

Turismul prin lentila Prințului Charles

Într-un interviu acordat, prințul Charles spunea că mai devreme sau mai târziu, oamenii vor regreta pierderea **tradițiilor** și a istoriei. „Este trist că durează atât de mult timp până când oamenii își dau seama cât pierd și au pierdut... dacă pierzi contactul cu **tradițiile**, cu vechiul stil de viață, în mod ciudat, ajungi mai târziu la reacția opusă: oamenii vor să își revendice identitatea, și e tragic când identitatea s-a pierdut.”

Se știe că prințul Charles al Marii Britanii este îndrăgostit de zonele rurale ale Transilvaniei. Acest adevărat ambasador al **turismului** românesc, ne-a scos în evidență atuurile, care pot atrage străinii în **România**. El însuși a experimentat în călătoriile sale prin România, cum se adaptează occidentalul, crescut între pereți de sticlă și oțel, cu modul de viață din satele transilvănene, rămase încremenite parcă în timp și spațiu, departe de civilizație. Viața stresantă din marile orașe „strivește” pur și simplu sufletul omului, care atunci când se trezește într-o casă simplă de la țară, cu pereții mirosind a var proaspăt, cu zgomot de lemne arzând într-o plită ce încălzește atmosfera, cu mobilier arhaic, în sufletul său ars de provocările civilizației, apare senzația că se simte ca acasă, că s-a întors la străbunii lui.

Urmărind firul introspecției sufletești, căutând să aflăm ce l-a determinat pe omul care este prințul Charles al Marii Britanii, totuși, să facă o afirmație precum: „**România** e o parte specială a lumii”, îl vedem pe omul crescut în lux și bogăție, îmbrățișând casa simplă, **tradițiile**, meșteșugurile din mediul rural, neafectate de civilizația distrugătoare de istorie.

Ce o fi fost în sufletul prințului când s-a așezat la odihnă pe podelele mănăstirilor (așa cum a afirmat chiar Domnia Sa), departe de așternuturile fine ale palatului în care trăiește? Cu siguranță, el a experimentat cuvintele binecunoscute: „Veșnicia s-a născut la sat”.

În primul rând, plecând de la cel mai convingător exemplu al unui reprezentant al Casei Regale, putem să afirmăm că România are un potențial deosebit pentru dezvoltarea **turismului**. Occidentul supertehnologizat are nevoie de relaxarea, de refacerea fizică și psihică oferită de o călătorie înapoi în timp, și anume, în zonele rurale ale României. De asemenea, are nevoie de tradițiile și obiceiurile noastre, de ospitalitatea noastră, de tot ceea ce face bine unui om dezlăcănat de trecut, de strămoși. Avem nevoie de oameni care să pună la punct zonele din întreaga României, destinate acestui tip de **turism**: trasee turistice, puncte de cazare, ghizi binepregătiți din toate punctele de vedere, care să le facă turiștilor cunoscută țara noastră, de la cele mai cunoscute sculpturi și construcții, până la mănăstirile uitate în munții sălbatici.

În al doilea rând, succesul este garantat dacă există oameni, care știu să pună în valoare ceea ce oferă **turismul, tradițiile și obiceiurile** din țara noastră. Cu siguranță sunt oameni care au înființat afaceri de familie pe baza turismului. Acești oameni ar trebui să fie interconectați la un sistem național de turism, astfel încât cel care vine să își petreacă câteva zile de concediu în țara noastră să poată fi integrat într-un traseu turistic: începând cu cimitirul Vesel de la Săpânța și terminând cu Delta Dunării sau cu mănăstirile din nordul Moldovei, care să cuprindă cazare, masă și mijloace de transport.

România este o adevărată comoară turistică. Depinde de noi cum știm să punem în valoare specificul zonei noastre. Ar trebui să luăm ca exemplu talentul pe care îl au alte țări în a-și promova turismul, care nu reprezintă în esență ceva extraordinar. Publicitatea forțată, fac dintr-o clădire, dintr-un monument, dintr-o stâncă, adevărate puncte de atracție turistică. Poate că asta ne lipsește: dorința de promovare, publicitatea forțată. Românul este din fire modest, nu se laudă

cu ceea ce are de valoare. Consider că acesta este punctul slab care ne face să pierdem la capitolul promovare, publicitate. Nu de mult mă plimbam prin parcul din Târgu-Jiu. Ajunsă în fața capodoperei lui Brâncuși „Masa Tăcerii”, am fost atenționați, eu și grupul din care făceam parte, să nu mâncăm pe „Masă”. Nu am putut să îmi închipui că cineva ar putea să își întindă masa și să mănânce pe celebra „Masă a Tăcerii”. M-am simțit jignită. Probabil că gardianul respectiv a întâlnit mulți concetățeni care habar nu au ce înseamnă o lucrare de-a lui Brâncuși. Lipsa de cultură, lipsa de apreciere a simbolurilor noastre care ne definește ca rațiune, sunt alte două lucruri care îngreunează promovarea turismului românesc.

În concluzie, țara noastră dispune de toate resursele naturale ca să devină un punct de atracție, atât pentru turiștii din țară, cât și pentru cei din exterior, de aceea, turismul trebuie promovat cu responsabilitate și chiar cu mândrie.