



CP
20 ABRIL 2018
7.2

12 ABR. 2013

13:15h



MOCIÓ QUE PRESENTA EL GRUP D'UNITS PER AVANÇAR PER TAL DE DISPOSAR DE COLUMNES PUBLICITÀRIES A LA CIUTAT DE TARRAGONA

EXPOSICIÓ DE MOTIUS

L'urbanisme actual és una ciència pluridisciplinar que estudia problemes d'una gran complexitat. Actualment col·locar un banc o un fanal no és decorar la ciutat, ja que parteix d'una visió superior, la del «disseny urbà» que, segons l'arquitecte Oriol Bohigas: «...és la disciplina projectual que ha d'emprendre el disseny específic de cada espai urbà i el disseny dels elements urbans.» Aquests elements són objectes que s'utilitzen i integren en el paisatge urbà, i han de ser comprensibles per al ciutadà i, per tant, el disseny ha d'anar d'acord amb el paisatge i la idiosincràsia de la ciutat on s'instal·len. Tanmateix, des dels anys seixanta, el mobiliari urbà ha rebut progressivament un estatus legal, amb la implantació del mobiliari urbà amb utilització publicitària i suport d'informació municipal. El mobiliari urbà es conforma com un element d'urbanitat que compleix una funció social determinada i que exhibeix uns missatges publicitaris que sufraguen en part o íntegrament la seva instal·lació i manteniment, a més d'aportar beneficis per a la municipalitat, entre ells, constituir-se com a referents en la comunicació de les distintes convocatòries culturals o socials de la ciutat o ser un aparador per a les entitats cíviques, a banda de les seves indubtables avantatges pel que fa a la higiene dels murs, via pública i la imatge dels municipis.

El paisatge urbà de la ciutat moderna conté una sèrie d'elements, dels quals la publicitat n'és una part més. A la ciutat moderna occidental, la publicitat gestionada amb criteri, no és un element contaminant, sinó comunicatiu, bàsic en l'estructura urbana.

En aquest context, les columnes publicitàries (segons el TERMCAT: «element del mobiliari urbà de forma cilíndrica emprat per fixar cartells») han tingut sempre la funció social bàsica d'evitar que s'enganxin cartells en els murs de la ciutat, però no és aquesta l'única raó de ser en la majoria de grans ciutats europees. Així, constitueixen un dels primers elements de mobiliari urbà publicitari, ja que van ser instal·lades per primera vegada per servir de suport físic de cartells que, d'una altra manera, es fixaven indiscriminadament en qualsevol lloc, donant al

paisatge urbà un aspecte descuidat i brut. De fet, van néixer a la segona meitat del segle XIX a Berlin amb aquesta darrera vocació, davant el desenvolupament de les arts gràfiques que amenaçaven amb empaperar les parets de les ciutats, donada l'energia creativa dels autors, la diversitat d'espectacles i productes sorgits els darrers decennis, així com l'activitat política i cultural. Es va crear un suport digne, que tingués una superfície considerable per fixar-hi cartells i fos ben visible des de tots els angles. A França van tenir una gran difusió, anomenant-se columnes Morris en honor al seu dissenyador. Les primeres columnes anunciadores al nostre país van néixer a Barcelona per l'Exposició Internacional de 1929. Després de la guerra, gairebé totes les columnes anunciadores havien desaparegut, i no va ser fins al 1978 quan, a Barcelona, davant l'allau publicitari dels partits polítics que concorrien a les primeres eleccions de la democràcia restaurada, l'Ajuntament féu instal·lar arreu de la ciutat més de quatre-centes columnes anunciadores, definides com a *columnes de lliure expressió*, però conegudes popularment per *pirulís*. Des de llavors, i a moltes ciutats del país, amb diferent disseny i usos, la columna publicitària ha esdevingut suport per a distints objectius, tots ells amb el vistiplau del criteri municipal.

A més, el fet que aquests elements incorporin publicitat en la seva estructura és acceptat per la ciutadania amb normalitat, ja que per a la majoria de persones la publicitat al carrer és un element més del paisatge urbà, i si aquesta publicitat és exhibida de forma polida, ordenada i sense excessos és acceptada com un element més de la ciutat. I a més és una bona forma de finançar-les.

De forma cilíndrica, serveix principalment de suport per a la publicitat dels espectacles culturals, però també per les iniciatives de les entitats cíviques o veïnals, en funció de la normativa que cada ciutat desenvolupi per a la utilització. Encara que la silueta i l'aspecte general ha evolucionat poc des de la seva creació, amb el pas del temps han aparegut millores i nous usos. Tanmateix és cada municipi qui ha de decidir sobre el disseny i utilitat.

En aquest sentit, és clara la funció en benefici de la higiene pública. Només cal passejar per Tarragona per veure com estan d'empastifats els murs de la ciutat per avalar-ne la necessitat. Però a més a més en moltes ciutats on estan implantats, constitueixen un objecte mobiliari d'interès turístic tant per la seva tradició històrica com pel seu disseny, convertint-se en un referent identificador del paisatge urbanístic.

La finalitat de la present moció és proposar al consistori que la nostra Ciutat es doti d'aquests elements de mobiliari urbà. Per tal que es tracti d'una iniciativa que identifiqui el paisatge del municipi, amb un projecte de ciutat transversal i obert a la ciutadania, amb implicacions més enllà de les habituals en la elecció d'aquest mobiliari.

Tanmateix, caldrà una regulació específica tant pel que fa a la seva distribució per la ciutat (s'han de tenir en compte, com en la resta de ciutats que gaudeixen d'aquests elements, els aspectes de mobilitat i impacte visual), com per la publicitat que poden contenir (per tal de fer-los més sostenibles econòmicament), així com molt especialment a la referència als seus usos, que hauran de ser tant de difusió cultural i turística municipal com d'espai de comunicació per les entitats cíviques que ho sol·licitin.

En definitiva, tot plegat constituiria una millora evident pel paisatge urbanístic de la Ciutat, des del punt de vista d'imatge municipal, com pel que fa a la comunicació cultural, turística, social i cívica, a més de constituir, amb el temps, un tret diferencial per Tarragona, identificable arreu.

Per tot això, es proposa al Ple de l'Ajuntament de Tarragona l'adopció dels següents **ACORDS**:

PRIMER.- Que es redacti un projecte, amb l'assessorament dels serveis municipal (neteja pública i comunicació), amb la descripció de la provisió de columnes publicitàries, una proposta de regulació, un plànol que plantegi una possible distribució i una proposta de viabilitat econòmica.

SEGON.- Que en l'execució del projecte es tinguin en compte la possibilitat que els agents socioculturals i artístics de la ciutat hi puguin participar.

Tarragona, 12 d'abril de 2018

Josep Maria Prats Batet

Portaveu del Grup Municipal d'Units per Avançar



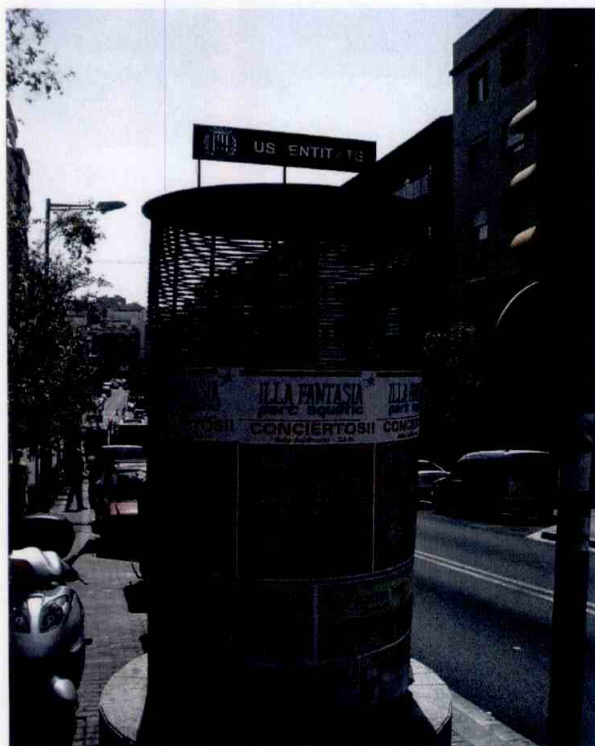
Columnes publicitàries a Catalunya



Barcelona



Barcelona



Santa Coloma de Gramanet



Sant Cugat del Vallès

Columnes publicitàries arreu d'Europa



Munic (Alemanya)



Marsella (França)



Lancy (Ginebra-Suïssa)

Tarragona

