nordestino: Raça rústica, resistente, amigável e habilidosa para o trabalho em terrenos difíceis.</p> <p>Conhecido como Cavalo Pé-Duro, este equino possui altura média entre 1,40 e 1,50 metros. É usado no manejo de gado, transporte de cargas leves e transporte em áreas de difícil acesso. É um dos cavalos mais resistentes entre os cavalos brasileiros, capaz de suportar condições de calor extremo, solos duros e alimentação limitada.</p> <p>Pampa: Não é exatamente uma raça, mas sim uma variedade de pelagem que pode estar presente em diversas raças. O que diferencia o Cavalo Pampa é a sua pelagem de manchas brancas e coloridas - preta, castanha, baia, alazã ou tordilha. É um cavalo valorizado por aptidões versáteis e temperamento amigável, utilizado em competições de marcha, cavalgadas,</p>		
--	--	--	--

	<p>desfiles e atividades de lazer, como o hipismo rural. O porte varia de acordo com a raça que possui a pelagem pampa. Pode ter um porte médio entre 1,45 e 1,60 metros, com uma estrutura proporcional e musculatura bem desenvolvida.</p>	
<p><a href="https://www.instagram.com/p/DB9209oOGrG/?igsh=enp0eW9icGg0enNx">https://www.instagram.com/p/DB9209oOGrG/?igsh=enp0eW9icGg0enNx</a></p>	<p>Parte 3 - Continuação das raças brasileiras: Pantaneiro: É uma raça adaptada às condições extremas do Pantanal brasileiro. Este cavalo tem altura entre 1,40 e 1,50 metros, e é conhecido pela resistência e</p>	<p><a href="https://cavalus.com.br/geral/principais-racas-ais-racas-equinas">https://cavalus.com.br/geral/principais-racas-ais-racas-equinas</a>  <a href="https://cavalus.com.br/geral/principais-racas-equinas-brasileiras/">https://cavalus.com.br/geral/principais-racas-equinas-brasileiras/</a>  <a href="https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ%20DE%20CASTRO%20NETO%20ok.pdf">https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/13510/1/LUIZ%20DE%20CASTRO%20NETO%20ok.pdf</a></p>

capacidade de adaptação ao ambiente alagado e de vegetação densa.

Piquira: Esta raça originária do Brasil, especialmente do estado de Minas Gerais, é valorizada pela resistência, rusticidade e habilidade para o trabalho em regiões de clima variado. O pônei Piquira tem altura entre 1 metro e 1,30 metros. Tem estrutura robusta, tronco forte, pernas proporcionadas e cascos duros e resistentes, o que facilita a movimentação em terrenos irregulares.

Pônei Brasileiro: É uma raça popular no Brasil, reconhecida por características versáteis e adaptabilidade ao clima e ao manejo. O pônei brasileiro mede entre 85 e 110 cm de altura na

	<p>cernelha, mas alguns podem chegar até 120 cm. Tem estrutura robusta, compacta e proporcional, com pernas fortes.</p>	
--	---	--

	<p>São conhecidos por serem dóceis, gentis e fáceis de lidar, sendo ideais para interação com crianças e atividades de lazer, como cavalgadas e passeios.</p> <p>Puruca: É uma raça brasileira conhecida pela rusticidade, tamanho compacto e temperamento amigável, sendo uma ótima escolha para atividades recreativas e de trabalho leve. O Puruca possui altura variando entre 80 e 110 cm. Tem um corpo musculoso, pernas fortes e cascos resistentes, o que lhe dá uma estrutura robusta para o tamanho.</p>		
<a href="https://www.instagram">https://www.instagram</a>			

<a href="#">.com/reel/DC9fyYqOi</a>	Historicamente, os cavalos foram usados em exércitos	<a href="https://bdex.eb.mi.br/jspui/bitstream">https://bdex.eb.mi.br/jspui/bitstream</a>
<a href="#">NF/?igsh=OGlnaWtidmZkYnlw</a>	como arma de combate, em ações de choque ou de reconhecimento, sendo a cavalaria a segunda arma mais antiga dos exércitos, depois da infantaria. A Cavalaria Militar de Goiás é uma força policial tradicional, com um papel importante na segurança pública do estado, especialmente em áreas rurais e em situações de controle de grandes multidões.	<a href="#">/123456789/12169/1/Artigo%20Opini%C3%A3o%20-%20AI%20Pra%C3%A7a%20EsEqEx%20-%20Sgt%20Galv%C3%A3o.pdf</a>
	O médico veterinário Sérgio Gonçalves, que atua na Cavalaria da Polícia Militar de Goiás desde 1981, aponta as vantagens do uso do cavalo nas ações de segurança - campo de visão ampliado, mobilidade em locais onde o policiamento com viaturas é difícil ou inacessível; impacto visual, velocidade boa para patrulhamento - e	<a href="https://revista.ibsp.org.br/index.php/RIBSP/article/view/78">https://revista.ibsp.org.br/index.php/RIBSP/article/view/78</a>

	nos tratamentos do Centro Estadual de Reabilitação e Readaptação (CRER), localizado ao lado da Cavalaria.		
<a href="https://www.instagram.com/reel/DC9hNTku9gg/?igsh=MTB4M3k0dHYwc2VzYw==">https://www.instagram.com/reel/DC9hNTku9gg/?igsh=MTB4M3k0dHYwc2VzYw==</a>	O sargento e médico veterinário Thiago Bergamin, da Cavalaria da Polícia Militar de Goiás, aponta os cuidados diários que esses animais recebem.		

<a href="https://www.instagram.com/reel/DC9h8bTO4WQ/?igsh=N2IveTltZWdqZ2Nt">https://www.instagram.com/reel/DC9h8bTO4WQ/?igsh=N2IveTltZWdqZ2Nt</a>	<p>A orquiectomia, ou popularmente conhecida como castração, é um procedimento cirúrgico realizado com frequência em equinos machos. O procedimento é a remoção cirúrgica dos testículos e sua indicação ocorre para o controle de natalidade, a diminuição da agressividade do animal, a facilidade no manejo e também para o tratamento de patologias do sistema reprodutor. A cirurgia é feita entre um e dois anos de vida, período no qual a descida dos testículos já deve estar completa, sendo necessária a avaliação da presença de ambos na bolsa escrotal para escolha da técnica cirúrgica adequada. O sargento e médico veterinário Jônatas Diego nos conta mais sobre esse procedimento na cavalaria militar de Goiás.</p>	<a href="https://www.cabidigitallibrary.org/doi/pdf/10.5555/20230311789">https://www.cabidigitallibrary.org/doi/pdf/10.5555/20230311789</a>	
<a href="https://www.instagram.com/reel/DC9jKPGuUhr/?igsh=Y3BkMTB0ZTQzaGtu">https://www.instagram.com/reel/DC9jKPGuUhr/?igsh=Y3BkMTB0ZTQzaGtu</a>	<p>Você sabe quanto tempo dura a gestação de uma égua? A média é de 11 meses, ou seja, cerca de 340 dias. No entanto, a data do parto pode variar entre 315 e 400</p>	<a href="https://cti.ufpel.edu.br/siepe/arquivos/2015/CA_03315.pdf">https://cti.ufpel.edu.br/siepe/arquivos/2015/CA_03315.pdf</a>  <a href="https://uceff.edu.br/anais/index.php/veterinaria/article/download/454/458">https://uceff.edu.br/anais/index.php/veterinaria/article/download/454/458</a>	
	<p>dias, dependendo de vários fatores, como raça, idade,</p>	<a href="https://uceff.edu.br/anais/index.php/veterinaria/article/download/454/458">veterinaria/article/download/454/458</a>	

	<p>manejo, perturbação, horário.</p> <p>Os principais sinais que indicam que a égua está prestes a parir são: o aparecimento de edema (inchaço) na parte inferior do abdômen, o aumento do tamanho do ubere (mama) e o relaxamento dos ligamentos pélvicos.</p> <p>O sargento e médico veterinário Jônatas Diego explica sobre a reprodução dos cavalos da cavalaria militar de Goiás.</p>		
<p><a href="https://www.instagram.com/reel/DC9rUt9v4CM/?igsh=bzF3bml2YmpmODE4">https://www.instagram.com/reel/DC9rUt9v4CM/?igsh=bzF3bml2YmpmODE4</a></p>	<p>Os sargentos e médicos veterinários Jônatas Diego e Thiago Bergamin, da Cavalaria Militar de Goiás, explicam sobre as características e temperamentos desejáveis para os equídeos que atuam no serviço militar. Além disso, as principais raças de cavalos utilizadas na PM são: Brasileiro de Hipismo (BH), Manga-Larga Paulista, Quarto de Milha, dentre outras.</p>		
<p><a href="https://www.instagram.com/p/DC-JAsivJgd/?igsh=MWdvZmF0bHp6NjhzNA=">https://www.instagram.com/p/DC-JAsivJgd/?igsh=MWdvZmF0bHp6NjhzNA=</a></p>	<p>Curiosidade: os cavalos da cavalaria militar de Goiás têm nomes que homenageiam as cidades do estado de Goiás. Atualmente a cavalaria conta com mais de 140 cavalos e o estado de Goiás tem 246 municípios.</p>		
<p><a href="https://www.instagram.com/reel/DDA5xq_sLWh/?igsh=djdtb3VxNTZ6emJn">https://www.instagram.com/reel/DDA5xq_sLWh/?igsh=djdtb3VxNTZ6emJn</a></p>	<p>Cavalos podem desenvolver alergias, principalmente a poeira e fungos, o que pode causar</p>	<p><a href="https://www.bibliotecaagptea.org.br/zootecnia/equinocultura/livros/MAN">https://www.bibliotecaagptea.org.br/zootecnia/equinocultura/livros/MAN</a></p>	

doenças respiratórias, como a pulmoeira, segundo [UAL%20DE%20BOAS%20PRATIC](#)

	os veterinários da Polícia Militar. Para controlar a alergia, é importante zelar das baias e estábulos, mantendo-os limpos e arejados. Ainda ajuda deixar o cavalo por mais tempo ao ar livre.	<a href="#">AS%20DE%20MANEJO%20EM%20EQUIDOCULTURA.pdf</a>
<a href="https://www.instagram.com/reel/DDA6L6vsAKw/?igsh=ajhtNXdqOHZqOGNv">https://www.instagram.com/reel/DDA6L6vsAKw/?igsh=ajhtNXdqOHZqOGNv</a>	O melhoramento genético animal é um conjunto de processos seletivos que buscam aumentar a frequência dos genes desejáveis na população da raça, consequentemente diminuindo a frequência dos genes indesejáveis. O domador Lindomar Gomes, do Haras Cálamo, explica como funciona o melhoramento genético do manga-larga marchador.	<a href="https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/39568/1/Ra%C3%A7aMangalargaMarchador.pdf">https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/39568/1/Ra%C3%A7aMangalargaMarchador.pdf</a> <a href="https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/31898/1/TESE_SUZANA_MARUCH.pdf">https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/31898/1/TESE_SUZANA_MARUCH.pdf</a>
<a href="https://www.instagram.com/reel/DDA7VLxs6Sz/?igsh=MTI5d3Q4NDZ6Ym5zZW==">https://www.instagram.com/reel/DDA7VLxs6Sz/?igsh=MTI5d3Q4NDZ6Ym5zZW==</a>	O cavalo que participa de competições precisa ter uma nutrição balanceada e um treinamento de qualidade. Segundo o domador Lindomar Gomes, do Haras Calamo, esse animal treina como um atleta de alto rendimento, por isso	<a href="https://repositorio.ifgoiano.edu.br/bitstream/prefix/5313/Nutri%C3%A7%C3%A3o%20do%20cavalo%20atleta%20final%20ANA%20Vs3.pdf">https://repositorio.ifgoiano.edu.br/bitstream/prefix/5313/Nutri%C3%A7%C3%A3o%20do%20cavalo%20atleta%20final%20ANA%20Vs3.pdf</a>

	<p>precisa também de um treinador qualificado. O profissional frisa que o cavalo precisa de uma dieta que seja metade capim (volumoso) e metade ração (concentrado), além de suplementação mineral, e uma boa hidratação, tanto durante os treinamentos como no dia da competição.</p>	
<p><a href="https://www.instagram.com/reel/DDA9DfzsYNq/?igsh=MTRiYmtybm01ZHJlaw==">https://www.instagram.com/reel/DDA9DfzsYNq/?igsh=MTRiYmtybm01ZHJlaw==</a></p>	<p>A alimentação adequada de cavalos é essencial para a saúde e o bem-estar do animal. Deve ser feita com volumosos, concentrados proteicos, alimentos</p>	<p><a href="https://repositorio.ufgoiano.edu.br/bitstream/prefix/531/3/Nutri%C3%A7%C3%A3o%20do%20cavalo%20atlet">https://repositorio.ufgoiano.edu.br/bitstream/prefix/531/3/Nutri%C3%A7%C3%A3o%20do%20cavalo%20atlet</a></p>
	<p>energéticos, vitaminas, mineirais e água. Uma dieta ideal é composta de feno ou pasto, alimentos concentrados (grãos, como milho ou mifeito, ou silagem), sal mineral (sódio e/ou cloreto de sal de cozinha), e água fresca. O cuidado com a alimentação, além de prevenir doenças digestivas e metabólicas, melhora o desempenho físico e a qualidade de vida dos cavalos.</p>	<p><a href="#">a%20final%20ANA%20Vs3.pdf</a></p>
<p><a href="https://www.instagram.com/p/DDBHVussAg/s/?igsh=MWhbjNpZWZjN216Yg==">https://www.instagram.com/p/DDBHVussAg/s/?igsh=MWhbjNpZWZjN216Yg==</a></p>	<p>Fotos do Haras Cálamo e as premiações conquistadas pelo tratador e domador de cavalos Lindomar Gomes.</p>	
<p><a href="https://www.instagram.com/reel/DDBHe2usyWU/?igsh=MXdlYXZI">https://www.instagram.com/reel/DDBHe2usyWU/?igsh=MXdlYXZI</a></p>	<p>O tratador e domador Lindomar Gomes, do Haras Calamo, apresenta seu</p>	

<a href="#">Mm55czJhZw==</a>	<p>companheiro de competições e exposições, o cavalo Emblema da Gracinha.</p> <p>Ele é um cavalo MangaLarga de 5 anos, com pelagem castanha, filho do Zeus da Marcha e da Fada da ESM.</p>		
<a href="https://www.instagram.com/reel/DDBIXiEMnlB/?igsh=MWx4ZG1ydG03bDZ0ZQ==">https://www.instagram.com/reel/DDBIXiEMnlB/?igsh=MWx4ZG1ydG03bDZ0ZQ==</a>	<p>O tratador e domador Lindomar Gomes, do Haras Calamo, apresenta a potra manga-larga Vitória King of Kings, de 4 anos, com pelagem rosilha pampa. Ela é neta do manga-larga Elfo do Porto Azul, que revolucionou a marcha picada e filha do cavalo Justiceiro do Haras Cascatinha e da égua Kibeleza Alto da Serra.</p>		
<a href="https://www.instagram.com/reel/DDBJjWkMykf/?igsh=MXVyajljMzhiaDVhdg==">https://www.instagram.com/reel/DDBJjWkMykf/?igsh=MXVyajljMzhiaDVhdg==</a>	<p>O Ranch Sorting é uma modalidade empolgante e desafiadora que exige habilidades de equitação e</p>	<p><a href="https://redeglobo.globo.com/rj/tvriosul/programao-de-sabado/noticia/co">https://redeglobo.globo.com/rj/tvriosul/programao-de-sabado/noticia/co</a></p>	
	<p>manejo de gado, além de estreita cooperação entre o cavaleiro e o cavalo. Embora tenha raízes nas atividades de manejo rural, hoje é praticada de forma competitiva, sendo uma excelente forma de aprimorar as técnicas de manejo de gado, aumentar a confiança entre cavaleiro e cavalo, e promover a agilidade e precisão nas tarefas cotidianas de um rancho.</p> <p>O dono do Haras Agaj, Armindo Melo, apresenta o rancho, que é promove o ranch sorting e também oferece estabulagem para interessados.</p>	<p><a href="#">nheca-o-ranch-sorting-esporte-equestre-que-vem-crescendo-na-regiao.ghtm</a></p>	
<a href="https://www.instagram">https://www.instagram</a>			

<a href="https://www.instagram.com/reel/DDBKE7Zsywg/?igsh=M2FqNjhpe m41aDZ4">.com/reel/DDBKE7Zsywg/?igsh=M2FqNjhpe m41aDZ4</a>	<p>Quer ter um cavalo, mas mora em apartamento? A solução desse problema chama estabulagem. Muitos haras e até mesmo o Jóquei Clube de Goiás oferece o serviço, que é possibilitar uma estrutura coberta para abrigar os animais.</p> <p>Para garantir conforto e segurança, a estabulagem deve ter baias de alvenaria com ventilação e tamanho adequados. Quem explica melhor sobre esse serviço é o proprietário do Haras Agaj, Armindo Melo.</p>		
<a href="https://www.instagram.com/reel/DDBKUedsrG8/?igsh=MnRqcmTjNGxIN3Bm">https://www.instagram.com/reel/DDBKUedsrG8/?igsh=MnRqcmTjNGxIN3Bm</a>	<p>Você já participou de uma cavalgada?</p> <p>Segundo Armindo Melo, dono do Haras Agaj, essa é uma das experiências que toda pessoa deveria vivenciar ao menos uma vez na vida.</p> <p>A cavalgada é uma manifestação cultural em forma de passeio, realizada</p>		
	<p>por grupos de amazonas e cavaleiros de todas as idades.</p> <p>Essa atividade pode ser realizadas por diversos motivos: religiosos, diversão, turismo, esporte ou associação de duas ou mais possibilidades.</p>		
<a href="https://www.instagram.com/reel/DDBKuWwMnKH/?igsh=aXVIb2ZIdGVIQRq">https://www.instagram.com/reel/DDBKuWwMnKH/?igsh=aXVIb2ZIdGVIQRq</a>	<p>Os cavalos da raça Mangalarga Marchador podem apresentar dois tipos de marcha, a picada e a batida:</p> <p>Marcha picada: O cavalo se desloca alternando entre apoios bipedais (laterais e diagonais) e tripedais.</p>	<p><a href="https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/57206#:~:text=A%20ra%C3%A7a%20Mangalarga%20Marchador%20%C3%A9,de%20ntro%20de%20u">https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/57206#:~:text=A%20ra%C3%A7a%20Mangalarga%20Marchador%20%C3%A9,de%20ntro%20de%20u</a></p>	

Ou seja, é um andamento artificial de média velocidade, em que o cavalo realiza quatro batidas do casco por ciclo. <https://www.criacabodecavalos.com.br/tipos-de-marchas-de-cavalos>

Marcha batida: O cavalo se apoia diagonalmente e triplamente, em frações de segundos. Ou seja, é um andamento artificial de média velocidade, em que o cavalo mantém contato com o solo em todas as batidas do casco.

› Marcha trotada: Andamento artificial de média velocidade, com mecanismo semelhante ao do trote, mas com suspensão reduzida. A marcha trotada é a marca registrada do Mangalarga Paulista, sendo um andamento diagonal e bipedal de dois tempos. Os cavalos, independente da raça, possuem ainda outros tipos de marcha, classificadas de acordo com a velocidade, o modo de troca de apoio dos

	<p>membros e o número de sons em cada ciclo de deslocamento. São elas:</p> <p>Passo: Andamento natural de baixa velocidade, no qual o cavalo mantém contato com o solo em todas as batidas do casco.</p> <p>Trote: Andamento natural de média velocidade, no qual o cavalo perde contato com o solo entre cada batida do casco.</p> <p>Andadura: Andamento artificial de média velocidade, caracterizado pela lateralização dos movimentos.</p>		
<a href="https://www.instagram.com/p/DDBP3hxMq3K/?igsh=MXAycnBraHR0dWJvNQ==">https://www.instagram.com/p/DDBP3hxMq3K/?igsh=MXAycnBraHR0dWJvNQ==</a>	<p>Você já conhece o rancho AGAJ?</p> <p>É um rancho que fica localizado em Itaberaí (GO), ao lado da AABB. É um rancho que oferece serviços de estabulagem e também prática ranch sorting. A administração local ainda organiza provas e eventos na área equestre.</p>		
<a href="https://www.instagram.com/reel/DDDiUyDsK_5/?igsh=MWcxa20zYmtyb3I3dQ==">https://www.instagram.com/reel/DDDiUyDsK_5/?igsh=MWcxa20zYmtyb3I3dQ==</a>	<p>Vem comigo conhecer uma selaria?</p> <p>Na selaria são vendidos diversos equipamentos para o auxílio no manejo animal, tanto no pasto, quanto em cavalgadas e esportes.</p> <p>O Seu José, que trabalha com selas há 50 anos, nos conta mais sobre cada equipamento.</p>		
<a href="https://www.instagram.com/reel/DDD7Gm3MOR_/?igsh=emZvYW9uYnkweTc=">https://www.instagram.com/reel/DDD7Gm3MOR_/?igsh=emZvYW9uYnkweTc=</a>	<p>A equoterapia é um método terapêutico e educacional que utiliza o cavalo em uma abordagem interdisciplinar com o objetivo de estimular o desenvolvimento</p>	<a href="https://portal.mchsuldeminas.edu.br/images/imagens_noticias/2019/juho/Centro_de_E">https://portal.mchsuldeminas.edu.br/images/imagens_noticias/2019/juho/Centro_de_E</a>	

biopsicossocial de pessoas com deficiência.

quoterapia/PROJ
ETO_EQUOTER
APIA_1.pdf

	Para desenvolver essa reportagem, visitamos a Fisiorios, em Goiânia, e o Centro de Equoterapia Um Salto para a Liberdade, em Itapuranga. E ainda ouvimos sete fontes entre especialistas e populares.	
<a href="https://www.instagram.com/reel/DDD7wfMsD06/?igsh=d2NhYnRzYXRiNWl5">https://www.instagram.com/reel/DDD7wfMsD06/?igsh=d2NhYnRzYXRiNWl5</a>	Casquear é o mesmo que aparar os cascos de um cavalo, mas essa aparação é baseada em parâmetros adequados e em técnicas corretas. Além do casqueamento regular, os proprietários de cavalos devem observar constantemente os cascos do animal, procurando sinais de problemas, como coxear, deformidades, rachaduras ou infecções. O domador Helliel Ronnay, da Fisiorios, mostrou como fazer o casqueamento corretamente.	<a href="https://www.cnabr.org.br/assets/arquivos/184-EQUIDEOS.pdf">https://www.cnabr.org.br/assets/arquivos/184-EQUIDEOS.pdf</a>
<a href="https://www.instagram.com/p/DDD9VeGsVvL/?igsh=MTh5N2o1eGM3YXlsMg==">https://www.instagram.com/p/DDD9VeGsVvL/?igsh=MTh5N2o1eGM3YXlsMg==</a>	Você já conhece a Fisiorios?	

	A Fisiorios fica em Goiânia (GO) e é um centro de equoterapia, equitação e hospedagem.	
<a href="https://www.instagram.com/p/DDJ_CAouSIG/?igsh=MTd3dDRiN2Y5NmJ4bA==">https://www.instagram.com/p/DDJ_CAouSIG/?igsh=MTd3dDRiN2Y5NmJ4bA==</a>	O jumento é um animal resistente, inteligente e dócil e desempenha papéis importantes na agricultura e no trabalho rural. As raças brasileiras do jumento são: *» Jumento Nacional: É uma das raças mais tradicionais de jumentos no Brasil. Possui porte médio a grande, com altura média entre 1,20m e 1,40m. É utilizado em trabalhos rurais. I Jumento Nordeste: Uma das raças mais adaptadas e comuns no Brasil,	<a href="https://www.gov.br/insa/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes-do-insa/sistemas-de-producao-animal/cavalos-e-jumentos-do-brasil-racas-e-ecotipos/view">https://www.gov.br/insa/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes-do-insa/sistemas-de-producao-animal/cavalos-e-jumentos-do-brasil-racas-e-ecotipos/view</a>

	<p>especialmente na região Nordeste. Valorizado por sua resistência, força e capacidade de adaptação às condições áridas e difíceis do semiárido nordestino, é uma raça adequada para tarefas pesadas do campo. Tem porte médio, com altura variando de 1,10m a 1,30m na cernelha (ponto mais alto do dorso).</p> <p>1% Jumento Pêga: Raça de jumento originária do Brasil, conhecida pela resistência, adaptabilidade e utilidade em diversas funções. De porte médio, com altura variando entre 1,20m e 1,35m na cernelha. Possui estrutura robusta, o que lhe confere resistência para atividades no campo. O jumento Pêga é usado para trabalho no campo, transporte de cargas, aragem de terras e para cruzamentos para produção de mulas.</p>		
<p><a href="https://www.instagram.com/p/DDKGm0XuVAW/?igsh=MWt5eXBxZm1ibHlqdA==">https://www.instagram.com/p/DDKGm0XuVAW/?igsh=MWt5eXBxZm1ibHlqdA==</a></p>	<p>Você sabe a diferença entre equinos, muares, asininos? Antes de explicar isso, é importante dizer que esses animais são equídeos, ou seja, pertencem ao gênero Equus. Eles são mamíferos ungulados (casco) da família Equidae.</p> <p>O grupo inclui animais importantes para o homem, como o cavalo, o pônei, o asno ou burro, e selvagens como as zebras.</p> <p>O cavalo e o jumento (macho ou fêmea) são animais de espécies diferentes e capazes de se reproduzir.</p>	<p><a href="https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1153978/equideos">https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1153978/equideos</a></p>	

	<p>Quando há o cruzamento entre essas duas espécies, nascem animais híbridos, ou seja, que não são capazes de procriar. Confira a diferença entre eles:</p> <p>Muare: São animais híbridos, resultantes do cruzamento entre um jumento e uma égua, ou de um cavalo com uma jumenta. São representados pelos burros (machos) e mulas (fêmeas). São estéreis e não se reproduzem, pois têm um número ímpar de cromossomos. Entre eles, temos o burro ou mula: cruzamento da égua com o jumento e bardoto: cruzamento do cavalo com a jumenta. Asininos: São representados pelos jumentos e jumentas. E podem reproduzir-se.</p> <p>Equinos: São representados pelos cavalos (machos) e éguas (fêmeas).</p>		
--	--	--	--

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho possui relevância ao escolher o jornalismo especializado na área rural e o marketing de influência, explorando as mídias sociais. Ainda que o ambiente digital esteja em amplo crescimento, o desafio em atuar com jornalismo na plataforma do Instagram, mais focada em entretenimento e marketing, foi interessante. A iniciativa aproximou a autora de áreas além da comunicação, como a veterinária, a zootecnia e demais áreas que estão em contato direto com os diversos setores que atuam com os equídeos. Isso foi um grande desafio e revela como o comunicador precisa estar em contínuo aprendizado e especialização.

O prazo reduzido para desenvolver o trabalho prejudicou várias etapas, como o planejamento de modelos mais eficazes e interessantes para que as pessoas queiram consumir jornalismo ao invés de entretenimento ou interação com seus pares. Afinal, o modelo de jornalismo tradicional, mesmo num processo de migração da escrita pra o ambiente digital, em formatos mais resumidos, nem sempre se enquadram para propostas como esta, que visam um aprofundamento maior do conteúdo em algumas iniciativas de pauta.

Outro ponto importante e desafiador foi não ter tido um amadurecimento maior no trabalho no que tange a união de identidades diferentes, a de jornalista e a de influenciadora. Este deve ser o próximo passo para que este trabalho amadureça o suficiente para se tornar um negócio. Saber explorar a união do conteúdo jornalístico com os conteúdos de marketing digital, sem misturá-los na mesma publicação, pode representar um boa oportunidade empresarial para a página Amor e Rédeas. Isso em razão da baixa exploração das temáticas de jornalismo e comunicação rural em Goiás. Vemos muitas iniciativas ligadas à cultura e entretenimento no ambiente digital, especialmente direcionado a Goiânia e região metropolitana, mas quase nada no setor rural. O que vemos são profissionais de veterinária, zootecnia, biologia tentando ocupar espaços de produção de conteúdo e marketing para suas atuações profissionais, mas nada ligado ao campo do jornalismo propriamente dito.

O trabalho ainda apresenta uma abertura pra que, futuramente, seja desenvolvida uma agência de comunicação especializada na área rural e seus diversos setores e serviços. Afinal, nos locais visitados para entrevistas, percebemos necessidades de apoio de profissionais de comunicação que atualmente haras, clínicas e lojas de produtos específicos para a agropecuária não possuem. E as fontes situadas no campo e na cidade gostam de dividir suas atuações com os equídeos e suas histórias.

A autora ainda percebe uma necessidade de especialização em jornalismo rural e marketing para o futuro da sua formação profissional.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**BORDENAVE, Juan Diaz e outros.** Comunicação e desenvolvimento rural. São Paulo, ECA/USP, 1972. (BORDENAVE, 1985, p.07).

**BUENO, Wilson da Costa.** Comunicação, jornalismo e meio Ambiente: teoria e pesquisa. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007.

**CARDOSO, Lisiane; PRADO, Mônica.** Canal Rural: O telejornal Rural Notícias como fonte de informação para o produtor do Distrito Federal. Brasília, Centro Universitário de Brasília, 2008. Disponível em: . Acesso em : 11 de setembro. 2024.

**CARVALHO, Geraldo Bueno.** Jornalismo rural na comunicação social do vale do Paraíba, estado de São Paulo. Dissertação (Mestrado em comunicação) – Programa de Pós-graduação em Extensão Rural. Universidade Federal de Viçosa. Viçosa, MG, 2001. Disponível em: . Acesso: 20 de setembro. 2024.

**ELLISON, N. B.; BOYD, D.** Sociality through Social Network Sites. In: DUTTON, W. H. (Org.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, 2013. p. 151-172.

**ESTUDO DO COMPLEXO DO AGRONEGÓCIO CAVALO.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/producao-agropecuaria/equinos/br>. Acesso em: 8 dez. 2024.

**REVISTA HORSE.** Rebanho equino cresce 19%, estima levantamento do IBGE. Disponível em: <https://revistahorse.com.br/coluna/rebanho-equino-cresce-19-estima><https://revistahorse.com.br/coluna/rebanho-equino-cresce-19-estima-levantamento-do-ibge/levantamento-do-ibge/>. Acesso em: 8 dez. 2024.

**JENKINS, H.** *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2009.

**JENKINS, H; FORD, S.; GREEN, J.** Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2015.

**João Carlos de Lima**, "O Jornalismo Rural e Suas Interfaces: A Difusão de Informações no Meio Rural", 2010.

**José Henrique M. de Lima**, "A Equinocultura no Brasil: Crescimento e Perspectivas no Século XXI", 2012.

**Lúcia Santaella**, "O Jornalismo Rural e a Economia: O Agronegócio em Goiás", 2015.

**MAIO, Ana Maria Dantas de**. Jornalismo Agropecuário: do êxodo da grande mídia à sobrevivência no jornal local sob o comando das assessorias. In: CRUZ, E. M.; LEAL, B. O. (Orgs.). *Jornalismo Especializado no Brasil: teoria, prática e ensino*. São Bernardo do Campo: UMESP, 2015. p. 09-29.

**MANUAL DE REDAÇÃO DA FOLHA DE S. PAULO**. 12. ed. São Paulo: Publifolha, 2008.

**Márcio Pimentel**, "Raças de Burros no Brasil: Características e Adaptação ao Meio Rural", 2016.

**Marcos Antônio de Souza**, "Os Equinos: Capacidades, Treinamento e Funções", 2015.

**Marcos Fava Neves**, "O Asinino Brasileiro: Características, Funções e Potencial no Meio Rural", 2010.

**PNAD CONTÍNUA: Dados estatísticos gerais**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE. Brasília, 2023.

**Revisão do Estudo do Complexo do Agronegócio do Cavalo**. Ministério de Agricultura e Pecuária, MAPA. Brasília, 2016.

RIBEIRO, Neila Lidiany Ribeiro et al. **Cavalos e Jumentos do Brasil: Raças e Ecótipos**. Instituto Nacional do Semiárido. Campina Grande, 2023.

**ZAGO, Gabriela da S**. Circulação e recirculação de narrativas do acontecimento no jornalismo em rede: a Copa do Mundo de 2014 no Twitter. 2014. 217 f. Tese

(Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

## **APÊNDICES**

## PAUTA 1

Repórter: Maylanne Araújo

Editor(a): Maylanne Araújo

Data: 01/11/2024

Retranca (editoria/assunto): A Cavalaria Militar do Estado de Goiás

Tema: Os cavalos da cavalaria militar

Motivos para a pauta: Conhecer mais sobre a cavalaria militar do estado de Goiás, saber sobre os cuidados e a rotina desses animais, que possuem tratamento e treinamento especializados, diferentes dos demais cavalos.

Enquadramento:

Os aspectos importantes são o treinamento e o trabalho realizados pela polícia militar por meio dos cavalos.

Fontes e Contatos:

Thiago Ferraz Bergamin

Sargento e médico veterinário

CPF: 512.094.462-00

Telefone: (62) 99930-4790

E-mail: [ferrazvet@gmail.com](mailto:ferrazvet@gmail.com)

Jônatas Diego Da Silva Pinho

Sargento e médico veterinário

CPF: 723.209.311-04

Telefone: (61) 99923-6303

E-mail: [jonatasdiego@hotmail.com](mailto:jonatasdiego@hotmail.com)

Sérgio Gonçalves De Oliveira

Médico veterinário

CPF: 095.865.041-15

Telefone: (62) 99971-7620

Sugestões de Perguntas:

Como é o tratamento que os cavalos recebem na polícia militar?

Os cavalos são assistidos desde pequenos?

Existe alguma raça específica para uso militar?

Como é realizada a reprodução desses animais?

Quais tipos de cirurgia são realizadas nos cavalos?

Observações Relevantes:

Os entrevistados foram escolhidos devido à ampla experiência e conhecimento sobre o assunto abordado.

PAUTA 2

Repórter: Maylanne Araújo

Editor(a): Maylanne Araújo

Data: 03/11/2024

Retranca (editoria/assunto): Doma realizada no Haras Cálamo

Tema:

Doma e apresentação dos cavalos

Motivos para a pauta:

Explorar o universo do esporte equestre, compreendendo o treinamento e as apresentações.

Enquadramento:

Os aspectos importantes são o treinamento e o desempenho dos cavalos nas apresentações.

Fontes e Contatos:

Lindomar Gomes Da Silva

Domador e montador

CPF: 007.075.941-38

Telefone: (62) 99233-9383

E-mail: [larissabattista120317@gmail.com](mailto:larissabattista120317@gmail.com)

Sugestões de Perguntas:

Como funciona a preparação do animal para competição?

Existe alguma raça apropriada para competições?

Quais são os cuidados diários com os cavalos?

Observações Relevantes:

O entrevistado foi escolhido devido à sua vasta experiência no assunto abordado.

PAUTA 3

Repórter: Maylanne Araújo

Editor(a): Maylanne Araújo

Data: 07/11/2024

Retranca (editoria/assunto): Doma de cavalos realizada pelo Rancho e Haras AGAJ

Tema:

Estabulagem e doma de cavalos

Motivos para a pauta:

Compreender mais sobre o universo equino, com foco na estabulagem e doma de cavalos.

Enquadramento:

Os aspectos importantes são a compra e venda de cavalos, os tipos de raça, de marcha, e o treinamento de cada cavalo.

Fontes e Contatos:

Armindo Neto Celestino De Melo

Gestor do haras

CPF: 392.078.031-00

Telefone: (62) 99982-5528

E-mail: [armindom@uol.com.br](mailto:armindom@uol.com.br)

Sugestões de Perguntas:

Como funciona o serviço de estabulagem?

Quais são os principais tipos de marcha?

A marcha é genética ou desenvolvida por meio de treinamento?

Qual é a diferença entre comprar um cavalo registrado e um sem registro?

Quais características da raça devemos observar ao adquirir um cavalo?

Observações Relevantes:

O entrevistado foi escolhido devido à sua ampla experiência no tema.

PAUTA 4

Repórter: Maylanne Araújo

Editor(a): Maylanne Araújo

Data: 14/11/2024

Retranca (editoria/assunto): Equoterapia: Um Salto para a Liberdade

Tema:

A importância da equoterapia

Motivos para a pauta:

Investigar como a equoterapia atua como tratamento equestre e seus impactos na vida das pessoas.

Enquadramento:

Os aspectos importantes são o treinamento e o desempenho dos cavalos na equoterapia.

Fontes e Contatos:

Vitória Cristina Couto Tavares

Equoterapeuta e pedagoga

CPF: 028.512.851-57

Telefone: (62) 98494-3971

E-mail: [vitoriacristinacoutotavares@gmail.com](mailto:vitoriacristinacoutotavares@gmail.com)

Mikaelle Andrade Gouveia

Equoterapeuta e fisioterapeuta

CPF: 065.311.631-43

Telefone: (62) 99927-9865

E-mail: [mikaelleandrade01@gmail.com](mailto:mikaelleandrade01@gmail.com)

Tatiane de Oliveira Batistela

Equoterapeuta e equitadora

CPF: 008.842.791-97

Telefone: (62) 99623-4058

E-mail: [tatyoliveirabatistela@gmail.com](mailto:tatyoliveirabatistela@gmail.com)

Kálito Israel Oliveira Espíndolo

Equoterapeuta e equitador

CPF: 031.767.401-31

Telefone: (62) 99954-0409

E-mail: [kalitool2012@hotmail.com](mailto:kalitool2012@hotmail.com)

Sugestões de Perguntas:

Como funciona a equoterapia?

Como os cavalos são cuidados e treinados para desempenhar essa função?

De que forma a equoterapia beneficia a vida dos praticantes?

Observações Relevantes:

Os entrevistados foram escolhidos devido à sua expertise na área abordada.

PAUTA 5

Repórter: Maylanne Araújo

Editor(a): Maylanne Araújo

Data: 16/11/2024

Retranca (editoria/assunto): A equoterapia realizada no Haras Fisiorios

Tema:

## A equoterapia na vida das pessoas

### Motivos para a pauta:

Compreender como a equoterapia auxilia em diferentes tratamentos e melhora a qualidade de vida dos praticantes.

### Enquadramento:

Os aspectos importantes são o tratamento de pessoas por meio da equoterapia e os cuidados com os cavalos envolvidos no processo.

### Fontes e Contatos:

Fábio Alex Rios

Equoterapeuta e fisioterapeuta

CPF: 008.431.960-76

Telefone: (62) 99959-0080

E-mail: [fabiorios.fisio@gmail.com](mailto:fabiorios.fisio@gmail.com)

Maíra Gonçalves Gouvêa De Paula

Equoterapeuta e fonoaudióloga

CPF: 027.278.411-75

Telefone: (62) 99614-2105

E-mail: [fga.mairagouvea@gmail.com](mailto:fga.mairagouvea@gmail.com)

### Sugestões de Perguntas:

Como é o trabalho realizado no Haras Fisiorios?

Quais benefícios a equoterapia proporciona às pessoas?

Existe alguma raça específica para esse tipo de trabalho?

Como funciona o treinamento dos cavalos utilizados na equoterapia?

### Observações Relevantes:

Os entrevistados foram selecionados devido à ampla experiência na área.

## PAUTA 6

Repórter: Maylanne Araújo

Editor(a): Maylanne Araújo

Data: 14/11/2024

Retranca (editoria/assunto): Selaria

Tema:

Equipamentos utilizados em uma selaria

Motivos para a pauta:

Investigar os diferentes equipamentos utilizados no manejo de cavalos, seja em competições, cavalgadas ou no meio rural.

Enquadramento:

Os aspectos importantes são a serventia de cada equipamento e o modo de uso.

Fontes e Contatos:

José Fernandes da Silva

CPF: 130215161-49

Telefone: (62) 98558-6216

E-mail: (não informado)

Sugestões de Perguntas:

Quais são os principais equipamentos de uma selaria?

Para quais finalidades eles são utilizados?

Existe diferença nos equipamentos usados em competições e no meio rural?

Observações Relevantes:

O entrevistado foi escolhido devido à sua experiência no manejo de cavalos e equipamentos de selaria.

**TERMOS DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ**

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Róbio Alex Rios Rios,  
 nacionalidade brasileiro estado civil  
Casado, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
6082988624, Inscrito no CPF sob nº  
008.931.960-76, residente à Av/Rua  
Av. São Jorge Ad. 45 It04 1188, nº. 1188  
 Cidade de Goianinha,  
 Estado Goiás.

**AUTORIZO** o uso de  
 minha imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e  
 documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais,  
 sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente  
 autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz  
 acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes  
 formas: mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa  
 para rádio, entre outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para  
 sites e redes sociais). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que  
 autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de  
 direitos conexos à minha imagem e voz ou a qualquer outro.

Goianinha, 02 de NOVEMBRO de 2024.

Nome: Róbio Alex Rios Rios

(assinatura)

Telefone p/ contato: (62) 99959-0080

E-mail Róbio Rios. fisio@gmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Jose Fonseca da Silva,  
 nacionalidade Brasileira estada civil  
Casado, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
677789 - SP60, Inscrito no CPF sob nº  
132215161-79, residente à Av/Rua  
95, nº. 696  
 Cidade de Itapuranga,  
 Estado GO.

**AUTORIZO** o uso de minha imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, de \_\_\_\_\_ de 2024.

Nome: Jose Fonseca da Silva

(assinatura)

Telefone p/ contato: 62-9815586216

E-mail selario.silva@montaria.com.br Hotmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Denise Cavaleiro,  
 nacionalidade Brasileira estada civil  
Solteira, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
3488502-9 5518, Inscrito no CPF sob nº  
044347869-46, residente à Av/Rua  
Av. Amargosa, Quad. 1, Lt. 23 n.º 947 Goiânia, nº. \_\_\_\_\_  
 Cidade de Goiânia - GO,  
 Estado Goiás. **AUTORIZO** o uso de minha

imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia eletrônica (painéis, video-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 16 de Novembro de 2024.

Nome: \_\_\_\_\_

(assinatura)

Telefone p/ contato: \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Thiago Ferraz Bergami,  
 nacionalidade \_\_\_\_\_ estado civil  
casado, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
6420956, Inscrito no CPF sob nº  
512.094.462.00, residente à Av/Rua  
Copacabana, nº. \_\_\_\_\_  
 Cidade de Goiânia  
 Estado GOIAS. **AUTORIZO** o uso de  
 minha imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e  
 documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais,  
 sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente  
 autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz  
 acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes  
 formas: mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa  
 para rádio, entre outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para  
 sites e redes sociais). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que  
 autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de  
 direitos conexos à minha imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 01 de novembro de 2024.

Nome: Thiago Ferraz Bergami

(assinatura)

Telefone p/ contato: (62)9 9930 4790.

E-mail ferrazret@gmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, JONATAS DIEGO DA SILVA PINHO,  
nacionalidade BRASILEIRO estado civil  
CASADO, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
34533 PMGO, Inscrito no CPF sob nº  
773 209 311-04, residente à Av/Rua  
Rd 104 lote 9/12 Águas Claras, nº. 302  
Cidade de Brasília,  
Estado Distrito Federal. **AUTORIZO** o uso de  
minha imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e  
documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais,  
sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente  
autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz  
acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes  
formas: mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa  
para rádio, entre outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para  
sites e redes sociais). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que  
autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de  
direitos conexos à minha imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 01 de novembro de 2024.

Nome: JONATAS DIEGO DA S. PINHO  
[Assinatura]  
(assinatura)  
Telefone p/ contato: 61 99923 6303  
E-mail JONATASDIEGO@hotmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Márcia Gonçalves Gouveia de Paula,  
 nacionalidade brasileira estada civil  
casada, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
5134970, Inscrito no CPF sob nº  
027278411-75, residente à Av/Rua  
Maria Cordina de Jesus, 01 117, nº. 5/N  
 Cidade de Goiânia,  
 Estado GO. **AUTORIZO** o uso de minha  
 imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos,  
 para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas  
 destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é  
 concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima  
 mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia  
 eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre  
 outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais).  
 Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima  
 descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha  
 imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 16 de novembro de 2024.

Nome: Márcia Gonçalves Gouveia de Paula

(assinatura)

Telefone p/ contato: 62-99614-2105

E-mail lga.marcia.gouveia@gmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Sérgio Gonçalves de Oliveira,  
 nacionalidade Brasileiro estado civil  
casado, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
163371, Inscrito no CPF sob nº  
09586504115, residente à Av/Rua  
Rua 29 n: 123 op. 402 Setor Central Ed. Lourdes nº. \_\_\_\_\_  
 Cidade de Goiânia,  
 Estado Goiás. **AUTORIZO** o uso de  
 minha imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e  
 documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais,  
 sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente  
 autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz  
 acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes  
 formas: mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa  
 para rádio, entre outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para  
 sites e redes sociais). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que  
 autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de  
 direitos conexos à minha imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 01 de ~~março~~ novembro de 2024.

Nome: Sérgio Gonçalves de Oliveira  
 \_\_\_\_\_  
 (assinatura)

Telefone p/ contato: \_\_\_\_\_

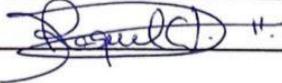
E-mail \_\_\_\_\_

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ**

Neste ato, eu, RAUL SOARES CRESPO,  
 nacionalidade BRASILEIRA estada civil  
—, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
7005536, Inscrito no CPF sob nº  
710467171-46, residente à Av/Rua  
RUA 54, QD G, LOTE 06, nº. 561  
 Cidade de ITAPURANGA  
 Estado GO.

**AUTORIZO** o uso de minha  
 imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos,  
 para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas  
 destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é  
 concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima  
 mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia  
 eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre  
 outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais).  
 Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima  
 descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha  
 imagem e voz ou a qualquer outro.

----- Goiânia, 14 de NOVEMBRO de 2024.

Nome: RAQUEL CRESPO NUNES  
 II.  
 (assinatura)  
 Telefone p/ contato: (62) 999762711  
 E-mail rakmed4@hotmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Vitória Cristina Coute Javarez,  
 nacionalidade brasileira estada civil  
casada, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
6889892, Inscrito no CPF sob nº  
028.512.851-57, residente à Av/Rua  
50 C, Qd. 02, Lt. 30, nº. \_\_\_\_\_  
 Cidade de Itapuranga  
 Estado Goiás.

**AUTORIZO** o uso de minha  
 imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos,  
 para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas  
 destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é  
 concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima  
 mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia  
 eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre  
 outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais).  
 Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima  
 descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha  
 imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 14 de novembro de 2024.

Nome: Vitória Cristina Coute Javarez

(assinatura)

Telefone p/ contato: (62)98494-3971

E-mail vitoriacristinacoutestavarez@gmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Márcio Israel Oliveira Espíndola,  
 nacionalidade Braziliano estada civil  
Solteiro, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
615 79 69, Inscrito no CPF sob nº  
03) 767 40) 33, residente à Av/Rua  
Rua 24 Qd 37 LT 67 Vila Morilda, nº. 00  
 Cidade de Vopuronga,  
 Estado Goiás.

**AUTORIZO** o uso de minha  
 imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos,  
 para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas  
 destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é  
 concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima  
 mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia  
 eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre  
 outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais).  
 Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima  
 descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha  
 imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 14 de novembro de 2024.

Nome: Márcio Israel Oliveira Espíndola

(assinatura)

Telefone p/ contato: (62) 99954 04 99

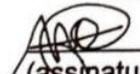
E-mail marciora2032@hotmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Mikaelle Andrade Gouveia,  
 nacionalidade brasileira estada civil  
solteira, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
5584484 PC GO, Inscrito no CPF sob nº  
065.311.631-43, residente à Av/Rua  
Av. vis pomalbo; Qd. 11; LT 11; St. Milton Cordeiro nº. 5/N  
 Cidade de Itapuranga,  
 Estado GO. **AUTORIZO** o uso de minha  
 imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos,  
 para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas  
 destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é  
 concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima  
 mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia  
 eletrônica (painéis, video-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre  
 outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais).  
 Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima  
 descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha  
 imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 14 de novembro de 2024.

Nome: Mikaelle Andrade Gouveia.

  
 (assinatura)

Telefone p/ contato: (62) 99927-9865

E-mail mikaelleandrade01@gmail.com.

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Alexandro dos Santos V.,  
 nacionalidade Brasileiro estado civil  
solteiro, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
4585089, Inscrito no CPF sob nº  
003-414-491-99, residente à Av/Rua  
A.04 B-10 C-05 site comercial, nº. \_\_\_\_\_  
 Cidade de Itapuaranga,  
 Estado Goiás. **AUTORIZO** o uso de minha  
 imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos,  
 para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas  
 destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é  
 concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima  
 mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia  
 eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre  
 outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais).  
 Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima  
 descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha  
 imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 14 de novembro de 2024.

Nome: Eliezer Ruy Santos

Alexandro dos Santos V.  
 (assinatura)

Telefone p/ contato: 99801-8878

E-mail \_\_\_\_\_

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Andressa Rodrigues Santos,  
 nacionalidade Brasileira estada civil  
canada, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
61729, Inscrito no CPF sob nº  
05761235102, residente à Av/Rua  
50, nº. 136  
 Cidade de Itapetininga,  
 Estado Goiás. **AUTORIZO** o uso de minha  
 imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos,  
 para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas  
 destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é  
 concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima  
 mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia  
 eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre  
 outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais).  
 Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima  
 descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha  
 imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 14 de novembro de 2024.

Nome: Andressa Rodrigues Santos  
Andressa R. Santos  
 (assinatura)

Telefone p/ contato: (02) 99649-5239

E-mail andressa.r.rodrigues@hotmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Clatiane de Oliveira Batistela,  
 nacionalidade Brasileira estado civil  
Casada, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
2480633 DGPC GO, Inscrito no CPF sob nº  
008.842.791-97, residente à Av/Rua  
Rua 03 Quad 14 Lot 11 setor Comercial, nº. 00  
 Cidade de Stapuranga Goiás,  
 Estado Goiás. **AUTORIZO** o uso de minha  
 imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos,  
 para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas  
 destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é  
 concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima  
 mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia  
 eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre  
 outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais).  
 Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima  
 descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha  
 imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 14 de novembro de 2024.

Nome: Clatiane de Oliveira Batistela

(assinatura)

Telefone p/ contato: 062-99623-4058

E-mail tatyoliveirabatistela@gmail.com.

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, ARMINDO NETO CELESTINO DE MELO,  
 nacionalidade BR. estada civil  
CASADO, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
1557932, Inscrito no CPF sob nº  
39207803100, residente à Av/Rua  
MAJOR GARCIA, nº. 519  
 Cidade de Itaberai,  
 Estado GO. **AUTORIZO** o uso de minha  
 imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos,  
 para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas  
 destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é  
 concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima  
 mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia  
 eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre  
 outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais).  
 Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima  
 descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha  
 imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 07 de novembro de 2024.

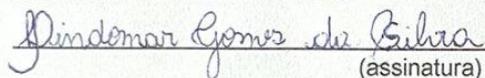
Nome: ARMINDO NETO CELESTINO DE MELO  
Arminho Neto  
 (assinatura)  
 Telefone p/ contato: 62 999825523  
 E-mail arminholom@MOL.com.br

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ**

Neste ato, eu, Lindomar Gomes da Silva , nacionalidade Brasileiro estado civil casado, Portador da Cédula de Identidade RG nº 3943897 DGPC , Inscrito no CPF sob nº 007.075.941-38, residente à Fazenda Inhumas Zona Rural, Haras Calamo, Cidade de Inhumas, Estado GO. **AUTORIZO** o uso de minha imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais, sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para sites e redes sociais). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem e voz ou a qualquer outro.

Inhumas, 14 de novembro de 2024.

Nome: Lindomar Gomes da Silva

  
(assinatura)

Telefone p/ contato: 62 992339383

E-mail: larissabattista120317@gmail.com

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, eu, Thaynara Nequeira M. Louvalho,  
 nacionalidade Brasileira estada civil  
casada, Portador da Cédula de Identidade RG nº  
046.530.381-12, Inscrito no CPF sob nº  
Rua Sp. 24 Ad 30 Lt 12 n.º 59 - Residência Ilêdo Sp. n.º 59  
 Cidade de Senador Canedo  
 Estado Goiás. **AUTORIZO** o uso de  
 minha imagem e voz em todo e qualquer material entre fotos, vídeos e  
 documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucionais,  
 sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente  
 autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem e voz  
 acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes  
 formas: mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa  
 para rádio, entre outros), mídia digital (reportagem, texto, vídeo e áudio para  
 sites e redes sociais). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que  
 autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de  
 direitos conexos à minha imagem e voz ou a qualquer outro.

Goiânia, 27 de Novembro de 2021.

Nome: Thaynara Nequeira M. Louvalho  
 (assinatura)

Telefone p/ contato: 62-99369-2281

E-mail: nequeirathaynara774@gmail.com