PUBLICITATEA STRADALĂ VS. DESIGNUL ORAŞULUI. STUDIU COMPARATIV OR. CHIŞINĂU, BUCUREŞTI, MADRID

Mihail HUZUN, Faculatatea de Jurnalism şi Ştiinţe ale Comunicării

This paper studies the influence outdoor advertising has over the general design of the city. There were no such reasearches made before for the town of Chisinau. The author analyzes outdoor advertising in three different capitals of the world and comes up with a conclusion and recommendations on how to improve outdoor advertising in Moldova.

Importanţa activităţii publicitare, indiferent de sfera de manifestare, este cu atât mai mare, cu cât multitudinea avantajelor pe care le prezintă pentru acţiunea unor efecte economice şi sociale pozitive, care analizate în antiteză cu evenimentele secundare cu caracter negativ ce pot apărea sunt majoritare, justificând existenţa şi perfecţionarea activităţii publicitare.

Ca o unealtă media ce are integrat în sine fenomenul cultural, mijloace comerciale şi tehnologii avansate, publicitatea stradală aduce oraşului nostru nu doar un trend nou, ci şi o serie de probleme urbane.

Dezvoltarea publicității stradale poate promova dezvoltarea economică şi spori calitatea oraşului. Cu toate acestea, în cazul în care ea este instalată într-un loc nerezonabil, iar designul ei este de un nivel slab, publicitatea poate juca un rol negativ. Prin urmare, trebuie să fie un plan bine stabilit de instalare a publicității stradale şi de a controla designul acesteia prin adoptarea unor regulamente şi norme.

Obiectivele de bază care mi le-am propus la elaborarea lucrării date sunt:

Analiza istoriei, tipologiei şi obiectivelor publicității stradale pentru a o înțelege mai bine ca tip de publicitate şi fenomen.

Analiza regulamentului privind publicitatea stradală în SUA şi Republica Moldova pentru a înțelege ce fel de schimbări pot fi produse pentru a ne dezvolta într-un mod efectiv şi corect.

Studierea impactului general a publicității stradale asupra or. Chişinău.

Elaborarea unui studiu de caz bazat pe analiză comparativă între oraşele Chişinău, Bucureşti şi Madrid. Determinarea stării lucrurilor în fiecare dintre aceste oraşe pentru a ajunge la o concluzie referitor la ce fel de publicitate poate şi nu poate fi încadrată în arhitectura oraşului.

Luând în considerație faptul că Legea cu privire la publicitate are multe neclarități, comercianții profită de acest lucru, permițându-şi să mai şi încalce regulamentul şi normele stabilite, pedeapsa pentru aceste încălcări fiind minimă. Astfel, din moment ce Chişinăul a devenit un oraş supraîncărcat cu tot felul de anunțuri publicitare, în anul 2011, autoritățile locale − Primăria mun.Chişinău, au început „lupta" cu agențiile publicitare, astfel suspendând amplasarea noilor mijloace de publicitate fie la sol, pe clădiri sau pe alt tip de suport.

În pas cu evoluția şi modernizarea populației întregului glob, publicitatea devine un fenomen inevitabil în orice țară a lumii, unele țări şi state gestionând cu mare precauție domeniul dat, altele însă fiind mult mai lejere. Astfel, în diferite colțuri ale lumii oraşele arată radical diferit unele față de altele. Cât priveşte publicitatea stradală în oraşele Chişinău, Bucureşti, Madrid:

Logica amplasării mijloacelor publicitare outdoor diferă de la un oraş la altul şi depinde de preferințele unui sau altui popor, astfel lider este Madridul, reprezentând un oraş cu publicitate amplasată logic, corect din punct de vedere estetic, moral şi religios. Chişinăul şi Bucureştiul însă stau mai prost la capitolul dat, având spre ce să tindă.

Culorile întrebuințate în publicitatea stradală trebuie să fie alese în armonie cu arhitectura şi mediul ambiant, astfel încât mijlocul publicitar să nu deterioreze imaginea şi aspectul general al oraşului, să nu provoace efect

derutant pentru populație. Aici, la fel, lider este or. Madrid, publicitatea fiind perfect integrată în stilistica mediului ambiant, având la bază cel mai des întâlnite culorile neutre, după care urmează or. Chişinău şi or. Bucureşti.

Dimensiunea tuturor surselor publicitare outdoor este foarte variată, însă ea nu joacă cel mai important rol în succesul şi efectul publicitar asupra consumatorului. Astfel, între oraşele analizate, cel mai des publicitatea de mărimi maxime se întâlneşte în Bucureşti, acesta fiind urmat de Chişinău şi Madrid.

Concluzia analizei comparative a publicității OA în Madrid, Chişinău şi Bucureşti este:

În Madrid, lucrurile stau cel mai bine în cazul publicității outdoor, publicitatea nu provoacă disconfort vizual populației, ea este bine integrată în arhitectura generală a oraşului.

Publicitatea exterioară din România, în special la Bucureşti, a evoluat extrem de mult pe parcursul ultimelor decenii, lucru care se datorează în mod special tehnicii moderne, dar şi libertății de exprimare concretizată după 1990. În prezent, se află într-o continuă creştere, însă la momentul de față domină un haos în ceea ce priveşte publicitatea stradală, orice mijloc publicitar fiind amplasat oriunde, fără o logică estetică şi armonioasă.

Ceea ce ține de Chişinău, aici starea lucrurilor este mediocră, respectiv nu e atât de deplorabilă, dar nici pe de aproape nu este perfectă.

Referințe:

1. CRONIN, A. M. Advertising, Commercial Spaces and the Urban Consumption and Public Life. 2010.
2. BERNSTEIN, D. Advertising Outdoors: Watch This Space! 2004.
3. OGILVY, D. Огилви о Рекламе. 2003.
4. CAPLES, J. Проверенные методы рекламы. 2012
5. БЕРДЫШЕВ, С.Н. Эффективная наружная реклама. 2012.
6. Saitografie
7. http://www.carmedia-group.com − Statistică despre publicitatea pe autovehicule.
8. http://www.trm.md/files/docs/legea_publicitate.pdf − Legea R.M. cu privire la publicitate
9. 3.http://www.chisinau.md/public/files/Uploads/monitorul_31.808935B94C3E4DA395209CBA68B1F28A.pdf − Regulamentul provizoriu tocmit de Primăria mun. Chişinău.
10. www.oaaa.org – Codul etic şi codul de reguli al OAAA.
11. http://www.slideshare.net/veazye/prezentare-publicitate − Impactul cultural al OA
12. http://www.informal.ro/2012/02/se-poate-fara-outdoor/ − Informații despre proiectul de lege din São Paulo.
13. http://trendseter.md/ro/publicitate-outdoor.html − Cantitatea de monitoare LED în Republică.