

INVESTIGANDO O PAPEL DA MÍDIA DE MASSA NO TURISMO DA EDUCAÇÃO

INVESTIGANDO EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL TURISMO EDUCATIVO

INVESTIGATING THE ROLE OF MASS MEDIA IN EDUCATION TOURISM

Gulnara Faritovna GALI¹

Irina SHAKHNINA²

Elena ZAGLADINA³

RESUMO: O turismo educacional é considerado um meio para dar a melhor educação aos alunos e para aumentar o conhecimento. A crescente popularidade da aquisição de conhecimentos e competências técnicas a partir dos melhores destinos do mundo levou ao aumento do turismo educacional. O artigo examina o papel dos meios de comunicação de massa no desenvolvimento do turismo educacional na República do Tartaristão. O artigo apresenta materiais que ilustram o papel dos meios de comunicação de massa na promoção da educação e na atração de potenciais turistas: sites, Instagram, redes sociais, programas de televisão, transmissões, séries de vídeos temáticos, folhetos, fichas técnicas, artigos em publicações especializadas etc., elaborados pelo Comitê Estadual de Turismo da República do Tartaristão. Os métodos de pesquisa incluem a análise teórica de fontes internacionais, nacionais, regionais e locais. Este artigo discute questões relacionadas ao desenvolvimento da mídia de massa na educação, turismo cultural e toda uma gama de atividades destinadas a promover e preservar a educação, os valores culturais e o patrimônio na República do Tartaristão. A direção prioritária das atividades governamentais e da pesquisa científica no desenvolvimento do turismo cultural é a formação de uma nova atitude em relação à preservação do patrimônio nacional e mundial para as gerações modernas e futuras e a determinação do impacto do turismo nos objetos do patrimônio cultural e natural. Neste artigo, os autores analisaram materiais de mídia de massa no desenvolvimento de oportunidades de turismo na República do Tartaristão (Rússia), bem como na formação e educação do pessoal do turismo e na melhoria da qualidade dos serviços turísticos. Os materiais do artigo são úteis para especialistas da indústria do turismo, professores de instituições de ensino, bem como uma ampla gama de leitores.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia de massa. Turismo educacional. Comunicação intercultural. Globalização. Alunos.

¹ Universidade Federal de Kazan, Kazan – Rússia. Candidata em Ciências Pedagógicas, Professora Associada, Departamento de Línguas Estrangeiras, Instituto de Relações Internacionais. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1063-7166>. E-mail: gulnaragali@mail.ru

² Universidade Federal de Kazan, Kazan – Rússia. Candidata em Ciências Pedagógicas, Professora Associada, Departamento de Línguas Estrangeiras, Instituto de Relações Internacionais. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1499-6529>. E-mail: voda-2005@mail.ru

³ Universidade Federal de Kazan, Kazan – Rússia. Professora assistente, Departamento de Línguas Estrangeiras, Instituto de Relações Internacionais. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5099-0055>. E-mail: 49enzagladina52@gmail.com

RESUMEN: *El turismo educativo se considera como un medio para dar la mejor educación a los estudiantes y mejorar el conocimiento. La creciente popularidad de adquirir conocimientos y competencias técnicas de los mejores destinos del mundo ha llevado al aumento del turismo educativo. El artículo examina el papel de los medios de comunicación en el desarrollo del turismo educativo en la República de Tartaristán. El artículo presenta materiales que ilustran el papel de los medios de comunicación en la promoción de la educación y la atracción de turistas potenciales: sitios web, Instagram, redes sociales, programas de televisión, transmisiones, series de videos temáticos, folletos, fichas técnicas, artículos en publicaciones especializadas, etc., elaborados por la Comité Estatal de Turismo de la República de Tartaristán. Los métodos de investigación incluyen el análisis teórico de fuentes internacionales, nacionales, regionales y locales. Este artículo aborda cuestiones relacionadas con el desarrollo de los medios de comunicación en la educación, el turismo cultural y toda una gama de actividades destinadas a promover y preservar la educación, los valores culturales y el patrimonio en la República de Tatarstán. La dirección prioritaria de las actividades gubernamentales y la investigación científica en el desarrollo del turismo cultural es la formación de una nueva actitud hacia la preservación del Patrimonio Nacional y Mundial para las generaciones modernas y futuras y la determinación del impacto del turismo en los objetos del patrimonio cultural y natural. En este artículo, los autores analizaron los materiales de los medios de comunicación en el desarrollo de oportunidades turísticas en la República de Tatarstán (Rusia), así como en la formación y educación del personal de turismo y la mejora de la calidad de los servicios turísticos. Los materiales del artículo son útiles para especialistas en la industria del turismo, profesores de instituciones educativas, así como para una amplia gama de lectores.*

PALABRAS CLAVE: *Medios de comunicación. Turismo educativo. Comunicación intercultural. Globalización. Estudiantes.*

ABSTRACT: *Educational tourism is regarded as a means to give the best education to students and to enhance knowledge. The increasing popularity of acquiring knowledge and technical competencies from the world's best destinations has led to increase in education tourism. The article examines the role of mass media in the development of education tourism in the Republic of Tatarstan. The article presents materials illustrating the role of mass media in promoting education and attracting potential tourists: websites, Instagram, social networks, television programs, broadcastings, series of thematic videos, brochures, fact sheets, articles in specialized publications etc., prepared by the State Committee for Tourism of the Republic of Tatarstan. Research methods include theoretical analysis of international, national, regional and local sources. This article discusses issues related to the mass media development in education, cultural tourism and a whole range of activities aimed at promoting and preserving education, cultural values and heritage in the Republic of Tatarstan. The priority direction of the government activities and scientific research in the development of cultural tourism is formation of a new attitude towards the preservation of national and World Heritage for modern and future generations and determining the impact of tourism on objects of cultural and natural heritage. In this article, the authors analyzed mass media materials in the development of tourism opportunities in the Republic of Tatarstan (Russia), as well as in the training and education of tourism personnel and improving the quality of tourism services. The materials of the article are useful for specialists in the tourism industry, teachers of educational institutions, as well as a wide range of readers.*

KEYWORDS: *Mass media. Education tourism. Cross-cultural communication. Globalization. Students.*

Introdução

No século XXI, a indústria do turismo abarcou todos os países e continentes, tornando-se a realidade de uma nova cultura global. Não há dúvidas de que o turismo desempenha função cultural (IVANOVIC, 2009). Turismo cultural significa viajar para conhecer os objetos materiais e espirituais da cultura, para participar dos eventos da vida cultural. Afeta a esfera espiritual de uma pessoa, sistema de valores, conhecimento, comportamento social (RICHARDS, 2007; BONIFACE, 1995).

Ressalte-se que o inestimável legado da civilização, acumulado ao longo de milênios, só pode ser salvo pela massa herdeira internacional, e não pelo Estado em que se encontra (BELOGLAZOV *et al.*, 1995). Nesse sentido, a UNESCO deve ser elogiada por apresentar um instrumento eficaz para a preservação de valores únicos e insubstituíveis, independentemente do povo a que pertençam (WTO, 2001). Foi a UNESCO que informou o mundo inteiro sobre a humanidade ter um patrimônio comum que precisa ser protegido e repassado às gerações futuras (MCKERCHER; DU CROS, 2002). Isso foi confirmado por documentos normativos que visam proteger e preservar este valioso patrimônio. Entre eles estão: A Convenção sobre a Proteção do Patrimônio Mundial Cultural e Natural (1972), a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial (2003) e a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais adotada em 2005. Essa abordagem do patrimônio e da diversidade cultural afeta a identificação, preservação e promoção do patrimônio material e imaterial, bem como as estratégias de turismo cultural (RUSSIA, 2017).

O turismo, como forma de entrar em contato com aspectos de diferentes culturas e línguas de diferentes países, também pode ser uma ferramenta que se conjuga com a educação, ao permitir que esses diversos contatos se tornem uma experiência formativa para quem tem a oportunidade, por isso é importante notar o papel deste turismo educativo e também a sua promoção pelos meios de comunicação.

Os autores deste artigo estudaram a experiência dos meios de comunicação de massa na promoção do turismo na República do Tartaristão, bem como vários aspectos relacionados a esse tema. Entre eles estão a formação de pessoal turístico, a melhoria da qualidade dos serviços turísticos e também fatores como: indicadores de desenvolvimento da indústria do turismo, promoção de produtos turísticos (cooperação internacional e inter-regional), eventos turísticos, trabalho com o site oficial e a mídia desempenha um grande papel.

Objetivo do presente estudo

Os objetivos do estudo são os seguintes:

- analisar as formas de promoção do turismo na República do Tartaristão, ampliando o leque de projetos de Internet;
- esclarecer o papel dos periódicos voltados à ampliação da publicidade das oportunidades turísticas;
- identificar as características da abordagem educativa para a compreensão da necessidade de preservação do patrimônio cultural;
- determinar a natureza do treinamento para fins de sua capacidade de trabalhar no sistema de mídia de massa;
- avaliar o papel das línguas estrangeiras na melhoria da formação de especialistas no domínio dos meios de comunicação social, bem como na eficácia da comunicação intercultural no domínio do turismo intercultural;
- identificar o papel dos voluntários na organização do funcionamento dos meios de comunicação de massa;
- determinar a natureza das atividades organizacionais para a formação de um sistema de informação de apoio ao setor de turismo.

Métodos

Os métodos de pesquisa incluem:

- análise teórica de documentos e materiais internacionais, nacionais, regionais e locais na área do turismo, cultura turística, política sociocultural e estudos culturais do turismo; pesquisar fontes estrangeiras e literatura nacional sobre tópicos de pesquisa, materiais relevantes de periódicos russos e dados estatísticos;
- análise quantitativa da promoção do produto turístico da República do Tartaristão que foi feita por meio de fontes de mídia de massa.

O objeto de uma compreensão teórica da cultura do turismo foram os trabalhos dedicados às questões do patrimônio cultural, tipologia da cultura, universalidade cultural e dinâmica sociocultural como os de A. V. Beloglazov (2019), L. I. Galimova (2018), S. S. Galimov (2018), V. I. Gainetdinov (2018), L. S. Timofeeva (2019), A. R. Akhmetova (2019), R. R. Nizaev (2019).

Resultados e discussão

Hoje, a indústria do turismo como um setor econômico altamente lucrativo e em rápido crescimento está se tornando cada vez mais importante no desenvolvimento de regiões individuais, contribuindo para a preservação do potencial social e cultural e valores autênticos, paisagens naturais e ecossistemas de vários territórios. Sendo uma indústria relativamente independente, a indústria do turismo proporciona uma profunda integração da relação social e da mobilidade social. Atualmente, a indústria do turismo na Rússia está em fase de formação institucional e modernização estrutural da infraestrutura turística, bem como a formação de uma base sustentável para a interação intersetorial.

No contexto do nosso estudo, o desenvolvimento do turismo na República do Tartaristão é considerado. O desenvolvimento do turismo hoje é realizado de acordo com a estratégia de desenvolvimento social e econômico da República do Tartaristão até 2030. O Tartaristão está se tornando cada vez mais popular entre os turistas russos e estrangeiros. Um fator importante para atrair convidados é uma rica herança cultural e eventos (festivais, feriados, torneios nacionais e internacionais, shows de estrelas russas e mundiais, realização de campeonatos esportivos etc.) (GALIMOVA *et al.*, 2018).

Esses eventos são amplamente cobertos pelos meios de comunicação de massa: nas redes sociais, na televisão e nos noticiários dedicados aos pontos turísticos e ao patrimônio cultural da República do Tartaristão. Filmes promocionais são emitidos. Por exemplo, filmes promocionais foram lançados para eventos importantes como a XVII Universíada Mundial de Verão, a Copa do Mundo de 2018, o Quinto Nacional WorldSkills de Kazan 2019. Os eventos na República do Tartaristão são acompanhados por muitos artigos, folhetos e livretos, cartões postais e outras informações materiais.

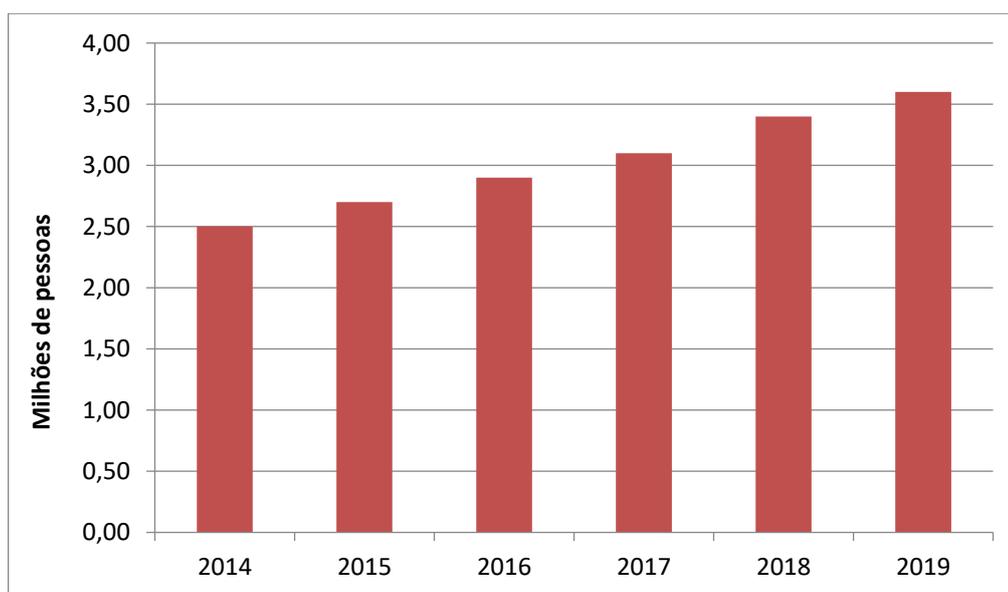
O trabalho sobre a implementação de funções no campo do turismo é realizado pelo Comitê Estadual da República do Tartaristão sobre Turismo. Este é o órgão executivo do poder estatal da República do Tartaristão em competência intersetorial, desempenhando funções de administração pública no campo do turismo e interação intersetorial, coordenação com ministérios e departamentos da República do Tartaristão para o desenvolvimento do turismo e hospitalidade indústria.

O Comitê Estadual presta muita atenção ao treinamento de pessoal profissional para o setor de turismo e hospitalidade do Tartaristão. O programa de treinamento avançado foi realizado para especialistas envolvidos no desenvolvimento do turismo nos municípios da República do Tartaristão. 30 especialistas de 20 municípios da República estiveram dentro de

seu programa por iniciativa do Comitê Estadual de Turismo e sediado na Universidade Federal de Kazan. Este programa educativo foi dedicado a dois temas - a formação de um produto turístico e a promoção de um produto turístico nos meios de comunicação social e nas redes sociais.

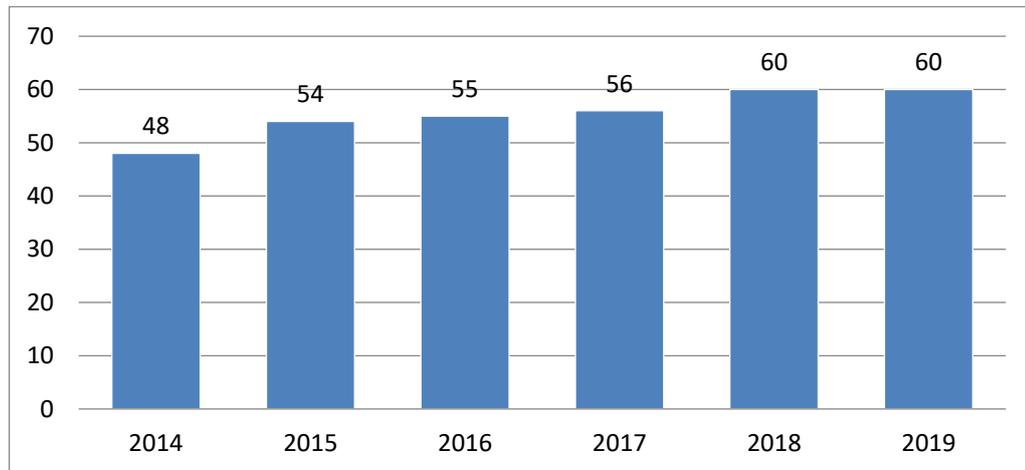
A República do Tartaristão é uma das líderes entre as regiões da Federação Russa no campo do turismo. A República do Tartaristão mostra uma tendência positiva constante nos principais indicadores da indústria. Com base no site oficial do Comitê Estadual de Turismo da República do Tartaristão, os autores analisaram a taxa de crescimento anual do fluxo turístico na República do Tartaristão. O número de turistas na república mostra o crescimento anual em média 9%. No final de 2018, a República do Tartaristão foi visitada por mais de 3,4 milhões de turistas da Rússia e de outros países, enquanto foi visitada por 2,2 milhões de pessoas em 2013 (Comitê Estadual de Turismo da República do Tartaristão) (ver figura 1).

Figura 1 – Dinâmica do fluxo turístico para a República do Tartaristão (milhões de pessoas)



Fonte: Elaborado pelas autoras

Além disso, os autores deste artigo analisaram o site em termos de lotação média de hotéis em Kazan em 2014-2019. A elevada lotação média hoteleira é explicada pelo aumento geral do fluxo turístico para a capital do Tartaristão (ver figura 2).

Figura 2 – Lotação média de hotéis em Kazan em 2014-2019 (em %)

Fonte: Elaborado pelas autoras

Esta análise mostrou que o Comitê Estadual da República do Tartaristão sobre Turismo se comunica através dos meios de comunicação de massa. Isso permite que a República realize um trabalho ativo para promover e popularizar as oportunidades de turismo da República do Tartaristão, tanto nas regiões russas quanto nos mercados estrangeiros. Atenção especial é dada ao desenvolvimento de centros turísticos da República do Tartaristão – Kazan, o Grande Bolgar, a cidade-ilha de Sviiashsk, Elabuga, Chistopol, Tetiush. O fluxo turístico em 2018 para os principais centros turísticos da República aumentou 2,4 vezes frente a 2013.

De acordo com informações de vários sites, o Comitê Estadual da República do Tartaristão de Turismo participa ativamente de eventos turísticos: participação em exposições internacionais de turismo (Finlândia, Irã, Rússia, China etc.); realização de campanhas publicitárias na Rússia e países estrangeiros; Realização de reuniões de negócios no domínio do turismo; participação em programas federais direcionados e outros (GALIMOVA *et al.*, 2018).

De acordo com o site oficial do Comitê Estadual de Turismo, o Tartaristão está incluído no catálogo de ofertas dos operadores turísticos dos Estados Unidos da América, Canadá, Finlândia, Áustria, Alemanha, Japão, Coreia do Sul, Emirados Árabes Unidos, Kuwait, Índia e Vietnã. Os primeiros turistas dos Emirados Árabes Unidos visitaram o Tartaristão em 2017 (Comitê Estadual de Turismo da República do Tartaristão).

O Comitê Estadual iniciou 7 campanhas publicitárias na Rússia, Finlândia e Alemanha para popularizar o Tartaristão como destino turístico. Os materiais de apresentação foram colocados nos meios de publicidade mais populares e nas fontes de informação do público russo e estrangeiro. Muita atenção foi dada à interação com os meios de comunicação de massa da Rússia e de países estrangeiros.

Novos canais de promoção de recursos turísticos do Tartaristão foram aplicados:

- nas telas dentro dos carros foi transmitido um videoclipe "Visite o Tartaristão"; em todos os trens Aeroexpress, os cartazes de construção de imagem "Tartaristão 1001 Prazeres" são postados em Moscou;

- nos supermercados "Bahetle" em Moscou, os compradores conheceram as oportunidades turísticas de nossa direção e se inscreveram em um sorteio para a viagem ao Tartaristão;

- o vídeo "Visite o Tartaristão" foi exibido nos cinemas de Moscou, São Petersburgo, Nizhny Novgorod, Yekaterinburg, Samara, Saratov, Perm, Ulyanovsk, Izhevsk, Ufa antes da estreia dos filmes de maior bilheteria (Comitê Estadual de Turismo de República do Tartaristão).

Para confirmar o potencial turístico e a atratividade da República do Tartaristão, foram mais de 3 mil publicações, em canais de TV e 220 enredos exibidos.

Deve-se notar também que o Comitê Estadual da República do Tartaristão sobre Turismo desenvolveu projetos de investimento. Entre eles, o projeto "Volga Bulgária" pode ser identificado. O objetivo deste projeto é criar um local turístico desenvolvido de classe mundial no Tartaristão, o que aumentará o tempo gasto pelos turistas no Tartaristão.

Além disso, o Comitê Estadual desenvolveu e apresentou a rota da marca "Tartaristão: 1001 Prazeres". As principais empresas e especialistas da república participaram ativamente do desenvolvimento desta rota. Os desejos e preferências dos convidados da República do Tartaristão foram considerados. A rota especial "Tartaristão: 1001 Prazeres" é o novo padrão de atendimento e hospitalidade aos hóspedes de acordo com os valores da marca "Visite o Tartaristão": atenção, emoções e abundância. A ideia desta rota não é apenas mostrar os centros de lazer interessantes do Tartaristão, mas focar na nova experiência do viajante, emoções, gostos e sensações.

A este respeito, é importante notar que o Comitê Estadual da República do Tartaristão de Turismo tem eventos atuais e histórias fotográficas sobre eventos atuais em seu site oficial⁴, onde é realizada a cobertura regular das atividades deste comitê.

Atenção especial deve ser dada ao papel dos meios de comunicação de massa na promoção do turismo na República do Tartaristão nos últimos anos. Eles são os seguintes:

- de acordo com os resultados de 2019, 1.950 publicações foram publicadas na mídia impressa e na Internet, 120 matérias foram exibidas em canais de TV, 8 entrevistas em canais

⁴ Disponível em: <http://tourism.tatarstan.ru>. Acesso em: 10 jan. 2021.

de TV do Tartaristão, 6 transmissões em estações de rádio, 7 coletivas de imprensa e briefings, bem como 10 tours de imprensa para a mídia da República do Tartaristão;

- BBC (Grã-Bretanha), Deutsche Welle (Alemanha), Fox Sport International, Televisão da França, Ite (Espanha) falaram sobre os centros turísticos do Tartaristão;

- programas sobre a ilha de Sviyazhsk, O Grande Bolgar, Elabuga foram exibidos nos canais de TV "The First", "Russia", "NTV", "Culture". O famoso programa "Orel e Reshka" do canal de TV "Friday" falou sobre a capital do Tartaristão, e o programa sobre as tradições culinárias da República do Tartaristão "Food - I love you" foi exibido.

Deve-se notar também que os eventos realizados na República do Tartaristão são acompanhados de informações básicas em vários idiomas. Por exemplo, para atrair turistas para a Copa do Mundo FIFA 2018, o portal turístico oficial "Visite o Tartaristão" foi atualizado, onde foram designados novos objetos e atrações, guias e rotas para os torcedores. Durante o campeonato, esse recurso foi visitado por 9,5 mil pessoas. No estádio "Arena de Kazan" no centro de imprensa oficial da Copa das Confederações da FIFA em Kazan e no Centro de Imprensa para jornalistas não credenciados na CEC "Pirâmide", há estandes de exposição da República do Tartaristão, que representam o turismo potencial da república.

Discussão

A razão básica para fazer uma análise detalhada da comunicação turística no Tartaristão é o desenvolvimento da comunicação intercultural no contexto da globalização do turismo. A pesquisa mostrou que o problema é considerado um dos mais importantes do mundo. É claro que a cultura do turismo desempenha um papel importante na educação humanitária, estética, economia e intercâmbio cultural. É importante usar os meios de comunicação de massa para construir uma comunicação turística sem fronteiras.

Vários aspectos do desenvolvimento do turismo na República do Tartaristão são refletidos no trabalho científico de pesquisadores: A.V. Beloglazov (2019), L.I. Galimova (2018), S.S. Galimov (2018), V.I. Gainetdinov (2018), L.S. Timofeeva (2019), A.R. Akhmetova (2019), R.R. Nizaev (2019), entre outros. No entanto, a análise de artigos científicos e documentos governamentais sobre o assunto nos mostrou que esse problema não é suficientemente considerado.

Síntese

Ao investigar este problema, as autoras chegaram às seguintes conclusões:

1. a indústria do turismo está se tornando importante no desenvolvimento das regiões individuais, contribuindo para a preservação do potencial social e cultural e valores autênticos, paisagens naturais e ecossistemas de vários territórios;
2. a República do Tartaristão está se tornando cada vez mais popular entre os turistas russos e estrangeiros;
3. um fator importante para atrair convidados é uma rica herança cultural e eventos (festivais, feriados, torneios nacionais e internacionais, shows de estrelas russas e mundiais, realização de campeonatos esportivos etc.);
4. esses eventos são amplamente cobertos pelos meios de comunicação de massa: nas redes sociais, televisão e programas de notícias dedicados aos pontos turísticos e patrimônio cultural da República do Tartaristão;
5. o Comitê Estadual de Turismo presta muita atenção ao desenvolvimento da indústria de turismo e hospitalidade.

Conclusão

Para resumir o funcionamento dos meios de comunicação de massa na promoção do turismo na República do Tartaristão, podemos concluir que é necessário expandir o leque de projetos de Internet no campo do turismo: o desenvolvimento e promoção de temas publicitários e informativos, programas de televisão e programas de rádio na Rússia e no exterior. Para isso, é necessário utilizar periódicos e anúncios das oportunidades turísticas do país, publicando folhetos, cartazes, calendários, mapas de rotas turísticas e estabelecendo canais de distribuição desses produtos publicitários na Rússia e no exterior, ampliando a rede de centros de informação para turistas estrangeiros em locais de grande fluxo turístico.

Assim, é importante entender que a comunicação através dos meios de comunicação de massa desempenha um papel importante na promoção do turismo na República do Tartaristão. Numa abordagem educativa é necessário compreender os valores do patrimônio, a sua fragilidade, singularidade e a necessidade de o preservar para as gerações futuras. Esta abordagem ao patrimônio e à diversidade cultural afeta a identificação, preservação e promoção do patrimônio - tangível e intangível, bem como as estratégias de turismo cultural. O conceito de patrimônio cultural mudou significativamente e expressa uma abordagem mais global e unificada. O Governo da República do Tartaristão implementa um conjunto de medidas para

promover e popularizar os recursos turísticos, bem como preservar o patrimônio cultural da nossa república. O papel dos meios de comunicação de massa na promoção do turismo no Tataristão é reforçado por eventos como o lançamento de comerciais, a organização de campanhas publicitárias, a cobertura de eventos turísticos nos principais impressos turísticos e meios de comunicação eletrônicos, transmissão em canais de televisão regionais e federais. Os meios de comunicação de massa também abrangem a formação de especialistas em atividades de turismo regional. Os principais aspectos na formação de especialistas devem ser habilidade e disposição para o turismo e a hospitalidade.

Especialistas, gestores de turismo não são apenas para garantir o desenvolvimento sustentável do turismo, formas e práticas sustentáveis de gestão, mas também criar condições de interação e compreensão mútua entre as comunidades, suas culturas e patrimônios. O fortalecimento do papel das línguas estrangeiras nos currículos das universidades de turismo, tanto em indicadores quantitativos como qualitativos, ajudará a melhorar e aumentar a eficácia da comunicação intercultural no campo do turismo internacional.

AGRADECIMENTOS: O trabalho é realizado de acordo com o Programa do Governo Russo de Crescimento Competitivo da Universidade Federal de Kazan.

REFERÊNCIAS

BELOGLAZOV, A. V. *et al.* Global Supply Chain Strategy in the Cooperation of Russia and Tajikistan in the Field of Security in the Early 21st Century. **International Journal of Supply Chain Management**, v. 8, n. 5, p. 943-947, 2019.

BONIFACE, P. **Managing Quality Cultural Tourism**. Routledge, 1995.

GALIMOVA, L. *et al.* The Development of Tourism in the Republic of Tatarstan: An Investigation on Activities in Modern Fields, **Tarih kultur ve sanat arastirmalari dergisi-journal of history culture and art research**, v. 7, n. 4, p. 300-306, 2018.

GALIMOVA, L. I. *et al.* Regional management system of the tourist and recreational facilities on the example of the Republic of Tatarstan. **Journal of Social Sciences Research**, v. 5, p. 227-229, 2018.

IVANOVIC, M. **Cultural Tourism**. Juta and Company Ltd, 2009.

MCKERCHER, B.; DU CROS, H. **Cultural Tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management**. Routledge, 2002.

RICHARDS, G. **Cultural Tourism: Global and local perspectives**. Routledge, 2007.

RUSSIA. **State committee on tourism of the Republic of Tatarstan**. n./d. Disponível em: <http://tourism.tatarstan.ru/eng/index.htm/news/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

RUSSIA. **Decree № 116 of December 29, 2017**. The approval of the Strategy for the preservation of the cultural heritage of the Republic of Tatarstan for 2017-2030. Disponível em: http://prav.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_1238834_enc_97886.pdf. Acesso em: 10 jan. 2021.

WORLD TRADE ORGANIZATION – WTO. **Cultural Heritage and Tourism Development**. Madrid: WTO, 2001.

Como referenciar este artigo

GALI, G. F.; SHAKHNINA, I.; ZAGLADINA, E. Investigando o papel da mídia de massa no turismo da educação. **Revista on line de Política e Gestão Educacional**, Araraquara, v. 25, n. esp. 6, p. 3426-3437, dez. 2021. e-ISSN:1519-9029. DOI: <https://doi.org/10.22633/rpge.v25iesp.6.16096>

Submetido em: 15/04/2021

Revisões requeridas em: 28/08/2021

Aprovado em: 29/11/2021

Publicado em: 10/12/2021

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação.

Revisão, formatação, normalização e tradução.

