

Red tourism between promotion and representation. Case study: Bucharest

Turismul roșu între promovare și reprezentare. Studiu de caz: București

Mihaela PREDA

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

Iuliana VIJULIE

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

Elena BOGAN

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

Abstract:

*The historical evolution of Bucharest led to a complex representation from an architectural point of view, so that a series of architectural typologies became visible, represented at the level of the city in the form of a mosaic. The communist period was one of maximum urban development, radically changing the approach of systematization, the result being the appearance of working-class neighborhoods, but also of emblematic buildings whose architecture was of Soviet inspiration. As in other communist countries, the authorities in Bucharest applied a propaganda-type policy including in the field of architectural representation, prioritizing the construction of sometimes utopian, megalomaniac buildings, with overrepresented proportions or architectural elements that were supposed to denote power. Besides the collective multifamily housing, the most visible and well-known communist buildings are Casa Poporului, Casa Scânteii, Casa Radio, Romexpo, Sala Palatului, located in central points of the city that served in the past as parade space for official events. To these are added the buildings nicknamed the Hunger Circuses, located in the neighborhoods (whose shape makes you think of the building of a circus, but which were meant to be supply spaces or huge restaurant canteens for the working class). Beyond the framing of communist architecture in the field of aesthetics, which can be very subjective, we can observe a growing trend regarding its inclusion in the tourist circuit of the cities of the former communist countries. In this context, **the purpose of the study** is to analyze the ways of promoting and valorizing communist architecture, at the level of Bucharest. Thus, **the research methodology** of this study involved two stages. The first stage consisted of identifying and selecting the most important objectives/buildings with communist architecture targeted by tourists. It was used the online screening method, analyzing the main rating sites (Google, Tripadvisor), but also social media, blogs, vlogs, etc. As a result of this stage, Casa Poporului, Casa Scânteii, Casa Radio, Sala Palatului, but also the areas with emblematic communist architecture, namely the Unirii Boulevard-Alba Iulia Square area, were considered as samples. The second stage involved the evaluation of the procedures for promoting red tourism, by applying a semi-structured interview guide, applied to a sample of 150 respondents among tourists. **The results of the study** revealed a weak representation of the modalities to promote red tourism at the level of Bucharest, these being more common as private initiatives or promoted by non-governmental organizations, and very unsatisfactorily represented in public policies or strategies for tourism development. Most tourists find out about the*

existence of this form of tourism from online sources. The analysis of the interview guides shows us that tourists who experienced visits to such specific objectives of red tourism had a high degree of post-purchase satisfaction. Moreover, they intend to deepen the experience by also focusing on the working-class neighborhoods characterized by the communist buildings. In conclusion, the existence of the communist architectural heritage can represent an important element in the development of red tourism, provided that it will benefit from integration and promotion within the existing tourist circuits.

Keywords: red tourism, communist architecture, promotion, Bucharest.

Rezumat:

Evoluția istorică a Bucureștiului a condus la o reprezentare complexă din punct de vedere arhitectural, astfel încât au devenit vizibile o serie de tipologii arhitecturale reprezentate la nivelul orașului sub forma unui mozaic. Perioada comunistă a fost una de maximă dezvoltare urbanistică ceea ce a condus la apariția cartierelor muncitorești, dar și a clădirilor emblematice a căror arhitectură a fost de inspirație sovietică. Ca și în alte țări comuniste, autoritățile de la București au aplicat o politică de tip propagandă inclusiv în domeniul reprezentării arhitecturale, prioritizând construcția de clădiri uneori utopice, megalomane, cu volumetrie suprareprezentată, elemente arhitecturale ce denotau puterea. Pe lângă locuințele colective de tip bloc, cele mai vizibile și cunoscute clădiri comuniste sunt Casa Poporului, Casa Scânteii, Casa Radio, Romexpo, Sala Palatului, localizate în puncte centrale ale orașului care serveau în trecut ca spațiu de defilare în cadrul paradelor oficiale. La acestea se adaugă și clădirile de tip Circul Foamei, amplasate în cartiere (a căror formă te duce cu gândul la clădirea unui circ, dar care se voiau a fi spații de aprovizionare sau imense cantine restaurant destinate clasei muncitoare). Dincolo de încadrarea arhitecturii comuniste în domeniul esteticii urâtului sau frumosului, care poate fi una foarte subiectivă, se poate observa o preocupare din ce în ce mai mare vis a vis de includerea acestora în circuitul turistic al orașelor din țările foste comuniste.

*În acest context, **scopul studiului** este acela de a analiza modalitățile de promovare și valorificare a arhitecturii comuniste, la nivelul Bucureștiului. Astfel că, **metodologia de cercetare** ce a stat la baza studiului a presupus 2 etape. Prima este aceea de a identifica și selecta cele mai importante obiective/clădiri cu arhitectura comunistă vizate de turiști. Aceasta a avut la bază utilizarea metodei screening on-line, luându-se în analiză principalele site-uri de rating (Google, TripAdvisor), dar și social media, blogs, vlogs, etc. În urma acestei etape au fost considerate ca eșantion Casa Poporului, Casa Scânteii, Casa Radio, Sala Palatului, dar și arealele cu arhitectura comunistă emblematică, respectiv zona Bulevardului Unirii-Piața Alba Iulia. A doua etapă a presupus evaluarea procedeeleor de promovare a turismului roșu, prin aplicarea unui ghid de interviu semi-structurat, aplicat pe un eșantion de 150 de respondenți din rândul turiștilor. **Rezultatele studiului** au relevat faptul că modalitățile de promovare a turismului roșu la nivelul Bucureștiului sunt slab reprezentate, acestea fiind mai întâlnite în cadrul inițiativelor private sau de tip organizații nonguvernamentale, și foarte slab reprezentate în politicile sau strategiile publice de dezvoltare a turismului. Cei mai mulți turiști află de existența acestei forme de turism din surse on-line. Analiza ghidurilor de interviu ne arată faptul că turiștii care au experimentat vizite la obiective specifice turismului roșu au avut un grad ridicat de satisfacție post-cumpărare. Mai mult, aceștia și-au declarat intenția de a aprofunda experiența orientându-se și către cartierele muncitorești caracterizate de reprezentarea arhitecturală comunistă. În concluzie, existența patrimoniului arhitectural comunist poate*

reprezenta un element important în dezvoltarea turismului roșu, cu condiția ca acesta să beneficieze de modalități de integrare și promovare în cadrul circuitelor turistice existente.

Cuvinte cheie: turism roșu, arhitectură comunistă, promovare, București.