

Corund ceramics. Symbols, representativeness and tourist attractiveness

Ceramica de Corund. Simbolică, reprezentativitate și valorificare turistică

Mihaela PREDA

Lecturer PhD, University of Bucharest, Faculty of Geography, Romania

Elena BOGAN

Lecturer PhD, University of Bucharest, Faculty of Geography, Romania

Iuliana VIJULIE

Associate professor PhD, University of Bucharest, Faculty of Geography, Romania

Alina MARECI

Assistant PhD, University of Bucharest, Faculty of Geography, Romania

Ana Irina LEQUEUX-DINĂ

Lecturer PhD, University of Bucharest, Faculty of Geography, Romania

Abstract:

Nowadays, cultural tourism, through the capitalisation of its ethnocultural elements, helps the emergence and the promotion of tourist destinations, given the sometimes herculean efforts for preserving the authenticity of ancient occupations. Pottery is a proper cultural traditional activity often promoted as a valuable cultural heritage element at a regional or national level. In Romania, the ancient clay processing technique is limited to several important centres, dealing with the pressure of globalisation that prefers modernism to traditionalism. This trend is also observed in the deficient promotion and insufficient capitalisation of the exiting cultural heritage by the hospitality industry. The pottery centre from Corund, Harghita County, continues to exist, but over time the number of potters has decreased considerably because of the low demand for their products. Today, certain artisans have reoriented themselves towards the production of modern ceramics, and the symbols, motifs, traditional colours as well as enamelling techniques are being used less and less. In this context, the purpose of the study is to measure the presence of the characteristics and symbolism of Corund ceramics as well as to find methods of promoting and integrating it in tourism.

The objectives of the study consisted, therefore, of identifying the specific symbolism of Corund ceramics, the ways in which it is represented and promoted and its tourist attractiveness at the regional and national level. The research methodology used in the first place was the qualitative survey. Interviews were conducted on a sample of 10 potters, 2 representatives of the local decision-making authorities, as well as a sample of 100 tourists. Another research method was the structured observation that led to the cartographic delimitation of the area with a high density of pottery activities.

The results of the study consisted in: explaining the typology of symbols specific to Corund ceramics which shows the existence of unique decorative elements (e.g. tulip, blue and green as dominant vivid colours) due to Szekler influences; the identification of the area with

high density of tourist services that integrate or capitalise on the existing cultural potential, partially overlapping with the pottery area but mainly oriented towards other types of tourism (e.g. SPA tourism); the assessment of the impact of cultural heritage elements and especially of pottery promotion on tourist attractiveness and tourism development in an area which became in recent years an increasingly important destination for health tourism and fell secondly in importance for cultural visits.

Keywords: pottery, ethnographic symbols, authenticity, tourist attractiveness, Corund, Harghita County.

Rezumat:

Turismul cultural, prin valorificarea etnoculturală, este astăzi o caracteristică ce stă la baza dezvoltării sau chiar consacării unor destinații turistice, în condițiile în care prezervarea autenticității ocupațiilor străvechi este pe cale de dispariție. Olăritul reprezintă o expresie culturală veritabilă, acesta fiind adesea promovat ca element de patrimoniu cultural cu valoare regională sau națională. La nivelul României, tehnica străveche a prelucrării lutului se rezumă la câteva centre importante, determinantul principal fiind legat de presiunea continuă a globalizării ce introduce modernismul în detrimentul tradiționalismului. Această tendință se observa și în promovarea slabă și valorificarea insuficientă a patrimoniului cultural în industria ospitalității. Centrul de olărit de la Corund, județul Harghita a continuat să existe, însă în timp numărul olarilor s-a redus considerabil, ca urmare a cererii scăzute de produse. Actualmente, o parte a meșterilor s-a reorientat către producția de ceramic modernă, simbolurile, motivele, culorile tradiționale precum și tehnica smălțuirii fiind din ce în ce mai puțin utilizare. În acest context, scopul studiului este acela de a determina manifestarea caracteristicilor și simbolisticii ceramicii de Corund precum și modul de promovare și integrare a acesteia în activitatea turistică.

Obiectivele studiului constau în identificarea simbolisticii specifice ceramicii de Corund, modalitățile de reprezentare și promovare a acesteia precum și determinarea tipurilor de valorificare turistică la nivel regional și național.

Metodologia de cercetare a utilizat metoda anchetei, iar ca instrument ghidul de interviu, aplicat pe un eșantion de 10 de respondenți din rândul meșterilor olari, 2 respondenți din rândul autorităților locale decidente, precum și un eșantion de 100 de persoane din rândul turiștilor. A doua metodă utilizată este observația structurată ce a condus la delimitarea cartografică a arealului cu densitate ridicată a activităților de olărit.

Rezultatele studiului constau în: explicarea tipologiei simbolisticii specifice ceramicii de Corund are arată existența unor elemente de decorare unice-laleaua, utilizarea unor culori preferate-albastru și verde, ca urmare a influențelor secuiești; identificarea arealului cu densitate ridicată a serviciilor turistice care integrează sau valorifică potențialul cultural, acesta fiind suprapus parțial zonei de olărit, neavând ca scop principal valorificarea acestui meșteșug ci turismul balnear, dezvoltat în zonă; analiza impactului promovării elementelor de patrimoniu cultural, respectiv olăritul, asupra dezvoltării turismului, impact care se menține nesemnificativ, zona devenind în ultimii ani o destinație importantă pentru turismul de sănătate, și secundar pentru turismul cultural.

Cuvinte cheie: ceramică, simboluri etnografice, autenticitate, turism, Corund, Harghita.