

Aprofundamento em Geografia

Turismo: novas percepções em um mundo globalizado

Aula 4

3ª Série – Ensino Médio



Mapa do componente

Você está aqui!

- Cultura e *Soft Power*
- **Turismo: novas percepções em um mundo globalizado**

- O impacto do consumo na sociedade
- Cultura: entre a tradição e a nova cultura global

- Combate à xenofobia
- Organizações humanitárias

- Rússia e Ucrânia
- Guerra da Síria

- Migrações internacionais
- Migração legal e ilegal

- Refugiados
- Xenofobia

- Israel e Palestina
- Guerra do Iêmen

semana

2

semana

1

semana

3

semana

4

semana

5

semana

6

semana

7



Objetivos da aula

- Aplicar o conceito de *soft power* para analisar lugares pelo mundo e como isso se reflete na percepção de países no cenário global.



Habilidades

- Analisar criticamente as influências da globalização e mundialização nas juventudes, avaliando como esses processos impactam diferentes contextos sociais, econômicos e culturais e as oportunidades e desafios no mundo do trabalho.



Conteúdos

- Turismo e *soft power*;
- Turismo e globalização.



Recursos didáticos

- Computador.



Duração da aula

45 minutos.

Observe os cartazes



Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/mt-ad-festa-pdf>



Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/aventura-anuncio-dupla-jpeg>



Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/mt-ad-historia-pdf>



Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/preview-mt-ad-sabores-pdf>



Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/preview-mt-ad-natureza-pdf>

Ponto de partida

Agora, responda:



VIREM E CONVERSEM

1. Quais outros países têm uma cultura parecida com a do Brasil e em quais aspectos elas se parecem?
2. Quais elementos da cultura brasileira apresentada são mais conhecidos mundialmente?



© Getty Images

Construindo
o **conceito**

O turismo como *soft power*

Como vimos, o *soft power* designa **a capacidade de um Estado influenciar outros indiretamente, por meio de cultura, valores e ideias**, atraindo e persuadindo as pessoas. Desse modo, o turismo também faz uso do *soft power*, pois por meio dele é possível **buscar mais visibilidade e prestígio no cenário internacional**.



© Getty Images



PARA REFLETIR

- ▶ Em sua opinião, o que mais atrai os turistas para o Brasil?
- ▶ Que país você gostaria de conhecer e por quê?
- ▶ O que mais chama sua atenção em outros lugares pelo mundo?

Continua...

Construindo
o **conceito**

O turismo como *soft power*

Como instrumento de influência, o *soft power* no turismo faz mais do que movimentar a economia, ele divulga valores culturais, tradições e formas de fortalecer e prestigiar um local ou a própria nação diante do mundo globalizado.



© Getty Images

Turistas visitando a Torre Eiffel – Paris, França.

Cada destino turístico é, ao mesmo tempo, uma vitrine capaz de despertar admiração e construir uma imagem positiva no imaginário mundial.



DESTAQUE

Cidades e paisagens se tornam símbolos de identidade e orgulho nacional.

**Pause e
responda**

Qual das alternativas explica corretamente de que maneira o turismo atua como uma forma de *soft power* nas relações internacionais?

a) O turismo é apenas uma atividade econômica que movimenta o comércio e o setor de serviços nos países.

b) O turismo serve apenas para promover o lazer e o entretenimento, sem gerar impactos culturais ou políticos.

c) O turismo funciona como instrumento de influência internacional, fortalecendo a imagem do país, atraindo investimentos e promovendo admiração global.

d) O turismo é usado unicamente para divulgar belezas naturais e aumentar o número de visitantes estrangeiros.

Pause e
responda

Qual das alternativas explica corretamente de que maneira o turismo atua como uma forma de *soft power* nas relações internacionais?

a) O turismo é apenas uma atividade econômica que movimenta o comércio e o setor de serviços nos países.



b) O turismo serve apenas para promover o lazer e o entretenimento, sem gerar impactos culturais ou políticos.



c) O turismo funciona como instrumento de influência internacional, fortalecendo a imagem do país, atraindo investimentos e promovendo admiração global.



d) O turismo é usado unicamente para divulgar belezas naturais e aumentar o número de visitantes estrangeiros.

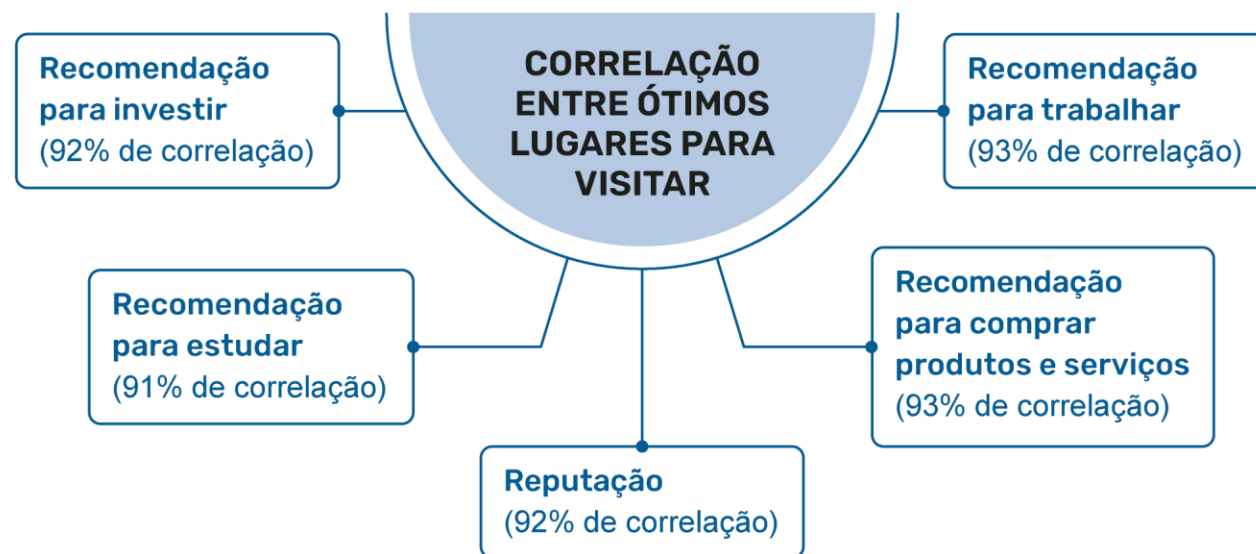


Construindo o **conceito**

Turismo e reputação global

Quando um país é visto como “um ótimo lugar para visitar”, **isso fortalece sua imagem global**, aumenta a confiança internacional e **impulsiona áreas como educação, investimentos e comércio**.

Estudos mostram que os países com **melhor percepção turística também são mais recomendados para estudar, trabalhar e investir**.



A correlação se dá entre a percepção positiva do turismo e dimensões chave da reputação nacional, atratividade econômica e apelo cultural. Num cenário globalmente competitivo, onde a diferenciação é cada vez mais desafiadora, um "ótimo lugar para visitar" serve como conduto essencial para aumentar a familiaridade, reforçar o prestígio cultural e estimular o envolvimento econômico.

Construindo o **conceito**

Turismo como capital estratégico

O turismo se tornou um ativo estratégico para o crescimento econômico e político das nações, pois influencia na diplomacia de um país, reforçando sua presença no cenário global.

- ▶ Segundo o índice Global Soft Power, a importância de ser percebido como um destino turístico desejável aumentou drasticamente, progredindo do 17º determinante mais significativo de reputação em 2020 para o 2º fator mais influente em 2025, superado apenas por "economia forte e estável".



DESTAQUE

O turismo é agora um indicador-chave da força de uma nação. Destinos com forte apelo cultural tornam-se polos de inovação e negócios.



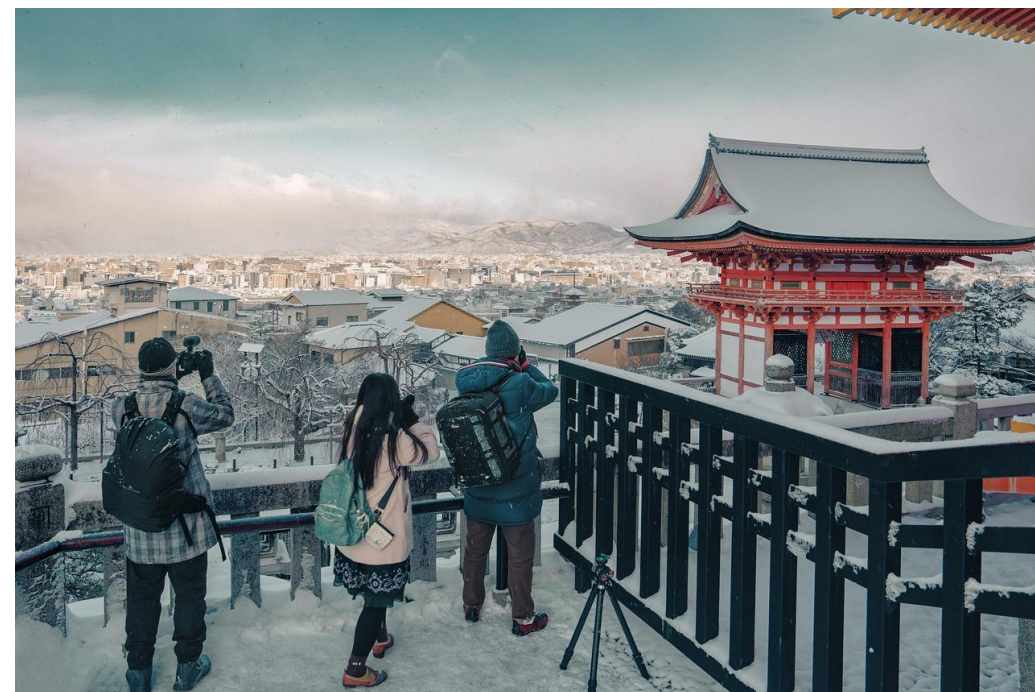
Construindo
o **conceito**

Turismo e confiança global

Mais do que atrair visitantes, o turismo gera confiança e **aproxima povos**. O primeiro contato de muitos estrangeiros com uma nação ocorre por meio do turismo – experiências positivas com a cultura, a segurança e a hospitalidade **moldam percepções duradouras sobre o país**.

A percepção positiva de um destino turístico fortalece a confiança do consumidor global. **Visitantes que associam um país a qualidade e hospitalidade tendem a se tornar fiéis às suas marcas e produtos**.

O Japão é um exemplo, com o crescimento simultâneo na imagem de “ótimo lugar para visitar” e na recomendação de seus produtos e serviços.



Turistas no Japão.

© Pixabay

Colocando em **prática**

Soft power em países em desenvolvimento

Hoje, vocês **criarão um roteiro que desenvolva o turismo** em países em desenvolvimento, com o intuito de usar essas características como *soft power* no cenário internacional.

Ação da atividade	Sugestão
1. Dividam-se em grupos.	Seis a oito pessoas.
2. Escolham um país em desenvolvimento.	Pensem em países da América Latina, África, Ásia etc.
3. Pesquisem até três características atrativas para o turismo desse país.	Paisagem natural, manifestações culturais como dança, comida, música.
4. Escolham uma imagem atrativa do local.	Pensem em uma imagem que carregue uma das características que vocês pesquisaram.
5. Escrevam um pequeno texto atrativo.	O texto visa divulgar o lugar para os turistas.

Continua...

Colocando
em **prática**

Soft power em países em desenvolvimento

Apresentação:

1. Mostrem a imagem para os demais estudantes.
2. Apresentem o texto (duração de aproximadamente 1 minuto).



© Getty Images



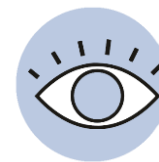
PARA REFLETIR

O motivo da delimitação para países em desenvolvimento é mostrar que o turismo pode ser um recurso bem explorado por todos os países.

Continua ...

Colocando
em **prática**

Correção (exemplo)



DE OLHO NO MODELO



Descubra Gana: onde história, natureza e cultura se encontram!

Venha explorar as paisagens deslumbrantes do Parque Nacional Mole, mergulhar nas praias paradisíacas de Cape Coast e caminhar pela rica história das fortalezas coloniais. Encante-se com a vibrante cultura local: dance ao som do contagiante *highlife* e *afrobeats*, experimente pratos deliciosos como o *jollof rice* e a *fufu* e assista às tradicionais performances do *Adowa*, uma dança cheia de ritmo e significado.

Gana é mais que um destino, é uma experiência inesquecível!

Reprodução – BLAISE RAISE/WIKIMEDIA COMMONS, 2014. Disponível em:
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cape_Coast_Montage.jpg. Acesso em: 23 out. 2025.

Então ficamos assim...

- 1** O turismo é uma forma de *soft power*, pois ajuda os países a fortalecerem sua imagem, atrair investimentos e conquistar admiração internacional.
- 2** A divulgação cultural e turística, impulsionada pela globalização digital, amplia o alcance global de destinos e conecta diferentes povos.
- 3** Países em desenvolvimento podem usar o turismo como estratégia para promover suas culturas e recursos naturais no cenário mundial.

O que nós
**aprendemos
hoje?**

© Getty Images

Saiba mais

Quer saber mais sobre como a globalização digital e o turismo podem estar mais integrados? Assista ao vídeo a seguir.



PAULA BERNARDES. As 5 Novidades Insanas do Google Maps Que Você Precisa Testar!). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=fLsz5IWvjVw>.

Acesso em: 23 out. 2025.

[Link YouTube](#)

Referências da aula

BRAND FINANCE. **Global Soft Power Index 2025**. Disponível em: <https://brandirectory.com/softpower/report>. Acesso em 23 out. 2025.

CAPELA, F. "Soft power" é estratégia para países conquistarem poder e prestígio sem o uso da força. **Jornal da USP**, 27 set. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/soft-power-e-estrategia-para-paises-conquistarem-poder-e-prestigio-sem-o-uso-da-forca/>. Acesso em: 23 out. 2025

HANSEN, C. Globalização cultural em Geografia. **Descomplica**, [s.d.]. Disponível em: <https://descomplica.com.br/d/vs/aula/globalizacao-cultural/>. Acesso em: 23 out. 2025.

LUMERTZ, J. S. **O Turismo como estratégia de Soft Power no contexto das Relações Internacionais**, 8 out. 2025. Disponível em: <https://www.prpg.usp.br/pt-br/press-release-teses-e-dissertacoes/11381-o-turismo-como-estrategia-de-soft-power-no-contexto-das-relacoes-internacionais>. Acesso em 23 out. 2025.

PAULA BERNARDES. As 5 novidades insanas do Google Maps que você precisa testar! Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=fLsz5lWvjVw&ab_channel=PaulaBernardes. Acesso em: 23 out. 2025.

Referências da aula

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Educação. **Currículo Paulista**: etapa Ensino Médio, 2020. Disponível em: https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2023/02/CURR%C3%8DCULO-PAULISTA-etapa-Ensino-M%C3%A9dio_ISBN.pdf. Acesso em: 23 out. 2025.

WAGNER. Campanha Descubra o Brasil – Globo. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=dNJNfHkRwrU&ab_channel=Wagner. Acesso em: 23 out. 2025.

Identidade visual: imagens © Getty Images

Orientações ao professor

Slides 4 e 5



Orientações: inicie a aula com os cartazes do Ministério do Turismo, ressaltando que são de uma campanha voltada à valorização da imagem do país no exterior. Explique que o objetivo é levar os alunos a refletirem sobre como o turismo e a cultura funcionam como formas de *soft power*, isto é, meios de promover a influência e o prestígio de um país sem o uso da força, mas por meio da atração cultural.



Tempo previsto: 6 minutos.



Gestão de sala de aula: peça aos estudantes que observem os cartazes, ressaltando como o Brasil é retratado e quais elementos culturais e naturais são destacados. Em seguida, divida a turma em duplas ou trios para discutir brevemente as perguntas apresentadas no slide.



Condução da dinâmica: solicite que cada grupo compartilhe um ou dois exemplos da sua discussão. Incentive os alunos a compararem o Brasil com outros países — por exemplo, países latino-americanos, que também utilizam o turismo e a cultura como instrumentos de identidade nacional. Estimule-os a perceber como os elementos brasileiros apresentados no vídeo (paisagens, festas, música, gastronomia e hospitalidade) constroem uma imagem positiva e atrativa do país.



Expectativas de respostas: mais do que identificar elementos culturais, espera-se que os alunos:

Reconheçam o turismo como uma forma de projeção internacional, capaz de promover a imagem de um país. Analisem criticamente como a cultura brasileira é representada, observando a diversidade e a hospitalidade como símbolos de identidade nacional. Reflitam sobre a relação entre cultura, imagem e influência global, compreendendo o turismo como ferramenta de *soft power*.

Continua

Slides 4 e 5



Correções e exemplos esperados:

Quais outros países têm uma cultura parecida com a do Brasil e em quais aspectos elas se parecem?

Portugal: língua portuguesa, festas populares como o Carnaval e tradições religiosas.

Angola e Moçambique: língua portuguesa, ritmos musicais e danças de origem africana, além da influência cultural em celebrações.

Colômbia e Cuba: ritmos musicais e danças como a salsa e o samba, além da presença de festas populares e uma cultura vibrante.

México: festas coloridas e celebrações populares, como o Dia dos Mortos, semelhante ao sincretismo festivo do Brasil.

Argentina: paixão pelo futebol, danças tradicionais e culinária rica em carnes e churrasco.

Quais elementos da cultura brasileira apresentada são mais conhecidos mundialmente?

O Carnaval e as escolas de samba.

A música brasileira, como a bossa nova e o samba.

A capoeira, como expressão cultural e arte marcial.

A culinária, incluindo feijoada, pão de queijo e açaí.

A paixão pelo futebol e a presença de jogadores mundialmente famosos.

As festas populares, como o São João e o Carnaval.

As paisagens naturais, como a Floresta Amazônica, o Cristo Redentor, chapadas, praias, etc.



Conceito-base:

O turismo é uma poderosa ferramenta de *soft power*, pois fortalece a imagem de um país, promove sua cultura e estimula o reconhecimento internacional. Por meio da arte, da música, da hospitalidade e das belezas naturais, o Brasil constrói uma marca positiva no mundo, associada à diversidade, à alegria e à criatividade.

Slide 6



Orientações: inicie a explicação retomando o conceito de *soft power*, destacando que ele se refere à capacidade de um país influenciar outros de maneira indireta — por meio da cultura, dos valores e das ideias, em vez do uso da força ou do poder econômico. Explique que o turismo é uma das formas mais eficazes de exercer esse tipo de influência, pois permite que as pessoas conheçam e admirem aspectos culturais, sociais e naturais de uma nação.

Chame a atenção dos alunos para os trechos em destaque no slide — “capacidade de um Estado influenciar outros indiretamente” e “buscar mais visibilidade e prestígio no cenário internacional” — e explique que essas expressões mostram como o turismo ultrapassa o lazer, tornando-se uma ferramenta de diplomacia e projeção de imagem nacional.

Proponha uma breve reflexão com perguntas como:

“De que maneira o turismo pode mudar a imagem de um país no mundo?”

“Você acredita que um destino turístico pode representar os valores e a identidade de um povo?”

“O que faz um país se destacar entre tantos outros como um lugar admirado e desejado para visitar?”

Durante a condução, incentive os alunos a darem exemplos de países que utilizam o turismo como forma de promover sua cultura — como França, Itália, Japão ou Brasil — e explore como símbolos culturais, como a Torre Eiffel ou o Cristo Redentor, ajudam a construir prestígio e reconhecimento internacional.

Finalize ressaltando que o turismo é mais do que uma atividade econômica: ele é também uma estratégia de influência e aproximação entre povos, capaz de promover visibilidade, respeito e admiração global, reforçando a ideia central de que *soft power* é o poder da cultura e da imagem positiva no mundo.

Slide 7



Orientações: inicie a explicação destacando que o turismo é uma poderosa ferramenta de *soft power*, pois vai além do lazer e da economia – ele projeta a imagem e os valores culturais de um país para o mundo. Explique aos alunos que cada destino turístico é também uma forma de comunicação internacional, capaz de gerar admiração, prestígio e reconhecimento global.

Chame a atenção para os termos em destaque no slide – “instrumento de influência”, “fortalecer e prestigiar um local” e “imagem positiva no imaginário mundial”. Mostre que esses conceitos reforçam a ideia de que o turismo constrói simbolismos nacionais, transformando lugares em marcas culturais reconhecidas globalmente, como Paris, Roma, Rio de Janeiro ou Nova York.

Proponha reflexões para o diálogo em sala:

“Por que alguns lugares se tornam símbolos de seus países?”

“Como o turismo pode transformar uma cidade comum em um ícone cultural mundial?”

“Você acha que o Brasil tem lugares com esse potencial de representação? Quais e por quê?”

Durante a condução, mostre como a Torre Eiffel, presente na imagem do slide, representa muito mais que um ponto turístico – ela se tornou um símbolo da identidade francesa, associada a elegância, arte e cultura. Esse exemplo ajuda os alunos a compreender como o turismo reforça o orgulho nacional e promove uma imagem positiva do país no cenário global.

Finalize destacando que o *soft power* do turismo está justamente nessa capacidade de influenciar e inspirar pela admiração, e não pela imposição. Cada cidade que desperta encanto no mundo contribui para fortalecer o prestígio e a influência de sua nação no contexto das relações internacionais.

Slide 8



Orientações: explique aos alunos que o turismo não é apenas uma atividade econômica, mas também um instrumento de política internacional. Mostre que, assim como outros elementos do *soft power*, ele pode ser utilizado estrategicamente para fortalecer a imagem de um país, criar vínculos diplomáticos e estimular a cooperação global.

Destaque os termos em destaque no slide — “ferramenta estratégica de influência internacional” e “ponte de diálogo e cooperação entre povos” — enfatizando que o turismo atua como uma forma de diplomacia cultural, aproximando diferentes nações por meio do respeito, da troca de experiências e da admiração mútua.

Proponha uma reflexão guiada com perguntas como:

“De que maneira o turismo pode aproximar países com culturas e interesses diferentes?”

“Por que atrair turistas também pode significar atrair investimentos e fortalecer a economia?”

“Você conhece exemplos de países que usam o turismo para melhorar sua imagem internacional?”

Durante a explicação, apresente exemplos práticos:

Japão e Coreia do Sul, que associam turismo a tecnologia e tradição, reforçando sua imagem moderna e inovadora;

França e Itália, que utilizam seu patrimônio histórico e cultural como símbolos de prestígio e identidade nacional;

Brasil, que divulga sua diversidade cultural e natural como parte de sua estratégia de visibilidade global.

Finalize destacando que, quando bem planejado, o turismo é uma ferramenta de diálogo internacional, capaz de gerar benefícios econômicos, fortalecer laços políticos e ampliar a influência cultural de um país — elementos fundamentais do conceito de *soft power* no mundo contemporâneo.

Slides 9 e 10



Orientações: peça aos alunos que leiam atentamente o enunciado e as alternativas do slide. Explique que esta questão tem como objetivo verificar se compreenderam como o turismo pode atuar como uma ferramenta de *soft power*, fortalecendo a imagem e a influência de um país no cenário internacional.



Tempo previsto: 1 minuto.



Gestão de sala de aula: realize a leitura do enunciado em voz alta e oriente os alunos a observarem as palavras-chave em cada alternativa, como economia, influência cultural e relações internacionais. Em seguida, dê um minuto para que cada estudante marque a alternativa que considerar correta.



Condução da dinâmica: após o tempo de resposta, peça aos alunos que compartilhem qual alternativa escolheram e expliquem brevemente o motivo. Incentive a troca de ideias, reforçando que o turismo não é apenas uma atividade econômica, mas também um meio de projeção cultural e diplomática.



Expectativas de respostas: resolução:

- A. Incorreta. Justificativa: o turismo realmente movimenta a economia, mas seu impacto vai além do setor comercial, abrangendo aspectos culturais e políticos.
- B. Incorreta. Justificativa: o turismo não se limita ao lazer; ele pode gerar influência internacional e promover a imagem positiva de um país.
- C. Correta. Justificativa: o turismo funciona como instrumento de *soft power*, fortalecendo a imagem nacional, atraindo investimentos, estimulando a cooperação global e promovendo admiração entre diferentes povos.
- D. Incorreta. Justificativa: embora o turismo divulgue as belezas naturais, seu papel estratégico inclui também o fortalecimento da identidade cultural e o prestígio internacional.

Slide 11



Orientações: explique aos alunos que a reputação internacional de um país está diretamente ligada à forma como ele é percebido como destino turístico. Quando um país é visto como “um ótimo lugar para visitar”, isso não apenas atrai turistas, mas também gera confiança global, o que repercute em diversas áreas – desde o comércio e os investimentos até o intercâmbio acadêmico e profissional.

Mostre o infográfico presente no slide e destaque o centro da figura – “Great Place to Visit” – explicando que ele representa o conceito de um país admirado e desejado por visitantes. Em seguida, aponte as correlações ao redor do círculo (visitar, estudar, investir, trabalhar, comprar produtos), mostrando que a boa imagem turística se expande para outros setores, fortalecendo a economia e a influência cultural do país.

Proponha reflexões guiadas:

“Por que a imagem turística de um país pode influenciar decisões de investimento e educação?”

“Como o turismo ajuda a criar confiança internacional?”

“Você acha que o Brasil tem uma boa reputação global como destino? O que poderia melhorar essa imagem?”

Durante a explicação, relacione com exemplos concretos:

Canadá e Austrália, frequentemente associados a qualidade de vida e segurança, atraindo tanto turistas quanto estudantes e imigrantes.

França e Itália, que combinam turismo, arte e gastronomia, reforçando uma identidade de prestígio e sofisticação.

Japão, cuja reputação de inovação e respeito à tradição também impulsiona o turismo e os negócios internacionais.

Finalize reforçando que o turismo é uma ferramenta de *soft power* porque influencia percepções, constrói confiança e impulsiona o prestígio nacional. Quanto melhor a experiência que o país oferece ao mundo, mais ele é visto como um parceiro confiável para estudar, investir e trabalhar, consolidando uma posição positiva nas relações internacionais.

Slide 12



Orientações: inicie destacando aos alunos que o turismo ultrapassou o papel tradicional de lazer e se consolidou como um ativo estratégico nas relações internacionais. Explique que, no contexto do *soft power*, o turismo fortalece a diplomacia entre países, impulsiona a economia, melhora a imagem nacional e contribui para o posicionamento global das nações.

Peça que observem o dado apresentado no slide sobre o Índice Global Soft Power, mostrando como a percepção de um país como destino turístico desejável ganhou importância nos últimos anos — passando do 17º lugar em 2020 para o 2º fator mais influente em 2025, logo após “economia forte e estável”. Esse avanço indica que o turismo é agora um elemento determinante de reputação e poder internacional.

Proponha perguntas para reflexão e debate:

“Por que a imagem turística de um país pode fortalecer sua economia e sua diplomacia?”

“Como o turismo pode ajudar um país a se tornar mais influente no cenário internacional?”

“Vocês conseguem pensar em exemplos de países que utilizam o turismo como estratégia de poder e inovação?”

Durante a análise, apresente exemplos práticos:

Emirados Árabes Unidos, que transformaram o turismo de luxo em símbolo de modernidade e prosperidade.

Espanha e França, que associam o turismo à cultura e à arte, consolidando-se como referências de qualidade de vida.

Coreia do Sul, que usa o turismo cultural (*k-pop*, cinema, gastronomia) para fortalecer sua marca global e atrair investimentos.

Finalize ressaltando que o turismo é hoje um dos principais indicadores da força de uma nação, pois une cultura, economia e diplomacia. Locais com forte apelo cultural e turístico se tornam centros de inovação, negócios e cooperação internacional, demonstrando como o *soft power* se traduz em capital estratégico para o desenvolvimento global.

Slide 13



Orientações: explique aos alunos que o turismo é uma das principais portas de entrada para a construção da imagem internacional de um país. Mais do que uma atividade econômica, ele gera confiança, aproxima povos e consolida vínculos culturais e comerciais duradouros.

Mostre que, na prática, a forma como um país recebe e acolhe visitantes estrangeiros tem um impacto direto sobre a sua reputação global. As experiências vividas por turistas – como hospitalidade, segurança, infraestrutura e cordialidade – moldam percepções duradouras, que influenciam desde o turismo de retorno até o consumo de produtos e serviços nacionais.

Destaque o trecho em negrito do slide – “Visitantes que associam um país a qualidade e hospitalidade tendem a se tornar fiéis às suas marcas e produtos” – para reforçar que o turismo também estimula o comércio e o reconhecimento de marcas nacionais no exterior.

Proponha reflexões guiadas com perguntas como:

“Como a forma de receber turistas pode influenciar a imagem de um país no mundo?”

“Por que o turismo está relacionado à confiança dos consumidores e investidores estrangeiros?”

“Vocês conseguem pensar em produtos ou marcas que representam a imagem positiva de um país?”

Apresente exemplos concretos:

O Japão, mencionado no slide, é um caso emblemático. Sua imagem de eficiência, gentileza e qualidade no turismo está diretamente associada à reputação de suas empresas (como Toyota, Sony e Panasonic).

A Suíça, reconhecida por hospitalidade e segurança, também reforça sua imagem de excelência por meio do turismo e de produtos como relógios e chocolates.

O Brasil, por sua vez, tem no turismo cultural e natural um potencial para fortalecer sua imagem de país acolhedor e criativo.

Finalize destacando que o turismo, quando bem estruturado, fortalece o *soft power* de uma nação, pois cria confiança internacional, estimula relações comerciais e transforma a boa experiência do visitante em admiração e fidelidade ao país e às suas marcas.

Slides 14 a 16



Orientações: explique aos alunos que esta atividade tem o objetivo de estimular a aplicação prática do conceito de *soft power* no contexto do turismo, mostrando como países em desenvolvimento podem fortalecer sua imagem internacional ao valorizar seus aspectos culturais, naturais e históricos. Destaque que o turismo é um recurso acessível a todos os países e que, quando bem planejado, pode se transformar em um instrumento de influência e diplomacia global. Peça que sigam o roteiro apresentado no slide, dividindo-se em grupos e escolhendo um país em desenvolvimento. Oriente que a pesquisa deve focar nas características culturais, sociais ou ambientais que tornam o país único e atrativo para visitantes – como manifestações artísticas, gastronomia, paisagens naturais ou tradições locais.



Tempo previsto: 20 minutos.



Gestão de sala de aula: organize a turma em grupos de seis a oito alunos. Distribua papéis e canetas ou permita o uso de dispositivos digitais para pesquisa. Garanta que todos participem ativamente, dividindo funções (pesquisa, escrita, seleção de imagem e apresentação). Após o tempo de preparo, cada grupo apresentará seu país, a imagem escolhida e o texto promocional criado.



Condução da dinâmica: durante a atividade, circule entre os grupos, auxiliando na organização das ideias e incentivando a criatividade. Oriente que o texto criado tenha um tom convidativo e positivo, semelhante a uma campanha de turismo internacional, destacando elementos que gerem curiosidade, admiração e respeito pela cultura local. Na etapa de apresentação, promova uma escuta ativa: após cada grupo, estimule a turma a comentar brevemente o que mais chamou atenção em cada país e como o turismo pode fortalecer sua imagem no mundo.



Expectativas de respostas: espera-se que os alunos:
Reconheçam o turismo como um meio de fortalecimento da identidade e da imagem nacional;
Analiticamente percebam como países em desenvolvimento podem usar o turismo para gerar admiração e confiança internacional;
Reflictam sobre o papel do turismo na cooperação global, aproximando culturas e promovendo o respeito entre os povos;
Desenvolvam textos criativos e coerentes, utilizando linguagem atrativa e adequada a campanhas de divulgação.

Continua ...

Slides 14 a 16



Correções e exemplos esperados:

Escolha do país: deve ser um país em desenvolvimento (ex.: Vietnã, Gana, Peru, Marrocos, Indonésia, Tanzânia).

Características destacadas: diversidade cultural, gastronomia, hospitalidade, patrimônio natural, festas populares, arquitetura histórica.

Imagem selecionada: deve representar visualmente o aspecto cultural ou paisagístico descrito.

Texto produzido: precisa ser breve (5 a 7 linhas), com linguagem positiva e persuasiva, ressaltando o que torna o país único e acolhedor.

Exemplo: "Descubra o Peru: onde as montanhas dos Andes se encontram com as tradições ancestrais dos povos incas. Caminhe por Machu Picchu, prove o ceviche e encante-se com a hospitalidade de um povo que valoriza sua história e compartilha sua cultura com o mundo."



Conceito-base:

O turismo é uma poderosa ferramenta de *soft power*, capaz de promover desenvolvimento econômico, confiança e admiração global. Ao valorizar seus recursos naturais e culturais, países em desenvolvimento podem fortalecer sua presença internacional, construir reputação positiva e criar laços de cooperação entre nações.

Slide 17



Orientações: professor, a seção **O que nós aprendemos hoje?** tem o objetivo de reforçar e esclarecer os conceitos principais discutidos na aula. Essa revisão pode ser uma ferramenta de avaliação informal do aprendizado dos estudantes, identificando áreas que podem precisar de mais atenção em aulas futuras.



Tempo previsto: 1 minuto.



Gestão de sala de aula: mantenha um tom positivo e construtivo, reforçando o aprendizado em vez de focar correções. Seja direto e objetivo nas explicações para manter a atividade dentro do tempo estipulado. Engaje os estudantes rapidamente, pedindo confirmações ou reações breves às definições apresentadas.



Condução da dinâmica: explique que esta parte da seção, **Então ficamos assim...**, é um momento de reflexão e esclarecimento sobre os conceitos abordados na aula. Informe que será uma rápida revisão para assegurar que os entendimentos dos estudantes estão alinhados com as definições corretas dos conceitos. Apresente o slide com a definição sintética de cada conceito principal discutido na aula, ampliando em forma de frases completas. Destaque se as contribuições dos estudantes estavam alinhadas com o conceito e ofereça esclarecimentos rápidos caso haja discrepâncias ou mal-entendidos. Finalize resumindo os pontos principais e reiterando a importância de cada conceito e como ele se encaixa no contexto maior da aula. Reforce a ideia de que essa revisão ajuda a solidificar o entendimento dos estudantes e prepará-los para aplicar esses conceitos em situações práticas.



Expectativas de respostas: os estudantes devem sair da aula com um entendimento claro e preciso dos conceitos principais. A atividade serve como uma verificação rápida do entendimento dos estudantes e uma oportunidade para corrigir quaisquer mal-entendidos.