

HOTĂRÂREA Nr. \_\_\_\_\_  
din \_\_\_\_\_  
privind aprobarea Studiului privind asigurarea coerenței imaginii urbane  
a zonei construite protejate din municipiul Arad

Consiliul Local al Municipiului Arad,

Având în vedere:

- inițiativa Primarului Municipiului Arad, exprimată prin Expunerea de motive nr. 80558 din 05.02.2014;
- raportul de specialitate nr 80558 din 31.01.2014 al Arhitectului Șef al Municipiului Arad, Serviciul Dezvoltare Urbană și Protejare Monumente;
- rapoartele comisiilor de specialitate ale Consiliului Local al Municipiului Arad;
- îndeplinirea procedurilor prevăzute de Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, cu modificările și completările ulterioare;

În temeiul drepturilor conferite prin art. 36 alin.(2) lit.”d” alin.(4) lit.”e” alin.(6) lit.10 și lit.11 și art.45 alin.(2) lit.,,e” din Legea nr. 215/2001 privind administrația publică locală, republicată, cu modificările și completările ulterioare, adoptă prezenta

H O T Ă R Ă R E

Art.1. Se aprobă Studiul privind asigurarea coerenței imaginii urbane a zonei construite protejate din municipiul Arad, elaborat de S.C.DEXTRADA S.R.L, conform anexei, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art.2. Prezenta hotărâre se duce la îndeplinire de către Primarul Municipiului Arad și serviciile de specialitate din cadrul Primăriei Municipiului Arad și se comunică tuturor celor interesați prin grija Serviciului Administrație Publică Locală.

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ

SECRETAR

**EXPUNERE DE MOTIVE**

referitor la proiectul de hotărâre privind aprobarea Studiului privind asigurarea coerenței imaginii urbane a zonei construite protejate din municipiul Arad"

Având în vedere:

- raportul de specialitate nr. 80558 din 31/ 01/ 2014 al Arhitectului Șef al Municipiului Arad, Serviciul Dezvoltare Urbană și Protejare Monumente;
- există în acest moment în municipiul Arad puternice elemente de poluare vizuală ce țin de cantitatea și calitatea structurilor publicitare/mijloacelor de publicitate;
- nu există actualmente o relație de coerență și consistență vizuală, atât între diferite structuri publicitare învecinate, ca și între aceste structuri și suportul lor - arhitectura vizibilă / fațada / strada / ansamblul urban;
- studiul reprezintă un instrument de lucru pentru administrația publică locală, în vederea asigurării coerenței imaginii urbane a municipiului Arad,

consider oportună adoptarea unei hotărâri, prin care să se aprobe "Studiul privind asigurarea coerenței imaginii urbane a zonei construite protejate din municipiul Arad".

**PRIMAR**  
**Ing. Gheorghe Falcă**



**RAPORT DE SPECIALITATE**

privind aprobarea Studiului privind asigurarea coerenței imaginii urbane a zonei construite protejate din municipiul Arad

Municipiul Arad a demarat o serie de programe și proiecte în vederea reabilitării și revitalizării centrului istoric. Acestea sunt susținute în principal de Strategia de dezvoltare a municipiului Arad 2007-2013/2014-2020 și Strategia culturală a municipiului.

Studiul privind asigurarea coerenței imaginii urbane a zonei construite protejate din municipiul Arad, tratează următoarele aspecte:

- identifică componentele ce contribuie semnificativ la formarea imaginii urbane a zonei istorice și estimează intuitiv impactul acesteia din punct de vedere social, cultural și economic.
- analizează limbajul arhitectural specific stilurilor în care au fost construite fațadele clădirilor din perimetrul zonei istorice, cu scopul de a identifica substanța originală;
- cercetează imaginea stradală, limbajul arhitectural, identifică matricile tipologice;
- evaluează tipurile mijloacelor de publicitate - de semnalizare, informare, promovare- amplasate la data începerii studiului în perimetrul zonei istorice, cu focus pe zona de publicitate restrânsă din acest perimetru;
- pune la dispoziție materiale suport pe baza cărora vor fi create soluțiile grafice și tehnice, în acord cu matricile tipologice identificate;
- creează soluții grafice și tehnice pentru stabilirea de reguli de intervenție neinvazive, pentru plasarea de informație, structuri și mijloace de publicitate, în conformitate cu prevederile Legii nr. 185 din 25 iunie 2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, în vederea asigurării coerenței imaginii urbane a zonei construite protejate a municipiului Arad;
- propune stabilirea și delimitarea zonele de publicitate extinsă și a zonelor de publicitate restrânsă, a amplasamentelor și categoriilor de mijloace de publicitate admise pentru fiecare dintre aceste zone.

Ținând seama că:

- există în acest moment în municipiul Arad puternice elemente de poluare vizuală ce țin de cantitatea și calitatea structurilor publicitare/mijloacelor de publicitate;
- nu există actualmente o relație de coerență și consistență vizuală, atât între diferite structuri publicitare învecinate, ca și între aceste structuri și suportul lor - arhitectura vizibilă / fațada / strada / ansamblul urban;
- studiul reprezintă un instrument de lucru pentru administrația locală, în vederea asigurării coerenței imaginii urbane a municipiului Arad,

**PROPUNEM**

adoptarea unei hotărâri prin care să se aprobe „Studiul privind asigurarea coerenței imaginii urbane a zonei construite protejate din municipiul Arad” realizat de către S.C.DEXTRADA S.R.L., coordonator Marian Dobre, beneficiar Primăria Municipiului Arad

**Arhitect șef**  
**arh. Radu Drăgan**



**Șef serviciu**  
**ing. Melania Cojocăreanu**



Studiu privind asigurarea coerenței imaginii urbane  
a zonei construite protejate din municipiul Arad

Marian Dobre, coordonator  
Dan Clinci, arhitect  
Livu Nupre, art director  
Cristina Barna, documentarist

Mulțumiri:  
Gheorghe Falcă, primarul municipiului Arad  
Radu Drăgan, arhitect șef  
Melania Cojocăreanu, șef serviciu D.U.P.M.

## Cuprins

Introducere	4
Utilitatea și necesitatea studiului: argumente	5
Scopuri și obiective	17
Perimetrul urban cercetat, pașii de realizare ai studiului	20
Profilul proiectului	22
Plastica arhitecturală. Matrici tipologice	23
Plastica mijloacelor de publicitate	42
Index vizual	47
Mijloace de publicitate aprobate	51
Regula conturului verde	59
Zone de publicitate și recomandări de amplasamente	69
Concluzii	74

Anexă: Analiza plasticii arhitecturale

## Introducere

Zona construită protejată din municipiul Arad, centrul istoric, reprezintă inima întregului corp urban. Ca *imago urbis*, deci ca realitate sensibilă, acest corpus e alcătuit din țesuturi suprapuse, identificabile pe doua paliere - real și imaginar. Un vilegiaturist în trecere, dornic să-i deseneze/pătrundă caracterul, ce vede astăzi? Peisajul în ansablul lui, drumurile, piețele, monumentele, construcțiile cu formele lor caracteristice, spațiile comerciale și instituțiile cu signalistica lor, și alte mijloace de publicitate. Și ce simte el? Că există unele areale care îl atrag și altele care îi produc repulsie, uneori confuzie, alteori îl lasă indiferent. Din toate aceste țesuturi, mai cu seamă din corpul urban al arhitecturii vizibile / fațadele, peste care e suprapus vestimentul publicitar, se formează imaginea urbană caracteristică.

Coerența imaginii urbane, calitatea acesteia, este influențată direct de confruntarea aspectelor pozitive și negative înglobate. Strategia noastră este de a contribui la asigurarea coerenței imaginii urbane prin creșterea aspectelor pozitive. Cum? O vom face abrupt, propunând transformarea palierului cu cea mai mare contribuție negativă în compunerea imaginii urbane în palier cu o puternică componentă pozitivă. Astfel, imaginea ansamblului arhitectural urban al municipiului Arad este puternic influențată de plasarea informațiilor și structurilor publicitare. În același timp, este evident faptul că palierul negativ e reprezentat astăzi de vestimentul publicitar al arhitecturii vizibile.

Așadar:

- există în acest moment în municipiul Arad puternice elemente de poluare vizuală ce țin de cantitatea și calitatea structurilor publicitare/mijloacelor de publicitate.
- nu există actualmente o relație de coerență și consistență vizuală, atât între diferite structuri publicitare învecinate, ca și între aceste structuri și suportul lor - arhitectura vizibilă / fațada / strada / ansablul urban.

## Utilitatea și necesitatea studiului: argumente

*Există mai multe tipuri de argumente care susțin utilitatea și necesitatea elaborării unui studiu care să propună soluții de coerență a imaginii urbane în municipiul Arad. Le vom enumera și detalia mai jos.*

### **Argumentul legislativ**

Acest argument ține de o fereastră de oportunitate pe care municipalitatea o fructifică. În acest moment, există necesitatea implementării la nivel local, prin adaptare, detalieri și rafinare, a legislației naționale privind publicitatea. E necesară așadar o re-actualizare, prin eventuala adoptare a unei noi hotărâri în Consiliul Local, a Hotărârii nr. 186 din 10 iulie 2006 privind publicitatea, reclama și afișajul în municipiului Arad. Însă, realist vorbind, în absența unui studiu cum este cel de față, urmat de instrumentele tehnice și ghidurile de bune practici pe care studiul le premerge, o nouă hotărâre locală nu ar avea forța de convingere și nici de coerciție care să asigure implementarea ei cu succes.

Totodată, autoritatea locală a demarat deja un program prin care aplică legislația nou apărută privitoare la obligativitatea reabilitării fațadelor. În acest caz, argumentul legal este dublat și de cel al impunerii unui nou set de bune practici în tratarea fațadelor, set pentru care regulile vizuale de realizare a publicității stradale în centrul istoric nu poate decât să fie oportun.

### **Argumente arhitecturale**

Analiza care susține acest tip de argumente are ca punct de pornire o parcurgere pietonală a centrului istoric al municipiului Arad, cu scopul de a identifica pe de o parte profilul stilistic, compozițional, al peisajului urban, iar pe de altă parte de a remarca stadiul actual al acestuia.

Pentru a păstra gradul de minuțiozitate al sondării informaționale la acest nivel al trecătorului, s-a încercat analizarea prezenței stradale a obiectivelor arhitectonice, fără a fi documentată funcționalitatea și istoria imobilelor. Detalierea prezenței stradale a corpului arhitectural este prezentată ca anexă a acestui studiu.

Participarea decorului scenografic urban la viața străzii, la imaginea fotografică care urmează să se imprime în memoria vizuală, a fost dezvoltată în ipostaze urbane a căror înșiruire respectă ordinea unui traseu care parcurge zonele importante ale orașului. De-a lungul acestui traseu am descris o structură arborescentă firească, ce debutează cu imaginea generală a orașului istoric cu toate etapele stilistice pe care le-a parcurs în caleidoscopul format prin sedimentarea temporală a acestora într-un tot unitar contemporan. Această imagine urmează prin acest procedeu de apropiere să faciliteze tratarea fronturilor distincte și, mai apoi, fațade ale clădirilor cu detaliile acestora.

Această analiză s-a rezumat în a parcurge orașul în forma sa apropiată de virtual, studiind peisajul prin ochiul îngăduitor al celui care face abstracție de imperfecțiuni în dorința de a sublima doar valoarea intrinsecă a imaginii Aradului. Acest deziderat ne-a făcut să ajungem la concluzia că centrul istoric al orașului are un potențial real de a-și revendica dreptul de a fi prezent pe harta turistică europeană a anilor care urmează.

Valoarea patrimonială a fondului construit, citirea facilă a acestei stratificări stilistice pe parcursul existenței și dezvoltării sale, păstrarea de cele mai multe ori în condiții destul de bune, condiții care permit o restaurare care să se rezume doar la nivelul ornamentației sau al retencuirilor, alături de multe alte motive, conduc la aceeași concluzie, și anume că Aradul este un oraș istoric european, o cetate tipică pentru regiunea în care s-a dezvoltat.

În structura acestuia se regăsește distinct propria sa istorie urbană. Orașul Arad are o identitate urbană și o amprentă vizuală care merită conservată și reabilitată. Pentru a readuce această strălucire meritată orașului se impun măsuri de reinterpretare a atitudinii locuitorilor față de propriul oraș.

E recomandabilă remodelarea conceptului de cetățean al urbei. Un cetățean care să realizeze că nu se află în conflict cu interesele orașului imediat ce acestea contravin intereselor sale. Această educare a participanților activi la viața comunitară este un precept european care propune creșterea implicării acestor activi în elaborarea de strategii urbane sustenabile, strategii care să fie construite și pe acest pivot al responsabilității colective față de "cetatea/casa în care locuim".



Din păcate lipsa de responsabilitate și poate de conștientizare a degradării feței orașului în lipsa unei strategii concertate a generat de-a lungul dezvoltării comerțului din ultimele decade o supraîncărcare a fațadelor cu sisteme de afișaj.

Lipsa de coerență a acestora, iregularitatea prin care fiecare investitor a găsit de cuviință să-și orneze fațada investiției aduce în acest moment un prejudiciu de amploare orașului.

Valoarea istorică și estetică a unui imobil impunător, a cărui fațadă unitar tratată se deschide la stradă pe lățimi de zeci de metri și se înalță pe 2-3 niveluri, oferind străzii, respectiv orașului, întreaga măiestrie a proiectantului și a maeștrilor decoratori și pietrari, marchează silueta citadină cu un manifest distinct al unei epoci istorice și al unui stadiu de dezvoltare a gândirii umane.

În momentul în care parterul unui imobil este fragmentat ca spațiu și destinat unui amalgam de funcțiuni diferite apare riscul de a-și pierde identitatea și particularitatea. Iar în momentul în care această fragmentare este însoțită pe fațadă de afișaje a căror materiale constitutive, culori și dimensiuni sunt cât se poate de variate, valoarea clădirii riscă să fie umbrată complet. De cele mai multe ori parcurgerea străzilor comerciale își revendică prin agresivitatea mesajului totalitatea atenției trecătorului, acestuia scăpându-i esențialul clădirii.

În perioada parcurgerii orașului am remarcat întreg ansamblul acestei situații nefericite.

Clasicismul, barocul, întreg paletarul atât de diversificat al eclecticismului, arhitectura internaționalistă, chiar cea modernă a anilor 60-70, se regăsesc în palierele superioare ale străzilor. Însă parterul lor este adus forțat la unitatea acestui strat supra-pus care propune imagini stradale de o expansivitate vulgară și construită cu neglijență sau din necunoaștere.

Considerăm necesară o atitudine urbană de mai mare responsabilitate a utilizatorilor spațiului adiacent și participativ la spațiul public. Această responsabilizare trebuie să pornească de la găsirea unui sistem coerent de propunere a acordării armonioase a nevoilor comerciantului cu nevoia de a-și păstra decența și valoarea imaginii pe care Aradul are tot dreptul să și-o revendice.

## Argumente cultural-istorice

Soluțiile de coerență vizuală pe care acest studiu le oferă își găsesc resursa naturală într-o interogare culturală și istorică a dezvoltării Aradului. Astfel, dacă diagnosticarea abuzurilor și erorilor din signalistica Aradului contemporan poate fi făcută bifând încălcarea unor reguli generale, de manual, soluțiile propuse sau sugerate pentru dezvoltare în materiale ulterioare trebuie să îndeplinească simultan două criterii:

- să fie adaptate unei realități concrete: urbanistice, arhitecturale, economice, sociale și, mai ales, arădene;
- să valorizeze și să adapteze o tradiție urbanistică, arhitecturală, economică și socială la fel de concretă și de arădeană.

O astfel de abordare oferă studiului de față argumentele necesității și relevanței prin simpla comparație a două perioade istorice. Prima perioadă este La Belle Époque, cea de a doua este contemporaneitatea. Fără a intra în detalii care nu țin de domeniul acestui studiu, vom sublinia că aceste două perioade suportă comparații fecunde mai cu seamă în zona unor teme pe care le-am identificat astfel: **prosperitatea, raportul dintre Centru și Margine, stilul de viață.**

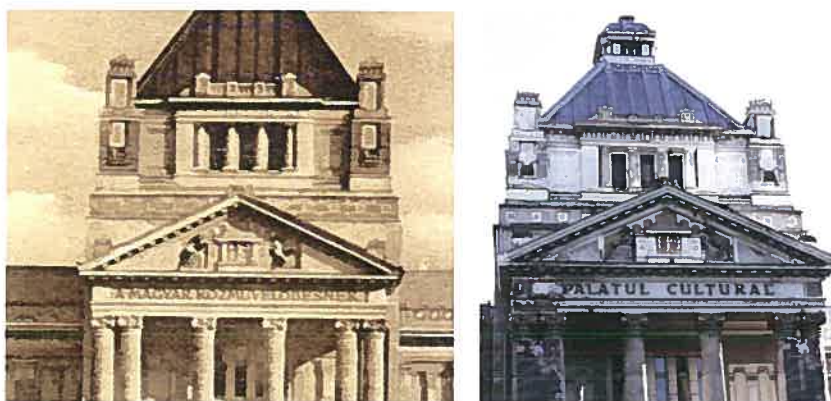
### Prosperitatea

Atât La Belle Époque (sfârșitul secolului XIX - începutul secolului XX), cât și perioada ultimului deceniu sunt marcate de o creștere a prosperității Aradului și a locuitorilor săi. Vorbim în primul rând de industrializare, respectiv reindustrializare, ca sursă a acestei prosperități și, poate în aceeași măsură, despre dezvoltarea comerțului local.

Mărturia cea mai concretă a prosperității „vremurilor de mult apuse” este patrimoniul arhitectural al zonei istorice a orașului, zonă care interesează acest studiu. Clădirile publice sau rezidențiale construite sau cu fațade „update” în acea perioadă sunt tot atâtea semne ce afirmă bunăstarea, încrederea în destinul Aradului și responsabilitatea față de acesta. Tot ca marcă a acestei prosperități stă și signalistica publicitară a acelor vremuri, așa cum o putem regăsi din ilustratele de epocă: respectând arhitectura clădirii cu care se află adesea într-o relație sincronică - proiectul clădirii vizând și utilitatea spațiului comercial de la parter - și deopotrivă o relație sin-estetică.

Două exemple funcționează edificator în acest caz: clădirea Palatului Cultural și cea a palatului farmacistului Földes Kelemen. Primul este un exemplu pozitiv și constituie o resursă pentru soluțiile propuse de acest studiu. Astfel, după schimbarea granițelor și înlocuirea administrației imperiale cu cea românească, „traducerea” signalisticii Palatului Cultural s-a făcut cu păstrarea dimensiunii și a tipului de font utilizat inițial. În cazul palatului farmacistului Földes Kelemen, s-a operat o ștergere a signalisticii / text în limba maghiară, care utiliza un font coerent, întâlnit inclusiv pe fațada Colegiului Național Moise Nicoară. Palatul farmaciei reprezintă însă un caz fericit, „abolirea” signalisticii inițiale protejând de fapt clădirea de abuz, fragmentare și invazie publicitară. Farmaciile Aradului ar merita de fapt un studiu de caz separat datorită unei tradiții speciale a Aradului în acest domeniu - vezi și clădirea în care a lucrat Rozsnyay Mátyás, farmacistul savant - dar și modul în care farmaciile contemporane respectă sau nu această tradiție specială și, prin signalistică, arhitectura clădirilor în care funcționează.

Exemplu pozitiv:  
 “Traducerea” signalisticii Palatului Cultural s-a făcut cu păstrarea dimensiunii și a tipului de font inaugural



Vom utiliza doar cu titlu de exemplu cazuistica farmaciilor arădene pentru a sublinia următorul fapt: dacă La Belle Époque, ca timp al prosperității, a oferit Aradului, prin clădirile ridicate în acea perioadă, marea parte a corpului său urban, totodată i-a oferit și vestimentul suprapus, prin signalistica publicitară sau instituțională adecvată. Amândouă palierele se constituie ca semne ale prosperității și ale unui stil de viață generat de această prosperitate.

Din păcate, **contemporaneitatea a ratat semnalizarea propriei bunăstări**. Fără a aduce aproape nici un aport la edificarea corpului urban în zona istorică a Aradului, anii din urmă au contribuit negativ, fie prin precaritatea și aproximarea anilor 90, fie prin abuz, aglomerare, inadecvare și fragmentare, în ultimii 10-12 ani,

la semnalizarea unei relative prosperități a comunității. Așa se face că, deși datele statistice și multe lucrări publice stau mărturie pentru perioada de dezvoltare economică pe care o traversează Aradul, zona comercială a centrului istoric ratează de cele mai multe ori să semnalizeze adecvat acest salt de bunăstare.

Moștenind un corp urban reprezentat de un patrimoniu arhitectural prestigios, **Aradul contemporan trebuie să regăsească adecvarea dintre acest corp (clădirile centrului istoric) și veșmintele care îl îmbracă (signalistica publicitară)**. Acesta este un argument solid al utilității acestui studiu care, în contextul revitalizării corpului urban, prin programul de reabilitare a fațadelor, va oferi regulile și, ulterior, ghidurile de bune practici care să conformeze vestimentul suprapus acestui corp la rigorile de coerență ale unei signalistici a prosperității și civilizației.

### **Raportul dintre Centru și Margine**

Multă vreme parte a spațiului politic habsburgic și, ulterior austro-ungar, Aradul s-a situat într-un anume raport, ca oraș al marginii, al provinciei, cu centrele imperiale: Viena și Budapesta. Totodată, chiar înainte de Unire, ca parte a unei provincii etnic românești, Aradul a dezvoltat o relație specială, mai ales culturală, cu centrele Vechiului Regat.

În interiorul acestei relații între provincie și capitale, Centrul a funcționat de cele mai multe ori ca model. Acest Centru, fie el Viena, Budapesta, fie București sau Iași, reverberează, cu intensități diferite, înspre margine. Regăsim aici, la Arad, nu doar aceeași limbă a administrației, o aceeași arhitectură, modă vestimentară, ci și aceleași toposuri dominante - corso-ul, cafeneaua, cazarma, gimnaziul, teatrul, hotelul, aceleași figuri urbane - funcționarul, ofițerul, negustorul, artistul, chiar aceleași teme culturale de-a dreptul obsedante: cosmopolitismul, multietnicitatea, plurilingvismul, toleranța, dar și patriotismul și ambiția națională, încrederea în valorile civilizației și culturii, un anume hedonism.

Această relație a Centrului cu Marginea a avut un impact pozitiv în dezvoltarea Aradului, iar multiplicarea în provincie a modelului Centrului, și chiar întărirea lui, atunci când capitala imperiului decădea, a conferit rigoare și coerență. Astfel, ruptura politică de Centru, după Primul Război Mondial, nu a produs imediat și ieșirea din spațiul spiritual al Europei Centrale.

Așadar, pentru că locuitorii Aradului își doreau să se simtă ca la Viena sau ca la Budapesta, clădirile orașului, instituțiile, spațiile comerciale, localurile trebuiau să urmeze și ele acest model, fiind și semnalizate ca atare. Faptul că în Arad a funcționat acest model al centrului imperial a structurat într-un anumit fel și plastica mijloacelor de publicitate.

Un caz școală pentru studiul de față ar putea fi cel al fostei ceainării japoneze de pe Bulevardul Revoluției, colț cu strada Cloșca. Deși cosmopolită și eclectică prin excelență, cultura central europeană din care făcea parte și Aradul nu a permis în niciun fel „orientalizarea” signalisticii localului cu specific nipon. Firma exterioară utiliza un font secesion, semn deopotrivă al respectului față de arhitectura clădirii, ca și față de modelul vienez de loisir pe care îl prelua cu fidelitate.



Exemplu pozitiv:  
Semnalizarea ceainăriei japoneze  
s-a făcut nu printr-un font oriental abuziv,  
ci printr-unul secesion, adecvat arhitecturii

Revenind în zilele noastre, observăm că, în absența modelului preluat cu strictețe, o mulțime de firme orientalizează, americanizează sau chiar africanizează strident signalistica, în total dispreț față de arhitectura edificiilor în care funcționează.

De aici se ridică întrebarea la care, dând răspuns, oferim încă un argument al utilității acestui studiu și a soluțiilor de implementare ulterioare: **care este modelul de urmat pentru a asigura coerența vizuală a signalisticii și imaginii urbane a Aradului?**

Iar răspunsul autorilor acestui studiu este următorul: relația modelatorie dintre Centrul și Marginea spațiului cultural central-eu-

ropen diluându-se dramatic în anii comunismului, iar Centrul actual, capitala București, neavând în niciun caz valoare de model de coerență a imaginii urbane, considerăm că **Aradul trebuie să se ia pe sine ca model. Aradul trebuie să fie con-centrat pe sine, pe propria tradiție și pe valorificarea patrimoniului construit pe care noile reguli de signalistică să-l respecte și să-l pună în valoare.**

În consecință, e necesar ca soluțiile oferite și propuse pentru dezvoltare ulterioară de acest studiu să valorifice elementele vizuale care intră într-o anumită tradiție locală, fiind totodată plauzibile de reutilizare și reinterpretare.

### **Stilul de viață**

O stare de prosperitate și fidelitatea față de un anumit model cultural și de civilizație dau naștere unui anumit stil de viață într-o comunitate. Iar cel mai relevant pentru influența asupra imaginii urbane, alături de decizia fondatoare administrativă, este stilul de viață având drept componente principale consumul de loisir și achiziția de bunuri de larg consum. În consumul de loisir putem integra și consumul cultural de masă, așa cum este el înțeleș în diferite epoci.

O plimbare pe bulevardul principal al unui oraș oferă o imagine fidelă a stilului de viață al locuitorilor săi. Stilul de viață nu este însă un dat înnăscut, ci o acumulare socio-culturală și istorică, relația între imaginea urbană și stilul de viață fiind biunivocă. Cu alte cuvinte, stilul de viață contribuie la compunerea unei anumite imagini urbane, iar aceasta la rândul ei influențează un anumit stil de viață.

Astfel, imaginile bulevardului arădean de la 1900 ne vorbesc despre o comunitate deschisă, relaxată, încrezătoare, cu locuitori cărora le plăcea să se distreze, să mănânce bine, să comunice, să se îmbrace elegant, ca în centrul imperiului, și în general să se îngrijească de propria înfățișare pe care o fotografiau vestiții maestri arădeni. Mulțimea de cafenele, restaurante, cofetării, croitorii, ateliere fotografice, hoteluri, cinematografe, toate funcționând în spații care nu fragmentau parterele și, în consecință, nu produceau aglomerarea signalisticii și poluare vizuală, toată această ofertă de loisir **delimita un spațiu rezervat unui anumit tip de consum și socializare.**

Astăzi, imaginea bulevardului vorbește despre o comunitate re-tractilă, cu locuitori care dispar după apusul soarelui, în care aglomerația socializării benevolente a fost înlocuită de aglomerarea signalisticii publicitare, de fragmentarea parterelor și de peticeala cromatică a intervențiilor pe multe fațade. Cafenelele au rămas, dar sunt campioane ale abuzului de signalistică, inclusiv prin terasele masive care obturează fațada. Restaurantele sunt foarte puține, cofetăriile altădată iconice (Libelula și Casata) s-au restrâns sau au dispărut, iar atelierelor fotografice, altădată spații ale interacțiunii personale, sunt și ele performere, prin firme și vitrine, ale unei agresiuni lipsite de gust asupra fațadelor, trecătorilor și, până la urmă, clienților.

Autorii acestui studiu consideră că acest fenomen se datorează nu doar unor schimbări în ritmul de viață, programul de muncă, preferințelor generale, de la cele vestimentare, la cele culinare, ale locuitorilor, ci și faptului că **bulevardul central și zona istorică nu mai poartă mărcile signalistice care să delimiteze coerent zona ca fiind dedicată unui anumit tip de consum.**

Avem în Arad un caz școală care susține această abordare: cel al săliilor de jocuri de noroc de pe bulevard, semnalizate abuziv față de arhitectură și, prin ferestrele oarbe, față de trecători. Aceste săli au înlocuit afaceri mult mai ofertante pentru viața comunității, cum ar fi restaurantele. De fapt, specific acestor afaceri - jocuri de noroc, saloane de pariuri sportive, cluburi de noapte - este faptul că se desfășoară în spații **strict rezervate**, circumscrise și semnalizate ca atare. Însă, **centrul Aradului nefiind delimitat prin signalistică drept un teritoriu dedicat consumului de loisir și relaxare sau achiziției de bunuri de larg consum cu valoare adăugată mare, astăzi o sală de jocuri de noroc își găsește aproape natural locul între o bancă și o cafenea, toate trei abuzând arhitectura și disturbând imaginea urbană.** Cu alte cuvinte, dacă imaginea urbană a centrului ar deveni coerentă printr-un anumit tip de plastică a mijloacelor publicitare, centrul orașului ar elimina ca pe un corp străin acest tip de afacere.

Acesta este un al treilea argument al necesității acestui studiu: **transformarea imaginii urbane prin impunerea unor reguli de coerență va produce și schimbarea tipului de comerț realizat în zona centrală, iar prin aceasta, în cele din urmă, modificări în stilul de viață urbană.**

Scheiber Lajos  
Pannonia szálloda és vasúti étterem tulajdonos Arad.



Exemplu pozitiv:  
Parter comercial antebelic , semnalizat corect.  
Etajul ocupat de hotel este,  
de asemenea, semnalizat corect  
prin litere volumetrice prinse în tencuială

### Argumente socio-economice

Pornind de la premisa prosperității și fiind o propunere de îndreptare a felului în care astăzi Aradul știe să-și semnalizeze această prosperitate, studiul de față nu poate neglija aspectele ce țin de dezvoltarea comerțului în zona istorică. Mai mult, studiul înaintea-ză ca argument al utilității sale tocmai impactul economic pozitiv pe care implementarea sa îl va avea asupra comerțului și altor servicii desfășurate în centrul Aradului.

Am vorbit până acum despre bunăstare, model, imitare și identitate, consum de loisir și achiziție. Toate acestea sunt cuprinse, prin aspectele lor ce țin de dimensiunea socio-economică, în noțiunea de **consum aspirațional**.

Ce este consumul aspirațional și cine sunt consumatorii aspiraționali? Foarte sintetic, consumul aspirațional este acel consum prin care clientul achiziționează un bun sau un serviciu nu doar pentru ceea ce oferă ca atare acel bun sau serviciu ci și pentru afirmarea sau schimbarea de statut pe care această achiziție i-o oferă. Cu alte cuvinte, un consumator poate prefera o anumită marcă de cafea doar pentru că acea marcă îi prilejuiește afișarea unui crez de tip fair trade.

Desigur, de cele mai multe ori consumul aspirațional se referă doar la afirmarea unui statut social, de aceea brandurile aspiraționale sunt branduri scumpe, dorite de mulți, dar pe care mai puțini și le pot permite.

Totuși, în ciuda acestui fapt, categoria consumatorului aspirațional reprezintă 36% din totalul numărului mondial de consumatori,



în țările emergente, cum sunt cele din grupul BRICS sau unele țări din estul Europei, această categorie reprezentând aproape jumătate din numărul de consumatori. Cum „aspiraționalii” sunt concentrați în zonele urbane dezvoltate, putem presupune că arădenii, în bună parte, au acest comportament de consum. Întrebarea pe care trebuie să ne-o punem e în ce măsură oferta comercială delimitată geografic de centrul istoric răspunde nevoilor consumatorului aspirațional, atâta vreme cât acesta este definit de următoarele:

- are încredere în brandurile internaționale
- se consideră un cumpărător influent, care prin achiziția sa preferențială poate schimba comportamentul unei companii
- prin achiziție afirmă un stil, o identitate și un statut
- prin achiziție afirmă un angajament de responsabilitate, fie ecologică, fie comunitară, angajament pe care îl identifică și în brandurile sale preferate.

**Măsurătorile arată că banii care, cheltuiți, produc creșterea consumului, se află în mâinile consumatorilor aspiraționali. Iată de ce, stimularea unui astfel de consum duce la creștere economică.**

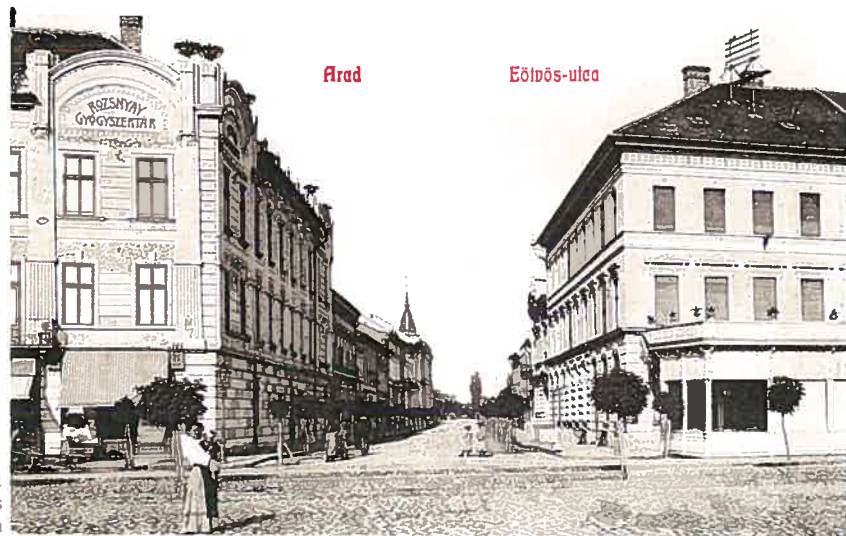
Totuși, aceeași plimbare pe bulevardul central al Aradului ne arată că oferta adresată „aspiraționalilor” este mai degrabă precară decât consistentă. Astfel, brandurile internaționale lipsesc aproape cu desăvârșire. După cum șansele oferite unei achiziții de statut sunt quasi-nule. O astfel de achiziție este posibilă cel mult în interiorul magazinelor de telefonie mobilă, fiind improbabilă în domeniul vestimentar, al parfumurilor și altor cosmetice, al serviciilor de igienă și ospitalitate etc. Însăși oferta de consum cultural, aspirațional prin excelență, este semnalizată cel mai adesea precar și inadecvat: vezi cinematograful Dacia și afișajul de pe clădirea Teatrului Ioan Slavici. Iar șansa de a afirma un angajament aspirațional față de comunitate, prin preferința față de un anumit comerț care influențează pozitiv imaginea urbană, este iarăși foarte mică.

Desigur, în cazul Aradului, o parte din oferta de consum aspirațional a fost delegată celor două mall-uri. Totuși, dacă sunt motoare ale comerțului, mall-urile nu sunt totuși nicidecum spații ale comunicării și coeziunii comunitare.

De aceea, spațiul ofertant pentru viața comunității trebuie să rede-

vină zona centrului istoric: pentru bulevardul său, pentru străzile adiacente și piețele sale, pentru apropierea de zona de relaxare a malului Mureșului și de viitoarea zonă turistică a Cetății Aradului. Recâștigarea coerenței imaginii urbane prin impunerea unei anumite plastici publicitare are și aici un rol important. Pentru că un centru istoric în care stilistica publicitară ține mai degrabă de aspectul unei periferii nu poate promite nici comerț sustenabil, nici nu va îmbia deschiderea reprezentanțelor unor branduri internaționale, nici nu va stimula turismul.

Revenim astfel la argumentul expus anterior, în secțiunea dedicată stilului de viață: **transformarea imaginii urbane prin impunerea unor reguli de coerență va produce și schimbarea tipului de comerț realizat în zona centrală. Iar transformarea tipului de comerț prin ofertarea consumatorilor aspiraționali va produce prosperitate.**



Exemplu pozitiv:  
Clădirea farmacistului savant Rozsnyay Mátyás  
semnalizată cu litere prinse în tencuială



Exemplu pozitiv:  
Una dintre puținele farmacii arădene contemporane  
semnalizate corespunzător, respectând într-un fel  
o prestigioasă tradiție locală.

## Scopuri și obiective

Primăria Municipiului Arad a dorit elaborarea unui studiu privind asigurarea coerenței imaginii urbane a zonei construite protejate din municipiul Arad.

Acest studiu și-a propus ca principale scopuri:

- completarea din punct de vedere al activității de amplasare a mijloacelor de publicitate a demersurilor realizate din punct de vedere arhitectural și urbanistic;
- identificarea elementelor de continuitate stilistică arhitecturală la nivelul fațadelor clădirilor, în vederea propunerii și impunerii unor reguli grafice unitare pentru signalistica publicitară care utilizează ca suport aceste fațade, dar și strada în ansamblu;
- identificarea de elemente vizuale noi, ce țin de domeniul comunicării publicitare, având în vedere elementele de continuitate identificate, elemente ce presupun un concept de comunicare și a unui stil vizual unitar și coerent
- identificarea caracterelor de literă potrivite transmiterii informației comerciale / publicitare
- propuneri ale unei palete cromatice
- identificarea și schițarea structurilor utilizate pentru transmiterea acestor informații
- identificarea și amplasarea surselor și tipurilor de iluminat cu rol publicitar
- stabilirea regulilor de relaționare a tuturor acestor elemente.

Cu alte cuvinte, administrația locală actuală se comportă ca un veritabil reformist, de data asta lupta dându-se la un nivel pronunțat strategic (creșterea calității vieții comunității umane). Și asta într-un context european în care preocuparea față de coerența imaginii urbane oferă suficiente exemple de bune practici.

Astfel, ca demers de cercetare, am procedat la analiza experienței internaționale în materie de grafică, producție și amplasare a

Exemple pozitive:

Rândul 1, orașe europene: Pécs, piața centrală, signalistică discretă, terasele nu ascund fațadele;  
Roma, un mare brand popular într-un raport neinvaziv cu fațada.

Rândul 2, orașe din România: Cluj, strada Ferdinand, caz rarissim de sală de jocuri semnalizată în acord cu plastica arhitecturală.

Sibiu, Piața Sfatului, supermarket semnalizat discret, cu o firmă din material adecvat unei fațade din centrul istoric. Din păcate vitrinele sunt obturate.

structurilor signalistice. Ca notă generală, după cum se poate observa și din exemplele ilustrate, în centrele istorice - fie că vorbim de mari capitale, de orașe-muzeu (Roma) sau de orașe de dimensiuni medii - prezența signalisticii este discretă și atent reglementată, inclusiv în privința materialelor folosite în producția publicitară. Astfel, în aceste centre istorice, chiar și pe arterele comerciale pietonale, firmele sunt compuse din semne realizate separat, iar culorile fac parte din aceeași gamă, impactul asupra integrității clădirii fiind redus la minimum. Adeseori, tocmai din respect față de arhitectură, singurele tipuri de semnalizare permise sunt cele din vitrine.

Primul fapt important de semnalat: acestor reglementări restrictive li se supun inclusiv, dacă nu mai ales, marile branduri, chiar dacă nu vorbim de branduri de lux sau aspiraționale, ci de cele cât se poate de populare.

Al doilea fapt important de semnalat: există orașe în România care au adoptat și implementat deja aceste reguli restrictive care să asigure coerența imaginii urbane în perimetrele istorice.



Obiectivul tehnic al prezentului studiu este crearea unui manual de identitate vizuală stradală pentru zona construită protejată din municipiul Arad, în vederea simplificării procedurii de aprobare a amplasării mijloacelor de publicitate.

Astfel, s-a urmărit realizarea unui instrument de lucru pentru administrația publică locală – Instituția Arhitectului Șef - menit să reglementeze utilizarea mijloacelor de publicitate în zona construită protejată, în acord cu prevederile Legii nr. 185 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate. Scopuri secundare:

- crearea de soluții vizuale stradale coerente, aplicabile mijloacelor de publicitate, prin care activitatea de amplasare a acestora să fie integrată în demersurile realizate din punct de vedere arhitectural și urbanistic;
- elaborarea unui instrument de lucru util administrației publice locale, persoanelor juridice active economic în zona construită protejată, rezidenților și persoanelor fizice și juridice implicate în activitatea de publicitate;
- stabilirea de soluții și reguli generale privind forma mijloacelor de publicitate aprobate care să dinamizeze dezvoltarea de proiecte care să vizeze stabilirea de soluții și reguli particulare.



Exemplu pozitiv:  
Sibiu, Piața Sfatului  
Doua magazine de telefonie mobilă  
care renunță la cromatica specifică  
pentru a o respecta pe cea a fațadei.

## Perimetrul urban cercetat, pașii de realizare ai studiului

Perimetrul urban cercetat - zona construită protejată, așa cum a fost delimitată prin Ordinul pentru modificarea anexei nr. 1 la Ordinul ministrului culturii și cultelor nr. 2.314/2004 privind aprobarea Listei monumentelor istorice, actualizată, și a Listei monumentelor istorice dispărute, emis la 12 iulie 2010: "De la culeea N a podului Traian spre V, pe malul N al râului Mureș până la str. Putnei, str. Remus, str. Alexici Nicola (inclusiv Piața Sârbeasca), str. Kogălniceanu M, str. Ceaikovski P. I. cu prelungirea ei peste str. Vârful cu Dor și str. Transilvaniei spre NE, str. Eminescu Mihai, str. Episcopiei, str. Caragiale I. L, str. Sibii Dorel, str. Cotruș Aron, str. Balint Simion, str. Coșbuc G. spre NV, traversarea spre N la marginea incintei Spitalului Municipal, str. Ghiba Birta Elena spre E, bd. Doinaș Augustin, str. Mureșanu Andrei, spre N de-a lungul bd. Revoluției până la Piața Drapelului, spre E str. Brătianu I. C. până la malul de N al Mureșului, bucla Mureșului (care înconjoară Cetatea Aradului) în amonte, până la podul Cetății, spre V pe str. Popa Eugen până în dreptul str. 9 Mai, spre SV Splaiul Tóth Sándor până la podul Traian. La N, Calea Timisoriei până la intersecția cu str. Ștefan cel Mare și str. Ady Endre".

### **Linii de contur – schițarea pașilor:**

- deconstruirea imaginii urbane vizibile a zonei construite protejate (plastica arhitecturală);
- identificarea componentelor ce contribuie semnificativ la formarea/deformarea imaginii urbane a zonei construite protejate arădene: plastica arhitecturală și plastica mijloacelor de publicitate;
- argumente pentru coerență - cheia unei imagini urbane capabile să genereze bunăstare socială, culturală, economică;
- cercetarea limbajului arhitectural existent - identificarea matricilor tipologice;
- cercetarea mijloacelor de publicitate existente - identificarea categoriilor de probleme;

- 
- stabilirea palierului pozitiv - atractiv și care este palierul negativ - repulsiv;
  - transformarea palierului negativ (factorii repulsivi, publicitatea invazivă) în palier pozitiv prin noul vocabular vizual pus la baza construcției mijloacelor de publicitate aprobate;
  - delimitarea zonelor de publicitate, recomandări pentru amplasamente;
  - concluzii, deschiderea de noi direcții de lucru în vederea consolidării imaginii orașului.

În contextul transformării zonei istorice în vector de dinamizare a economiei locale, care să contribuie direct la promovarea unui

## Profilul proiectului

stil de viață care să confere distinctivitate orașului, proiectul se adresează specialiștilor din administrația publică locală responsabili cu asigurarea coerenței imaginii urbane, persoanelor juridice active economic în zonă construită protejată, rezidenților și persoanelor fizice și juridice implicate în activitatea de publicitate.

Prin intermediul soluțiilor create, practice și relevante, studiul de față presupune o abordare integrată bazată pe resurse și cunoștințe specifice mai multor domenii de activitate: environmental design, arhitectură, urbanism, brand și graphic design, publicitate, fotografie, marketing, statistică, sociologie. Această complementaritate de roluri identificate ca fiind necesare pentru elaborarea studiului urmează a fi transpusă și în structura parteneriatului administrație publică locală - persoane juridice active economic în zona construită protejată ce va fi realizat în etapa de implementare.

Proiectul este necesar și relevant pentru că răspunde unor nevoi specifice ale grupurilor țintă cum ar fi: 1. Simplificarea procedurilor privind aprobarea amplasării mijloacelor de publicitate și controlarea în timp real a impactului acestora asupra coerenței imaginii urbane, în cazul responsabililor din administrația publică locală. 2. Creșterea notorietății brandurilor și, prin însoțirea cu alte mijloace de promovare, a cifrei de afaceri, în cazul persoanelor juridice active economic în zona construită protejată. 3. Creșterea calității vieții urbane, în cazul rezidenților. 4. Creșterea creativității și, în general, a eficienței campaniilor de comunicare; obținerea mai ușoară a avizelor necesare amplasării mijloacelor de publicitate ce fac parte din campaniile create, implementate și/sau administrate de persoanele fizice și juridice ce activează în industria publicitară.

Identificarea componentelor ce contribuie semnificativ la formarea imaginii urbane a zonei istorice și estimarea intuitivă a impactului acesteia din punct de vedere social, cultural și economic.



## Plastica arhitecturală

### Matrici tipologice

---

Ca parte importantă a studiului a fost cercetat de la nivelul străzii limbajul arhitectural specific fațadelor clădirilor (au fost incluse feronerie de la balcoane, bovindouri, porți și tâmplăria din lemn) din zona construită protejată. Pentru a face o analiză cât mai cuprinzătoare a realității, au fost făcute peste două mii de fotografii cu fronturi stradale, fațade, detalii semnificative. După organizarea acestora pe categorii stilistice, au fost identificate matricile tipologice și prin aprofundarea acestora, au fost desemnate elementele plastice dominante.



## Matrice Tipologică 1

Bulevardul Revoluției 97

stil modernist postbelic

Clădirea este amplasată la colțul bulevardului cu strada Crișan. Este destinată locuințelor și reprezintă un exemplu tipic arhitecturii moderniste post belice de abordare a construcției de locuințe.

Construcția este dezvoltată pe un regim de înălțime de parteri și patru niveluri. Parterul este rezervat comerțului căruia îi este pus la dispoziție un plan deschis necompartimentat la parterul fiecărei travei. Acestea sunt despărțite de casele scărilor care fac legătura cu etajele superioare.

La etaje sunt amplasate locuințe ale căror balcoane participă la bulevard. Întreaga construcție este alcătuită din cadre de beton armat și umplutură de zidărie de cărămidă. Geometria clădirii este simplificată și bazată pe marcarea sinceră a compartimentărilor structurale. Planșeele și poziția axelor stâlpilor se poate cu ușurință citi în desenul fațadei.

Întreaga imagine a construcției este obținută prin jocul inventiv al lamelelor de beton armat a căror subțirime exprimă eleganță. Clădirea marchează colțul intersecției având o aripă care se dezvoltă și pe strada Crișan. De asemenea clădirea are o soră geamănă puțin mai la nord pe bulevard.

Clădirea se află într-o stare nemulțumitoare de degradare. Tencuiala este căzută pe alocuri. Această imagine de pauperitate este completată de aspectul cârpit cu care balcoanele închise cu felurite forme de tâmplărie contribuie la imaginea clădirii.

Acestei imagini generale de clădire neîngrijită și parazitată i se adaugă un veritabil babel de forme, tehnici și culori pe care îl aduc ca aport fațadele magazinelor de la parter, închise cu tâmplării PVC și ornate cu panouri și afișe. Este un exemplu de arhitectură de maximă sinceritate și simplitate a anilor 60-70 pe care comerțul chiriaș vine să o contrazică total și să îi anuleze mesajul compozițional și stilistic.





## Matrice Tipologică 2

Bulevardul Revoluției 29

stil secesion

Clădirea este amplasată spre limita nordică a frontului estic al bulevardului aproape de sensul giratoriu din Piața Podgoria.

Este un edificiu cu regim de înălțime P+2 cu fațada dezvoltată simetric. Clădirea se regăsește în același format și puțin mai spre sudul frontului estic. Este o construcție pe fațada căreia regăsim cu ușurință elementele stilistice ale secesionului. Marcarea acelor curbe ample după care suprafața parcă se unduiește reprezintă un exemplu care ne-a determinat să îl selectăm ca fiind distinctiv.

Corpul central de data aceasta rămâne cel mai puțin elansat, lăsând loc celor două turnuri laterale să urce cu înălțimea a aproape încă unui nivel.

Acestea se termină în partea de sus cu un pachet de lucarne înalte și înguste care au în partea de jos schițat un bovindou fals cu aceleași forme rotunjite. În stadiul actual clădirea suferă de o descuamare masivă a stratului de tencuială. Însă odată restaurată își va căpăta aerul de clădire specifică orașelor de inspirație vieneză.

Parterul clădirii are un acces central, în ax, și două perechi de vitrine laterale montate în niște deschideri cu arc mâner de coș.

Această clădire poate să devină cu ușurință un exemplu de bună practică, potențialul său de a se rezolva elegant problema afișării este major. De altfel clădirea pereche a acesteia adăpostește un investitor care a făcut eforturi notabile să acorde respectul cuvenit tratării fațadei.





## Matrice Tipologică 3

Bulevardul Revoluției 83

stil secesion geometric

Clădirea este amplasată pe frontul estic al bulevardului la intersecția cu strada 1 Decembrie. Fiind dezvoltată pe ambele laturi ale intersecției clădirea domină autoritar zona, distingându-se prin sobrietate. Dezvoltată simetric pe un ax central, fațada propune bulevardului un regim de înălțime de P+2.

Corpul central al fațadei alege să intre în dialog cu limbajul clasicist preluând de la acesta colonada de templu care sprijină un antablament cu fronton trighiular. Coloanele sunt reduse la o simplitate aproape nefirească păstrând canelurile însă fiind lipsite de capitel. De asemenea frontonul este mai mult amintit undeva în zona de deasupra cornișei.

Corpurile laterale rămân austere însă primesc o ornamentație care aduce modelele de inspirație vegetală în discuția fațadei, acel lujer de trestie parcă doar amintit de către arhitect. Acesta hotărăște să adauge în panopia decorativă câteva panouri cu aceleași motive vegetale, de data aceasta un fel de împletitură de nuiete.

La parter regăsim mai degrabă un geometrism specific art-deco-ului sau chiar rezonând cu monumentalismul admirat de Europa în anii interbelici. Rezultatul copozitional este la prima vedere greoi și oarecum masiv, însă are un farmec deosebit și un echilibru demn de luat în considerare.

Probabil însă că soluția aleasă acum de a acoperi cu un galben crom vulgar clădirea aceasta care emană austeritate și simplitate sublimată până aproape de limita abstractului este un act de necunoaștere. Parterul propune o fațadă vitrată care susține un foarte înalt bandou plin, opac.

Probabil că și acesta este un exemplu în care o foarte fină dar bine gândită atingere poate să readucă în peisajul arădean o clădire cu cert potențial valoric.

Probabil curățarea hotărâtă a zugrăvelii și căutarea soluției originale care să susțină demersul creatorului ar aduce clădirea în colecția de impresii pozitive a oricărui trecător.

Desigur, intervenția în corectarea signalisticii de la parter, ce agrează eclectismul - paradoxal - eteric al arhitecturii este și ea mai mult decât necesară. Mai cu seamă că de acest abuz se face vinovată o companie multinațională care ar putea răspunde, prin resurse, acestui imperativ de igienizare vizuală.





## Matrice Tipologică 4

Bulevardul Revoluției 84-86

modernism interbelic

Clădirea este amplasată pe frontul vestic al bulevardului în zona Galeriei de artă Alpha.

Este o construcție specifică preceptelor compoziționale ale modernismului interbelic.

Este amplasată ca plombă între o fațadă neogotică și una secesion. Arhitectura modernă cu liniile ei simple și clare dă aparența unei note distonante în frontul compact din respectiva zonă a bulevardului. Una dintre aceste nepotriviri este faptul că pe o aproximativ aceeași înălțime la cornișă unde toate celelalte clădiri se înscriu cu un regim de P+2, acest edificiu propune trei nivele în afară de parter.

Structura este constituită din cadre de beton armat și zidărie de cărămidă. Acoperișul este din șarpantă de lemn. Fațada este acoperită cu tencuială. Geometria fațadei este de-a dreptul spartană, parcă sfidând efervescența fațadelor cu care se învecinează. Compoziția este simetrică propunând un corp central cu două ferestre largi, flancat pe laterale de câte o coloană de balcoane.

Singurul element de decor care iese din rigoarea exclusivă a utilului este o lance de cornișă, din fier, element specific perioadei.

La parter clădirea are prevăzute deschideri generoase pentru vitrine, flancate de accesul la casa scării într-o parte și de accesul în magazin în partea opusă. La etaj apar păstrate tâmplăriile originale și obloanele specifice. Parterul este plăcat cu travertin și golurile sunt dotate cu tâmplărie de PVC alb. Se distinge cu stridență tâmplăria PVC albastră prezentă într-unul dintre flancurile fațadei. Deasupra acestei tâmplării albastre este poziționată o copertină metalică a cărei precaritate își aduce un aport nefericit la plastica ansamblului.

În starea actuală clădirea este în așteptarea unei revitalizări. Probabil că lipsa de funcțiune momentană se poate transforma într-o șansă pentru această clădire.

Din starea în care se află, o reîmprospătare a imaginii sale și o reabilitare a ceea ce s-a dorit a fi în momentul edificării atât la nivelul etajelor cât și mai ales la nivelul parterului este ușor de realizat. E nevoie doar de o abordare responsabilă în baza unui sistem de reguli care să permită reliefarea aspectului valoros și nu umbrirea acestuia.







## Matrice Tipologică 5

Piața Avram Iancu 9

stil secesion floral

Clădirea este amplasată pe frontul sudic al pieței Avram Iancu în mijlocul desfășuratei stradale a acestuia.

Este o clădire pe fațada căreia identificăm liniatura specifică începutului de secol, care se încadrează în stilul secesion dar putem regăsi în modernitatea și țesătura motivelor florale apropierea mai hotărâtă de art nouveau-ul belgian și francez. Posibil că aceste atingeri între, până la urmă substiluri aparținând aceluiași manifest, să apară în creația arhitectului din perioada atât de liberă și de mare deschidere a începutului de secol.

Clădirea este dezvoltată pe parter și două etaje având la stradă o imagine simetrică. Registrele de ferestre de la fiecare nivel sunt tratate diferit și chiar se micșorează în registrul etajului superior.

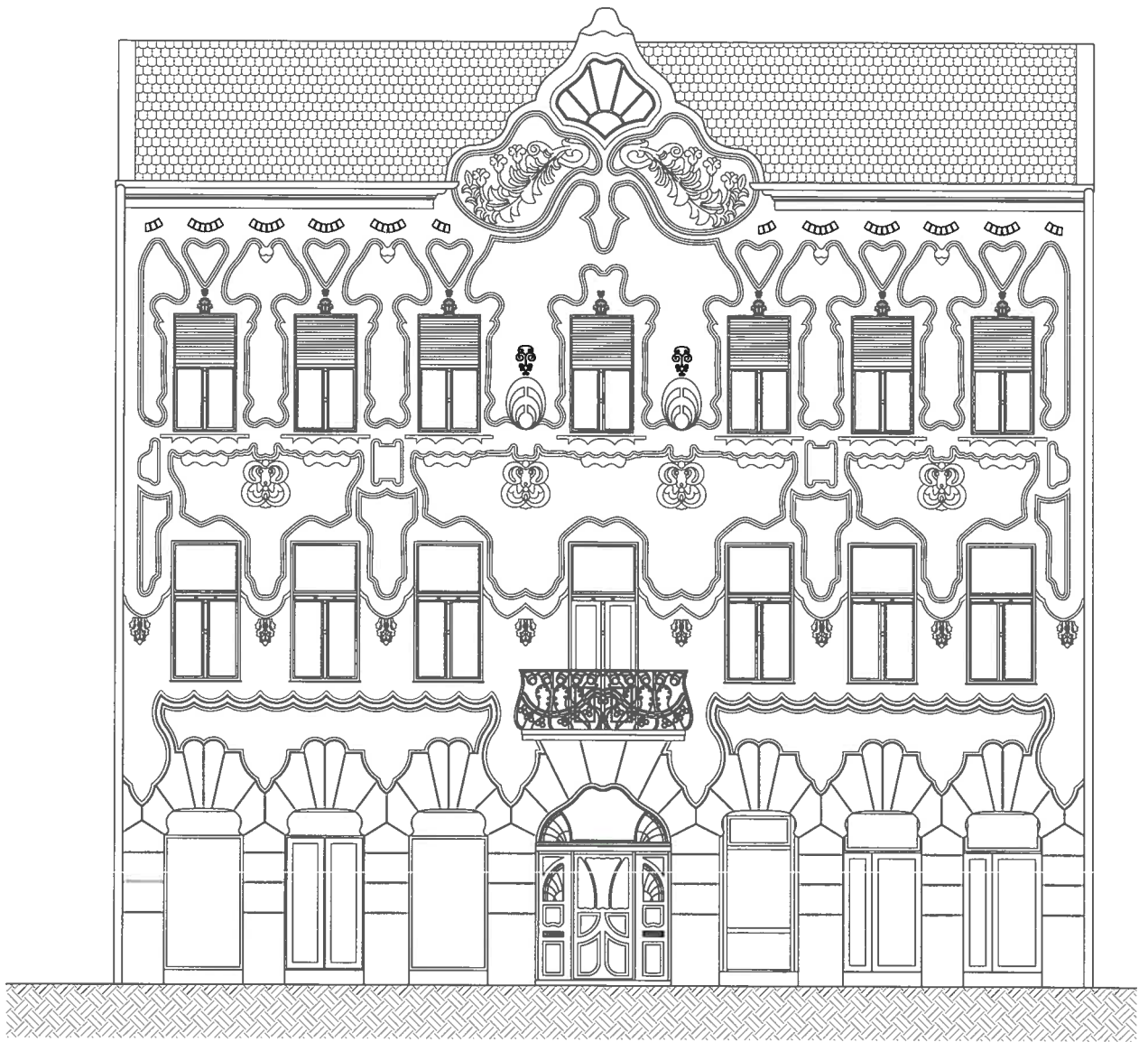
Axul central este marcat de un balcon deasupra intrării și de un fronton abstractizat care sparge linia cornișei elansându-se vertical și independent. În acest fronton este practică o deschidere închisă cu sticlă colorată destinată efectului de lumină colorată pe care l-am remarcat și noi.

Întreaga fațadă este traversată de motive geometrice curbe care se deschid și se reunesc apoi din nou părăsind și reîntâlnind apoi diverse axe de simetrie parțiale.

Clădirea se poate defini ca fiind una de mare efect în peisajul arhitectural arădean. Definierea stilului secesion nu răspunde rigorii academice a clasicismului anterior cu câteva decade. Această clădire vine să demonstreze că în aceeași masă stilistică se pot identifica tipologii distincte.

Starea actuală a parterului este una care nu respectă deloc clădirea gazdă, ci mai mult, a ales să o ignore agresiv. Dacă în alte exemple derulate în cadrul acestui studiu am găsit de cele mai multe ori o parazitare de felurite forme cu panouri sau afișe, în acest caz avem o adevărată impietate în momentul în care un investitor a ales să trateze zona sa de parter ca pe un enorm panou de afișaj, alegând să schimbe coloratura doar pe acel sector.

Credem că această lipsă de înțelegere și de respect a valorii tratării integrale și armonioase a unui ansamblu poate să dea și de altfel și să dea o imagine nedorită orașelor noastre.





## Matrice Tipologică 6

Palatul Nádasdy, strada Meșianu nr. 2

stil secesion geometric

Clădirea situată la colțul străzii Meșianu cu Piața Avram Iancu este cunoscută sub denimirea de Palatul Nádasdy.

Este o construcție de început de secol XX proiectată în spiritul stilului secesion, din perioada sa geometrică. Construcția impunătoare, dezvoltată pe un regim de înălțime de parter și două niveluri, ocupă colțul stazii și este dezvoltată pe ambele aripi.

Parterul este destinat comerțului și este prevăzut din construcție cu vitrine largi destinate expunerii mărfii către stradă. Etajele sunt destinate funcțiunii de locuire. Clădirea este acoperită cu țiglă solzi așternută pe o șarpantă de lemn. Colțul este subliniat hotărât cu un turn de colț cu dublă cupolă, acoperit cu învelitoare de zinc.

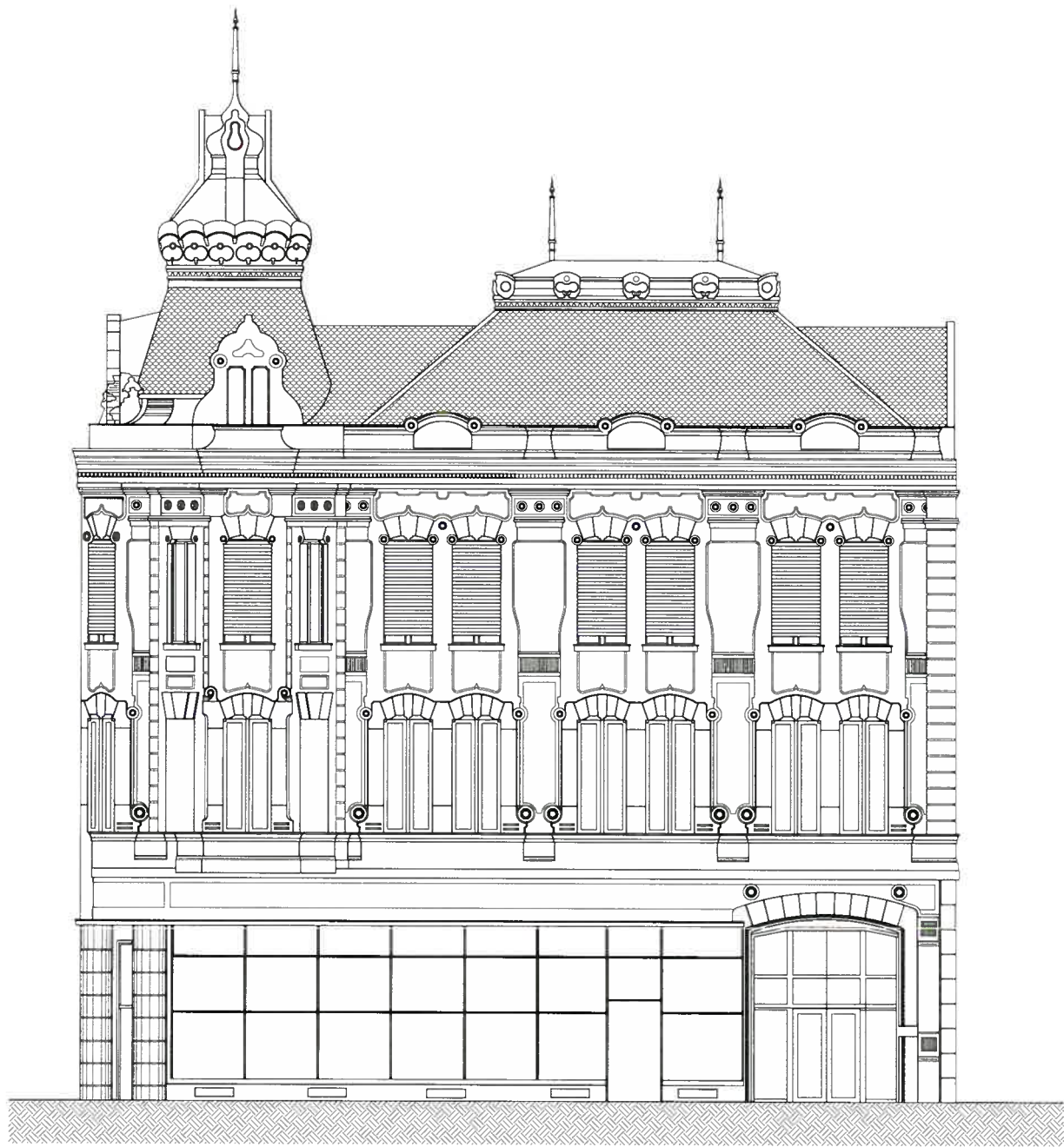
Turnul de colț este marcat la nivelele superioare cu bovindouri laterale a căror imagine este reluată pe fațade prin marcarea în decroșuri de tencuială a unor travei pe întreaga înălțime. De remarcat de asemenea păstrarea tâmplăriei originale, inclusiv a obloanelor rulu metalice. Ornamentația este constituită din stucatură de tencuială nisip-var susținută pe trestie. Decorațiunile păstrează linia secesionului dar sunt destul de reținute ca expansivitate.

În zona acoperișului apar ornamente foarte sofisticate din tablă îndoită. De remarcat intarsiile de ceramică care aduc o notă de specificitate aparte. Această decorațiune cu plăci ceramice se regăsește adesea în repertoriul secesionist mai ales pe teritoriul de influență a substilului magyar szecesszió.

În stadiul actual se remarcă intervenția hotărâtă la nivelul vitrinelor expuse către Piața Avram Iancu unde în anii 70 golurile existente au fost negate și peste ritmul acestora a fost suprapusă o cutie vitrată pe întreaga lățime a fațadei. Execuția acesteia este tributară unei tehnologii modeste cu geam simplu de sticlă montat în tâmplărie din fier profilat.

Se remarcă de asemenea ca o particularitate prezența cutiei de reclamă din anii 70, un element de arheologie urbană recentă, a cărui valoare de exponat al unei perioade anume merită luat serios în discuție.

Parazitarea imaginii cu anunțuri printate pe A4 lipite direct pe sticla vitrinei aduce un iz de pauperitate care dăunează intens valorii clădirii și, prin poziționare, întregului aspect al pieței.





## Matrice Tipologică 7

Piața Avram Iancu

stil (neo)baroc

Clădirea este amplasată pe colțul sudic dintre bulevard și strada Unirii. Este o clădire cu parter și etaj, care însoțește ambele laturi ale intersecției.

Clădirea este dezvoltată într-un limbaj arhitectural care își regăsește rădăcinile în barocul simplu al reședințelor de provincie. Am propune chiar compararea proporțiilor și al ritmului fațadei, proporția între fațadă și înălțimea acoperișului ca argumente în regăsirea unor elemente renascentiste în fațada acestui imobil.

Casa flanchează frontul estic al pieței Avram Iancu chiar dacă se înscrie în porțiunea acestuia care este deja acoperită de laterala Teatrului. Totuși e foarte interesant să amintesc faptul că la capătul celălalt al frontului regăsim în oglindă cafeneaua literară, fostă casă de cultură, clădire care se înscrie în aceleași coordonate stilistice. De asemenea trebuie remarcat și faptul că au reușit să țină piept expansiunii economice care între sfârșitul secolului XIX și începutul de secol XX au atacat și cucerit colțurile cu clădiri impozante și turnuri cu cupole.

Clădirea are o spectaculozitate care rezidă tocmai în aparenta sa modestie. Fără să fim vrăjiți de minuțiozitatea stucaturilor care imită piatra templelor grecești, fără să ne lăsăm purtați de împletirea lujerilor secesionului, rămânem uimiți de forța geometrică a acestei case.

Parterul este penetrat în mod sigur ulterior construcției inițiale, formându-se o înșiruire de goluri care corespund mai mult aproximativ cu axele verticale ale golurilor de la etaj.

Colțul este destinat funcțiunii de alimentație publică, funcțiune care își va păstra vadel pe o perioadă îndelungată.

Și aici este un exemplu în care simplitatea înlăturării elementelor de afișaj agresive și înlocuirea lor cu un sistem de promovare stradală inteligent și respectuos este ușor de identificat

Parterul propune un bandou orizontal deasupra vitrinelor care a fost folosit în epocă pentru afișare. Nu trebuie decât să fie găsită o soluție în care publicitatea să nu mai acopere valoarea existentului ci chiar să o potențeze.





## Matrice Tipologică 8

Hotel Ardealul, Bulevardul Revoluției 98

stil (neo)clasic

Hotelul este amplasat în zona de maximum interes a urbei, flancând latura vestică a piațetei care se formează în fața Teatrului. În aceeași piațetă regăsim Catedrala catolică. Clădirea este dezvoltată pe colțul bulevardului cu strada Eminescu și se definește ca un volum distinct aflat în perfectă armonie cu celelalte obiective participante la imaginea piațetei. Este un monument istoric construit puțin înainte de jumătatea secolului XIX în limbaj clasicist.

Construcția solidă, din cărămidă, are un regim de înălțime de P+2, și este dezvoltată pe orizontală în trei corpuri precis delimitate pe fațadă. Corpul central reliefat puternic reia proporțiile și formele specifice arhitecturii clasice grecești purtând pe înălțimea a două registre șase pilaștri impunători care sprijină un antablament reliefat. Coloanele-pilastru au galbul vizibil și sunt împodobite cu capiteli compozite. În afara acestui corp principal, restul fațadei rămâne destul de cuminte, ferestrele primului nivel au încadrări mai spectaculoase pe când cele de la nivelul al doilea rămân mai modeste.

Parterul este penetrat de ferestre înalte cu arce în plin cintru, dezvoltate simetric la stânga și la dreapta intrării principale în holul hotelului. Această intrare are deasupra ei un balcon terasă sprijinit pe console solide de piatră. Elementul distinctiv al edificiului este feronieria copertinei care protejează intrarea - o măturie de mare măiestrie în prelucrarea și modelarea materialelor feroase, adăugată probabil într-o fază ulterioară construcției. Această presupunere poate fi susținută de abordarea stilistică diferită a copertinei față de parapetul de fier al terasei.

Hotelul Ardealul este una dintre cele mai frumoase piese din ansamblul arhitectonic al orașului. Ușor de remarcat prin proporțiile și prin mesajul pe care edilii săi doreau să îl facă cunoscut, imobilul se distinge prin prestanță și specificitate. Din păcate considerentele economice au determinat proprietarii să înlocuiască tâmplăria inițială cu una de foarte slabă calitate. Tâmplăria de PVC degradează intens imaginea clădirii stirbindu-i grav valoarea. Această tâmplărie se regăsește la parterul imobilului unde, din nou, pare să fie complet ignorată fațada monumentală de deasupra în momentul în care fațada este încărcată cu nonșalanță cu panouri și afișe disproporționate și amplasate fără vreun sistem anume. Considerăm absolut necesară reconsiderarea valorii clădirii în întregul ei și credem că orice intervenție temporară sau perenă trebuie să fie racordată la valoarea întregului ansamblu.







## Matrice Tipologică 9

Palatul Neumann, Bulevardul Revoluției

stil eclectic

Palatul Neumann este marcajul arhitectonic cel mai distinct și mai voluminos al tronsonului mediu al bulvardului. Amplasamentul acestuia îi permite deschiderea către trei străzi diferite. Fațada de mare deschidere propune o compoziție simetrică cu un ax central puternic marcat pe întreaga înălțime. În acest ax la parter intrarea principală este marcată de două coloane care o flanchează. Deasupra intrării se deschide o terasă largă. În partea de sus a cornișei axul este marcat de un fronton bine pronunțat încadrat de două șiruri impunătoare de baluștri.

Flancurile fațadei sunt dedicate unor rezalite, unul fiind și baza turnului de colț. Turnul de colț se termină cu un nivel mansardat peste care se închide o cupolă învelită cu tablă de zinc. Pe aceste rezalite etajul întâi este beneficiarului unui bovindou a cărui parte superioară se transformă în balcon pentru etajul superior. Registrele orizontale ritmate regulat propun o alternanță de ancadramente din stucatură care se repetă. Registrele sunt marcate diferit prin scăderea decorațiilor ancadramentelor la registrul etajului doi, poate sugerând diferența de nivel de calitate a spațiilor interioare.

Parterul care participă la bulevard este dedicat comerțului - probabil destinat amplasării unui restaurant. Este prevăzut cu deschideri largi cu arce care aduc cu cele în mâner de coș ale romantismului francez.

Fiind un exemplu tipic de arhitectură eclectică, palatul conține în imaginea sa elemente decorative distinctive culese din limbajul formal al arhitecturii clasice grecești, romane, elemente ale romantismului, decorațiuni antropomorfe, florale, arce, bosaje etc. În stadiul actual, întregul corp al clădirii se prezintă într-o stare relativ bună, edificiul păstrând o imagine încărcată de prestanță. Cu totul altfel stau lucrurile la parterul clădirii. Fiind sub autoritatea mai multor instituții imaginea palatului suferă de o supraîncărcare de semne, simboluri, panouri și alte mijloace promoționale în zona străzii.

Tâmplăria parterului nu răspunde nici ea unui deziderat comun care să asigure coerența de limbaj pe întreaga lățime a fațadei. Fiecare instituție și-a construit vitrina fără cea mai mică încercare de armonizare nici cu cele cu care se învecinează și nici cu baza formală a fațadei. Palatul Neumann este un exemplu de mascare inconștientă a valorii istorice existente. Întreaga sa maiestuoasă remarcabilă privit de departe dispare brusc, înghițită de acele ieftine stegulețe colorate.

Neglijența și lipsa de respect față de conceptul de simbol și de monumentalitate al clădirii devine tragică în momentul în care se pot remarca panouri de afișaj prinse cu sârmă de coloanele care marchează intrarea principală a clădirii.



## Plastica mijloacelor de publicitate

Cel mai mare pariu al publicității este să transforme un nume (înșiruire de litere, cuvânt sau înșiruire de cuvinte), cu sau fără simbol grafic atașat, în siglă (logo) și, ulterior, în brand. Acesta, ca și frații lui români - marca distinctă sau înregistrată, atinge acest statut și, respectiv, crește în valoare, în funcție de investițiile comunicaționale făcute în el. Cu cât strategia este mai potrivită, cu atât acea valoare, celebritate, dorită de proprietar este atinsă mai repede. Dar drumul ce trebuie parcurs nu este deloc ușor, în sensul că absolut nici un aspect ce ține de identitatea brandului nu trebuie scăpat de sub control. Prezența brandului în stradă, în variantele grafice create și prezentate în manuale de identitate vizuală sau Brand ID, este gândită să fie într-o relație coerentă cu celelalte semne stradale (mai ales cu plastica arhitecturală). Brandul este ca o persoană. Ea intră în dialog cu altă persoană, consumatorul. În cazul în care prezența lui stradală este ruptă de realitatea expresivă a locului, întrebarea care se pune este: Dorește acea persoană să consume ce-i oferă acel brand care, în Arad, face din zgomot, neîngrijire și necivilizație stradale modalități unice de a-l convinge?

După cum am menționat mai sus în capitolul rezervat argumentelor care să susțină necesitatea acestui studiu, cantitatea și calitatea structurilor publicitare/mijloacelor de publicitate se constituie de multe ori elemente de poluare vizuală care dau un aspect dezordonat, chiar precar prin improvizatie, imaginii străzii. Am afirmat că



Exemple pozitive în signalistica Aradului contemporan  
Utilizarea vitrinei, fontul la dimensiuni umane și din materiale adecvate, litere volumetrice în armonie cu fațada, semnalizări discrete neinvazive.



nu există actualmente o relație de coerență și consistență vizuală, atât între diferite structuri publicitare învecinate, ca și între aceste structuri și suportul lor - arhitectura vizibilă / fațada / strada / ansamblul urban.

Ca parte a acestei lucrări a fost făcut un inventar vizual al mijloacelor de publicitate - de semnalizare, informare, promovare - (firme, firme în consolă, indicatoare publicitare direcționale, steaguri publicitare, totemuri, casete luminoase, bannere, meshuri, panouri publicitare, structuri de publicitate autoportante) din zona construită protejată, așa cum a fost ea delimitată în introducere. Deoarece scopul nu a fost să depistăm care dintre acestea sunt amplasate cu aviz și care nu, acest subiect rămâne unul deschis pentru alte cercetări.

În urma inventarului și a analizei vizuale, mijloacele de publicitate menționate mai sus vor fi incluse și dezbătute mai departe în studiu. Imaginea urbană oferă, fie ca resursă a unei tradiții locale, fie ca aplicare a unor bune practici, mai degrabă intuitive, câteva exemple din păcate mult prea puține de semnalizare coerentă cu țesutul arhitectural și cu specificul comercial / instituțional.

## Fracturarea imaginii urbane a zonei istorice prin amplasarea invazivă a mijloacelor de publicitate: probleme existente

### Nepăsarea față de arhitectură

Formularea restricției: *În proiectarea și amplasarea structurii signalistice trebuie avută în vedere arhitectura fațadei pe care va fi instalată. Firma trebuie să se integreze și să interacționeze cu mediul urban, nu să concureze cu acesta. În definitiv, un semn trebuie să comunice articulat, nu să „țipe”.*

Materialele folosite, cromatica și dimensiunea firmelor profanează fațadele.



### Dimensiunile inumane

Formularea restricției: *Firmele nu ar trebui să aibă dimensiuni exagerat de mari. Semnul comercial trebuie să se apropie cât mai mult de proporțiile și dimensiunile clădirii gazdă, dar și de cele ale staturii umane, întâmpinând privirea.*

Firmele nu sunt nici aliniate elementelor de arhitectură a le fațadelor, fiind și supradimensionate față de acestea, uneori având aspect gigantesc.



### Tipuri inadecvate de semnalizare

Formularea restricției: *Pe fațadele clădirilor istorice, cel mai nepotrivit tip de semnalizare este cel prin casetă luminoasă. Acest studiu propune interzicerea casetelor luminoase în zona restrânsă de publicitate A, considerându-le nerecomandate în zona restrânsă de publicitate B.*

În zona istorică, cel mai potrivit tip de firmă este cel compus din litere volumetrice.

Casete luminoase cu aspect ieftin, materiale precare sau nepotrivite pentru tipul de mesaj permanent (adesea dublat de celelalte mijloace de publicitate, steaguri, casete luminoase, autocolante pe vitrina)



### Utilizarea necorespunzătoare a panourilor decorative

Formularea restricției: *Fațadele clădirilor istorice nu trebuie acoperite / lambrisate cu panouri decorative, nici măcar în cazul în care acestea respectă proporțiile și elementele arhitecturale. Textura clădirii trebuie să rămână vizibilă.*

Firmele, mai cu seamă casetele luminoase, fără a avea măcar o gamă cromatică asortată, acoperă fațadele și agrează arhitectura.



### Vitrine acoperite în totalitate

Formularea restricției: *Vitrinele trebuie să comunice informații despre produsele și serviciile oferite. Ferestrele acoperite arată neprietenos și crează impresia de abandon, ca și suspiciunea unui tip de acces restricționat.*

Vitrinele oarbe sunt permise doar în cazul mascării unor lucrări de renovare.



Vitrinele oarbe conferă aspectul stradal a unui oraș ieftin, de închiriat.

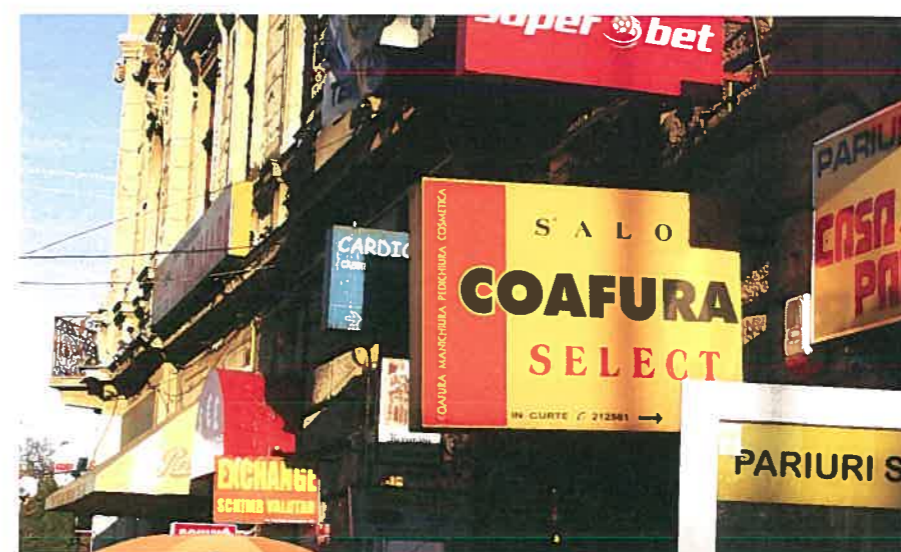
### Aglomerarea panourilor publicitare într-un spațiu restrâns

Formularea restricției: *Panourile publicitare trebuie plasate în așa fel încât fiecare dintre ele să-i fie rezervat un spațiu de siguranță, în acest fel informația comunicându-se limpede, în armonie cu arhitectura, fără riscul de poluare vizuală.*

În cazul intrărilor comune, de pildă în curți cu spații comerciale sau de birouri care au nevoie să fie semnalizate la stradă, acest lucru se va face printr-un panou comun / afișier.



Multiplicarea firmelor produce concurență vizuală ineficientă chiar din punct de vedere comercial și poluează grav aspectul stradal.



### Suprastructuri independente

Formularea restricției: *Sunt permise doar acele structuri permanente care fac parte din proiectul original al clădirii: machize, adăposturi, copertine etc.*



Suprastructurile independente viciază nepermis proiectul arhitectonic original.



### Lipsa de îngrijire

Formularea restricției: *Firmele, panourile și vitrinele trebuie să păstreze un aspect îngrijit, să nu fie deteriorate și să fie păstrate curate.*



Firmele murdare, neîngrijite, abandonate dăunează aspectului stradal, creând impresia de oraș părăsit





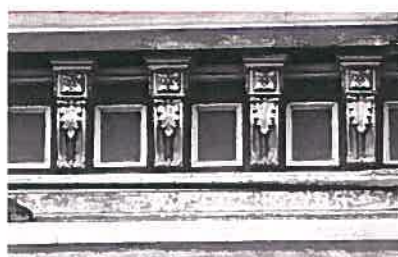
## Index vizual

Imaginea pe care orașul o oferă astăzi, în centrul său istoric, este alcătuită din suprapunerea a două texturi sau straturi. Privirii distante (și distrase) i se oferă mai întâi textura signalisticii publicitare, a cărei precaritate, violență și inadecvare am descris-o și am diagnosticat-o tipologic mai devreme. Însă, pentru a fi cu adevărat descoperită, imaginea urbană are nevoie de o privire (binevoitoare) de aproape, care să se strecoare prin aglomerarea signalistică pentru a descoperi acele elemente ale fațadelor obturate de publicitate, fațade care constituie palierul pozitiv al imaginii urbane.

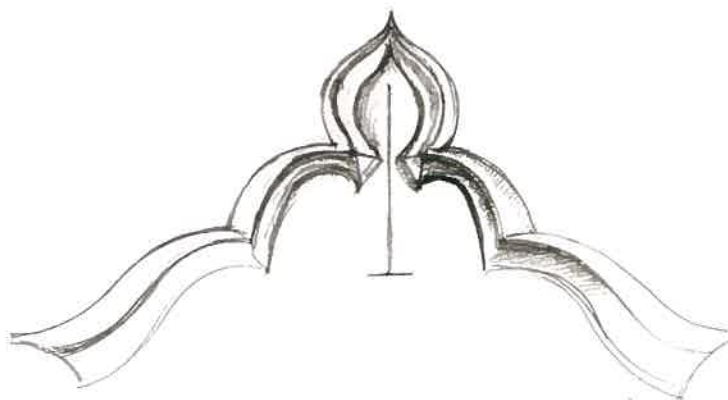
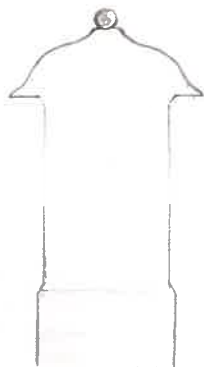
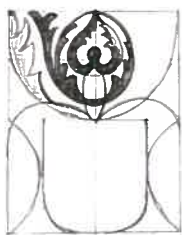
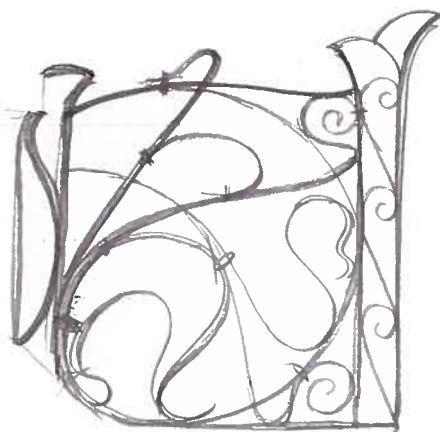
Întrebarea și provocarea de creativitate pe care acest studiu le ridică este în ce fel putem transforma palierul negativ al signalisticii într-un palier pozitiv, plăcut privirii. Astfel, dacă erorile care grevează palierul publicitar pot fi identificate prin constatarea încălcării unor reguli de bază, universale, chiar de bun simț, ne-am întrebat dacă corectarea acestor erori se poate face tot aplicând reguli universale, valabile în orice oraș civilizată.

Desigur, am pornit la căutarea soluțiilor pornind de la reguli fundamentale, general valabile. Însă formularea soluțiilor de coerență vizuală cuprinse în studiu s-a realizat tocmai înlocuind privirea distantă și abordarea generalistă cu privirea apropiată și aplecarea asupra detaliilor de textură urbană pe care imaginea Aradului, în palierul ei pozitiv, al arhitecturii vizibile, le oferă. Astfel, procesul de transformare al palierului negativ al publicității în palier pozitiv trece prin valorificarea unor elemente de specificitate locală. Soluțiile posibile își găsesc astfel resursa de creativitate firească într-o inventariere a unor elemente de arhitectură vizibilă valoroase și într-o reinterpretare a lor.





Procesul de reabilitare a fațadelor și a aspectului stradal din punct de vedere al signalisticii trece prin valorificarea unor elemente de specificitate arhitecturală locală. Soluțiile posibile își găsesc astfel resursa de creativitate firească într-o inventariere a unor elemente de arhitectură vizibilă valoroase și într-o reinterpretație a lor (vezi mai jos).



## Mijloacele de publicitate aprobate

Prioritatea generală e conservarea vizuală (păstrarea la vedere) a arhitecturii pe care se aplică semnalistica publicitară. Pentru ca acest deziderat să fie atins, studiul de față propune o tratare nediferențiată atât a signalisticii marilor companii și instituții (vezi semne grafice particularizate), cât și a signalisticii actorilor minori care utilizează și influențează scenografia stradală (vezi semne grafice standardizate).

**Semnele grafice particularizate** rezultă din manualul de identitate al instituției / agentului economic. Se impune aplicarea acestuia în condițiile în care restricțiile pe care zona de publicitate restrânsă le impune sunt respectate.

### **Semne grafice standardizate -**

Se adresează instituțiilor administrative și agenților economici care nu au un manual de identitate vizuală în urma căruia să rezulte o modalitate coerentă de publicitate .

Caractere de literă se vor folosi în funcție de natura activității instituției și a morfologiei arhitecturale a fațadei.

Pentru clădiri moderne folosim fonturi simple, de genul celui identificat și recuperat de pe o clădire simbol al Aradului dintr-o altă epocă de prosperitate, fabrica WESTINGHOUSE.

Avînd în vedere dominanta secession a orașului, un stil care marchează perioada de maximă prosperitate antebelică, propunem adoptarea în signalistica contemporană a unui font cu aspect specific. Un astfel de font are chiar o dimensiune culturală mai puternică, în plan local, fiind recognoscibil inclusiv în vitraliile lui Sever Frențiu din Primăria Arad.



# WESTINGHOUSE



Fontul istoric identificat pe calcanul fostei fabrici arădene Westinghouse, poate fi utilizat în semnalizarea activităților comerciale din clădirile cu arhitectură modernă(interbelic, postbelic)

AÂBCDEFGHIÎJKLMNPRSTUVXZ  
1234567890-=!@#\$%&\*[]\_+;:?

BĂCĂNIE

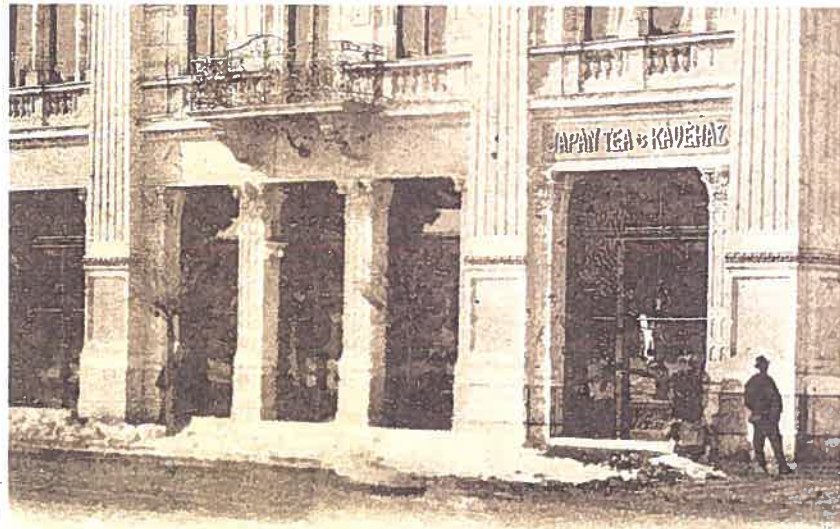
Farmacie

RESTAURANT

ÎMBRĂCĂMINTE

Încălțăminte

# JAPAN THEA



Pentru clădirile secession, în număr mare în centrul istoric, dar și pentru cele neoclasiche, recomandăm tipul de font identificat în semnalizarea fostei ceainării japoneze.

JAPÁN THEA ÉS KÁVÉHÁZ

AÂBCDEFGHIÎJKLMNOPRSTUVXZ

1234567890- =!@#\$%A&\*()\_+;:?

## Farmacie

## Restaurant

## HAINÉ

## RESTAURANT

## PANTOFI

Zona de publicitate restrânsă poate fi tratată coerent și unitar respectându-se următoarele priorități cu caracter tehnic:

- Prioritate 0** - Litere individuale
- Prioritate 1** - Litere individuale cu fundal / placaj
- Prioritate 2** - Plasarea literelor volumetrice pe fațadă / vitrină la nivelul ochilor

#### **Prioritate 0** - Litere individuale

a. Litere individuale volumetrice fără fundal încorporate sau nu în tencuială (Exemplu: Palatul cultural, Teatrul de Stat, Primăria)

Materiale: gol sau volum în tencuială, metal, sticlă, piatră, lemn.

b. Litere plate distanțate printr-o tijă de la fațadă.  
Distanța plasării de fațadă variază în funcție de cât de complexă e suprafața fațadei.

Material: - metal natur (cupru, fier lăcuit, etc),  
- metal vopsit gri. Intensitatea negrului din gri variază în funcție de contrastul pe care îl cere fundalul.



c. Litere volumetrice distanțate de fațadă, iluminate contre-jour





### **Prioritate 1 - Litere individuale cu panou fundal**

Aceasta situație o regăsim când arhitectura nu permite folosirea priorității 0.

Placajele se poziționează de obicei în golurile de vitrină / fereastră / ușă în așa fel încât să nu acopere mai mult de 15% din golul respectiv.

Reguli:

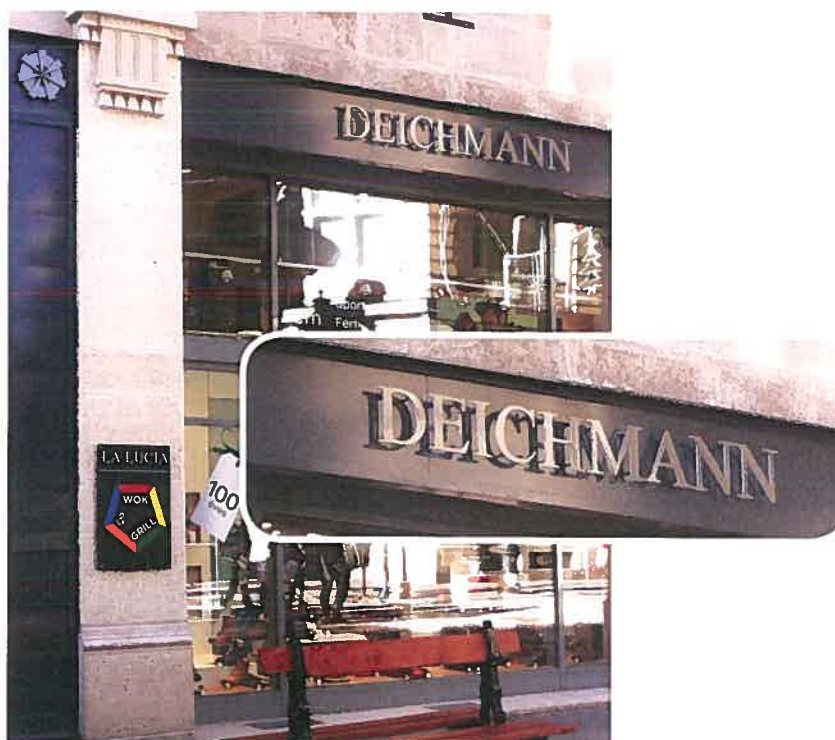
- panoul fundal pentru litere se află cât mai în adâncimea golului de geam, dar nu lipit de tâmplăria geamului, față de care se păstrează o distanță minimă de 5 cm

- culoarea suportului pentru litere trebuie să fie cât mai apropiată de una din culorile fațadei sau ale tâmplăriei

- Literele volumetrice, aplicate pe placajul suport respectiv nu trebuie să depășească volumul exterior al fațadei. Această regulă presupune că grosimea literelor poate varia de la 2-3 mm, lipite pe suport, până la 3-5 cm.

Literele plate, distanțate prin tijă de suport, respectă aceeași regulă de mai sus.

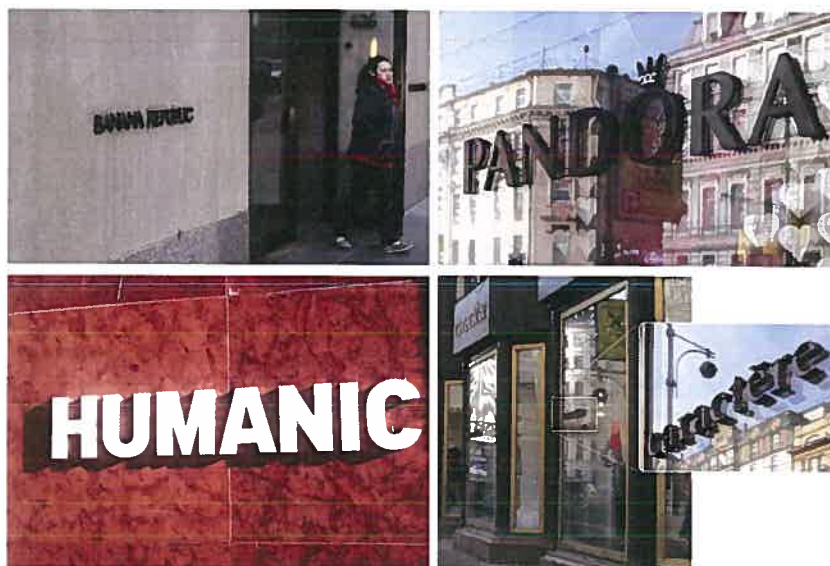
- pentru încadrarea logoului sau a literelor pe panou se aplică regula conturului verde întâlnită la fațade. (vezi capitolul *Conturul verde* )



**Prioritate 2** - plasarea literelor volumetrice pe fațadă sau vitrină la nivelul ochilor

Clădirea în studiu nu permite niciuna din prioritățile anterioare. În acest caz, denumirea / logotipul / sigla se poate plasa la nivelul ochilor pe fațadă sau vitrină. Luăm în calcul două situații:

*a. Pe fațadă sau vitrină.* Literele volumetrice se lipesc la o înălțime de la sol de 150-160 cm. Grosimea lor poate fi între 2-5 cm iar înălțimea corpului de literă nu va fi mai mare de 15 cm (vezi figura 1).



*b. Pe fațadă.* Se folosesc panouri pentru amplasarea firmelor, metalice sau din sticlă groasă, individuale sau comune. Ele se proiectează în armonie cu fațada, respectandu-se dimensiunile pe care geometria fațadei le cere. Se vor monta cu tije, distanțate la 3-5 cm de fațadă. Dacă arhitectura o permite, în această situație se poate îngădui un avantaj de expunere prin montarea unei firme în consolă (vezi figura 1b).





fig. 1a. Prioritate 2, desen explicativ.

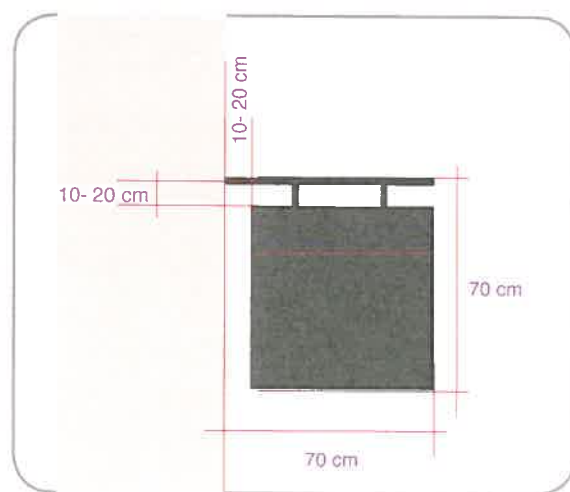


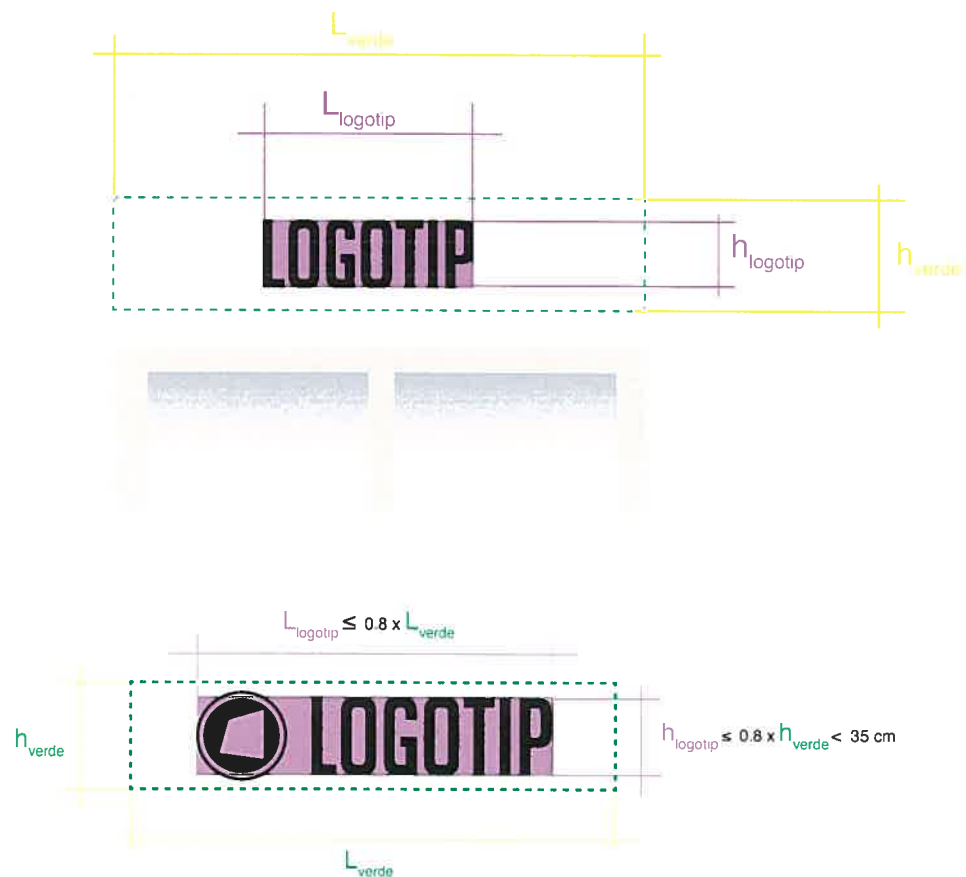
fig. 1b. Prioritate 2, desen explicativ pentru dimensionarea firmei in consolă.

## Regula conturului verde

*Conturul verde* constă în linii imaginare rezultate natural din geometria arhitecturii.

E important ca acesta să fie creat în armonie cu vitrinele, ca o prelungire /proiecție imaginară pe fațadă a acestora, respectând totodată și o suprafață de siguranță estetică între marginea logotipurilor încadrate și *conturul verde* propriu-zis. În funcție de geometria fațadei, forma *conturului verde* poate fi diferită de cea rectangulară (vezi exemplele din fig.2).

*Sigla / Corpul de literă*, se încadrează în *conturul verde* după logica dimensiunilor maxime din figura 1, dar cu o înălțime care să nu depășească 35 cm.



Diagramă în care se explicitează regula de bază a încadrării logotipului în conturul verde

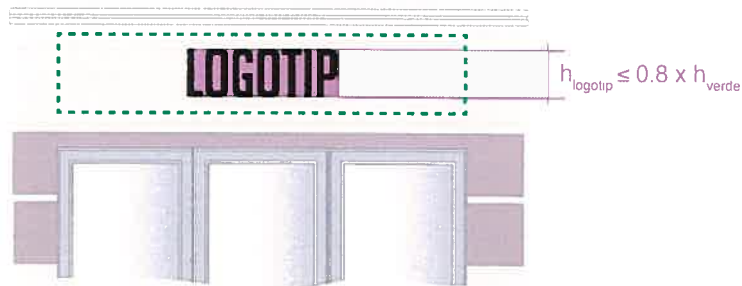


fig. 2.a. situație în care conturul verde este rectangular, iar regula de aplicare a logotipului e cea a acoperirii maxime a ariei conturului verde.

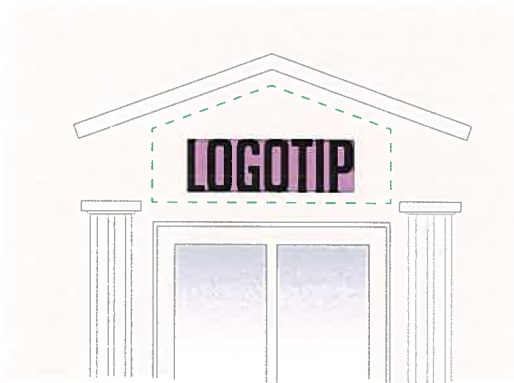


fig. 3. situație în care conturul verde capătă o formă dictată de angulația geometriei fațadei

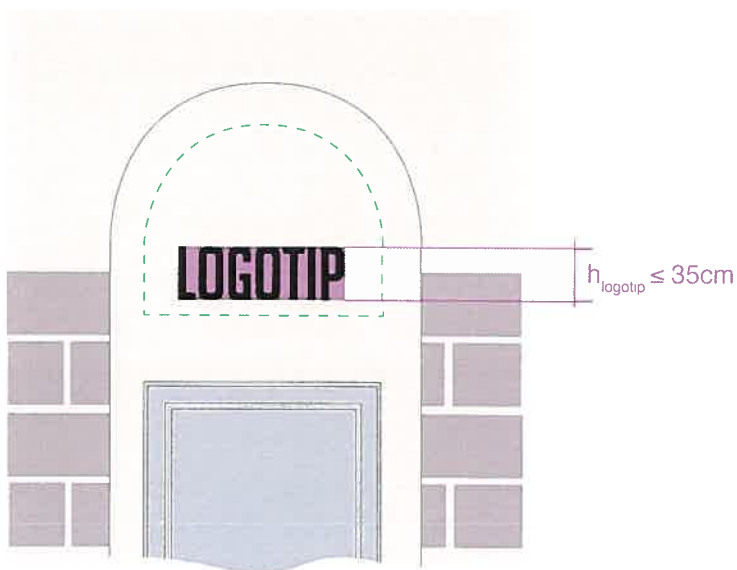


fig. 4. situație în care conturul verde capătă o formă dictată de geometria ancadramentului rotund al ușii. variante de tratare corectă.

## Conturul verde. Situatii reale de tratare corectă

### Situația 1.

Clădirea e proiectată având pe fațadă, deasupra vitrinelor, o zona destinată special plasării denumirii / logotipurilor / siglelor. Delimitarea de restul fațadei este făcută extrem de clar, de cele mai multe ori prin încadrământ reliefat în fațadă. În acest caz, *conturul verde* se înscrie natural în acest încadrământ, fiind strict interzisă depășirea lui.(fig.2a.)



## Situația 2.

Clădirea în studiu nu are prevăzut încadramentul reliefat, dar deasupra vitrinelor există o zonă liberă de decorațiuni care permite amplasarea denumirii / logotipurilor / siglelor. În acest caz, *conturul verde* se dezvoltă natural pe această suprafață. (fig.2b.)





### Situația 3.

Clădirea în studiu nu are prevăzută nicio zonă liberă deasupra vitrinelor comerciale care să permită amplasarea denumirii / logotipurilor / siglelor. În aceasta situație se identifică dacă vitrinele permit amplasarea de de litere individuale cu placaj (vezi prioritate 1). *Conturul verde* se adaptează în acest caz la dimensiunea placajului - suport.



#### Situația 4.

Clădirea în studiu nu se încadrează în niciuna din situațiile 1-3 . În acest caz, denumirea/logotipul /sigla se poate plasa la nivelul ochiului în lateralul vitrinei in urmatoarea varianta.(Vezi *prioritate 2*)

Se folosesc panouri pentru amplasarea firmelor, metalice sau din sticlă groasă, individuale sau comune. Conturul verde se adaptează în acest caz la dimensiunea panoului - suport. În cazul in care panoul e comun mai multor firme, ea se imparte în așa fel încît toate logotipurile să fie dispuse proporțional.

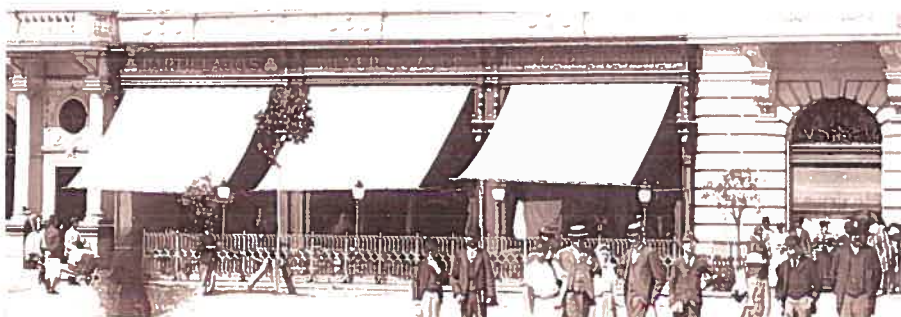




## Caz școală

Palatul Neumann, Bulevardul Revoluției 97

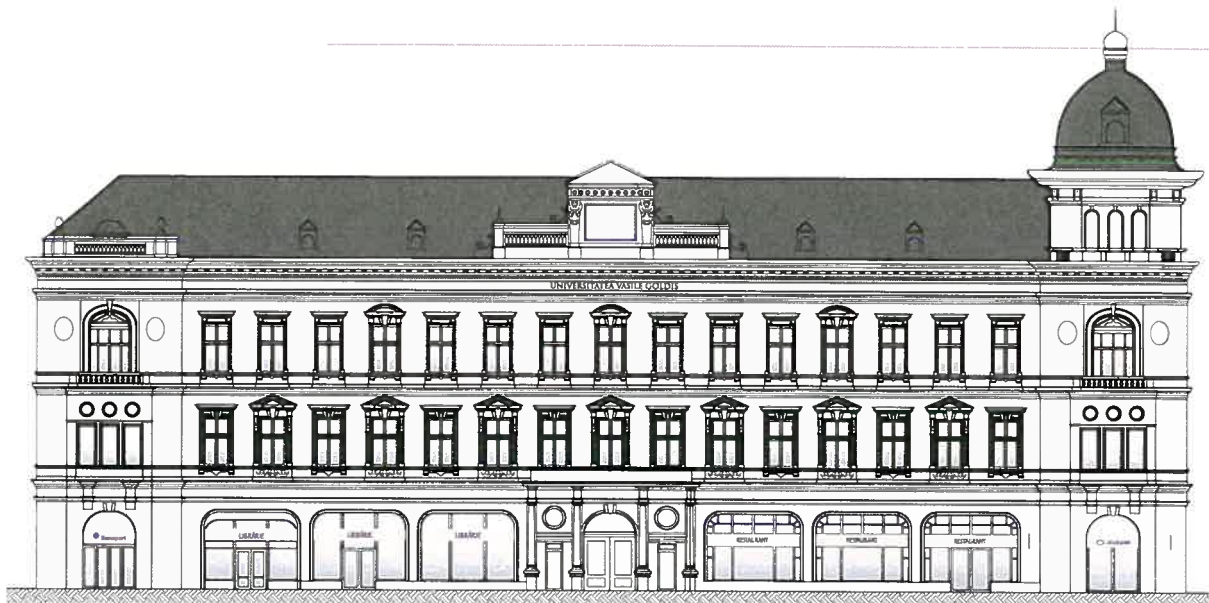
Clădire emblematică pentru arhitectura Aradului, cu funcționalitate comercială încă de la început, Palatul Neumann trebuie tratat în coordonatele unei recuperări cât mai fidele a aspectului original: de la tâmplăria exterioară a vitrinelor, lambrisate la vremea respectivă, la modalitatea în care e realizată signalistica diferitelor activități comerciale ale vremii. și până la respectul față de arhitectura fațadei. Asta în condițiile în care astăzi Palatul Neumann este una din clădirile istorice cele mai abuzate din punct de vedere al signalisticii publicitare, suferind totodată modificări succesive ale proiectului de fațadă original. Prin toate acestea, Palatul Neumann constituie pe bună dreptate un caz școală, al cărui studiu deschide perspectiva detalierei și pentru alte clădiri a soluțiilor personalizate de signalistică în cadrul unui ghid de bune practici.



În ciuda copertinelor supradimensionate, dar totuși retractabile, observăm tratarea unitară a celor trei inscripții comerciale de deasupra a trei vitrine/copertine corespunzătoare.



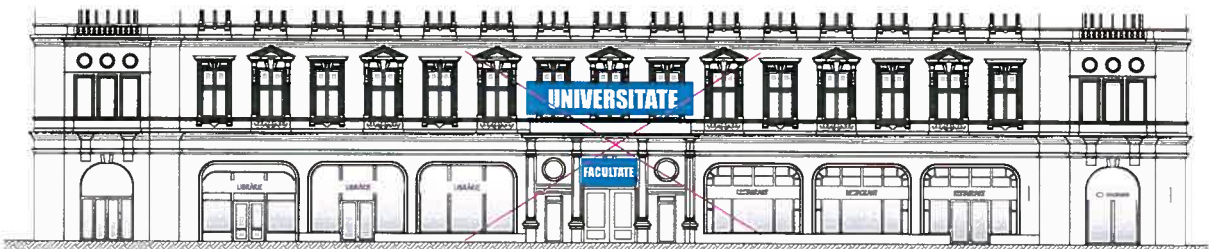
Chiar dacă poziționate pe fațada secundară (strada Horia), cu vizibilitate mai redusă dinspre bulevard, literele utilizate în semnalizarea comercială au o dimensiune de bun simț, aflată într-un raport corect cu elementele de arhitectură ale fațadei.



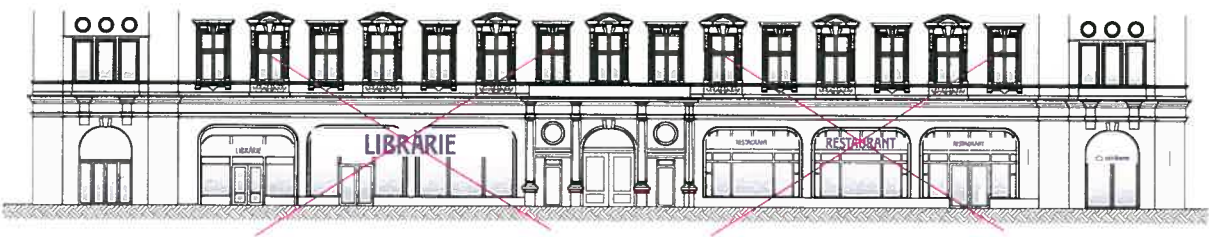
a. În ciuda modificărilor ulterioare ale vitrinelor, putem propune o tratare corectă și coerentă a signalisticii de pe fațada palatului Neumann. Această adevărată reabilitare care revalorizează clădirea este realizată aplicând regulile generale din acest capitol.



b. Tratarea corectă a acestui tip de reabilitare presupune, din respect față de arhitectură, renunțarea, chiar în cazul marilor branduri, la gama cromatică uzuală. (Vezi regula Priorității 1, pagina 55.)



c. Signalistica trebuie să respecte simultan arhitectura fațadei cât și prestigiul instituției care comunică. Remarcăm, nu doar pentru cazul Palatului Neumann, faptul că instituțiile de învățământ superior sunt în Arad campioane ale abuzului față de arhitectură. Literele volumetrice plasate la înălțime marchează mult mai adecvat clădirea sediu al unei instituții de prestigiu (vezi figura a).



d. În ciuda tratării corecte a cromaticii signalistice și a utilizării fonturilor asortate fațadei, ansamblul este viciat prin încălcarea regulii priorității 1, ca și prin supradimensionarea panourilor suport și a literelor și a nealinierei acestora.

## Copertinele

În zona de publicitate restrânsă, copertinele, ca și caseta luminoasă, se apropie cel mai mult de definiția suprastructurii independente. Ca atare, pentru a nu avea aspect de structură permanentă care să nu fi fost inclusă în proiectul inițial al arhitectului, ele trebuie să fie retractabile, realizate din materiale rezistente, cu o textură și culori (nu mai mult de două) mai degrabă apropiate de morfologia și cromatica arhitecturii fațadei decât de cea a identității de brand a companiei. Astfel, excepând logoul nu sînt permise alte informații pe copertină.

Copertinele se atribuie vitrinei, nu fațadei întregi. Totodată, aceeași fațadă susține același model de copertină, deasupra fiecărei vitrine, indiferent de fragmentarea în mai multe spații comerciale a parterului. (vezi figura 5).

Ele nu trebuie să acopere mai mult de 30% din vitrină.

În aceeași manieră, mai puțin restricția legată de atribuirea la vitrină, se aplică și umbrarelor teraselor de alimentație publică aflate la mai puțin de 7 metri de fațada în discuție.



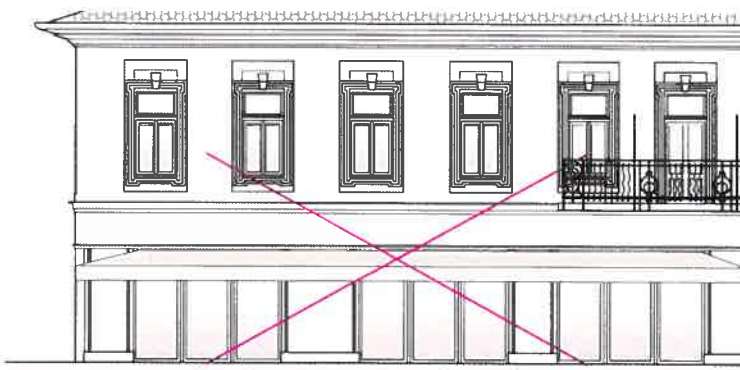


Figura 5. Modalitate acceptată / Modalitate interzisă de a monta copertina

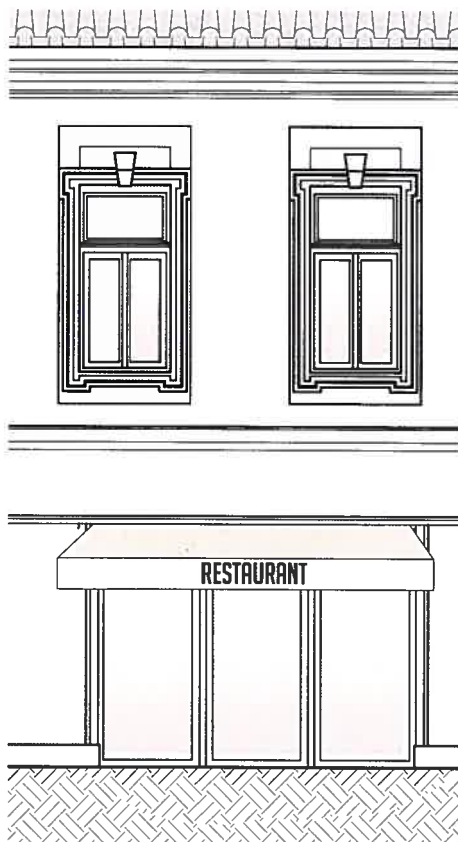


Figura 6. Modalitatea prin care copertina poate fi imprimată cu logotip

## Zonele de publicitate și recomandări de amplasamente



Zona construită protejată, conform Legii nr. 185 privind amplasarea și aprobarea mijloacelor de publicitate, face integral parte din zona de publicitate restrânsă (cod de lucru propus ZPR). Aceasta, pentru a fi pusă în valoare și eficient administrată este împărțită în zonele de publicitate restrânsă categoriile A (ZPRA) și B (ZPRB). ZPRA - De la Piața Avram Iancu (S), cu toate fronturile sale stradale, bd. Revoluției spre N până la intrarea în Piața Podgoria, bd. General Dragalina de la intersecția cu str. Gheorghe Lazăr spre N, str. Vasile Milea, str. General Traian Moșoiu până la intersecția cu str. Alecu Russo, ca ax central, și străzile perpendiculare pe acestea: str. Metianu, str. Vasile Goldiș, str. Mihai Eminescu până la intersecția cu str. Academia Teologică, str. Lucian Blaga, str. Vasile Alecsandri, str. Horia, str. Cloșca, str. Crișan, str. Mircea Stănescu, str. Andrei Mureșanu

până la intersecția cu str. Tudor Vladimirescu spre V, str. Alecu Russo, str. Carol Davila, str. Ion C. Brătianu, str. Ioan Vidu, str. Ion Andreescu, str. Nicolae Grigorescu, Piața Luther, str. Blajului, str. Romul Veliciu, str. Aviator Georgescu, str. Al. D. Xenopol, str. 1 Decembrie 1918, bd. Decebal până la intersecția cu str. Unirii, str. Nicolae Bălcescu, Piața Moise Nicoară, str. Gheorghe Lazăr. Mijloacele de publicitate permise în ZPRA: firmă, firmă în consolă, firmă inscripționată pe vitrină sau pe ușile de acces, panou pentru amplasarea firmelor la parterul clădirilor de locuințe colective, panou tip afișier, afiș publicitar, structură de publicitate autoportantă destinată doar mesajelor publicitare non-comerciale, steag destinate aceluiași tip de mesaje.

O primă excepție de la cele numite mai sus. Pentru fațadele clădirilor aflate în proces de restaurare, consolidare sau renovare este permisă amplasarea de mesh-uri - protecție către domeniul public - pe perioada efectuării lucrărilor, pe care imaginea finală a respectivei fațade este reprodusă. În ZPRA nu este permis ca pe aceste mesh-uri să fie inscripționate texte publicitare pe o suprafață mai mare de 5%.





O a doua excepție. Primăria, instituțiile publice și de administrației locale, aflate în subordinea Primăriei municipiului Arad pot amplasa mesh-uri, în baza unui plan de comunicare urbană în care sunt prevăzute locațiile individuale și sistemele de prindere, destinate doar comunicării activităților și evenimentelor.



O a treia excepție. Spațiul ocupat de liniile și stațiile de tramvai aflat pe bd. Revoluției (din fața Teatrului Ioan Slavici până la intrarea în Piața Podgoria) are un statut aparte. Pe panourile publicitare (city light) amplasate în stațiile de tramvai și pe tramvaie sunt permise și mesaje publicitare comerciale.



ZPRB - Zona construită protejată, așa cum a fost definită prin Ordinul ministrului culturii și cultelor nr. 2.314/2004 (vezi perimetrul urban cercetat), din care se scade ZPRA, așa cum a fost delimitată mai sus. Mijloacele de publicitate permise în ZPRB: firmă, firmă în consolă, firmă inscripționată pe vitrină sau pe ușile de acces, panou pentru amplasarea firmelor la parterul clădirilor de locuințe colective, panou tip afișier, afiș publicitar, panou publicitar mobil pliant, structură de publicitate autoportanta, steag destinate atât mesajelor comerciale cât și non-comerciale. În cazul mesh-urilor - protecție către domeniul public - amplasate pe clădirile aflate în proces de restaurare, consolidare, renovare, pe care imaginea finală a respectivei fațade este reprodusă, este permis să fie

inscripționate texte publicitare - 25% din suprafața totală a mesh-ului.

### **Recomandarea de amplasamente din zonele de publicitate restrânsă (ZPRA, ZPRB) și lărgită (ZPL)**

În acord cu prevederile Legii nr. 185 din 25 iunie 2013, locurile în care mijloacele de publicitate pot fi amplasate, în ZPRA și ZPRB - vezi firmă, firmă în consolă, firmă inscripționată pe vitrină sau pe ușile de acces, panou pentru amplasarea firmelor la parterul clădirilor de locuințe colective - sunt numite în capitolul Mijloacele de publicitate aprobate. În completare, recomandăm ca în ZPRA și ZPRB structurile de publicitate autoportante să fie amplasate în spații deschise de cel puțin 40 de metri pătrați. Cele mai indicate locații sunt: Piața Avram Iancu, platoul din față Primăriei, platoul din față Teatrului Ioan Slavici, începutul dinspre Piața Avram Iancu a str. Metianu, parcul Mihai Eminescu, Piața Catedralei. Pentru zona de publicitate lărgită (ZPL), este permisă, în bază unui plan de reglementare a traseelor de comunicare comercială urbană, folosirea tuturor mijloacelor de publicitate reglementate în Legea nr. 185: firme, firme în consolă, firme inscripționate pe vitrină sau pe ușile de acces, panouri pentru amplasarea firmelor la parterul clădirilor de locuințe colective, panouri tip afișier, afișe publicitare, panouri publicitare mobile pliante, structuri de publicitate autoportante, panouri publicitare, ecrane și mijloace de publicitate luminoase, panouri publicitare mobile, mobilier urban ca suport publicitar, bannere, steaguri publicitare, mesh-uri, indicatoare publicitare direcționale.

Recomandăm ca aprobarea finală a amplasamentelor cu vizibilitate pentru toate acestea să aibă în vedere următoarea ierarhizare a nodurilor de trafic: sens giratoriu mare, sens giratoriu mic, intersecție mare, intersecție mică, stradă cu 4 sau mai multe benzi de circulație, stradă cu mai puțin de 4 benzi de circulație. În funcție de intensitatea traficului, auto și pietonal, și după ce au fost efectuate măsurătorile de rigoare, vezi regulile generale privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate din Legea nr. 185, se identifică locațiile pe 3 categorii: expunere și vizibilitate maxime, expunere medie și vizibilitate maximă, expunere mică și vizibilitate maximă. Se stabilesc dimensiunile și formele mijloacelor de publicitate. După inventarierea acestora, cu harta în față, se desenează cele 3 categorii de trasee de comunicare comercială urbană.

Ca soluție concretă privind afișajul stradal propunem un concept de creație pentru realizarea formelor mijloacelor de publicitate din ZPRA, ZPRB și ZPL: Fereastra - prin care centrul istoric invadează marginea modernă. Practic, unul din elementele arhitecturale definitorii pentru identitatea vizuală a zonei construite protejate din municipiul Arad, fereastra, este reinterpretată grafic și valorizată din punct de vedere publicitar.



Exemple de reinterpretări grafice ale ferestrei.

## Concluzii

Realizarea acestui studiu a presupus aplicarea unor competențe variate și complementare din domeniile: marketing și comunicare / publicitate, arhitectură și urbanism, design grafic și design ambiental, copywriting și arte vizuale. Totodată, a presupus, pe lângă o cercetare la pas a arealului urban vizat de reglementarea pe care și acest studiu o susține, și o cercetare documentară a unei literaturi specifice ce tratează mai cu seamă istoria modernă a Aradului, în principal aspectele ce țin de dezvoltarea urbană, de cea economică, socială și, bineînțeles, culturală.

Astfel, studiul nostru, pornind de la o abordare interdisciplinară, a propus soluții sintetice care invocă argumente și resurse, inclusiv creative, de ordin deopotrivă tehnic și istoric, cultural și economic, arhitectural-urbanistic și social, grafic și comercial etc.

Identificarea problemei generale pe care o ridică signalistica instituțională și comercială / publicitară într-un oraș care își dorește realizarea coerenței imaginii urbane a produs o diagnosticare detaliată a principalelor păcate de care signalistica se face vinovată. În acest sens, documentul de față a propus o serie de interdicții cărora le-a suprapus o serie de reguli generale de urmat în abordarea signalisticii. Aceste reguli generale vor constitui sursa tehnică și cu valoare de exemplificare pentru adoptarea unui nou regulament care să decidă asupra publicității, reclamei și afișajului în municipiul Arad, cu referire strictă la zona istorică.

Setul de reguli e adresat atât administrației publice locale, comercianților activi în zona istorică, rezidenților și proprietarilor, ca și persoanelor juridice active care oferă servicii de creație și/sau producție publicitară și/sau spații de afișaj, cu toții constituind publicul nostru țintă. Tuturor acestora, studiul de față le oferă un ghid general al asigurării coerenței imaginii urbane, coerență ce poate fi atinsă urmărind următorii parametri: reguli de adaptare a signalisticii la arhitectura clădirii gazdă și la peisajul urban, reguli cromatice, recomandarea de fonturi adecvate și de materiale de producție, ca și tipurile de semnalizare permise în funcție de o

zonare rațională a perimetrului centrului istoric.

În același timp, fiind fundamentate pe o cercetare interdisciplinară, aceste reguli și soluții cu caracter general deschid perspectiva elaborării, prin dialog cu publicul țintă, a unor noi documente care să asigure succesul implementării studiului și hotărârilor administrației locale. În primul rând, publicului țintă trebuie să i se deschidă perspectiva că aplicarea regulilor descrise în studiu va conduce la simplificarea procedurii de aprobare a amplasării mijloacelor de publicitate.

Așadar, mai mult decât potențialul de coerciție, devine interesant mai degrabă cel de convingere al acestor reguli, întrucât o asumare voluntară a lor de către actorii economici și instituționali care își semnalizează activitatea în zona istorică va duce în mod sigur la o mai rapidă și mult mai corectă și unitară aplicare a lor.

Posibile dezvoltări ulterioare ale studiului

1. Planul de comunicare urbană a instituțiilor publice, culturale și de învățământ locale, aflate în subordinea Primăriei Municipiului Arad, prin amplasarea mijloacelor de publicitate.

Acest document este, în mod natural, un pas următor elaborării Studiului privind asigurarea coerenței imaginii urbane a zonei construite protejate din municipiul Arad.

Scopul principal al acestui plan de comunicare urbană este acela de a particulariza și eficientiza comunicarea integrată, acompaniată și susținută a administrației publice locale și a instituțiilor din subordine. Traseul comunicațional rezultat, parte din țesuturile suprapuse ce formează imaginea urbană, va fi un prim exemplu de bună practică la nivelul întregului ansamblu urban.

2. Ghidul de bune practici în signalistică

Echipa specialiștilor care au participat la elaborarea acestui studiu consideră oportună elaborarea, pe baza regulilor generale expuse în acest document, și susținând importanța resursei culturale / imagistice / istorice / economice locale, așa cum a fost ea deslușită în cercetare, a unui **ghid de bune practici signalistice care să fie pus la dispoziția agenților economici activi în zona protejată** dar care nu-și permit să apeleze la serviciile unei agenții de comunicare.

Acest ghid ar urma, pornind de la un set de fonturi identificate

ca «tradițional arădene», de la gama cromatică recomandată și matricele tipologice ale arhitecturii din zona istorică, ținând cont chiar și de tipul de produse și servicii care se dorește a fi semnalizat, să detalieze un set de soluții signalistice aplicabile imediat de către oricine are sau deschide o afacere în perimetrul protejat.

Pe lângă tipărirea acestui ghid, se poate avea în vedere punerea la dispoziția publicului a unui site în care, pe baza unui simplu formular în care solicitantul să încarce numele său comercial și imaginea fațadei, acesta urmând să primească soluția tehnică și corectă din punct de vedere vizual pentru semnalizarea afacerii sale.

3. Manualul de identitate vizuală a Primăriei Municipiului Arad și a instituțiilor publice, culturale și de învățământ locale, aflate în subordinea sa.

Așa cum sugerează chiar studiul de față, identificarea unor elemente de identitate recurente, care țin de istoria și cultura Aradului, poate conduce, într-un pas natural, la elaborarea unui manual de identitate. Se face astfel trecerea dinspre tradiție către semnalizarea ei, și dinspre adaptare către comunicarea ei coerentă și eficientă. Aradul are resurse identitare în acest domeniu încă nedescoperite sau, cel puțin, insuficient exploatate în felul în care instituțiile sale reprezentative comunică extern și intern.

Dincolo de rolul descriptiv, dar chiar euristic, al unui asemenea document, informațiile dintr-un manual de identitate al administrației publice trebuie să fie cât se poate de specifice, pentru a acoperi la modul exhaustiv toate situațiile în care aceste elemente ar putea fi folosite, toate mediile în care instituțiile comunică și toate formele acceptate, respectiv cele neacceptate, de reprezentare vizuală, în funcție de specificul instituțional (administrativ, educațional, cultural etc.), de locul și suportul în care comunică, de specificul evenimentului comunicat etc.

În contextul candidaturii Aradului la titlul de Capitală Culturală Europeană, a elaborării noii Strategii Culturale, dar și în cel general în care orașul dorește să-și contureze un alt tip de ofertă de confort și civilizație, atât pentru cetățenii săi cât și pentru vizitatori, o asemenea inițiativă de fundamentare a exprimării identității nu poate fi decât benefică și utilă.

4. Identificarea elementelor constitutive ale brandului Arad și fundamentarea acestuia

Cercetarea fundamentală presupusă de acest studiu, ca și de documentele ulterioare a căror elaborare o deschide în

perspectivă, poate da startul unei întreprinderi care, în final, să răspundă sintetic, prin mijloacele comunicării identitare, la întrebarea *Ce este Aradul?* O astfel de epură ambițioasă, care să fundamenteze comunicarea și prezența orașului atât în mediul administrativ, investițional, turistic și cultural, ar diferenția Aradul și l-ar poziționa distinct între orașele României și ale acestei părți de Europă.

## Anexă: Analiza plasticii arhitecturale



# Partea I. Tablou sinoptic

## Introducere

Pentru a putea aborda problematica imaginii stradale și a modului în care este corectă și coerentă asimilarea acesteia de către utilizatorul spațiului public, această analiză își propune să identifice modul în care participă fațadele clădirilor la profilul orașului.

Analiza pornește prin a încerca să întocmească o imagine scenografică a peisajului urban al zonei construite protejate a municipiului Arad, definind componentele istorice perene ale acesteia, componentele temporare adosate imaginii stradale pentru a contura un suport informațional destinat propunerii unei abordări destinate să aducă ameliorări situației actuale.

## Scopuri

- a. Determinarea profilului urban-arhitectural al centrului istoric, așa cum este el perceput la nivelul străzii de către trecătorul localnic sau turist.
- b. Caracterizarea generală a zonelor de studiu din punct de vedere al compoziției desfășuratelor.
- c. Surprinderea modului în care clădirile istorice, monumente de arhitectură sau doar mărturii ale diverselor etape ale constituirii palimpsestului urban, reușesc să coexiste cu ansamblul constituit de stratul contemporan al afișajului comercial suprapus.
- d. Definirea unor modele arhetipale de clădiri specifice diferitelor epoci de dezvoltare, diferitelor stiluri arhitecturale și diferitelor moduri de abordare a fațadei, detalierea acestora la nivel descriptiv și întocmirea unor fișe de obiectiv.
- e. Elaborarea de recomandări generale care să determine îmbunătățirea imaginii orașului.

## Metodologie

Baza informațională a acestei analize va fi constituită prin parcurgerea pietonală a zonelor caracteristice ale Centrului Istoric și prelevarea de imagini fotografice care să surprindă, atât la nivel general cât și la nivel de detaliu, stadiul actual al peisajului.

- Repertorierea bazei de imagini și clasificarea acestora pe zone și subzone de prelevare.
- Crearea de imagini fotografice panoramice care să redea imaginea întregii desfășurate de front, conturând astfel atmosfera specifică pe diferitele tronsoane ale centrului istoric.
- Interpretarea imagistică a zonelor și a desfășuratelor stradale prin observații generale și specifice și generarea de considerații de identificare a unui profil caracteristic.
- Identificarea unor exemple de clădiri care să fie caracteristice tipologic și stilistic, fiind în același timp și exemple sugestive pentru un stadiu actual de parazitare prin afișaj. Totodată, acestea vor fi destinate să servească și ca exemple tipologice sugestive pentru alcătuirea unei reglementări ulterioare a mijloacelor de publicitate care va putea fi replicată la scara întregului centru istoric și a întregii urbe.
- Elaborarea de fișe de lucru în format dwg bazate pe vectorizarea proporțională a fotografiilor panoramice. Aceste fișe servesc la relevarea situației inițiale a clădirii - în formă virtuală, în care se face abstracție de încărcarea actuală cu structuri publicitare. Această serie de fișe vectorizate se va constitui într-un suport electronic de lucru pentru elaborarea și exemplificarea noilor structuri publicitare.
- Compilarea acestui material într-o analiză generală menită să se transforme într-un fond informațional care să stea la baza Studiului privind asigurarea coerenței imaginii urbane.

### **Premize**

Municipiul Arad este unul dintre cele mai fermecătoare orașe istorice ale României, a cărui importanță valorică trebuie să fie susținută de către imaginea sa stradală până în cel mai mic amănunt.

Dezvoltarea sa de-a lungul timpului a determinat alcătuirea unui palimpsest urban complex în care se regăsesc împletite stiluri și abordări arhitecturale variate.

Această varietate conferă orașului o identitate urbană cu totul deosebită. Întregul țesut urban reprezintă o valoare atât din perspectivă istorică cât și din cea a valențelor de peisaj remarcabile. Peisajul urban al centrului istoric al municipiului Arad manifestă o forță estetică și o eleganță aparte.

Acestui fond valoros existent i s-au suprapus, în perioada post-decembristă, diverse structuri de tip publicitar care s-au acumulat într-o aglomerare de tehnici expresive și de modalități tehnice de rezolvare, ajungând să influențeze imaginea generală a orașului, mai ales la nivelul la care strada este percepută. Caleidoscopul cromatic,

abundența și diversitatea mesajului, însoțite de starea precară și de multe ori improvizată a însemnelor publicitare, se cer a fi puse în discuție și propuse spre îndreptare.

### **Amendament**

Analiza preliminară destinată *Studiului privind coerența imaginii urbane* nu se constituie într-un repertoriu de fond istoric și patrimonial al obiectivelor arhitecturale din zona construită protejată a municipiului Arad. Un astfel de repertoriu presupune resurse documentare aprofundate, o echipă vastă și multidisciplinară și un interval de timp destinat elaborării mult mai îndelungat. Utilitatea acestuia ar putea fi pusă sub semnul întrebării deoarece nu ar face decât să dubleze munca mult mai minuțioasă și mai bine alcătuită a altor specialiști care și-au ales ca domeniu de studiu istoria arhitecturii arădene.

Am considerat că un asemenea demers nu este neapărat util subiectului acestui Studiu, în consecință, am optat pentru o modalitate de analiză descriptivă, stradală, din mers.

În această documentare am urmat asimilarea imaginii exterioare, a decorul străzilor, precum și depistarea inadvertențelor eventuale care aduc note disonante în simfonia formală specifică orașului - note care sunt propuse spre corectare în cuprinsul Studiului.

### **Rezumat**

Această analiză pornește de la prelevarea unei baze de date fotografice din zona construită protejată, respectiv centrul istoric. Pentru constituirea acestei baze de imagini s-au făcut sesiuni de parcurgere a arealului vizat, fiind alese câteva zone de interes a căror tipicitate să se poată regăsi apoi pe tot cuprinsul centrului istoric.

### **Capitolul I**

Imaginile au fost clasificate după denumire și locație, fiecăroră fiindu-le asociat un cod pentru a facilita consultarea ulterioară a acestora de către beneficiar.

Denumirea imaginilor reflectă poziționarea în oraș după schema:  
ORAȘ\_SECTOR\_ZONĂ\_FRONT\_CLĂDIRI

Exemplu:

ARAD\_BULEVARD\_ZONĂ GALERIA DE ARTĂ\_FRONT VEST\_  
PALATUL NEUMANN

Rezultatul acestei etape este un construct informațional piramidal care facilitează sondarea în adâncime pe arborescența astfel creată. Beneficiarul se poate familiariza cu atmosfera urbană, de la ansamblu înspre detaliu, apropiindu-se de la scara hărții orașului până la elemente de detaliu sugestive ale unei clădiri anume.

## Capitolul II

Pentru a face mai ușor de consultat acest parcurs imagistic, am sectorizat zona parcursă identificând și denumind prin coduri de lucru câteva zone specifice:

- I. Întregul areal de studiu
- II. Zona Piața Avram Iancu
- III. Zona strada Mețianu
- IV. Zona Bulevard Piața Teatrului
- V. Zona Str. Mihai Eminescu
- VI. Zona Bulevard Galeria de Artă
- VII. Zona Bulevard Primăria
- VIII. Zona Bulevard Piața Podgoria
- IX. Zona strada Unirii
- X. Zona strada Crișan
- XI. Zona strada Decebal și 1 Decembrie 1918
- XII. Zona Piața Mihai Viteazul

În zonele principale (Piața Avram Iancu și Bulevard), am făcut o analiză de parcurs a fronturilor de stradă care mărginesc circulația, pentru a identifica caracteristicile specifice desfășuratelor stradale: regimul de înălțime, unitatea volumetrică, caracteristicile etapizării dezvoltării, particularitățile prezenței stradale la nivelul parterului (în special pentru spațiile cu destinație comercială).

Aceste analize generale pe aspectul formal al fronturilor desfășurate sunt însoțite de imagini satelitare. Pentru unele sectoare mai sugestive sunt adăugate și imagini panoramice ale desfășuratelor de front stradal.

## Capitolul III

Identificarea unor clădiri care să constituie o bază caracteristică pentru ansamblul imagistic stradal al Aradului. În această bază am identificat un număr exemple de clădiri specifice pentru stilurile și abordările arhitecturale care se regăsesc în profilul identitar al orașului.

---

Pentru fiecare dintre aceste clădiri a fost creată o fișă complexă în cadrul acestei analize. În cuprinsul acesteia se regăsesc:

1. baza de imagini fotografice generale și de detaliu care caracterizează unicitatea și valoarea clădirii;
2. imagini panoramice construite care prezintă întregul ansamblu vizual al clădirii;
3. baza de fișiere vectorizate care oferă un suport de lucru pentru intervenții virtuale pe acest subiect;
4. un fișier-text care analizează prezența imagistică a obiectivului raportat la imaginea generală a străzii și la complexul stilistic și istoric al zonei construite protejate a municipiului Arad.

## Partea II. Conținut

### Capitolul I

Întreaga bază fotografică se regăsește în format electronic în directoarele anexate acestei analize.

### Capitolul II.

#### *Întregul areal de studiu*



Pentru a sintetiza o imagine generală a centrului istoric a orașului, a fost parcursă la nivelul străzii și a servit drept bază de studiu o zonă de circa 50 de hectare din cuprinsul acestuia. A fost fixată, ca zonă de reprezentativitate maximă și de intensă polarizare a interesului stradal, zona care are ca punct focal Bulevardul Revoluției între Piața Podgoria și Piața Avram Iancu. Acestei zone principale i-au fost adăugate în studiu străzile care radiază spre vest și est, parcursul aducând informații documentare până în Piața Reconcilierii și Piața Mihai Viteazul spre vest, și până la faleza Mureșului spre est.

Caracteristicile generale ale arealului parcurs reliefează o imagine stradală impunătoare pe zona Bulevardului și a Pieței Avram Iancu. Clădirile aparținând unei mari varietăți de stiluri și curente arhitecturale, unele mai apropiate de o puritate compozițională, altele mai neclare,

concepute în timpuri dedicați unei epoci de fuziune stilistică, denotă în proporție de peste 90 % o dezvoltare de durată a orașului. În cadrul acestei suprapunerii de perioade de prosperitate care își gravează prezența în profilul orașului, se distinge cu mai multă claritate perioada de maximă înflorire a urbei, între secolul XIX și începutul secolului XX.

Forța financiară a epocii ocupă autoritar peisajul stradal arădean. Înlocuirea treptată a clădirilor baroce și renașcentiste cu palate impunătoare, tratate în manieră predominant eclectică cu subcategoriile sale - neogotic, neoclasicist etc. - este completată de o paletă largă de clădiri proiectate pe planșeta adeptilor secesionului atât vienez cât și maghiar, la sfârșitul secolului al XIX-lea și mai ales la început de secol XX.

Clădirile reprezentative, atât palate instituționale (teatrul, hotelul, primăria, tribunalul, etc.) cât și reședințele potenților și casele de raport, așa-zisele palate de oraș sunt impunătoare, cu cel puțin trei niveluri, cu fronturi la stradă care se întind pe două sau trei parcele tipice de centru de oraș. Unele au deschidere spre mai multe străzi (Palatul Neumann chiar spre trei străzi), au ganguri maiestuoase și curți largi.

Fațadele sunt generos decorate cu stucaturi și feronerie de înaltă măiestrie meșteșugărească. Majoritatea colțurilor de stradă din zona centrală sunt ocupate de palate marcate cu turnuri de colț, cu acoperișuri învelite cu tablă de zinc și plumb, cu fleșe înalte.

Astfel, imaginea generală a orașului reflectă tipicitatea orașului prosper de graniță de Imperiu habsburgic și apoi austro-ungar, cu accente specifice apartenenței la spațiul bănățean-transilvănean.

Această perioadă de prosperitate a marcat puternic profilul centrului orașului. Majoritatea clădirilor mici și mijlocii ale epocilor anterioare au fost demolate și înlocuite în această perioadă. Interesant de remarcat este faptul că a fost atât de intens ocupată această zonă centrală, încât în epoca modernismului care a urmat secesionului nu a mai rămas mult spațiu de construcție, pe bulevard. Din acest motiv regăsim o amprentă a epocii moderne destul de vagă în acest areal. Pe străzile care iriază dinspre bulevard, ca de exemplu, pe strada Crișan, regăsim o bijuterie a arhitecturii cubiste a stilului internațional pe care i-o datorăm arhitectului Silvestru Rafiroiu. De asemenea, pe strada Decebal și pe colțul acesteia cu strada 1 Decembrie se găsesc două exemple reușite de clădiri cu accente Art Deco (una dintre ele fiind fosta centrală telefonică, proiectată în vădită consonanță cu Palatul Telefoanelor din București).

Desprinderea de inima orașului aduce cu sine o reducere aproape bruscă a regimului de înălțime și a expansiunii în decoratie. Îndepărtarea de bulevard către vest diluează vitalitatea orașului și face trecerea către o zonă perimetrală centrului, caracterizată prin străzi liniștite, cu reședințe din ce în ce mai mici. Apar curți umbroase, arbori, și în doar câteva sute de metri ne înscriem într-un peisaj de cartier tihnit, care cedează și el destul de repede locul unei zone nehotărâte ce își caută încă identitatea, între cea de cartier și cea de zonă comercială.

Remarcăm dramatismul depășirii limitei sudice a Pieței Avram Iancu, a cărei fațadă pare aproape scenografică, fiind urmată de o zonă aflată în plină dezintegrare urbană.

Estul bulevardului este mărginit de faleza înverzită a Mureșului și de apropierea cu Cetatea Aradului de pe malul peninsulei.

La nordul zonei studiate, Piața Podgoria, un ultim nucleu de mare interes al urbei, face trecerea înspre zonele construite în perioada modernismului de ani '70-'80, respectiv cartierele de locuințe care urmăresc regulile carteziene de asamblare structurală.



*Zona Piața Avram Iancu*

Aflată la sudul zonei de studiu, Piața Avram Iancu este piața publică a orașului Arad, centru vital al urbei de-a lungul majorității existenței acestuia în perimetrul actual. A funcționat ca nucleu de interes, fiind locul schimburilor de mărfuri, loc de aprovizionare, de adunare populară și până la urmă de exprimare a nemulțumirilor și de revoltă. A găzduit primăria orașului până în momentul când atitudinea față de oraș a primit o altă interpretare, iar noua primărie a fost construită adiacentă



la bulevard.

Este un spațiu public larg, generos, cu ampriză maximă de 160 de metri pe ax longitudinal și cu o lățime de circa 100 de metri.

Centrul Pieței este ocupat de un monument masiv înconjurat de parteruri largi înierbate și plantate cu arbuști și arbori destul de răzleți. Ocuparea majorității suprafeței este nejustificat răpită circulației pietonale într-o amenajare specifică începutului de secol XX, în care promenada a înlocuit funcțiunea normală de spațiu util pe care piețele publice de centru de oraș au avut-o ca și caracteristică naturală încă de la formare.

Perimetrul pieței este mărginit pe latura nordică de clădirea Teatrului care este construită în stil neoclasic și care ocupă în întregime frontul cuprins între cele două brațe de circulație care fac legătura cu bulevardul.

Fațada Teatrului este construită cu trei travei dezvoltate simetric, recreând din zidărie tencuită proporționalitatea și imaginea de ansamblu a unui templu grecesc. Patru nivele luminate prin ferestre mărginite de ancadramente, o cornișă bogat ornatată și pilastratura care imită imaginea coloanelor cu capitel ionic fac din fațada spre piață a Teatrului Ioan Slavici de astăzi o clădire reprezentativă și marcantă. Latura vestică a Pieței atrage atenția prin câteva clădiri impunătoare care ocupă colțurile intersecțiilor. Cea mai reprezentativă este clădirea Palatului Nadasdy. Această clădire impunătoare cu trei nivele este un exemplu deosebit de reușit al arhitecturii secession, așa-zis geometric. Inflexiunea celor două fațade este puternic marcată de un turn cu cupolă. Această clădire este detaliată în capitolul III, fiindu-i dedicată o fișă specială.

În partea opusă a pateului construit se remarcă la colțul cu strada Goldiș un alt exemplu de marcare a colțului și anume Palatul Bochus, alt Secession geometric de o frumusețe spectaculoasă.

Celălalt colț al intersecției cu strada Mețianu este un exemplu de urbanism greșit înțeles. Colțul găzduiește un ansamblu arhitectonic proiectat în anii '60-'70 care rupe alinierea frontului, demontează complet marcarea inflexiunii, propune o copertină stângace la parter și tratează cu o vizibilă lipsă de atenție distincția frontului expus pieței, având poziționat pe această latură un acces auto de tip gang, absolut derizoriu. Pe întregul parcurs al centrului orașului, această tratare lipsită de înțelegere a feței orașului este fără îndoială cea mai slabă intervenție arhitecturală.

Pe aceeași latură vestică a pieței, remarcăm păstrarea a două clădiri specifice locuirii urbane de secol XVIII. După profilul acestora, după tipul de ocupare a parcelei, după citirea încă facilă a corepondentei cu strada (gang pentru car și două ferestre) și după profilul înalt al acoperișului ne putem face cu ușurință o idee despre imaginea pieței din acea perioadă.

În ansamblul său, acest front este foarte dantelat, alinierea la cornișă parcurgând etape consecutive de-a lungul cărora regimul de înălțime a crescut. În principiu, se observă cum începutul de secol XX propune prin Nadasdy și Bochus un regim pe care primăria acelei perioade probabil o stabilește și prin regulamentele de urbanism. Restul frontului însă nu ajunge să se alinieze, probabil datorită expansivității financiare care intră într-un con de umbră. Acest aspect este departe de a fi nefericit, deoarece a facilitat păstrarea unor clădiri cu aspect de secol XVIII pe care altfel astăzi nu le-am mai fi avut.

Latura sudică a Pieței este cea mai unitar constituită. Regimul de înălțime de P+2 și alinierea la cornișă în registru de mare înălțime dă prestanță pieței. Avem aliniate aici clădiri neoclasice cu accente baroce și un implant secesion.

Frontul estic are la capete două exemple de clădiri de înălțime mai mică, doar cu parter și etaj, care reprezintă foarte valoroase măturii ale barocului de provincie. Fațadele foarte armonios proporționate au în ele un ușor iz renașcentist. În masa frontului se remarcă un colaj de stiluri care s-au succedat pe perioada a câtorva sute de ani. Regăsim aici din nou clădiri clasiciste alăturate barocului și secesionului și chiar un implant (posibil o refașadizare) de dată cert mai recentă, posibil un interbelic destul de stângaci în armonizare cu ansamblul. Deschiderea străzii Bălcescu devine un prilej de propunere a unui regim de înălțime mai pretențios, cornișa fiind respectată aproape fidel de câteva fațade în șir, de la intersecție spre nord, respectiv spre sud.

La nivelul străzii se remarcă atât utilizarea deschiderii prevăzute în proiectul original, în cazul în care aceasta era prevăzută să deservească funcțiuni comerciale, cât și largiri și unificări de goluri pentru a se crea o vitrină mai modernă. Remarcăm soluția radicală aplicată la parterul Palatului Nadasdy, care ignoră ritmul fațadei și intervine hotărât prin aplicarea unei fațade cortină din tâmplărie din profil de fier de foarte slabă calitate.



*Zona Strada Mețianu*

Din Piața Avram Iancu se desprinde, pentru a face legătura cu Piața Catedralei, strada Mețianu. Această stradă specifică unui centru de oraș medieval, cu ampriză îngustă și cu fronturi uneori chiar foarte înalte, prezintă un farmec aparte. Transformată în pietonal în ultimii ani, se remarcă printr-o vitalitate extremă pe parcursul zilei și printr-o părăsire aproape totală după ora înserării. Probabil o revitalizare a Pieței Catedralei i-ar putea aduce un trafic de seară mai alert și, implicit, o ridicare a gradului de utilizare a parterului pe întregul parcurs. Regăsim aici unele clădiri de amploare, alternând cu clădiri de dimensiuni reduse. De remarcă, din nou, stabilirea regimului pretențios de înălțime la colțul cu piața Catedralei printr-o clădire P+2. Este sugestivă și legătura pe care strada Mețianu o face între două inele urbane cu grade diferite de importanță în economia orașului. Colțul Pieței este la un nivel ridicat valoric, nivel care scade treptat odată cu îndepărtarea de centru și intrarea în zona pericentrală a orașului.



### *Zona Bulevard Piața Teatrului*

Mărginit la sud de clădirea neoclasicistă a Teatrului Ioan Slavici, bulevardul propune orașului o deschidere maiestuoasă, a cărei lățime pe tronsonul sudic emerge direct din lățimea pieței Avram Iancu.

În zona din fața Teatrului se creează o piațetă care găzduiește centrul vital al orașului de astăzi. Clădirile de mare valoare arhitecturală și de mare importanță ale orașului sunt concentrate aici. Hotelul Ardealul de astăzi este o clădire în stil clasicist, construită la mijlocul secolului XIX. Colonada formată din pilaștrii puternic subliniați rezonează probabil voit cu imaginea teatrului, care reia propunerea formală a hotelului. Aceștia li se adaugă clădirea de pe colțul nordic al străzii Mihai Eminescu și fațada Catedralei Catolice Sf. Anton de Padova, pentru a crea o adevărată replică în cheie stilistic-eclectică a unui forum roman. Fațada Catedralei și încheie acest ansamblu, fiind pozată ca și cap de perspectivă dinspre Piața Avram Iancu. După această fațadă, bulevardul se îngustează ușor, continuându-și parcursul spre Nord.

Frontul estic al acestui tronson de bulevard este marcat de o înșiruire de clădiri impozante. Acest front, între intersecția cu strada Unirii și cea cu strada Decebal, aliniază nehotărât clădiri aparținând unor stiluri și abordări diferite. Găsim aici deopotrivă elemente de limbaj clasicist, frontoane și liniatură de sorginte vădit barocă, fațade secesion, etc., regimul de înălțime fiind aproape împărțit egal între P+2 și P+1. Alinierea la cornișa înaltă a P+2-urilor este dictată de capetele frontului și reluată de clădirile din centrul tronsonului.



### *Zona Bulevard Galeria de Artă*

Frontul vestic al bulevardului din nordul Catedralei reprezintă o înșiruire de clădiri cu fațade de mare valoare estetică. Găsim câteva exemple foarte reușite de secesion, destul de multe abordări eclecticice, unele din perspectiva neoclasicismului, altele din cea a neogoticului. După intersecția cu strada Vasile Alecsandri, frontul capătă mai mare importanță, probabil datorită apropierii de clădirea Primăriei, care a determinat în epoca începutului de secol o creștere a gradului de reprezentativitate socială a zonei. Clădirile devin mai fastuoase, ornamentațiile mai atent lucrate. Capătul acestei zone este marcat de Palatul Neumann, un adevărat colos mărginit de trei străzi, parcă făcut să suporte prezența în aceeași piațetă cu clădirea Primăriei.

De remarcat, pe acest tronson, faptul că în centrul frontului vestic găsim o fațadă modernistă interbelică. Simplitatea liniilor și a formelor geometrice simple ale conceptului modernist vine să sfideze, cu multă satisfacție pentru creator, exuberanța decorativă a vecinilor, care reprezentau pentru ochiul riguros al adeptilor lui Adolf Loos o adevărată crimă arhitecturală.

Solitudinea intervențiilor interbelice și postbelice este remarcabilă, dată fiind constituirea unui fond constructiv valoros din epoca anterioară, care a îndepărtat ambițiile intervenționiste ale edililor din aceste epoci. Frontul estic al zonei este marcat de prezența a trei mari clădiri cu destinație vădit administrativă.

Construite în regim izolat, fiecare dintre ele propune o repetare a fațadei neoclasiciste, pe suprafața căreia aceleași elemente de limbaj se repetă, fiind mai mult sau mai puțin clonate după un rețetar care

riscă să se banalizeze ușor. Ritmul oricum nehotărât al frontului este întrerupt brutal de deschiderea către hotelul postat undeva la o retragere semnificativă de la frontul bulevardului. O construcție de sorginte modernistă sau chiar post-decembristă este cea mai nefericită negociere stilistică și urbanistică a Centrului. Abordarea de tip hotel înconjurat de vegetație, specifică urbanismului modernist de tip Sao Paolo, vine să tulbure brutal țesutul urban natural al orașului.



*Zona Bulevard - Primăria*

Dezvoltarea frontului vestic al bulevardului continuă după intersecția cu strada Horia printr-o diminuare a volumului clădirilor. Îndepărtarea de centrul urbei se remarcă încet prin scăderea ocupării frontului și prin diminuarea scării fațadelor. Singura clădire impunătoare este pe acest tronson al frontului vestic clădirea Băncii Naționale, sediu care reia fastul neoclasic prin prezența plină de forță a coloanelor care susțin un fronton triunghiular impunător. Restul acestui front este în aceeași cheie a combinației de stiluri ceva mai modestă ca prezența urbană.

În capătul nordic al tronsonului apar clădiri de ani '40, '60 și '70.

Pe frontul estic continuă acel ansamblu de clădiri administrative cu mare prestanță, care vin să susțină compozițional prezența Primăriei. Aceasta este retrasă de la front, fiind flancată de două fațade laterale tratate în același stil neoclasic. Întregul ansamblu este destinat să sublinieze această alveolă, sugerând clar importanța în structura administrativă a orașului.

După Palatul Cenad, frontul estic al acestui tronson își diminuează volumul și prețiozitatea fațadelor. Pe acest tronson bulevardul se

lărgeste din nou.

În zona care face apropierea de strada I. C. Brătianu, apar clădirile de factură modernistă din perioada interbelică și se distinge prezența arhitecturii postbelice de ani '60, '70, '80. Retragera de la front a unui bloc de locuințe din anii '70 este însoțită de clădirea complexului comercial de ani '80.

Remarcabilă pe acest tronson de bulevard pare clădirea Policlinicii, un exemplu foarte corect de stil Art Deco.



#### *Zona Bulevard - Piața Podgoria*

Pe frontul vestic al acestui tronson, prezența limbajului arhitectural al anilor '60-'70 devine predominant. Înșiruirea locuințelor colective cu fațade ritmate în repetări ale geometriei rectangulare anunță ieșirea din zona centrală a orașului.

Fără să fie valoroase ca obiecte arhitecturale, considerăm prezența acestei etape de concept urbanistic ca fiind o completare a caracterului cosmopolit al imaginii urbane. Deși se află într-o stare avansată de degradare, acestea participă activ la întocmirea unei istorii graduale a concepției despre modul de abordare a imaginii orașului, din a cărei poveste reprezintă un capitol distinct.

Frontul estic este tributar unui același melanj între clădiri de stil secesion, neoclasic și modern, în care alternanța este distanțată de o tratare armonioasă, fiind și ea reprezentativă.



### *Zona Strada Mihai Eminescu*

Strada deșușează din zona de maxim interes a centrului orașului, făcând legătura cu Piața Reconcilierii.

Constituită din fațade secesion care alternează cu unele reprezentante ale eclecticului, are aceleași caracteristici ca și Strada Mețianu. Anume se remarcă pe parcursul acesteia o destul de abruptă diminuare a importanței și valorii clădirilor, pe măsură ce acestea se îndepărtează de centru.

De remarcat pe această stradă este regăsirea a două clădiri concepute în stil neoromânesc, nebrâncovenesc, dintre care una este chiar clădirea Diecezei. Aceste două clădiri reprezintă un implant stilistic foarte interesant în peisajul stradal al orașului. Stilul neoromânesc a pătruns în Transilvania după 1918 și și-a găsit foarte rare ecouri în țesutul urban al orașelor deja solid constituite aici pe principiile tributare secesionului în epocă. Clădirea reprezintă probabil o comandă a bisericii ortodoxe, care aduce acest stil specific românesc în vederea cimentării prezenței românești în teritoriul nord-vestic pentru a sublinia unitatea identitară a culturii românești.





### *Zona Strada Unirii*

Strada Unirii se deschide din aceeași “zonă 0” a centrului orașului spre est, fiind o stradă cu ampriză redusă și cu un front impunător la intersecția cu bulevardul.

Întreg parterul acestei străzi pe ambele laturi este ocupat de comerț alimentar de tip fast food. Acest tip de comerț fragmentează nefericit ritmul arcadelor de la parterul clădirii, împiedicând remarcarea frumuseții acestuia, în consonanță cu limbajul care reia același limbaj la etajele superioare.

În unele dintre aceste arcade, se mai pot observa vechile obloane metalice al căror farmec e absolut necesar să fie reînviat ca o caracteristică pitorească de mare efect.



### *Zona Strada Crișan*

În dezvoltarea acestei străzi, la desprinderea acesteia din bulevard sunt de remarcat câteva fațade de mare valoare stilistică. Secessionul vienez, în care regăsim multe elemente de mare acuratețe formală, își are aici un aport semnificativ la profilatura compozițională a orașului.

Pe frontul opozit al străzii, arhitectura simplistă atât ca limbaj cât și ca mijloace tehnice de realizare vine să dea o replică palidă măiestriei stucatorilor de la începutul secolului XX. Acest dialog devine unul nefiresc, însă creează la rândul său istorie, definind în peisajul urban un moment care stă sub semnul unei abordări specifice.

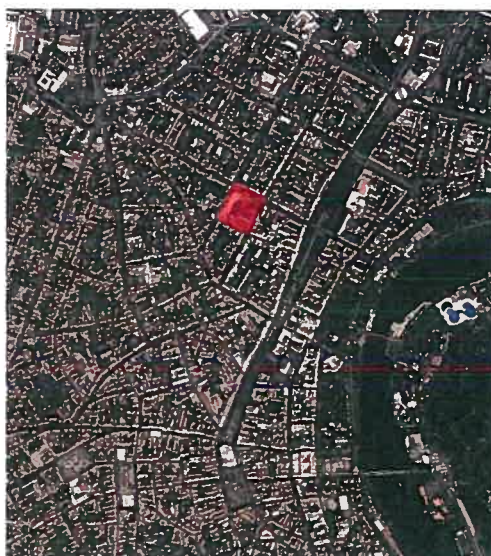
După intersecția cu strada General Vasile Milea, găsim o piesă de o valoare inestimabilă.

Casa Mocsony, proiectată de către arhitectul Silvestru Rafiroiu, se constituie într-un adevărat manifest de arhitectură cubistă. Limbajul curat, volumetria deosebit de bine controlată, acuratețea detaliului și funcționalitatea impecabilă o transformă într-unul dintre cele mai reușite exemple de arhitectură internaționalistă executate în România.



*Zona Strada Decebal și 1 Decembrie 1918*

La colțul dintre strada Decebal și strada 1 Decembrie 1918, regăsim un exemplu foarte reușit de Art Deco. Pe colțul opus acestei intersecții se află o casă cu fațadă neoclasicistă. În diagonala acestei intersecții regăsim secesionul. Pe cel de al patrulea colț, intersecția se învecinează cu scuarul larg din ansamblul hotelului Aradul, constituind un exemplu foarte sugestiv de suprapunere a stilurilor și implicit, ale etajelor succesive ale istoriei în viața orașului.



*Zona Piața Mihai Viteazul*

Această piață reprezintă unul dintre nucleele comerciale ale orașului, fiind un pol de interes și de vitalitate urbană. Pe perimetrul acestei piețe regăsim aceeași alăturare de limbaje stilistice pe care ne-am obișnuit să o remarcăm ca și caracteristică a întregului centru istoric. Elemente de ornamentică și de detaliu specifice secesionului stau alături de neoclasicism și de rigurozitatea volumetrică spartană a modernismului interbelic, constituind acel unic palimpsest care conferă identitate unui oraș istoric.

