

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

Ciro Eduardo Silva de Oliveira

NA TRILHA DO GEOPARQUE:
DIVULGAÇÃO DE ATRATIVOS POR MEIO DO RÁDIO

Santa Maria, RS
2022

Ciro Eduardo Silva de Oliveira

**NA TRILHA DO GEOPARQUE:
DIVULGAÇÃO DE ATRATIVOS POR MEIO DO RÁDIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial para obtenção do título de **Tecnólogo em Gestão de Turismo**.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Mônica Elisa Dias Pons

Santa Maria, RS
2022

Ciro Eduardo Silva de Oliveira

**NA TRILHA DO GEOPARQUE:
DIVULGAÇÃO DE ATRATIVOS POR MEIO DO RÁDIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial para obtenção do título de **Tecnólogo em Gestão de Turismo**.

Aprovado em 02 de fevereiro de 2022.

Mônica Elisa Dias Pons, Prof^a. Dr^a. (UFSM)
Orientadora

Dalva Maria Righi Dotto, Prof^a. Dr^a. (UFSM)

Macon Elias Kroth, Prof. Dr. (UFSM)

Santa Maria, RS
2022

O rádio, ainda que se expanda exteriormente de forma amplificada e se dirija ao consumo coletivo, convida o seu receptor para uma comunicação, uma vivência a dois, mesmo que imaginariamente (SILVA, 1999, p.29).

RESUMO

NA TRILHA DO GEOPARQUE: DIVULGAÇÃO DE ATRATIVOS POR MEIO DO RÁDIO

AUTOR: **Ciro Eduardo Silva de Oliveira**
ORIENTADORA: **Prof^a. Dr^a. Mônica Elisa Dias Pons**

O geoturismo é uma modalidade de atividade turística realizada em áreas de natureza, sem excluir áreas urbanas, tendo a evolução geológica do planeta e a geodiversidade como principais atrativos, e buscando estabelecer uma nova perspectiva à visitação turística, para além da mera contemplação cênica, incluindo também a biodiversidade e a cultura local, e estando intrinsecamente ligado à sustentabilidade e preservação ambiental. O geoturismo passou a ganhar destaque em todo mundo nas últimas duas décadas, com a criação de geoparques reconhecidos pela UNESCO, e que são territórios com características geológicas singulares, que combinam desenvolvimento sustentável com proteção ao geopatrimônio. Desde 2018, a UFSM e a UNIPAMPA, em parceria com o poder público e a comunidade local, vêm somando esforços para a criação do Geoparque Caçapava do Sul. O presente trabalho, de cunho experimental, tem o objetivo de contribuir para a promoção do Geoparque Caçapava do Sul através de spots publicitários, veiculados em rádios. Em termos metodológicos, o trabalho divide-se em duas etapas. A primeira delas, de caráter bibliográfico exploratório, serve como subsídio para a estruturação da parte teórica do trabalho, na qual é descrita a relação possível entre rádio e turismo, e são apresentados conceitos como spot, geoparque, geoconservação, geodiversidade, geopatrimônio e geoturismo. Também é descrita a maneira como está sendo desenvolvido o projeto do geoparque e são indicados os geossítios selecionados para compor os spots, justificando sua escolha. A partir da análise de 46 geossítios, considerando os índices de valor educativo, valor turístico e valor de necessidade de proteção (BORBA, et al., 2013). A segunda etapa do trabalho, de ordem prática, consistiu na produção dos roteiros de spots, seguida da gravação e edição das peças publicitárias. Como resultados, foram obtidos dez spots, sobre nove geossítios e uma atividade comumente praticada em alguns desses geossítios: a escalada.

Palavras-chave: Geoparque Caçapava do Sul. Geoturismo. Divulgação turística. Spot. Rádio.

ABSTRACT

ON THE GEOPARK TRACK: MARKETING OF ATTRACTIONS THROUGH RADIO

AUTHOR: **Ciro Eduardo Silva de Oliveira**
ADVISOR: **Prof. Dr. Monica Elisa Dias Pons**

Geotourism is a type of tourist activity carried out in areas of nature, without excluding urban areas, having the geological evolution of the planet and geodiversity as main attractions, and seeking to establish a new perspective to tourist visitation, beyond mere scenic contemplation, including also biodiversity and local culture, and being intrinsically linked to sustainability and environmental preservation. Geotourism has gained prominence around the world in the last two decades, with the creation of geoparks recognized by UNESCO, which are territories with unique geological characteristics, which combine sustainable development with geoheritage protection. Since 2018, UFSM and UNIPAMPA, in partnership with the government and the local community, have been joining efforts to create the Caçapava do Sul Geopark. This experimental work aims to contribute to the promotion of the Geopark Caçapava do Sul through advertising spots, broadcast on radio. In methodological terms, the work is divided into two stages. The first one, of an exploratory bibliographic character, serves as a subsidy for the structuring of the theoretical part of the work, in which the possible relationship between radio and tourism is described, and important concepts are presented, such as spot, geopark, geoconservation, geodiversity, geoheritage and geotourism. The way in which the geopark project is being developed is also described and the selected geosites to compose the spots are indicated, justifying their choice. from the analysis of 46 geosites, considering the indices of educational value, tourist value and value of need for protection (BORBA, et al., 2013). The second stage of the work, of a practical nature, consisted of producing the scripts for spots, followed by recording and editing the advertising pieces. As a result, ten spots were obtained, on nine geosites and an activity commonly practiced in some of these geosites: climbing.

Keywords: Caçapava do Sul Geopark. Geotourism. Tourist marketing. Spot. Radio.

RESUMEN

EN LA PISTA DEL GEOPARQUE: DIFUSIÓN DE ATRACCIONES POR LA RADIO

AUTOR: Ciro Eduardo Silva de Oliveira
RESPONSABLE: Prof^a. Dr^a. Mônica Elisa Dias Pons

El geoturismo es un tipo de actividad turística que se desarrolla en espacios naturales, sin excluir las áreas urbanas, teniendo como principales atractivos la evolución geológica del planeta y la geodiversidad, y que busca establecer una nueva perspectiva a la visita turística, más allá de la mera contemplación escénica, incluyendo también la biodiversidad y la cultura local, y estando intrínsecamente ligada a la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente. El geoturismo ha ganado protagonismo en todo el mundo en las últimas dos décadas, con la creación de geoparques reconocidos por la UNESCO, que son territorios con características geológicas únicas, que combinan el desarrollo sostenible con la protección del geopatrimonio. Desde 2018, la UFSM y la UNIPAMPA, en colaboración con el gobierno y la comunidad local, unen esfuerzos para crear el Geoparque Caçapava do Sul. Este trabajo experimental tiene como objetivo contribuir a la promoción del Geoparque Caçapava do Sul a través de anuncios publicitarios, difundidos en las radios. En términos metodológicos, el trabajo se divide en dos etapas. La primera, de carácter bibliográfico exploratorio, sirve de subsidio para la estructuración de la parte teórica del trabajo, en la que se describe la posible relación entre radio y turismo, y se presentan conceptos importantes como lugar, geoparque, geoconservación, geodiversidad, geopatrimonio y geoturismo. También se describe la forma en que se está desarrollando el proyecto del geoparque y se indican los geositos seleccionados para componer los spots, justificando su elección. a partir del análisis de 46 geositos, considerando los índices de valor educativo, valor turístico y valor de necesidad de protección (BORBA, et al., 2013). La segunda etapa del trabajo, de carácter práctico, consistió en la producción de los guiones de los spots, seguida de la grabación y edición de las piezas publicitarias. Como resultado se obtuvieron diez spots, acerca de nueve geositos y una actividad comúnmente practicada en algunos de estos geositos: la escalada.

Palabras-clave: Geoparque. Geoturismo. Anuncio publicitario. Radio.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Valor educacional, Valor turístico e Valor de necessidade de proteção dos geossítios que compõem os spots	29
--	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	RÁDIO E TURISMO	15
2.1	O SPOT	17
3	OS GEOPARQUES	20
3.1	O GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL	22
4	PROMOÇÃO DO GEOPARQUE CAÇAPAVA POR MEIO DE SPOTS	27
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
	APÊNDICE A – ROTEIROS DOS SPOTS	43

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que se expande constantemente há décadas e, na atualidade, é um dos setores que mais impulsionam a economia mundial e o desenvolvimento regional, podendo contribuir ainda para a preservação do meio ambiente e das culturas locais. Contudo, o Brasil é o destino de apenas 0,5% dos turistas que circulam pelo planeta (RABAHY, 2021), mesmo possuindo um potencial turístico enorme, derivado das diversas paisagens naturais – que vão das praias às florestas, da caatinga nordestina ao pampa gaúcho, das montanhas ao cerrado –, do patrimônio arquitetônico e histórico e da cultura popular, incluindo aí a música, os costumes, a culinária, e o folclore, dentre outras tantas manifestações culturais.

Embora seja fundamental a captação de turistas estrangeiros, o Ministério do Turismo destaca que o Brasil possui condições especiais para alavancar a expansão da atividade turística a partir mercado interno. Rabhay (2021, p.14) afirma que 75% do turismo mundial é realizado na mesma região onde os visitantes vivem, pois “[D]evido às restrições de tempo e renda, as mais expressivas parcelas das viagens ocorrem em destinos mais próximos do local de origem, caracterizando o turismo como uma atividade em que preponderam as viagens intrarregionais”. O autor acrescenta ainda que existe um processo de saturação dos mercados tradicionais, resultando na procura por novos destinos, com atrativos únicos e/ou exóticos.

Neste contexto, modalidades de turismo como o geoturismo surgem como oportunidades para a expansão do mercado turístico. De modo simplificado, o geoturismo é realizado em áreas de natureza, sem excluir áreas urbanas, destacando a evolução geológica do planeta e a geodiversidade, buscando estabelecer uma nova perspectiva à visitação turística, para além da mera contemplação cênica. O geoturismo inclui também a biodiversidade e a cultura local, e está intrinsecamente ligado à sustentabilidade e à preservação ambiental. Além disso, o geoturismo costuma conectar-se com outras modalidades turísticas, como por exemplo, o ecoturismo, o turismo de aventura e o turismo rural (MOREIRA, 2014; ZIEMANN e FIGUEIRÓ, 2017; MANOSSO, 2021).

Globalmente, desde o início deste século, o geoturismo passou a ganhar destaque com a criação de geoparques, atualmente reconhecidos pela UNESCO, e que são territórios com características geológicas singulares, que combinam

desenvolvimento sustentável com proteção ao geopatrimônio (BORBA, 2017; ZIEMANN e FIGUEIRÓ, 2017).

Desde 2018, a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)¹ e a Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA)², em parceria com o poder público e a comunidade local, vêm somando esforços para a criação de dois geoparques no Rio Grande do Sul: o Geoparque Quarta Colônia e o Geoparque Caçapava do Sul, sendo esse último, foco do presente trabalho.

Borba (2017), professor da UFSM e integrante da coordenação do projeto que busca o reconhecimento pela UNESCO do Geoparque Caçapava do Sul, aponta algumas características que interferem no desenvolvimento do geoturismo na região, destacando por um lado, como dificuldades, a baixa densidade demográfica, as grandes distâncias entre áreas povoadas e a precariedade da infraestrutura, em termos de rodovias, hotéis e restaurantes.

Por outro lado, embora ainda em pequena quantidade, é comum a presença na região de visitantes praticantes de esportes de aventura, e também é possível atrair turistas brasileiros que vão em direção à fronteira, para fazer compras em *free-shops*, e turistas de sol e praia, predominantemente argentinos e uruguaios, que se dirigem ao litoral do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina durante o verão.

Embora Caçapava do Sul, por suas características únicas em termos de geodiversidade e patrimônio geológico, apresente um grande potencial para a constituição de um geoparque, o potencial turístico, por si só, não basta para o desenvolvimento do geoturismo na região. É necessária a realização de um trabalho, tanto de diálogo com a comunidade local – incluindo gestores do setor público e privado e as pessoas que vivem no território – quanto de divulgação e promoção da região enquanto destino turístico, visando captar visitantes, gerando trabalho e renda, e tornando o projeto do geoparque viável e sustentável nos campos social, cultural, ambiental, político e econômico.

Neste sentido, Zucco (et al., 2018) afirma que a imagem do destino turístico, construída preponderantemente através dos meios de comunicação, exerce uma influência direta na motivação de ir e vir por parte do turista, e também na escolha do destino a ser visitado, ou seja, ocorre uma “[...] idealização sustentada pelos

¹ Página do Geoparque Caçapava do Sul no portal da UFSM: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/geoparque-cacapava/>

² Página do Geoparque Caçapava do Sul no portal da UNIPAMPA: <https://sites.unipampa.edu.br/proext/editais-3/editais-2021/geoparque-cacapava-2021/>

meios de comunicação, que através dos discursos e imagens [...] elegem, narram e legitimam as regiões e os povos como empreendimentos turísticos” (ALVES e CRUZ, 2013, p. 87).

Embora a internet (sites, blogs, redes sociais, etc) desempenhe atualmente um papel importante na estruturação da imagem de possíveis destinos, as mídias convencionais, incluindo os jornais e revistas, a televisão e inclusive o rádio, continuam atuando como meios importantes para a divulgação e promoção no setor de turismo.

O rádio – um dos elementos centrais neste estudo – é um meio de comunicação democrático, pois utiliza a oralidade como ferramenta para a transmissão das mensagens, sendo acessível a praticamente qualquer pessoa ou grupo social, e tendo a capacidade de ser compreendido por públicos bastante diversificados.

O rádio faz parte do cotidiano do brasileiro, podendo ser ouvido no ambiente doméstico ou profissional, durante os momentos de trabalho ou de lazer, por quem busca se informar, se divertir ou se distrair, além de ser acessado pela internet, escutado no carro ou pelo celular. Alves e Cruz (2013, p.88) resumem bem a dinamicidade do rádio, ao declararem que:

Por meio do seu vocabulário coloquial, o rádio é direto e persuasivo. Mobilidade, portabilidade, acessibilidade, imediatismo e instantaneidade, são características que lhe permitem estar sempre em contato com a realidade dos ouvintes, permitindo a interação destes com um mundo muito mais amplo que aquele ao alcance de seus olhos.

Assim, por seu forte apelo popular e capacidade de maximização da mensagem que se deseja transmitir, o rádio, aliado à publicidade, pode ser percebido como “[...] um componente essencial na comercialização dos destinos turísticos e um elemento central na formulação e promoção da cultura e da identidade local” (ZUCCO, et al., 2018, p.402).

Considerando os apontamentos realizados até o momento, o presente trabalho, de caráter experimental, tem como objetivo principal, contribuir para a promoção do Geoparque Caçapava do Sul por meio de spots radiofônicos. Como metas subsidiárias, necessárias ao cumprimento do objetivo principal, buscou-se: traçar a relação possível entre rádio e turismo; apresentar o conceito de spot publicitário e o porquê de sua escolha como ferramenta de divulgação; e apresentar

o conceito de geoparque e de outros termos a ele relacionados, assim como descrever o processo que vem sendo desenvolvido, visando o reconhecimento do Geoparque Caçapava do Sul pela UNESCO.

Em termos metodológicos, o trabalho divide-se em duas etapas, sendo a primeira delas de caráter bibliográfico exploratório, e a segunda, de ordem prática. Em termo de bibliografia, buscou-se o acesso à literatura científica e institucional envolvendo as temáticas relacionadas aos objetivos específicos, recorrendo-se a livros, revistas científicas, artigos científicos, e teses e dissertações acadêmicas, disponíveis em repositórios de instituições científicas e educacionais, assim como sites institucionais, a exemplo dos portais do Ministério do Turismo, da prefeitura de Caçapava do Sul, do Geoparque Caçapava do Sul, da Universidade Federal de Santa Maria e da Universidade Federal do Pampa. Da análise da bibliografia consultada, resultaram três capítulos.

O primeiro deles, intitulado **RÁDIO E TURISMO**, descreve como a atividade turística, para ser eficiente, precisa da promoção e divulgação através dos meios de comunicação, além de trazer dados que demonstram a maneira como o rádio continua presente na vida dos brasileiros. A seguir, em um subcapítulo, é caracterizado o spot publicitário e justificada a sua utilização para a promoção do Geoparque Caçapava do Sul.

No capítulo seguinte, denominado **GEOPARQUES**, são apresentados os conceitos de geoparque, geoconservação, geodiversidade, geopatrimônio e geoturismo. O capítulo é composto ainda por um subcapítulo no qual é apresentado o projeto do Geoparque Caçapava do Sul Aspirante UNESCO, encampado em 2018 pela UFSM e UNIPAMPA, como apoio do poder público e comunidade local. São apresentadas as principais características geológicas e de geodiversidade da região, que a capacitam para a candidatura ao título de geoparque, e também são enumeradas as ações mais importantes já desenvolvidas para que o projeto venha a se concretizar.

Por fim, no capítulo **PROMOÇÃO DO GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL ATRAVÉS DE SPOTS**, é descrita a metodologia utilizada para a escolha dos geossítios que vieram a compor os spots, tendo como base, um inventário quantitativo, elaborado por Borba (et. al., 2017), A seguir, foram enumerados e descritos os geossítios que originaram dez spots.

A parte prática do trabalho consistiu na produção dos roteiros dos spots radiofônicos, elaborados considerando a revisão bibliográfica, seguida da gravação e edição das peças publicitárias. As locuções, a edição e a finalização dos spots foram realizadas através de uma parceria, por uma equipe de profissionais das Rádios Uni FM e Universidade AM, emissoras da Universidade Federal de Santa Maria.

2 RÁDIO E TURISMO

A atividade turística, para ocorrer de modo eficiente, precisa necessariamente ser fomentada através da promoção e da divulgação dos destinos e produtos turísticos, buscando estabelecer uma imagem positiva para os possíveis visitantes, que ainda não conhecem o local (ZUCCO, et al, 2018). Então, considerando que os serviços turísticos caracterizam-se pela intangibilidade e pela inseparabilidade, não podendo ser experimentados a não ser no momento em que são consumidos, sua promoção através de ações de marketing, publicidade e propaganda, via de regra, necessita ser realizada por de meios de comunicação. Paredes (2013, p.55) reforça que:

A própria essência da atividade turística se caracteriza por uma ampla diversidade de produtos e destinos de grande complexidade. A heterogeneidade dos turistas e a sofisticação de suas demandas, converte a informação em um fator crítico para essas empresas [ligadas ao turismo], dado que a organização de fontes de informação sobre certo produto ou destino é fundamental para poder gerar demanda e assegurar a satisfação e fidelização do turista. A importância da informação na indústria turística se justifica também pelas características próprias que possui o produto turístico, que o configura como um produto intensivo em informação.

Normalmente, os meios utilizados por empresas e agentes públicos para a promoção de um determinado destino são a televisão, jornais e revistas (algumas delas especializadas), impressos (folders, flyers, etc) e a internet (sites, blogs, e-mails, redes sociais, etc). Contudo, o rádio pode ser uma ferramenta que oferece um ótimo custo-benefício na divulgação turística, contribuindo para a tomada de decisão do visitante, no momento de escolher um destino turístico, além de possibilitar o estabelecimento de um diálogo com a população que vive no local.

Um estudo, realizado pelo projeto Atlas da Notícia, mantido pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo, aponta que mais de 51% dos municípios brasileiros, somando 30 milhões de pessoas, não possuem nenhum veículo de comunicação. Outros 30% – 34 milhões de habitantes – possuem apenas um ou dois meios comunicacionais, de modo que 81% das cidades do Brasil (4.508 de um total de 5.570) são o que o estudo denomina ‘desertos’ ou ‘quase desertos’ de comunicação (ATLAS DA NOTÍCIA, 2019).

Mesmo em municípios nos quais não existem emissoras, o rádio ainda permanece sendo um veículo de informação regional importante e com credibilidade

junto ao ouvinte, dado o longo alcance das ondas eletromagnéticas, sem considerar o acesso através da internet. Desse modo:

[...] o rádio estabelece uma relação de amizade com os comunicadores radiofônicos, fideliza a audiência e garante ao conteúdo veiculado o caráter regional na programação [...]. Por outro lado, a audiência prefere ouvir falar de gente com quem convive, negocia, se corresponde facilmente; gente em quem vota, de quem recebe favores, com quem simpatiza ou antipatiza, por quem tem admiração, respeito, despeito ou inveja. [...] os referidos aspectos não causam estranheza ao ouvinte [...], tendo em vista a relevância da identificação pelo sotaque, que conferem credibilidade ao fato narrado ou notícia veiculada no rádio (ANJOS, 2016, p.23).

Assim, considerando sua abrangência local ou regional, as rádios atuam como instrumento de construção ou reforço da identidade da comunidade local. Anjos (2016, p.33) destaca que, em um contexto de globalização, a comunicação regional surge como uma tendência cada vez mais acentuada, com a mídia buscando mostrar o que acontece “[...] na região, na rua, nas pequenas localidades” como um diferencial, visando à fidelização do ouvinte.

Nesse sentido, o rádio pode desenvolver um papel de mediador, já que, quando se fala em turismo, para além do visitante, é fundamental considerar também a comunidade residente no destino receptor, a qual precisa apropriar-se do ambiente enquanto local turístico. Em outras palavras [...] o desenvolvimento turístico não pode prescindir de um processo de familiarização do morador com o seu espaço, reconhecendo-o enquanto espaço singular e atrativo (ALVES e CRUZ, 2013, p.867), possibilitando que sejam estruturadas novas representações e atribuídos novos valores ao destino turístico.

Os dados mais recentes disponíveis indicam que o Brasil possui 6650 emissoras de rádio, sendo 2.156 atuando em Amplitude Modulada (AM) e 4.494 em Frequência Modulada (FM), sendo que, com o processo de migração, incentivado pelo governo federal, a tendência é de que a quantidade de rádios AM diminuam cada vez mais (MÍDIA DADOS, 2019, p.280). É importante destacar que existem ainda milhares de emissoras de radioweb no país, atuando exclusivamente pela internet, embora não exista um estudo confiável que mensure quantas são exatamente.

Uma pesquisa realizada pela empresa Kantar IBOPE (2021) aponta que o rádio é um veículo *prime time*, ou seja, que possui uma audiência elevada ao longo de todo o dia. Segundo o estudo, semanalmente, 76% dos brasileiros ouvem rádio.

Desse total, 61% ouvem rádio *on* e *offline* e 38% escutam por *streaming*. Além disso, três em cada cinco pessoas escutam rádio todos os dias.

Outro dado interessante, apresentado pela Kantar IBOPE, é que a ideia de que os jovens não se interessam pelo rádio é falsa, já que cerca de 86% das pessoas entre 20 e 49 anos ouvem rádio. Nas demais faixas etárias pesquisadas, 82% dos indivíduos entre 10 e 19 anos, e 83% entre 50 e 59 anos consomem produtos radiofônicos, reforçando a compreensão de que o rádio pode atuar como um instrumento importante de divulgação para o turismo.

2.1 O SPOT

A divulgação turística através do rádio pode ser realizada utilizando-se os diferentes gêneros radiofônicos, conforme o objetivo que se deseja alcançar. Embora não exista consenso entre os autores, é possível citar entre os gêneros, o publicitário ou comercial, o jornalístico ou informativo, o musical, o dramático ou ficcional e o educativo-cultural (BARBOSA FILHO, 2009; FERRARETTO 2014).

Em consonância com os objetivos do presente trabalho – contribuir para a promoção do Geoparque Caçapava do Sul – o gênero que pode trazer os melhores resultados é o publicitário ou comercial, já que “[...] a narrativa publicitária está enraizada na criação de um mundo favorável ao produto. Ela se baseia em argumentos sedutores e persuasivos que interajam com as motivações da audiência com o propósito de criar, mudar ou reforçar suas atitudes” (ZUCCO et al., 2018, p.403).

Nakatani, Gomes e Nunes (2018), ao debaterem as diferenças entre os conceitos de publicidade e de propaganda, afirmam que a publicidade volta-se, de modo mais restrito, à comercialização de produtos ou serviços, enquanto a propaganda é mais abrangente, incluindo em seu bojo tanto as vendas (publicidade) quanto a promoção de ideias e conhecimento, caracterizando-se pela capacidade informativa e a força persuasiva. Mesmo sabendo que existe tal diferença entre os conceitos, publicidade e propaganda serão utilizadas como sinônimos, dado que a maioria dos autores consultados para a elaboração do presente trabalho não faz essa diferenciação.

Reis (2010) afirma que os anúncios publicitários estruturam-se a partir de diferentes formatos, conforme o objetivo visado, a estratégia criativa e o veículo de comunicação utilizado para difusão. O autor ressalta que, “[A] identificação dos formatos publicitários constitui um campo pouco pesquisado no mercado radiofônico do Brasil” (p.145), de modo que os pesquisadores tratam, basicamente, de somente quatro formatos de anúncio na publicidade voltada ao rádio: jingle, testemunhal, patrocínio e spot.

De forma simplificada, o jingle é um anúncio cantado, que costuma ser composto por uma melodia simples ou conhecida, visando fixar a marca ou produto na memória do ouvinte. O testemunhal, por sua vez, apoia-se na credibilidade dos comunicadores do rádio, que fazem a leitura do texto comercial, na busca por convencer o público. Já o patrocínio ou assinatura de patrocínio é considerado uma forma mais leve e menos invasiva de publicidade no rádio, objetivando um retorno institucional, “[...] através da identificação e reconhecimento da marca, companhia ou produto anunciado” (REIS, 2010, p.148), ao associar a imagem do anunciante ao programa patrocinado, podendo ser inserido dentro do programa (intraprograma) ou antes da abertura/após o encerramento do programa (entreprogramas).

No que se refere ao formato, optou-se pelo spot que, segundo Barbosa Filho (2009), é o formato mais utilizado para a divulgação e venda de produtos e serviços no rádio. No mesmo sentido, Silva (1999, p.38) destaca que “[O] texto do spot torna-se a melhor expressão da linguagem radiofônica por ter que, a partir de poucas palavras, articular conceitos e ideias sobre um produto, serviço ou instituição”. Já Ferraretto (2014) afirma que o spot pode utilizar música, efeitos sonoros e, inclusive, o silêncio. Contudo, o principal elemento é a palavra, na modalidade falada. Soares (2018, p.43) acrescenta que:

[...] a produção do spot, sob o ponto de vista dos recursos sonoros e linguísticos (verbais ou não), explora todos os recursos disponíveis da linguagem radiofônica e ainda os complementa com a criatividade, com as construções ficcionais e humorísticas no intuito de “vender” uma ideia, um produto, um serviço.

O spot costuma ter entre 15 e 90 segundos, e pode ser compreendido como “[...] um formato de anúncio gravado, inserido durante o intervalo comercial dos programas. Em geral o spot emprega fundos musicais e efeitos sonoros, mas há casos de spots sem acompanhamento sonoro agregado à palavra” (REIS, 2008, p. 43 apud XAVIER, 2018, p.95).

Na produção do spot, de posse de informações sobre qual a mensagem que se deseja transmitir e para qual público receptor, o passo seguinte é elaborar o roteiro, onde devem constar, além do texto para locução, as informações técnicas para edição, como presença ou não de efeitos sonoros e música, sempre considerando que o objetivo almejado com a peça publicitária em questão é sua assimilação pelo ouvinte.

Silva (1999, p.37) apresenta algumas recomendações em relação à redação do texto que vai compor o spot, que deve ser estruturado através de frases concisas, de forma atraente, clara e persuasiva, além de sugerir que:

[...] cada ideia seja desenvolvida em uma sentença, conferindo fluidez e ritmo ao texto, o que promove uma maior facilidade de entendimento por parte do ouvinte. Neste sentido, é uma reelaboração das técnicas utilizadas nos textos orais das comunidades de oralidade primária.

Mello Vianna (2014) destaca que a palavra escrita costuma produzir sentidos diversos através da interpretação do locutor, já que a fala é mais espontânea e mais natural do que o texto escrito. Além disso, é importante considerar que o rádio tem como principal característica, sua natureza essencialmente sonora, que vai além da linguagem verbal/oral, a qual pode ser combinada com a música, os efeitos sonoros, o silêncio e ruídos. Esses elementos

[...] são incorporados em uma sintaxe singular ao próprio rádio, adquirindo nova especificidade, [...] perdem sua unidade conceitual à medida que são combinados entre si a fim de compor uma obra essencialmente sonora com o 'poder' de sugerir imagens auditivas ao imaginário do ouvinte (SILVA, 1999, p. 52).

Na estruturação do spot, quando utilizada, a música busca estabelecer uma identificação entre o produto e o ouvinte, despertando emoções e sugerindo sentidos para quem escuta. Assim, um mesmo texto pode ser associado a diferentes trilhas sonoras, com ritmos, melodias, alturas e intensidades diversos, conforme o perfil do receptor que se deseja alcançar (SILVA, 1999; MELLO VIANNA, 2014; XAVIER, 2018).

3 OS GEOPARQUES

Os geoparques, segundo Borba (2017), podem ser compreendidos como territórios povoados e com limites bem definidos, nos quais o desenvolvimento local sustentável ocorre de modo coordenado com ações de proteção e promoção do geopatrimônio, além de contarem com apoio das autoridades locais.

O selo de reconhecimento de um determinado território enquanto geoparque é atribuído pela Global Geoparks Network (GGN), uma entidade com sede em Pequim, na China, cuja atividade é reconhecida e chancelada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Uma empresa pública, vinculada ao Ministério de Minas e Energia, denominada CPRM (Serviço Geológico do Brasil) é responsável por identificar e catalogar os locais com potencial para a criação de geoparques no país (CONTE, 2016).

A criação de geoparques visa:

[...] potenciar o desenvolvimento endógeno sustentável em áreas rurais pedregosas, economicamente deprimidas e com índices expressivos de êxodo da população mais jovem. Em muitos casos, tais áreas possuem paisagens com significativas singularidades e beleza cênica, com características culturais particulares (SOUZA e BORBA, 2021, p.03).

Os geoparques começaram a ser criados pela GGN por volta do ano 2000, inicialmente em regiões pedregosas e economicamente atrasadas da Europa e da Ásia. O reconhecimento dos geoparques pela UNESCO, na condição de um programa próprio da agência, ocorreu em 17 de novembro de 2015 (GGN, 2021a). Atualmente, existem 169 geoparques em todo o mundo, sendo 87 na Europa, 67 na Ásia, oito nas Américas do Norte e Central e cinco na América do Sul (Equador, Peru, Chile, Uruguai e Brasil). O único geoparque brasileiro é o Araripe UNESCO Global Geoparque, localizado no sul do Ceará (GGN, 2021b).

Para que um determinado território receba o título de geoparque, é necessário que já estejam sendo desenvolvidas ações voltadas à geoconservação, à educação geopatrimonial e, inclusive, ao geoturismo, além da valorização da cultura local, como produtos artesanais, por exemplo (BORBA, 2017; SOUZA e BORBA, 2021).

A geoconservação pode ser entendida como o “[...] conjunto de metodologias, estratégias e práticas destinadas a conhecer, avaliar, proteger, valorizar e divulgar os geossítios que compõem os melhores registros da geodiversidade de um determinado território” (BORBA e SOUZA, 2021, p.02).

A geodiversidade – termo cunhado no início da década de 1990, em contraposição ao conceito de biodiversidade, que consideraria somente a diversidade biológica, deixando de lado os elementos abióticos – compreende “[...] a distribuição natural da geologia, incluindo rochas, minerais, fósseis, características dos solos, as formas do terreno”, sendo que alguns destes locais podem “[...] apresentar particularidades que simbolizam os registros da história da Terra” (MANOSSO, 2010, p 04).

Outro importante conceito, relacionado aos geoparques, é o de geopatrimônio, que envolve “[...] um conjunto de recursos naturais não renováveis, de valor científico, cultural ou educativo, que permitem conhecer, estudar e interpretar a evolução da história geológica da Terra e os processos que a modelaram” (VALCARCE e CORTÉS, 1996, p.11 apud ZIEMANN e FIGUEIRÓ, 2017, p.139).

Já o termo geoturismo, utilizado para designar um segmento específico de atividade turística, aparece pela primeira vez em um trabalho do pesquisador inglês Thomas Hose, em 1995, sendo descrito como a disponibilidade de serviços e facilidades interpretativas, visando oferecer ao turista a possibilidade de compreensão e aquisição de conhecimentos acerca de um sítio geológico e geomorfológico, indo além da mera apreciação estética.

Em outro trabalho, publicado no ano 2000, Hose aperfeiçoa sua definição, ao descrever o geoturismo como a oferta “[...] de serviços e meios interpretativos que promovem o valor e os benefícios sociais de lugares com atrativos geológicos e geomorfológicos, assegurando sua conservação, para o uso de estudantes, turistas e outras pessoas com interesses recreativos e de ócio” (MOREIRA, 2014, p.28).

No presente trabalho, é utilizado o conceito de geoturismo enunciado pela UNESCO, durante o Congresso Internacional de Geoturismo, realizado no Geoparque Arouca, em Portugal. Na Declaração de Arouca, o geoturismo é descrito como “[...] o turismo que sustenta e incrementa a identidade de um território, considerando a sua geologia, ambiente, cultura, valores estéticos, património e o bemestar dos seus residentes” (UNESCO, 2011, p.01).

O documento evidencia ainda que o turismo geológico - um dos componentes do geoturismo – é fundamental para a conservação, divulgação e valorização do passado da Terra e da Vida, além de permitir que o visitante compreenda o passado de 4,6 bilhões de anos, projetando o futuro comum para o planeta e a humanidade.

Para tanto, a valorização do património geológico precisa necessariamente ocorrer de modo inovador, privilegiando experiências de valorização e informação acerca do património geológico que, via de regra, não são inteligíveis pelo público em geral.

3.1 O GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL

Caçapava do Sul é um município do Rio Grande do Sul, localizado na região centro-sul do Estado, que possui uma área total de 3.047 km² e uma população estimada de 33.476 habitantes (IBGE, 2021). Em termos geológicos, o município posiciona-se na porção central do Escudo Sul-rio-grandense e na região geomorfológica do Planalto Sul-rio-grandense, uma área que Borba (2013, p.276) classifica como “[...] de expressiva geodiversidade, resultado de uma evolução geológica longa e complexa (do Paleoproterozoico ao recente), e dotada de paisagens de substancial atratividade turística”.

A geodiversidade, o geopatrimônio e a evolução geológica e geomorfológica tornaram Caçapava do Sul, ao longo do século XX, uma espécie de laboratório ou sala de aula a céu aberto para o desenvolvimento de conhecimentos na área de geociências. Existem estudos realizados na região que datam da década de 1930. Borba (2017) aponta que a geodiversidade foi um dos fatores que levaram à criação de um campus da Universidade Federal do Pampa em Caçapava do Sul, onde são ofertados cursos como geologia, geofísica e tecnologia em mineração, entre outros. Em 2015, a Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul aprovou uma lei que concedeu à Caçapava do Sul o título de capital gaúcha da geodiversidade.

Os recursos minerais, especialmente o cobre e o ouro, também desempenharam um papel muito importante na economia, sendo que, em meados do século passado, Caçapava do Sul chegou a ser considerada a capital brasileira do cobre. Na atualidade, as jazidas de mármore calcíticos e dolomíticos ainda são utilizadas para produção de argamassa, calcário e cal, sendo responsáveis por parte importante do PIB do município (BORBA, 2017).

A presença da geodiversidade, por si só, não é suficiente para que uma região seja classificada como detentora de um valor geopatrimonial internacional, que justifique a criação de um geoparque. Porém, a região de Caçapava do Sul

compreende a Bacia do Camaquã, com relevância internacional, por caracterizar-se como

[...] uma sucessão de quatro espessos pacotes de rochas vulcânicas e sedimentares do intervalo Ediacarano-Ordoviciano (630 a 470 milhões de anos), [...] e que constituem o registro mais completo, mais contínuo, melhor preservado e de melhores exposições do chamado estágio de transição da Plataforma Sul-americana (BORBA, 2017, p.110).

Além disso, a ação do clima e das intempéries sobre os arenitos e conglomerados das duas sucessões sedimentares mais jovens da Bacia do Camaquã – Santa Bárbara e Guaritas – criaram um relevo único, composto por elementos como morros-testemunho e vales, compondo as chamadas Pedras das Guaritas, localizadas no geossítio denominado Guaritas do Camaquã.

As elevações descritas anteriormente também abrigam diversos ecossistemas, intrinsecamente ligados à geodiversidade local, como (BORBA, 2017): campos rupestres, ricos em bromélias e cactos; florestas de encosta, em meio aos campos; grande diversidade de líquenes, musgos e briófitas; além de habitat para animais como tatus, furões, morcegos, graxains, felinos nativos, diversas aves e invertebrados.

Para além dos elementos geológicos citados, Caçapava do Sul conta também com fósseis de animais extintos da chamada megafauna nos sedimentos de arroios e rios que cortam a região, com destaque para as preguiças gigantes. Também são encontradas no município, animais e plantas endêmicos do bioma pampa, e ainda, comunidades humanas tradicionais, como indígenas, quilombolas e pecuaristas familiares (PRE UFSM, 2021a).

A presença das características mencionadas anteriormente levou a UFSM, em parceria com a UNIPAMPA, à estruturação, em 2018, de um projeto para a criação de um geoparque na região de Caçapava do Sul, com o objetivo de:

[...] implementar e coordenar uma proposta de Geoparque no município de Caçapava do Sul visando novas alternativas para a economia regional, de forma sustentável, por meio da conservação do patrimônio natural e cultural, da educação para o meio ambiente, incentivo à geração de renda através de iniciativas privadas, bem como ao turismo local. Tudo isso, através da apropriação do conhecimento, da capacitação da comunidade, da formação acadêmica, da pesquisa, da extensão, da intervenção e da articulação junto ao poder público local, entidades e sociedade civil organizada (PRE UFSM, 2021b, p.[01]).

Como forma de viabilizar o projeto do geoparque, inicialmente as equipes da Pró-Reitoria de Extensão da UFSM e da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da

UNIPAMPA – órgãos responsáveis pelo projeto – realizaram reuniões com os gestores municipais de Caçapava do Sul para debater a viabilidade do geoparque e as maneiras como as universidades, a prefeitura, o setor privado e comunidade local poderiam contribuir para o avanço do projeto.

No ano seguinte, ocorreu uma série de viagens para sensibilização da comunidade e desenvolvimento de capacitações, voltadas ao poder público e ao setor produtivo do município. A UFSM também lançou um edital interno, que contemplou oito projetos de extensão voltados ao geoparque, direcionados ao território, envolvendo estudantes, professores e servidores técnico-administrativos em educação da instituição, assim como colaboradores externos (PRE UFSM, 2021b). A partir de 2020, em função da pandemia de coronavírus, o ritmo das atividades presenciais e *in loco* reduziu drasticamente, mas diversos trabalhos de ordem teórica, ligados ao geoparque, continuam sendo desenvolvidos.

Em 25 de outubro de 2021, em atividade alusiva aos 190 anos de fundação de Caçapava do Sul, o professor da UFSM e integrante da coordenação científica do geoparque, André Borba, apresentou o dossiê de candidatura ao selo do Programa de Geoparques Mundiais da UNESCO. O dossiê, redigido em inglês, foi encaminhado ao Ministério das Relações Exteriores (PREFEITURA DE CAÇAPAVA DO SUL, 2021). Após a análise do documento, em 25 de novembro, o Itamaraty enviou o dossiê à UNESCO Paris, solicitando o reconhecimento do Geoparques Caçapava do Sul Aspirante UNESCO, penúltima etapa do percurso para a criação do geoparque, sendo que a última etapa é a visita de representantes da Global Geoparks Network para a certificação.

Ao longo dos últimos quatro anos, desde que o projeto de criação do geoparque teve início, além de uma considerável produção acadêmica (artigos, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses de mestrado e doutorado, publicação de capítulos e livros, apresentações em diversos eventos científicos, etc) dezenas de atividades foram desenvolvidas, visando avançar e dar visibilidade ao projeto, conforme o Relatório de Ações Projeto Geoparque Caçapava (PRE, 2021), com destaque para:

- I Fórum Sul Brasileiro de Geoparques;
- GeoDia 2018 e 2019, compreendendo ação de geoeeducação, com atividades como oficina de cactos, caça aos fósseis, trilhas para Minas do Camaquã,

Pedra do Segredo e para as Guaritas, escalada, exposição de fotos 3D e caminhada interpretativa pelo centro histórico;

- Criação da Logomarca do Projeto Geoparque Caçapava, pela professora do curso de Desenho Industrial da UFSM, Marilaine Amadori e a acadêmica Micheli Grigolo;

- Dois encontros com artesãos, visando a valorização e divulgação do patrimônio paleontológico de Caçapava do Sul;

- Elaboração do projeto arquitetônico do Centro Interpretativo e de Visitantes, pelo professor Fábio Muller e estudantes do curso de Arquitetura e Urbanismo da UFSM, em parceria com o escritório de arquitetura Pro4rq, de Santa Maria-RS;

- Reuniões de sensibilização e audiências públicas com a comunidade local, incluindo o debate sobre a proposta de criação da unidade de conservação Parque Municipal da Cascata do Salso;

- Criação de uma agência de turismo receptivo em Caçapava do Sul, a Guaritas Geoturismo³, voltada à oferta de vivências em trilhas, travessias, escalada em rocha e educação ambiental;

- Criação de uma agência de turismo ecológico em Caçapava do Sul, a Flor de Tuna Cia de Aventura⁴, com oferta de serviços de guia de turismo para passeios na área;

- Inauguração do Guaritas Hostel⁵;

- Inauguração do Centro de Informações Turísticas de Caçapava do Sul, com funcionamento durante todos os dias da semana, e localizado no prédio do museu municipal;

- Realização da atividade 'Um dia no parque - Parque Natural Municipal da Pedra do Segredo', inspirada pelo Park Day, que ocorre nos Estados Unidos, buscando demonstrar como uma unidade de conservação pode oferecer atividades de esporte, cultura e lazer à comunidade;

- Geoexpedição Serra do Segredo, com realização de trilhas, escalada, rapel e contato com, visando atrair turistas e mostrar à comunidade local o potencial turístico da região;

- Instalação de uma réplica da preguiça gigante;

³ Endereço da agência Guaritas Geoturismo no Facebook: <https://www.facebook.com/guaritasturismo/>

⁴ Endereço da agência Flor de Tuna no Facebook: <https://www.facebook.com/Flordetuna/>

⁵ Endereço do Guaritas Hostel no Facebook: <https://www.facebook.com/guaritashotel/>

- Elaboração e instalação de painéis interpretativos nos principais geossítios de Caçapava do Sul;
- Apoio à Associação para o Desenvolvimento do Geoturismo em Caçapava do Sul, criada em 2018;
- Disponibilização de Passeio virtual pela Pedra do Segredo durante o período de isolamento social devido à pandemia de coronavírus:
- Produção do Guia Institucional e Turístico Projeto Geoparque Caçapava⁶, por estudantes de Publicidade e Propaganda da UFSM;
- Criação e alimentação do site institucional do Geoparque Caçapava do Sul⁷ e das páginas no Facebook⁸ e no Instagram⁹.

⁶ Guia disponível em: <https://drive.google.com/drive/folders/1AM-1Uhl1jl5cSmYC1Q5YU5g2yhdaQpnT>

⁷ Endereço do site do Geoparque Caçapava do Sul: www.geoparquecacapava.com.br

⁸ Endereço da página no Facebook do Geoparque Caçapava do Sul: www.facebook.com/geoparquecacapava

⁹ Endereço do Instagram do Geoparque Caçapava do Sul: www.instagram.com/geoparquecacapava

4 PROMOÇÃO DO GEOPARQUE CAÇAPAVA POR MEIO DE SPOTS

Conforme apontado anteriormente, é muito importante que um determinado território que almeja se tornar um geoparque UNESCO já desenvolva atividades como o geoturismo na ocasião de sua candidatura. Desde 2018, dentre as ações desenvolvidas na região do Geoparque Caçapava do Sul pela UFSM e UNIPAMPA, em parceria com o poder público, setor privado e comunidade local, o fomento ao turismo em diferentes modalidades (geoturismo, turismo de aventura, turismo rural, ecoturismo, etc) vem ganhando destaque, como por exemplo, através da criação das agências de turismo receptivo Guaritas Geoturismo e de turismo ecológico Flor de Tuna, das inaugurações do Centro de Informações Turísticas de Caçapava do Sul e do Guaritas Hostel, da instalação de painéis interpretativos nos principais geossítios e da realização de atividades como o GeoDia e Dia no Parque.

Visando contribuir para a promoção do turismo no território do Geoparque Caçapava, em acordo com os objetivos propostos no presente trabalho, será descrito a seguir os caminhos percorridos para a elaboração dos spots publicitários para veiculação em emissoras de rádios.

Inicialmente, para determinação de quais geossítios seriam promovidos, recorreu-se à bibliografia já produzida, voltada ao tema e, de modo mais específico, ao artigo intitulado **Inventário e avaliação quantitativa de geossítios: exemplo de aplicação ao patrimônio geológico do município de Caçapava do Sul (RS, Brasil)**, O trabalho, desenvolvido pelo professor André Borba e sua equipe, destaca-se pela metodologia empregada para a classificação dos geossítios. No estudo, são considerados como potenciais geossítios “[...] todos os afloramentos naturais, acidentes geográficos principais, [...] pedreiras e minas ativas e/ou abandonadas, além de pontos estratégicos em rodovias para atuarem como miradores” (BORBA, et al., 2013, p.277).

A equipe selecionou um total de 46 geossítios que se destacam por serem citados em publicações científicas relevantes ou mapas geológicos; utilizados usualmente para aulas práticas; relevantes do ponto de vista geológico; visitados

regularmente por público externo à comunidade local ou que possuam potencial turístico; e utilizados frequentemente pelos moradores da região como áreas de lazer ou balneários. Esses geossítios foram visitados, fotografados e descritos pelos pesquisadores.

O passo seguinte foi a classificação e valoração dos geossítios selecionados “[...] através da aplicação, com pequenas modificações, da metodologia elaborada por Fassoulas et al. (2012), que se alicerça na atribuição de notas de 1 a 10 para seis blocos de critérios, a saber: critérios (a) científicos, (b) ecológicos, (c) culturais, (d) estéticos, (e) econômicos e (f) de uso potencial” (BORBA, et al., 2013, p.288). Após, cada geossítio recebeu uma nota final, também de 1 a 10, resultante da média das notas obtidas em cada um dos critérios considerados. Com base nas notas, foram calculados os índices de valor educativo (V_{educ}), valor turístico (V_{tur}) e valor de necessidade de proteção (V_{prot}).

O valor educativo de um relaciona-se à potencialidade científica, em termos de geodiversidade, assim como ao impacto cultural e ecológico, e ao apelo estético (beleza cênica). O valor turístico envolve aspectos culturais, econômicos (como número de visitantes), uso potencial e fatores como a acessibilidade. Já o valor de necessidade de proteção diz respeito ao risco ecológico envolvido, de modo que “[...] quanto mais danificado um afloramento ou uma área, e quanto mais ameaçado seu ecossistema associado, maior será a necessidade de adoção de medidas protetivas” (BORBA, et al., 2013, p.280).

Para os propósitos deste trabalho, são considerados como elegíveis para a produção dos spots, os geossítios apontados pela equipe de Borba (2013) como possuidores de escores aceitáveis de valor educativo, valor turístico e valor de necessidade de proteção, conforme o Quadro 1. Não são apresentados os valores referentes à Serra do Segredo por compreender mais de um geossítio. Destaca-se que, quanto maiores os valores educacional e turístico e menor o valor de necessidade de proteção, mas adequado é o geossítio para o desenvolvimento do geoturismo.

Assim, foram produzidos spots envolvendo “[...] grandes áreas complexas, adequadas para estratégias diversificadas de geoconservação, como proteção legal em UC [Unidades de Conservação], educação geocientífica, desenvolvimento do turismo e prática de esportes de aventura na natureza (trilhas, *mountain bike*, escalada em rocha, caiaque, voo livre, etc.)” (BORBA, et al, 2013, p.280). Por se

tratar de áreas nas quais se busca ampliar a presença de visitantes e promover o geoturismo, ainda foram levadas em consideração as condições de infraestrutura e a oferta organizada, mesmo que ainda de maneira rudimentar, de roteiros, meios de hospedagem e atividades de lazer.

Após a realização deste processo de seleção, chegou-se a um total de nove sítios que apresentam as condições mínimas para o recebimento de turistas, sendo eles: a Serra do Segredo, a Toca das Carretas, a Pedra da Guarda Velha, o Cerro do Reginaldo, as Caieiras, as Minas do Camaquã, as Pedras das Guaritas, a Serra do Segredo e a Cascata do Salso. Fechando a lista de 10 spots, além desses nove geossítios, foi produzido também um spot sobre a escalada, por ser um esporte com um número relativamente alto de adeptos na região de Caçapava do Sul, que pode ser praticado em muitos dos geossítios, e que tem a capacidade de atrair visitantes não só da região, mas também de outras partes do Brasil e do mundo.

Quadro 1 – Valor educacional, Valor turístico e Valor de necessidade de proteção dos geossítios que compõem os spots

Geossítio	Veduc	Vtur	Vprot
Pedra do Segredo	6,90	6,68	4,44
Toca das Carretas	4,84	4,55	3,00
Pedra da Guarda Velha	5,04	4,77	3,53
Cerro do Reginaldo	5,66	5,75	4,13
Caieiras	3,86	4,31	5,30
Minas do Camaquã	4,32	4,22	5,10
Pedras das Guaritas	7,28	7,09	3,68
Cascata do Salso	3,86	2,95	3,30

Fonte: quadro produzido pelo autor, com dados de Borba (2013, p.285).

As informações que compõem os textos dos spots foram extraídas – além do inventário produzido por Borba (2013) e sua equipe – do site institucional do Geoparque Caçapava do Sul (principalmente no que se refere à visita) e dos seguintes estudos: **Complexo Turístico Minas do Camaquã**, de autoria de Conte (2016) e **Geoturismo em Caçapava do Sul (RS): proposta de trilhas interpretativas nas Guaritas do Camaquã**, elaborado por Souza e Borba (2021).

Os spots produzidos possuem a seguinte redação:

- Na Serra do Segredo, situada próximo de Caçapava do Sul, fica a Pedra do Segredo. O acesso ao local é realizado através do Parque Natural da Pedra do Segredo, onde é possível acampar, realizar trilhas, visitar cavernas, e praticar escalada, além de contemplar uma vista exuberante de toda a região, a partir do alto da Pedra do Segredo. O acesso ao parque custa dez reais para trilha autoguiada, vinte reais para camping e quarenta reais para circuito guiado de seis quilômetros. O parque funciona de terça a domingo, das nove horas da manhã às seis horas da tarde. Mais informações podem ser obtidas através do e-mail tunaecoturismo@gmail.com
- A Toca das Carretas é uma gruta, escavada pela água, situada em um cerro com encostas suaves e abundante mata nativa, e que serviu como cenário para o filme *Anahy de las Misiones*, lançado em 1997, e estrelado por Araci Esteves, Marcos Palmeira e Dira Paes. O filme conta a história de Anahy, uma mulher forte dos pampas, que luta para sobreviver em plena Revolução Farroupilha, vendendo o que consegue pilhar dos mortos nos combates. A Toca das Carretas pode ser visitada em um Roteiro de Turismo Rural, organizado pela Don José Azeite de Oliva. Agende sua visita através do site donjoseazeitedeoliva.com.br
- A Pedra da Guarda Velha é uma grande formação rochosa, localizada na sede campestre de um piquete de laçadores, uma entidade vinculada ao movimento tradicionalista gaúcho. No local, existe também um marco comemorativo que registra a antiga fronteira entre os domínios dos reinos de Portugal e Espanha na América do Sul, estabelecida pelo Tratado de Santo Ildefonso, em 1777. O piquete realiza visitas ao local, mediante agendamento e com custos a combinar. As visitas podem ser agendadas pelo telefone (55) 9 9979-7625.
- O Cerro do Reginaldo é uma formação rochosa que conta com pavimentos compostos por blocos soltos de granito, onde é encontrado um ecossistema rico em biodiversidade, incluindo bromélias, cactus, serpentes, lagartos, aranhas e escorpiões. Por sua altitude em relação

à paisagem local, o Cerro abriga uma antena de telecomunicações e oferece uma vista deslumbrante da região. O Cerro do Reginaldo se destaca pela sua importância científica e educativa, e a visita ao local pode proporcionar experiências enriquecedoras para turmas de estudantes de escolas e universidades.

- As Caieiras são um conjunto de grandes cavas de mineração de mármore, atualmente em atividade, onde é produzido calcário, cal e argamassa, e que pertencem a diferentes empresas caçapavanas, que fornecem o produto para a correção do pH e fertilização de solos no norte e noroeste do Rio Grande do Sul. Os mármore encontrados na área foram formados a partir de calcários depositados há cerca de um bilhão de anos, em um ambiente de mar raso. A visitação das Caieiras tem caráter educativo, e depende de autorização das empresas proprietárias, por ser uma área de mineração ativa.
- As Minas do Camaquã são um complexo que inclui a sede histórica da antiga fazenda de João Dias, descobridor das jazidas de cobre, em 1885, prédios de mineradoras estrangeiras como engenhos, casas e barragens e uma vila de trabalhadores da mineração, que contava com hospital, clube e o Cine Rodeio, inspirado nos saloons norte-americanos, além da minas Uruguai e São Luiz. Nas Minas do Camaquã, o visitante tem acesso à Pedra da Cruz e ao balneário da Prainha, além de poder praticar esportes de aventura como escalada, rapel e canoagem. As instalações das antigas minas de cobre estão fechadas ao público.
- As Pedras das Guaritas são cerros íngremes, em forma de ruínas, de grande beleza, que abrigam espécies vegetais raras e endêmicas, como cactos e bromélias nativas. Na região, ocorre a criação sustentável de pequenos animais, como ovelhas e cabras. O Guaritas Hostel oferece convívio com animais da fazenda, cavalgadas, passeios, café rural, trilhas com guia, camping e aluguel de cabanas, com agendamento pelo Facebook. Outra opção é a Associação dos Moradores das Guaritas, que conta com trilhas guiadas, escalada e refeições. O telefone para contato é (55) 99631-7727.

- Na região da Serra do Segredo ficam a Pedra do Leão, a Pedra do Navio, o Paredão Teixeira e a Pedra da Chaminé, que além de oferecerem uma vista inacreditável, também são o habitat de espécies de plantas e animais que só existem na região. O visitante que deseja conhecer estes locais, tem como opção de hospedagem, o Camping Galpão de Pedra, que disponibiliza trilhas autoguiadas, que podem ser realizadas mediante pagamento de taxa. As reservas para o camping devem ser feitas com antecedência mínima de um dia. Mais informações e reservas através do site galpaodepedra.cacapava.net
- A Cascata do Salso fica em terras públicas, e deve se tornar uma unidade de conservação da natureza em breve. Além do uso como balneário, a cascata, que possui cerca de 30 metros de altura, possibilita a prática de esportes de aventura do tipo cascading, que é a descida de rapel em quedas d'água. No passado, funcionou uma pequena usina hidrelétrica no local, que ainda possui instalações da barragem. O nome da cascata se deve à presença de árvores da espécie Salso nos arredores. A cascata está localizada a cerca de 5 km da cidade e a visitação é gratuita.
- A escalada como esporte em Caçapava iniciou em 1973, quando Edgar Kittelmann, o pioneiro do montanhismo gaúcho, escalou a Pedra da Abelha, na época chamada pedra do Corvo. Atualmente, a Pedra do Segredo, com 120 metros de altura, possui 19 vias de escalada e a Pedra da Lua, outras 29 vias, além de pontos para rapel. Os visitantes, interessados em praticar escalada, podem entrar em contato com o Southclimb, que é um grupo independente que busca divulgar a escalada e incentivar a prática do esporte em Caçapava do Sul e região. O instagram do grupo é @south_climbing

No que se refere à estruturação propriamente dita dos spots, foram tomadas as seguintes decisões: primeiramente, foi definido que o público-alvo são pessoas jovens e adultas, com boas condições de locomoção, que costumam ou desejam praticar atividades em meio à natureza (como camping, trilhas, escalada, rapel, etc) ou saber mais sobre a história geológica do planeta, geodiversidade e biodiversidade do pampa gaúcho.

O público alvo foi determinado de maneira arbitrária, uma vez que não existe um estudo que aponte diretrizes sobre qual o público potencial que estaria disposto a visitar a região de Caçapava do Sul com o intuito de praticar o geoturismo. Na definição do público, foi considerado que as condições físicas podem ser um fator determinante para a visita, dado que o relevo é majoritariamente composto por morros e escarpas, e que existe uma deficiência em termos de recursos de acessibilidade. Como o geoturismo ainda é desconhecido da maioria das pessoas, também foi considerado que o interesse por atividades ligadas a outras modalidades turísticas mais conhecidas e praticadas (turismo rural, turismo de aventura, geoturismo, etc) poderia servir como atrativo e 'porta de entrada' para o turismo geológico.

Considerando que, como apontado anteriormente, os estudos indicam que a duração do spot normalmente fica entre 15 e 90 segundos, optou-se por produzir peças com cerca de 70 segundos, capazes de conter informações importantes, mas sem se tornar maçantes ou cansativas, correndo o risco de perder a atenção do ouvinte ou dificultar a assimilação da mensagem.

Seguindo as orientações de Silva (1999), na redação do roteiro dos spots, tomou-se o cuidado de estruturar o texto através de frases claras e concisas, escritas em ordem direta, com cada ideia sendo desenvolvida em uma sentença, visando dar fluidez e ritmo ao spot e facilitar a compreensão por parte do ouvinte. Como o texto não poderia ser longo, optou-se por trazer informações sobre o porquê de o geossítio ser um atrativo, além de informar como o visitante pode acessar o atrativo e que tipo de atividade pode desenvolver no local, assim como informações de contato com agências ou outros promotores turísticos, quando disponíveis.

Em termos de técnica empregada, optou-se por introduzir o spot utilizando um efeito sonoro, com o objetivo de chamar a atenção do radiouvinte, seguido de uma chamada/título, comum a todas as peças, com locução masculina, voz grave, sóbria e formal, com o seguinte conteúdo: **NA TRILHA DOS GEOPARQUES: GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL**. Após, o texto do spot propriamente dito, com locução feminina, voz suave e entonação animada, com fundo musical instrumental, em volume baixo, evitando assim que o ouvinte se distraia ou que haja poluição sonora, dificultando a compreensão e assimilação das informações. Por fim, o encerramento, com locução nos mesmos moldes da chamada, também comum a

todos os spots: **PARA MAIS INFORMAÇÕES, ACESSE: GEOPARQUECAÇAPAVA.COM.BR.**

Os spots foram gravados nos estúdios das Rádios Universidade AM e UNI FM, emissoras públicas da Universidade Federal de Santa Maria. As locuções foram realizadas por servidores técnico-administrativos em educação da instituição, a saber, o locutor Marcelo de Franceschi e a programadora de rádio e televisão Rejane Miranda. A gravação foi feita pelo operador técnico terceirizado Leonardo Côrtes e a edição e finalização ficaram a cargo do também servidor da UFSM, o diretor de som Jordan Junges. Os spots podem ser acessados gratuitamente no SoundCloud, através do link https://soundcloud.com/ciro-oliveira-541100658/sets/geoparque-cacapava-do-sul-spots-de-divulgacao?si=b2de2e1821ea418795c4ca27e305eb19&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo, conforme mencionado anteriormente, se adequadamente planejado, pode atuar como um importante instrumento de geração de emprego e renda, principalmente em regiões que contam com pouca diversidade de atividades produtivas, como é o caso da região de Caçapava do Sul, somando-se a isso, a possibilidade de proteção da geodiversidade e biodiversidade em relação à degradação.

O Geoparque de Caçapava do Sul, atualmente, ainda é apenas um projeto sob análise da UNESCO, mesmo com o empenho em prol de seu reconhecimento por parte da UFSM, UNIPAMPA, poder público e comunidade local. É bem verdade que a região possui uma das características fundamentais para a certificação de um território enquanto geoparque, que é a existência de um patrimônio geológico ou geomorfológico singular em nível mundial (BORBA, 2017).

Porém, em termos de aspectos envolvendo infraestrutura, mesmo com melhorias, como a criação de agências de turismo receptivo e a colocação de algumas placas interpretativas em geossítios, de modo geral, a cidade de Caçapava do Sul e a região ainda carecem de avanços, como sinalização e conserto de estradas para acesso ao município e aos geossítios – muitas delas são vicinais, de chão batido – ampliação da rede de hospedagem e alimentação e, principalmente, ações específicas, relacionadas ao geopatrimônio que pode ser explorado turisticamente, como estruturação de um plano interpretativo e fixação de placas, criação de roteiros turísticos, e aferição da capacidade de carga de cada geossítio, objetivando sua proteção contra a degradação, uma vez que:

[...] a utilização turística do local implica em algum risco de degradação, pois as características geopatrimoniais podem sofrer danos ou até mesmo serem completamente destruídas, caso o local não apresente uma gestão adequada [...] pois se algum geossítio for degradado de forma significativa, este poderá não estar mais disponível para visitação, reduzindo o potencial de atratividade deste território (ZIEMANN e FIGUEIRÓ, 2017, p.142-144).

No caso do geoturismo, a preocupação com os meios interpretativos ganha um destaque especial, pois de modo geral, o turista não possui conhecimentos sobre a geologia, e costuma visitar atrativos localizados no meio natural tendo seu interesse voltado para a beleza cênica da paisagem ou para a realização de

atividades ligadas ao ecoturismo ou turismo de aventura, por exemplo, como camping, trilhas, escaladas e rapel. Assim, como aponta Moreira (2014) é fundamental fazer a 'tradução' da terminologia da área da geologia para a linguagem usualmente utilizada pelo cidadão comum, despertando o interesse do visitante para o geopatrimônio e a importância de sua preservação.

Neste trabalho, buscou-se contribuir no sentido de promover o Geoparque Caçapava do Sul, convidando o possível turista para conhecer a região, apresentando os principais geossítios, mesclando informações acerca da geodiversidade, associadas às informações sobre a oferta de serviços como hospedagem, roteiros turísticos e atividades ligadas a outras modalidades de turismo como as citadas anteriormente, com as quais o visitante está mais habituado.

Para tanto, foram utilizados como ferramenta de promoção e divulgação, os spots publicitários, direcionados à veiculação no rádio, dado que a maioria dos municípios brasileiros continua tendo neste meio de comunicação massiva, a principal fonte de informação sobre assuntos locais, além de existir uma relação de familiaridade e confiança entre os ouvintes e os profissionais que atuam no meio radiofônico, de modo que esse veículo permanece sendo um importante instrumento para a promoção, marketing e vendas de produtos e marcas.

Como resultado, foram produzidos dez spots, abordando nove geossítios, tendo como base, a classificação elaborada por Borba (et. al. 2013), a partir da análise de 46 locais de Caçapava do Sul, considerando o Valor educativo, o Valor turístico e o Valor de proteção ambiental. Também foi levada em consideração, a oferta de infraestrutura, de roteiros e de atividades de lazer nos geossítios com potencial geoturístico. Foi produzido ainda um décimo spot, visando a divulgação da escalada, um esporte bastante praticado na região e com potencial para atrair visitantes. Após a produção dos roteiros, os spots foram gravados e editados por uma equipe das rádios Universidade AM e Uni FM, com as quais foi firmada parceria.

Por fim, é importante destacar que o presente trabalho é um projeto experimental, e que a eficiência e a eficácia da promoção do Geoparque Caçapava do Sul através de spots publicitários precisam ser testadas junto ao público-alvo ou a uma amostra do mesmo, assim como avaliadas pelos gestores do projeto.

Uma vez considerados aptos a alcançar o objetivo que se propõem, é possível realizar a ampliação da produção dos spots, e também é necessário o estabelecimento de novas parcerias com emissoras de rádio da região, dispostas a contribuir na divulgação das peças publicitárias, a exemplo do que já ocorre com as emissoras públicas da Universidade Federal de Santa Maria..

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Charles dos Reis; CRUZ, Joliane Olschowsky da. Turismo na pauta do rádio: o programa Coluna de Turismo em Ilhéus, Bahia (Brasil). In: **Turismo & Sociedade**, v. 6, n. 4, out. 2013, p. 861-886. Curitiba: 2013. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/31748> Acesso em: 17 fev. 2019.

ANJOS, Larissa Natália da Cunha Pereira dos. **As dimensões socioeducativas da Web Rádio. No ar: a Rádio UFPB**. Dissertação (Mestrado Profissional em Jornalismo), Universidade Federal da Paraíba (UFPB). João Pessoa PB: UFPB, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/9624>. Acesso em; 02 set. 2019.

ATLAS DA NOTÍCIA. **Principais Análises sobre o Mapeamento de Veículos de Jornalismo no Brasil**. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/estatisticas/>. Acesso em: nov.2019.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

BORBA, André Weissheimer de. Um Geoparqk na Região de Caçapava do Sul (RS,Brasil): uma discussão sobre a viabilidade e abrangência territorial. In: **Geographia Meridionalis**: Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Pelotas. v. 03, n. 01 jan.-jun. 2017, p. 104-133. Pelotas: 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Geographis/article/view/10302> Acesso em: 27 jul. 2020.

BORBA, André Weissheimer de; et. al. Inventário e avaliação quantitativa de geossítios: exemplo de aplicação ao patrimônio geológico do município de Caçapava do Sul (RS, Brasil). In: **Pesquisas em Geociências**, v.40, n.3, set.-dez. 2013, p.275-294. Porto Alegre: Instituto de Geociências – UFRGS, 2013. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/PesquisasemGeociencias/article/view/77830/44467>. Acesso em: 03 ago. 2021.

CONTE, Manoela. **Complexo Turístico Minas do Camaquã**. Trabalho de Conclusão do Curso (Arquitetura e Urbanismo), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2016. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/183672> Acesso em: 25 mar. 2021.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo: 2014.

GLOBAL GEOPARK NETWORK (GGN). **About GGN**. Pequim, China: 2021a. Disponível em: <http://www.globalgeopark.org/aboutGGN/6398.htm> Acesso em: 05 nov. 2021.

_____. **Geopark Map**. Pequim, Cinha: 2021b. Disponível em: <http://www.globalgeopark.org/GeoparkMap/index.htm>. Acesso em: 05 nov. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Caçapava do Sul**. Rio de Janeiro: 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/cacapava-do-sul/panorama>>. Acesso em: 14 nov. 2021.

KANTAR IBOPE. **Inside Rádio**. [São Paulo]: 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/inside-radio-2021-download/> Acesso em: 11 dez. 2021.

MANOSSO, Fernando Cezar. Geodiversidade e Geoturismo: o potencial da Serra do Cadeado-PR. In: **Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL**, 06, Caxias do Sul: 9-10 jul. 2010. Caxias do Sul: UCS, 2010. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/06/Geodiversidade%20e%20Geoturismo%20o%20potencial%20da.pdf. Acesso em: 01 dez. 2021.

MELLO VIANNA, Graziela Valadares Gomes. Elementos sonoros da linguagem radiofônica: a sugestão de sentido ao ouvinte-modelo. In: **GALAXIA (São Paulo, Online)**, n. 27, jun. 2014 , p. 227-240. São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gal/v14n27/19.pdf> Acesso em: 18 ago. 2019.

MÍDIA DADOS. **Mídia Dados**: Brasil 2019. São Paulo: Grupo de Mídia São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.gm.org.br/midia-dados-2019> Acesso em: 06 nov. 2019.

MOREIRA, Jasmine Cardozo. **Geoturismo e interpretação ambiental**. 1. ed. rev. atual. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2014.

NAKATANI, Márcia S.M.; GOMES, Ewerton Lemos; NUNES, Mylena Palazzo. A promoção e comercialização de localidades como produtos e destinos turísticos: aplicando os conceitos de publicidade e propaganda no turismo. In: **SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO**, 08, São Paulo, 2016. São Paulo: Anais ANPTUR, 2016. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/551.pdf> Acesso em: 22 set. 2021.

PAREDES, Darío Javier Villacrés. **Creación de una Rádio Digital Online para la Promoción Turística de la Ciudad de Quito**. Quito, Equador: Universidad Central de Equador, 2013. Disponível em: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1480>. Acesso em: 04 set. 2019.

PREFEITURA DE CAÇAPAVA DO SUL. **Geoparque Caçapava aspirante Unesco é apresentado nos 190 anos de Caçapava do Sul**. Caçapava do Sul: 29 out. 2021. Disponível em: <https://cacapavadosul.rs.gov.br/noticia/visualizar/id/7416/?geoparque-cacapava-aspirante-unesco-e-apresentado-nos-190-anos-de-cacapava-do-sul.html> Acesso em: 04 jan. 2022.

PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO (PRE), Universidade Federal de Santa Maria, 2021. **Geoparques**. Santa Maria: UFSM, 2018a. Disponível em: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/geoparques/>. Acesso em: 17 out. 2021.

_____. **Geoparque Caçapava do Sul**. Santa Maria: UFSM, 2018b. Disponível em: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/geoparque-cacapava/>. Acesso em: 17 out. 2021.

_____. **Relatório de Ações Projeto Geoparque Caçapava**. Santa Maria: 2021. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/346/2020/06/Relat%C3%B3rio-18-19-e-l.20-Gpq-Ca%C3%A7apava.pdf> Acesso em: 14 nov. 2021.

RABAHY, Wilson Abrahão. Uma visão do turismo no Brasil e suas perspectivas. In: MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados & informações do turismo no Brasil: o turista internacional no Brasil**. Ano 1, 1 ed., fev. 2021. Brasília: Ministério do Turismo. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/revistas/Revista_Dados_e_Informacoes_A01E01CGDISGESE_DIVULGACAO_compressed.pdf Acesso em: 14 nov. 2021.

REIS, Clovis. Os Formatos de Anúncio Publicitário no Rádio: proposta de classificação dos diferentes tipos de patrocínio. In: **Líbero**, v. 13, n. 26, dez. 2010, p. 145-152. São Paulo: Casper Líbero, 2010. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/412> Acesso em: 25 fev. 2020.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio, oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999.

SOARES, Luciana Guimarães. **Spot para Radioblog: uma proposta de multiletramento em sala de aula**. Dissertação (mestrado profissional em Letras), Universidade Federal de Uberlândia, 2018. Uberlândia MG: UFU, 2018. Disponível em: <https://1library.org/document/yeerw5ry-luciana-quimaraes-soares-spot-para-radioblog-proposta-multiletramentos.html> Acesso em: 10 jan. 2022.

SOUZA, Luiz Paulo Martins e; BORBA, André Weissheimer de. Geoturismo em Caçapava do Sul (RS): proposta de trilhas interpretativas nas Guaritas do Camaquã. In: **Terr@Plural**, v.15, 2021, p. 1-24. Ponta Grossa, PR: UEPG, 2021. Disponível em: <https://revistas2.uepg.br/index.php/tp/article/view/16230> Acesso em: 23 dez. 2021.

UNESCO. **Declaração de Arouca**. Arouca Portugal: UNESCO, 2011. Disponível em: https://www.azoresgeopark.com/media/docs/declaracao_de_arouca_geoturismo.pdf Acesso em: 12 jan. 2022.

XAVIER, Cristina de Jesus. **Gênero Textual Propaganda do Tipo Spot: um trabalho como sequência didática no Projeto Rádio Recreio**. Dissertação (mestrado em Educação), Universidade Federal do Mato Grosso, 2018. Rondonópolis, MT: UFMT, 2018. Disponível em: https://ri.ufmt.br/handle/1/1473?locale=pt_BR Acesso em: 14 jan. 2020.

ZIEMANN, Djulia Regina; FIGUEIRÓ, Adriano Severo. Avaliação do Potencial Geoturístico no Território da Proposta Geoparque Quarta Colônia. In: **Revista do Departamento de Geografia**, v. 34, 2017, p.137-149. São Paulo: USP, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rdg/article/view/135156> Acesso em: 14 jul. 2019.

ZUCCO, Fabricia Durieux; BARROS, Andréa Lima; REIS, Clóvis; BARRIOS, Yanet María Reimondo. Promoção no turismo: relações entre a estratégia comunicacional, o público-alvo e o formato dos anúncios da propaganda no rádio no Estado do Piauí/Brasil. In: **Razón y Palabra**. v. 22, n. 103, out.-dez. 2018, p. 401-419.
Disponível em: <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1582>
Acesso em: 07 mar. 2020.

APÊNDICE A – ROTEIROS DOS SPOTS

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul

PEÇA: Spot 01 (60”)

TÍTULO: Pedra do Segredo

LOCUÇÃO: Marcelo de Franceschi e Rejane Miranda

TÉCNICA: Jordan Junges

ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5”) - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>NA SERRA DO SEGREDO / SITUADA PRÓXIMO DE CAÇAPAVA DO SUL / FICA A PEDRA DO SEGREDO // O ACESSO AO LOCAL É REALIZADO ATRAVÉS DO PARQUE NATURAL DA PEDRA DO SEGREDO / ONDE É POSSÍVEL ACAMPAR / REALIZAR TRILHAS / VISITAR CAVERNAS / E PRATICAR ESCALADA / ALÉM DE CONTEMPLAR UMA VISTA EXUBERANTE DE TODA A REGIÃO / A PARTIR DO ALTO DA PEDRA DO SEGREDO // O ACESSO AO PARQUE CUSTA DEZ REAIS PARA TRILHA AUTOGUIADA / VINTE REAIS PARA CAMPING E QUARENTA REAIS PARA CIRCUITO GUIADO DE SEIS QUILÔMETROS // O PARQUE FUNCIONA DE TERÇA A DOMINGO / DAS NOVE HORAS DA MANHÃ ÀS SEIS HORAS DA TARDE // MAIS INFORMAÇÕES PODEM SER OBTIDAS ATRAVÉS DO E-MAIL / TUNA ECOTURISMO ARROBA GMAIL PONTO COM //</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul

PEÇA: Spot 02 (60")

TÍTULO: Toca das Carretas

LOCUÇÃO: Marcelo de Fransceschi e Rejane Miranda

TÉCNICA: Jordan Junges

ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5") - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>A TOCA DAS CARRETAS É UMA GRUTA / ESCAVADA PELA ÁGUA / SITUADA EM UM CERRO COM ENCOSTAS SUAVES E ABUNDANTE MATA NATIVA / E QUE SERVIU COMO CENÁRIO PARA O FILME ANAHY DE LAS MISIONES / LANÇADO EM 1997 / E ESTRELADO POR ARACÍ ESTEVES / MARCOS PALMEIRA E DIRA PAES // O FILME CONTA A HISTÓRIA DE ANAHY / UMA MULHER FORTE DOS PAMPAS / QUE LUTA PARA SOBREVIVER EM PLENA REVOLUÇÃO FARROUPILHA / VENDENDO O QUE CONSEGUE PILHAR DOS MORTOS NOS COMBATES // A TOCA DAS CARRETAS PODE SER VISITADA EM UM ROTEIRO DE TURISMO RURAL / ORGANIZADO PELA DON JOSÉ AZEITE DE OLIVA // AGENDE SUA VISITA ATRAVÉS DO SITE DON JOSE AZEITE DE OLIVA PONTO COM PONTO BR //</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul

PEÇA: Spot 03 (60")

TÍTULO: Pedra da Guarda Velha

LOCUÇÃO: Marcelo de Fransceschi e Rejane Miranda

TÉCNICA: Jordan Junges

ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5") - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>A PEDRA DA GUARDA VELHA É UMA GRANDE FORMAÇÃO ROCHOSA / LOCALIZADA NA SEDE CAMPESTRE DE UM PIQUETE DE LAÇADORES / UMA ENTIDADE VINCULADA AO MOVIMENTO TRADICIONALISTA GAÚCHO // NO LOCAL / EXISTE TAMBÉM UM MARCO COMEMORATIVO / QUE REGISTRA A ANTIGA FRONTEIRA ENTRE OS DOMÍNIOS DOS REINOS DE PORTUGAL E ESPANHA NA AMÉRICA DO SUL / ESTABELECIDADA PELO TRATADO DE SANTO ILDEFONSO, EM 1777 // O PIQUETE REALIZA VISITAS AO LOCAL / MEDIANTE AGENDAMENTO E COM CUSTOS A COMBINAR // AS VISITAS PODEM SER AGENDADAS PELO TELEFONE (55) 9 9979-7625 //</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul

PEÇA: Spot 04 (60")

TÍTULO: Cerro do Reginaldo

LOCUÇÃO: Marcelo de Fransceschi e Rejane Miranda

TÉCNICA: Jordan Junges

ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5") - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>O CERRO DO REGINALDO É UMA FORMAÇÃO ROCHOSA QUE CONTA COM PAVIMENTOS COMPOSTOS POR BLOCOS SOLTOS DE GRANITO / ONDE É ENCONTRADO UM ECOSSISTEMA RICO EM BIODIVERSIDADE / INCLUINDO BROMÉLIAS / CACTOS / SERPENTES / LAGARTOS / ARANHAS E ESCORPIÕES. POR SUA ALTITUDE EM RELAÇÃO À PAISAGEM LOCAL, O CERRO ABRIGA UMA ANTENA DE TELECOMUNICAÇÕES E OFERECE UMA VISTA DESLUMBRANTE DA REGIÃO // O CERRO DO REGINALDO SE DESTACA PELA SUA IMPORTÂNCIA CIENTÍFICA E EDUCATIVA / E A VISITA AO LOCAL PODE PROPORCIONAR EXPERIÊNCIAS ENRIQUECEDORAS PARA TURMAS DE ESTUDANTES DE ESCOLAS E UNIVERSIDADES //</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul

PEÇA: Spot 05 (60")

TÍTULO: Caieiras

LOCUÇÃO: Marcelo de Fransceschi e Rejane Miranda

TÉCNICA: Jordan Junges

ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5") - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>AS CAIEIRAS SÃO UM CONJUNTO DE GRANDES CAVAS DE MINERAÇÃO DE MÁRMORE / ATUALMENTE EM ATIVIDADE / ONDE É PRODUZIDO CALCÁRIO / CAL E ARGAMASSA // E QUE PERTENCEM A DIFERENTES EMPRESAS CAÇAPAVANAS / QUE FORNECEM O PRODUTO PARA A CORREÇÃO DO PH E FERTILIZAÇÃO DE SOLOS NO NORTE E NOROESTE DO RIO GRANDE DO SUL // OS MÁRMORES ENCONTRADOS NA ÁREA FORAM FORMADOS A PARTIR DE CALCÁRIOS DEPOSITADOS HÁ CERCA DE UM BILHÃO DE ANOS / EM UM AMBIENTE DE MAR RASO // A VISITAÇÃO DAS CAIEIRAS TEM CARÁTER EDUCATIVO / E DEPENDE DE AUTORIZAÇÃO DAS EMPRESAS PROPRIETÁRIAS / POR SER UMA ÁREA DE MINERAÇÃO ATIVA //</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul

PEÇA: Spot 06 (60")

TÍTULO: Escalada

LOCUÇÃO: Marcelo de Fransceschi e Rejane Miranda

TÉCNICA: Jordan Junges

ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5") - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>A ESCALADA COMO ESPORTE EM CAÇAPAVA INICIOU EM 1973 / QUANDO EDGAR KITTELMANN / O PIONEIRO DO MONTANHISMO GAÚCHO / ESCALOU A PEDRA DA ABELHA/ NA ÉPOCA CHAMADA PEDRA DO CORVO // ATUALMENTE / A PEDRA DO SEGREDO / COM 120 METROS DE ALTURA / POSSUI 19 VIAS DE ESCALADA E A PEDRA DA LUA / OUTRAS 29 VIAS / ALÉM DE PONTOS PARA RAPEL // OS VISITANTES INTERESSADOS EM PRATICAR ESCALADA / PODEM ENTRAR EM CONTATO COM O SOUTHCLIMB, QUE É UM GRUPO INDEPENDENTE QUE BUSCA DIVULGAR A ESCALADA E INCENTIVAR A PRÁTICA DO ESPORTE EM CAÇAPAVA DO SUL E REGIÃO / O INSTAGRAM DO GRUPO É ARROBA SOUTH ANDERLINE CLIMBING //</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul

PEÇA: Spot 07 (60")

TÍTULO: Minas do Camaquã

LOCUÇÃO: Marcelo de Fransceschi e Rejane Miranda

TÉCNICA: Jordan Junges

ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5") - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>AS MINAS DO CAMAQUÃ SÃO UM COMPLEXO QUE INCLUI A SEDE HISTÓRICA DA ANTIGA FAZENDA DE JOÃO DIAS / DESCOBRIDOR DAS JAZIDAS DE COBRE / EM 1885 // PRÉDIOS DE MINERADORAS ESTRANGEIRAS COMO ENGENHOS / CASAS E BARRAGENS / E UMA VILA DE TRABALHADORES DA MINERAÇÃO // QUE CONTAVA COM HOSPITAL / CLUBE E O CINE RODEIO / INSPIRADO NOS SALOONS NORTEAMERICANOS / ALÉM DA MINAS URUGUAI E SÃO LUIZ // NAS MINAS DO CAMAQUÃ / O VISITANTE TEM ACESSO À PEDRA DA CRUZ E AO BALNEÁRIO DA PRAINHA / ALÉM DE PODER PRATICAR ESPORTES DE AVENTURA COMO ESCALADA, RAPEL E CANOAGEM // AS INSTALAÇÕES DAS ANTIGAS MINAS DE COBRE ESTÃO FECHADAS AO PÚBLICO //</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul
PEÇA: Spot 08 (60")
TÍTULO: Pedras das Guaritas
LOCUÇÃO: Marcelo de Fransceschi e Rejane Miranda
TÉCNICA: Jordan Junges
ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5") - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>AS PEDRAS DAS GUARITAS SÃO CERROS ÍNGREMES, EM FORMA DE RUÍNAS, DE GRANDE BELEZA, QUE ABRIGAM ESPÉCIES VEGETAIS RARAS E ENDÊMICAS, COMO CACTOS E BROMÉLIAS NATIVAS. NA REGIÃO, OCORRE A CRIAÇÃO SUSTENTÁVEL DE PEQUENOS ANIMAIS, COMO OVELHAS E CABRAS. O GUARITAS HOSTEL OFERECE CONVÍVIO COM ANIMAIS DA FAZENDA, CAVALGADAS, PASSEIOS, CAFÉ RURAL, TRILHAS COM GUIA, CAMPING E ALUGUEL DE CABANAS, COM AGENDAMENTO PELO FACEBOOK. OUTRA OPÇÃO É A ASSOCIAÇÃO DOS MORADORES DAS GUARITAS, QUE CONTA COM TRILHAS GUIADAS, ESCALADA E REFEIÇÕES. O TELEFONE PARA CONTATO É (55) 99631-7727.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul
PEÇA: Spot 09 (60")
TÍTULO: Serra do Segredo
LOCUÇÃO: Marcelo de Fransceschi e Rejane Miranda
TÉCNICA: Jordan Junges
ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5") - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>NA REGIÃO DA SERRA DO SEGREDO FICAM A PEDRA DO LEÃO / A PEDRA DO NAVIO / O PAREDÃO TEIXEIRA E A PEDRA DA CHAMINÉ / QUE ALÉM DE OFERECEREM UMA VISTA INACREDITÁVEL / TAMBÉM SÃO O HABITAT DE ESPÉCIES DE PLANTAS E ANIMAIS QUE SÓ EXISTEM NA REGIÃO // O VISITANTE QUE DESEJA CONHECER ESSES LOCAIS / TEM COMO OPÇÃO DE HOSPEDAGEM / O CAMPING GALPÃO DE PEDRA / QUE DISPONIBILIZA TRILHAS AUTOGUIADAS / QUE PODEM SER FEITAS MEDIANTE PAGAMENTO DE TAXA // AS RESERVAS PARA O CAMPING DEVEM SER REALIZADAS COM ANTECEDÊNCIA MÍNIMA DE UM DIA // MAIS INFORMAÇÕES E RESERVAS ATRAVÉS DO SITE GALPÃO DE PEDRA PONTO CAÇAPAVA PONTO NET //</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>

CLIENTE: Geoparque Caçapava do Sul

PEÇA: Spot 10 (60")

TÍTULO: Cascata do Salso

LOCUÇÃO: Marcelo de Fransceschi e Rejane Miranda

TÉCNICA: Jordan Junges

ROTEIRO: Ciro Oliveira

TÉCNICA	ÁUDIO
<ul style="list-style-type: none"> - Trilha de abertura antecedendo locução (5") - Locução masculina, sóbria e formal, com entonação de título 	<p>NA TRILHA DOS GEOPARQUES // GEOPARQUE CAÇAPAVA DO SUL</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução feminina, alegre 	<p>A CASCATA DO SALSO FICA EM TERRAS PÚBLICAS / E DEVE SE TORNAR UMA UNIDADE DE CONSERVAÇÃO DA NATUREZA EM BREVE // ALÉM DO USO COMO BALNEÁRIO / A CASCATA / QUE POSSUI CERCA DE 30 METROS DE ALTURA / POSSIBILITA A PRÁTICA DE ESPORTES DE AVENTURA DO TIPO CASCADING / QUE É A DESCIDA DE RAPEL EM QUEDAS D'ÁGUA // NO PASSADO / FUNCIONOU UMA PEQUENA USINA HIDRELÉTRICA NO LOCAL / QUE AINDA POSSUI INSTALAÇÕES DA BARRAGEM // O NOME DA CASCATA SE DEVE À PRESENÇA DE ÁRVORES DA ESPÉCIE SALSO NOS ARREDORES // A CASCATA ESTÁ LOCALIZADA A CERCA DE 5 KM DA CIDADE E A VISITAÇÃO É GRATUITA //</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Sem trilha - Locução masculina, sóbria e formal 	<p>PARA MAIS INFORMAÇÕES / ACESSE // GEOPARQUE CAÇAPAVA PONTO COM PONTO BR</p>