

## MODA SUB SPECTRUL PUBLICISTICII INTERBELICE TIMIȘORENE

*Minodora Damian\**

*Cuvinte cheie:* publicitate, modă, perioada interbelică, Timișoara

*Keywords:* advertising, fashion, inter-war times, Timișoara

Derivată a procesului complex de emancipare socială, generată ad-hoc dintr-o necesitate expansivă a firii umane de a demitiza conceptele tradiționalist-conservatoare neclintite de-a lungul timpului, moda avea să intervină activ la schimbarea pozitivă a cotidianului interbelic bănățean. Provenită etimologic de la rădăcina cuvântului indo-european *muid*<sup>1</sup>, moda se poate defini empiric ca un mecanism complex, ce evidențiază modul în care civilizația are capacitatea de a deprinde tendințele generate de factorii motrici ai societății. Aceasta se evocă într-o atare accepțiune ca fiind variația generată de combinarea infinită a formelor, culorilor și a materialelor asociate articolelor vestimentare.<sup>2</sup> Sub această ipostază moda este regăsită în numeroase aspecte ale vieții precum arta, tehnologia, identitatea, modernitatea, politica și schimbările sociale. Încetarea ostilităților primei conflagrații mondiale aduce cu sine atât eliberarea teritorial-politică, dar mai ales descarcerarea spiritual-creativă, ce prevestea o reinițializare cutezătoare aproape în întreg spectrul artei.

Zorii interbelicului surprind economia românească într-o criză caracterizată de creșterea șomajului, proliferarea speculei ce au implicat o inflație accelerată<sup>3</sup>, însă, datorită unei experiențe anterior dobândite și a unei plasări geo-politice favorabile, Timișoara a izbutit să escaladeze cu succes momentele dificile, reușind să-și păstreze identitatea comercială și să se dezvolte financiar.<sup>4</sup> Prin urmare, în cadrul societății timișorene se naște ipoteza unei modernizări generate de dezvoltarea unei acțiuni de metamorfozare socială și de schimbare a mentalității, evidențiate îndeosebi de adoptarea stilului de viață apusean de către populația juvenilă, prin preluarea tendințelor stilistice expuse în Vestul dezvoltat al Europei.<sup>5</sup>

\* Muzeul Banatului Montan Reșița, b-dul Republicii, nr. 10, e-mail: damianminodora@yahoo.com

<sup>1</sup> Dominique Waquet, Marion Laporte, *Moda* (București: Editura Corint, 2003), 6.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 7.

<sup>3</sup> Lucian Popescu, *Timișoara interbelică și universul social din România* (București: Editura Cartea Universitară, 2004), 1.

<sup>4</sup> *Ibid.*, 20.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 123.

Arealul de cercetare se identifică printr-o semantică restrânsă, referitoare la modul de expunere a imaginii exterioare, caracterizate de modalitatea de a ne alege hainele, de limbajul trupului și de comportamentul degajat în viața cotidiană. În cadrul acestei cercetări izvoarele istorice se identifică atât cu materialele publicitare, definite succint ca un complex de acțiuni menite să atragă atenția potențialilor cumpărători asupra produselor sau serviciilor, în scopul vânzării acestora, precum și cu relatările gazetărești referitoare la modă, înglobate în arealul jurnalistic interbelic timișorean. Prin urmare, ziarele *Nădejdea*, *Voința Banatului*, *Banatul Românesc*, *Fruncea*, *Zbiciul* și *Vestul* au constituit surse concrete de informații utile în abordarea unei tematici concurente cu sfera styling-ului interbelic timișorean. De asemenea, date importante s-au extras și din *Curierul Pielei*, entitate publicistică redactată bilingv, în română și germană, ce aborda întreg spectrul aferent pielii, ca materie primă.

Facil lizibile, printate sub formate accesibile cititorului, ziarele constituiau un important pilon în procesul de informare în masă, în perioada dintre războaie. Oriunde și oricând, gazetele timișorene prezentau obiectiv crâmpie din viața de zi cu zi, lăsând loc dezvoltării unor ample analize socio-economico-culturale.

De asemenea, utilizând abil talentul condeiului, gazetarii tapetau concentrat, în mesaje simple și concise, materiale referitoare la conceptul coagulării intense al liantului nedizolvabil dintre modă și persoană, prezentând informații-cheie prin care cititorii putea fi inițiați cu ușurință în sfera, încă greu de deslușit, a esteticii modelisticii. Auxiliar în atingerea scopului de emancipare stilistică erau folosite reclamele care, prin însușirea poetică a rimelor umoristice cu tâlc și prin expunerea atractivă a sloganurilor publicitare, au reușit să imprime publicului cititor o conduită modernistă, orientată spre tendințe occidentale.

Prin prisma tendințelor diversificate, modul de expunere al vestimentației era diferit din punct de vedere geografic, cât și în funcție de clasa socială. Păstrând firul tradiției, moda conservatoare a portului popular își găsea încă rezonanțele în mediul rural, în special la persoanele vârstnice.<sup>6</sup> Astfel, în zonele rurale moda avea aspect predominant conservator, purtându-se portul popular confecționat în propria gospodărie. Totuși, influența și curentul noului val al modernismului sunt îmbrățișate de către junii satului, care treptat au adoptat hainele confecționate de fabricile din mediul urban.

Finalizarea conflictelor militare ale Primului Război Mondial a produs o reală emulație asupra creativității stilștilor, exprimată prin diverse articole inovatoare. Perceput ca o rezultantă directă a noului suflu în sfera creațiilor vestimentare, stilul Art Nouveau a convers către forme organice, propunând idei despre percepția naturală, ce aduc în prim plan compoziții abstracte și suprarealiste. Derivat din stilul Art Nouveau, curentul Art Deco avea să domine design-ul vestimentar în anii 1920–1939, generând o serie de puncte de inflexiune în moda feminină. În premieră apare tendința femeilor de a fi suple, precum și plasarea tivurilor de la rochii deasupra genunchilor. În cadrul decorului materialelor s-au regăsit motive din felurite culturi, precum cea africană,

<sup>6</sup> Ioan Scurtu, *Viața cotidiană a românilor în perioada interbelică* (București: Editura Rao, 2001), 184–185.

japoneză sau egipteană, fapt ce a condus către un stil caracterizat prin forme geometrice, trapezoidale sau zig-zag, precum și folosirea îndrăzneță a materialelor etajate și a motivelor ce imitau razele soarelui.<sup>7</sup>

Reintegrarea într-un cotidian normal și revenirea la ritmul alert de viață al societății și-au pus amprenta, din ce în ce mai des, și asupra modei. Prin urmare, comoditatea și adaptabilitatea ținutelor la diferite situații zilnice dominau moda interbelică<sup>8</sup>, reprezentată în special de piese vestimentare conforme cerințelor anterior expuse, precum chemisierul, o rochie confecționată din tricot sau mătase artificială, de formă tubulară, lejeră, ce pune în evidență alura corpului feminin. Aceasta evidenția, în mod evident, modificări în design-ul vestimentar feminin, în consecință, talia naturală a coborât până la coapsă, corsetele superioare erau prevăzute cu decolteuri simple, rotunde sau în forma literei V, iar în partea inferioară fustele cădeau drept sub genunchi.<sup>9</sup>

Dorința expresă de emancipare, în special a doamnelor din rândul înaltei societăți, a fost reliefată de adoptarea predominantă a influențelor curentului vestimentar francez. Astfel, în moda feminină, s-a conturat, ca stare de fapt, snobismul, o urmare a interpretării deseori eronate a raportului dintre tendințe și proporțiile corporale. Prin urmare, ignorând consecințele imediate ale crizei economice, exemplificate prin prețul unui kilogram de pâine ce ajungea la trei-patru lei, și a unui kilogram de zahăr ajuns la 20 lei, consoartele celor angajați în administrație, cu un salariu între 900 și 1200 lei lunar, își achiziționau la prețuri exorbitante<sup>10</sup> ultimele apariții în materie de modă, accentuând astfel inserarea snobismului în societate.

Scurtarea rochiilor către trei-sferturi sau chiar până la genunchi, poziționarea taliei în cădere peste șolduri și folosirea în confecționarea rochiilor a materialelor subțiri sau transparente au constituit modificări sesizabile în arealul modei interbelice.<sup>11</sup>

Frecventarea magazinelor de expunere a marilor creatori de modă parizieni de către populația feminină de vârstă medie a reprezentat un factor esențial în promovarea noilor tendințe stilistice. Astfel, pălăriile cu boruri mici, manșoanele din blană de vulpe maro sau argintie folosite pentru sezonul de iarnă, bluzele en couer sau chimonourile accesoryzate cu pălăriuțe, uneori chiar cu șapcă de domnișoarele îndrăznețe<sup>12</sup>, au constituit articole exponențiale în sferă revoluției vestimentare.

Rochiile de seara lungi din dantelă sau catifea, accesoryzate cu pene exotice de diverse culori și șaluri din cașmir sau gulere din blană, emanau o puternică ostentație de etalare a luxului, generat de noile soluții practice și de detaliile îndrăznețe și înviorătoare.

<sup>7</sup> Marnie Fogg, *Moda. Istoria completă* (București: Editura Rao, 2015), 238.

<sup>8</sup> Scurtu, *Viața cotidiană a românilor*, 186; I. Scurtu, *Istoria civilizației românești. Perioada interbelică (1918–1940)* (București: Editura Enciclopedică, 2012), 198.

<sup>9</sup> Fogg, *Moda*, 239.

<sup>10</sup> Popescu, *Timișoara interbelică*, 359.

<sup>11</sup> Ioan Scurtu, Gheorghe Buzatu, *Istoria românilor în secolul XX (1919–1948)* (București: Editura Paideia, 1999), 80.

<sup>12</sup> Ioan Scurtu et alii, *Istoria Românilor. România întregită (1918–1940)*, vol. VIII (București: Editura Enciclopedică, 2003), 166.

Apărută ca o consecință directă de emancipare, masculinizarea în moda feminină a constituit o încălcare voită a codului vestimentar de separație a genurilor. În 1920, celebra Coco Chanel a lansat în modă pantalonii evazați, inspirați după modelul pantalonilor gondolierilor venețieni. Cu siguranță, cea mai impresionantă promovare a acestui concept a fost realizată de actrița Marlene Dietrich, care în 1930 apare îmbrăcată într-un smoching ajustat pe corp, cu guler de tip wing, purtând pe cap un joben<sup>13</sup>, semn indubitabil al masculinității. Printr-un puseu modelistic cu tente excentrice feminine, în anii 1920 s-a declanșat febra modei pijama.<sup>14</sup> Un reper de inflexiune în vestimentația intimă feminină l-a constituit renunțarea treptată la lenjeriei cu picior, prin adoptarea slipului din mătase, viu colorat.<sup>15</sup>

În aria stilisticii s-a sesizat o altă noutate prin reorientarea conceptelor către natural, generând aducerea în cotidian a modei materialelor pictate<sup>16</sup>, preluată și de casele de modă timișorene de la designerii parizieni.

Continuând firul cronologic al aparițiilor stilistice, se distinge apariția capei de lungime medie, confecționată din blană sau catifea, adecvată în garderoba de zi sau în cea de seară, fiind o noutate în colecțiile din iarna anului 1934. De asemenea, tot în același an s-au remarcat manșoanele de diferite dimensiuni și gulerele mari, care ofereau libertate gâtului<sup>17</sup>, confecționate din blană, considerată una dintre materiile prime de lux. Din punct de vedere cromatic, conceptul stilistic s-a orientat îndeosebi spre ținutele în negru, garnisite cu accesorii în culori vesele.<sup>18</sup>

În anul 1935 se continuă trendul noutăților în domeniu, evidențiindu-se rochiile inspirate din portul indian, confecționate din mătase.<sup>19</sup> Din perspectivă sezonieră, în colecția de primăvară a anului 1935 apar frecvent elemente noi, precum carourile, pătrățelele sau alte motive geometrice<sup>20</sup>, regăsite în compoziția materialelor. Sezonul de vară era predominant de țesăturile din in cu picățele<sup>21</sup>, pe când în toamnă s-a lansat, după ani buni de domnie exclusivă a ciorapilor din mătase de culoare deschisă, ciorapii de culoare închisă mată.<sup>22</sup> În aria dedicată accesoriizării ținutelor s-a sesizat reapariția centurilor foarte late din piele, iar la rochiile de seară sunt foarte des folosite perle.<sup>23</sup> Din punct de vedere cromatic, în tendințele vremii a predominat albul, combinat cu diferite nuanțe precum: rose-pêche, bleu-fumée, ambre, diferite tonuri de albastru<sup>24</sup> precum și maroul în degrade până la bej.

Rochiile de seară confecționate amply din catifea, dantelă, tul sau în combinații

<sup>13</sup> Fogg, *Moda*, 267.

<sup>14</sup> Articol semnat P.O., "Moda pijama," în *Cluj* I, 37 (Cluj, 1923): 2.

<sup>15</sup> Scurtu, Buzatu, *Istoria românilor în secolul XX*, 80.

<sup>16</sup> Adrian Corbul, "Moda stofelor pictate," în *Societatea de Mâine* IV, 13–14 (Cluj, 1927): 189.

<sup>17</sup> Articol semnat C., "Noutățile zilei la Paris," în *Fruncea* I, 3 (Timișoara, 1934): 4.

<sup>18</sup> Articol semnat C., "Moda de iarnă la Paris," în *Fruncea* I, 1 (Timișoara, 1934): 7.

<sup>19</sup> "Știri de modă," în *Fruncea* II 19 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>20</sup> Articol semnat C., "Moda. Scrisoare din Paris," în *Fruncea* II, 6 (Timișoara, 1935): 7.

<sup>21</sup> "Ce se poartă la Paris? Picățele," în *Fruncea* II, 23 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>22</sup> Claire Jouret, "Moda," în *Fruncea* II, 27 (Timișoara, 1935): 7.

<sup>23</sup> Articol semnat C., "Moda. Colecțiile de primăvară la Paris," în *Fruncea* II, 9 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>24</sup> Articol semnat EE., "Moda," în *Fruncea* II, 7 (Timișoara, 1935): 7.

asortate cu detalii strălucitoare metalice (centuri de perle, pietre scumpe, broșe și bijuterii de diamante sub formă de păsări)<sup>25</sup> au definit stilistic anul 1936. Din paleta diversă a materialelor aferente rochiilor, s-au distins cloqué travers (stofă vărgată în diagonal) și cotelé<sup>26</sup>, material a cărui țesătură prezintă pe lungime nervuri mai mari sau mai mici.

Anul 1938 reînvie moda anilor 1900, astfel că vestimentația seratelor era caracterizată de fast și strălucire, conferite atât de strasurile, paietele și pietrele cu care erau accesoriolate ținutele, dar și de cromatica în care predomina negrul și culorile pastelate.<sup>27</sup> Alt element definitoriu pentru colecțiile din primăvara lui 1938 a fost reprezentat de jacheta executată sub toate formele imaginabile.<sup>28</sup> De altfel, influențele anului 1900 au revenit la viață în colecțiile de toamnă ale anului 1938. Alte schimbări majore în ceea ce privește moda s-au observat în lungimea rochiilor, ce devin din ce în ce mai scurte. Din punct de vedere al materiei prime, combinația cel mai des întâlnită era cea dintre catifea și dantelă.

Țesături fanteziste, laméuri, diferite combinații de materiale cu aplicații de metal, ce confereau efect mat sau strălucitor au făcut furori spre finalul perioadei interbelice. În ocaziile speciale, în croiul rochiilor s-a distins din ce în ce mai mult trena. Din punct de vedere al materialului folosit în confecționarea rochiilor de stil, s-a remarcat satinul gros, iar ca detaliu tehnic, deseori erau folosite decoltajele mari, amplasate diferit.<sup>29</sup> În trendul diurn persistau rochiile lungi, drepte în partea frontală, iar în spate acestea erau concepute cât mai ample, precum rochiile de seară.<sup>30</sup>

Identificată de elemente standard, rareori avangardiste, ce puneau în evidență eleganța și șarmul, moda bărbătească avea să genereze produse precum pantalonii cu manșetă, hainele la doi sau trei nasturi, cămășile închise la mâneci cu butoni de aur și argint, asortate cu cravate în picățele, care i-au conferit acesteia atât simplitate, dar și bun gust. O piesă reprezentativă în acest sens s-a dovedit a fi smockingul purtat îndeosebi la ocazii și la serate fastuoase. Totuși, prin cămășile colorate, hainele în carouri și pălăriile albe à la Maurice Chevalier, nonconformismul tineresc își făcea simțită prezența.<sup>31</sup>

Prin prisma îndreptării cercetării spre moda masculină din Timișoara anului 1934, s-au observat modificări în aspectul croiului și în cromatica materialului, exemplificate prin paltoanele fără guler de blană, conform modei franceze, cu guler din catifea sau din stofa paltonului, iar în rândul tinerilor erau preferate cele de culoare gri sau bleumarin. Costumele erau croite pe corp, cu pantaloni largi, sacoul evidențiat prin umeri înalți, la un rând sau două, confecționate din stofe vărgate de culoare neagră sau bleumarin, cu dungi albe sau în variate nuanțe.<sup>32</sup>

Fazele incipiente ale genezei produselor aflate sub spectrul modei se regăsesc

<sup>25</sup> "Moda," în *Fruncea* III, 4 (Timișoara, 1936): 5.

<sup>26</sup> "Moda," în *Fruncea* III, 6 (Timișoara, 1936): 5.

<sup>27</sup> "1938 sau 1900," în *Fruncea* V, 30 (Timișoara, 1938): 12.

<sup>28</sup> "Două jachete," în *Fruncea* V, 16 (Timișoara, 1938): 14.

<sup>29</sup> "Din lumea modei," în *Fruncea* II, 1 (Timișoara, 1935): 7.

<sup>30</sup> Articol semnat C., "Ce se va face la primăvară," în *Fruncea* II, 3 (Timișoara, 1935): 7.

<sup>31</sup> Ioan Scurtu *et alli*, *Istoria Românilor*, 165.

<sup>32</sup> "Moda bărbătească la Timișoara," în *Fruncea* I, 2 (Timișoara, 1934): 6.

printre elementele industriei textile. Statistica anului 1937, identifică în România existența a 157 țesătorii de bumbac, 98 de filaturi și țesătorii de lână, 95 de tricotaje, 51 de filaturi și țesătorii de mătase, 15 filaturi de bumbac, iar dintre toate acestea 88 de întreprinderi textile se aflau în Banat.<sup>33</sup>

Un exponent important în confecționarea produselor textile a fost societatea pe acțiuni *Industria Lânei Timișoara S.A.*, înființată în anul 1905 de o familie de evrei, aceasta participând activ la diminuarea ratei șomajului, prin creșterea resurselor umane de la 1200 de angajați în 1924<sup>34</sup>, la un număr de aproximativ de 1800 în 1925, ce își desfășurau activitatea în patru secții de lucru: torcătorie, stofe, tricotaje și confecții.<sup>35</sup> Ca punct de desfacere a mărfurilor de proveniență textilă regăsim Hala de mărfuri A.B.C. din piața Unirii, nr. 7, unde se comercializau sortimente alese de stofe, pulovere, barchete, pânze și damascuri.<sup>36</sup>

O gamă diversificată de produse din lână și stofă erau puse în vânzare spre publicul larg prin intermediul diverselor magazine, promovate în media publicistică locală. Cu scopul de a oferi transparență procesului de punerea în vânzare a acestor articole, în unele spoturi publicitare se afișau prețurile fiecărui produs în parte. Astfel, la magazinul *Polák*, se puteau achiziționa mantouri pentru dame la prețul de 450 lei, costume din lână pentru bărbați la 450 de lei și costume pentru copii la 150 de lei.<sup>37</sup> Sortimente asemănătoare s-au regăsit și la magazinul *Modehouse*, unde un mantou de damă cu blană din Basarabia costa 1700 de lei, cel din stofă lucie cu guler Siel avea prețul cuprins între 1200 și 1600 de lei, iar cele pentru fete (*Bakfisch*) era de 800 lei, pe când cele de băieți alternau între 450 și 800 de lei. Tot în această unitate comercială se puteau cumpăra și paltoane negre pentru domni, având prețul minim de 800 lei.<sup>38</sup>

Celor interesați de stofe și de produse din stofă aveau acces, în vederea achiziționării acestora, la magazinele *Baron*<sup>39</sup>, *Rabong & Schneider S.A.*<sup>40</sup>, *B. Bachruch*, deținut de Adolf Keppich, *B. Lechner Ssor Rabong & Schneider*, fondat în 1847<sup>41</sup>,

<sup>33</sup> Ion Agrigoroaiei, *România interbelică. Unificare și evoluție economică* (Iași: Casa Editorială Demiurg, 2016), 305.

<sup>34</sup> Popescu, *Timișoara interbelică*, 155.

<sup>35</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 1 (Timișoara, 1924): 8; nr. 17, 7; nr. 24, 4; nr. 25, 3; nr. 52, 6; nr. 52, 12; V, 20 (1925): 10; nr. 80, 4; *Nădejdea* II, 224 (Timișoara, 1922): 4.

<sup>36</sup> Reclama se află în ziarul *Zbiciul* II, 9 (Timișoara, 1935): 2; nr. 22, 3.

<sup>37</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* III, 509 (Timișoara, 1932): 2.

<sup>38</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* V, 1248 (Timișoara, 1934): 2.

<sup>39</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* III, 40 (Timișoara, 1923): 2; IV, 43 (1924): 4; *Nădejdea* III, 357 (Timișoara, 1923): 4.

<sup>40</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IX, 37 (Timișoara, 1929): 4; X, 12 (1930): 4; nr. 14, 4; XII, 1 (1932): 3; nr. 3, 3; nr. 8, 4; nr. 14, 4; nr. 17, 8; nr. 20, 4; XIII, 12 (1933): 4; XVI, 14 (1936): 3; nr. 15, 3; nr. 44, 3; nr. 42, 3; XVII, 9 (1937): 4; nr. 10, 3; nr. 11, 3; nr. 12, 3; *Fruncea* II, 33 (Timișoara, 1935): 5; nr. 35, 5; nr. 36, 4; nr. 37, 7; III, 37 (1936): 4; *Vestul* III, 436 (Timișoara, 1932): 2; *Zbiciul* I, 3 (Timișoara, 1934): 4.

<sup>41</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* VII, 39 (Timișoara, 1927): 4; nr. 41, 4; nr. 42, 4; nr. 47,

*Richter*<sup>42</sup>, *Horbátz*<sup>43</sup>, *Fortuna*<sup>44</sup>, *Louvre*<sup>45</sup>, ce oferea mătase *Vistra* la prețul de 66 lei<sup>46</sup>, *Modehouse*<sup>47</sup>, Frații *Kutterer*<sup>48</sup>, Surorile *Schon*<sup>49</sup> și *Iosif Fesz*<sup>50</sup>. Un alt magazin în care se găsea materie primă pentru croitorie era *Nikolits și Schultz*.<sup>51</sup> Printre produsele de natură textilă se distinge promovarea costumelor confecționate din stofe englezești de la magazinul *Josif Roncskenvics și Comp.*, mărcile *Wia*<sup>52</sup> și *Burberrys*<sup>53</sup>, brand încă actual în moda britanică. Pentru doamnele iubitoare de natură și soare, în magazinul *Victor Lidolt* se găseau spre vânzare costume, mantale, ghete, chipiuri și șepci de baie.<sup>54</sup> Un punct de desfacere al ciorapilor, al mănușilor de damă și bărbătești l-a constituit magazinele *Matz-Hehn*<sup>55</sup>, *Ernst*<sup>56</sup> precum și în magazinul *Duschnitz*<sup>57</sup> unde pe lângă celelalte articole se găseau de vânzare și umbrele pentru dame la prețuri între 116 și 220 de lei.<sup>58</sup> Îmbrăcămintea bărbătească, haine de piele, mantale de cauciuc se puteau achiziționa de la magazinul *Faber*<sup>59</sup> și de la croitoria *Groszizso*.<sup>60</sup> Articolul vestimentar ce definea cu prisosință eleganța și gustul rafinat era blana, ce era expusă spre vânzare în diferite modele în magazinele *Maren Hild* de pe strada 3 August, nr. 21<sup>61</sup> și *Rubin* zona Circumvalațiunii IV, Bulevardul Berthlot nr. 16.<sup>62</sup>

O gamă diversificată de produse textile erau promovate împreună cu prețurile aferente în spoturi publicitare concepute să prezinte detaliat chiar și prețurile fiecărui

4; VIII, 6 (1928): 6; *Fruncea* III, 38 (Timișoara, 1936): 4; nr. 39, 6; nr. 40, 4; nr. 44, 5; *Vestul* I, 30 (Timișoara, 1930): 2; VIII, 1877 (1937): 2.

<sup>42</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 13 (Timișoara, 1935): 4.

<sup>43</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* VIII, 2039 (Timișoara, 1937): 2.

<sup>44</sup> Reclama se află în ziarul *Zbiciul* II, 9 (Timișoara, 1935): 2; III, 1 (1936): 5.

<sup>45</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* XVI, 11 (Timișoara, 1936): 3; XVII, 4 (1937): 2; *Fruncea* III, 40 (Timișoara, 1936): 3; nr. 51–52, 4; *Zbiciul* I, 4 (Timișoara, 1934): 2; III, 3 (Timișoara, 1936): 6.

<sup>46</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IV, 831 (Timișoara, 1933): 2.

<sup>47</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* III, 562 (Timișoara, 1932): 2; nr. 566, 1; *Fruncea* III, 35 (Timișoara, 1936): 6.

<sup>48</sup> *Nădejdea* II, 276 (Timișoara, 1922): 6.

<sup>49</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 1 (Timișoara, 1924): 7.

<sup>50</sup> Ibid. 6.

<sup>51</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* V, 53 (Timișoara, 1925): 4; nr. 58, 4; VI, 15 (Timișoara, 1926): 13.

<sup>52</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* VII, 38 (Timișoara, 1927): 4.

<sup>53</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* V, 75 (Timișoara, 1925): 4; nr. 78, 4; V, 80 (Timișoara, 1925): 14; IX, 36 (Timișoara, 1929): 4; nr. 37, 4.

<sup>54</sup> Reclama se află în ziarul *Banatul Românesc* VI, 30 (Timișoara, 1924): 4.

<sup>55</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 32 (Timișoara, 1935): 3; nr. 33, 3.

<sup>56</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* III, 36 (Timișoara, 1936): 2; nr. 37, 3; nr. 38, 2; nr. 39, 5; nr. 40, 3; nr. 44, 2; nr. 46, 2; nr. 48, 4; nr. 49, 4; nr. 49, 5.

<sup>57</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 17 (Timișoara, 1924): 6.

<sup>58</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IV, 906 (Timișoara, 1933): 7.

<sup>59</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 1 (Timișoara, 1924): 6.

<sup>60</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* V, 78 (Timișoara, 1925): 4.

<sup>61</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 37 (Timișoara, 1935): 6; nr. 38, 3; nr. 39, 3; nr. 40, 3; nr. 41, 6; nr. 43, 4.

<sup>62</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IX, 2269 (Timișoara, 1938): 3.

produs. Magazinul de modă *David Klein* propunea spre vânzare cămăși pentru domni preț 170 de lei, ciorapi de damă între 13 și 35 de lei, șosete pentru domni între 11 și 18 lei, cravate din mătase la 8 lei și mănuși de ață la 25 de lei.<sup>63</sup> De altfel, magazinul românesc de modă *Bandu*, oferea cumpărătorilor articole de textile de larg consum cum ar fi cămăși, cravate, ciorapi, jerseuri, precum și alte produse uzuale.<sup>64</sup>

Reducerea salariilor și creșterea exponențială a șomajului, consecințe imediate ale căderii bursei din New York de pe Wall Street din 1929 și al declinului implicit al industriei mecanizate, induc un impact social asupra caracterului resurselor umane. Prin urmare, forța de muncă se reorientează către meșteșugurile manuale, precum tricotajul casnic, ce a început să prindă contur încet, dar sigur, și în viața interbelică timișoreană.

Datorită absenței unor arhetipuri standardizate, care să fie impuse în componența articolelor vestimentare rezultate din procesul de tricotare manuală, s-a conturat conceptul de lejeritate și bun gust în același timp, definit de o abundență de motive simple, dar inovatoare ca efect. Florile croșetate, cusătura netedă, dar și franjuri și pompoanele<sup>65</sup> au constituit elementele distinctive și de decor ale meșteșugului confecționării manuale a articolelor textile. Pentru a veni în întâmpinarea celor ce doreau să îmbrățișeze această îndeletnicire, publicația timișoreană *Fruncea*, aloca spații ce fac referire la deprinderea unor tehnici și proceduri de realizare a unor articole precum rochii<sup>66</sup> și pălării<sup>67</sup> croite, bluze<sup>68</sup>, mânșoane<sup>69</sup>, jachete<sup>70</sup> și căciuli<sup>71</sup> împletite.

Aspectele economico-sociale, propagate în timp, generate de efectele Primei Conflagrații Mondiale, au avut ecou și în industria pielăriei. Rigurozitatea și politica tranșantă, emanate din regulile liberei concurențe, au condus iminent în 1927 la falimentul și încetarea activității în fabricile de pielărie neproductive, dar și la consolidarea și dezvoltarea acelor ce au pus accent pe calitate în detrimentul cantității. De altfel, tot în același an s-au evocat și anumite modificări legislative în domeniul vamal, fiscal și profesional. Prin urmare, s-a introdus un tarif vamal protecționist, ce avea să vină în ajutorul fabricilor autohtone, care se confruntau cu un val considerabil de importuri de pielărie din America, Germania, Austria, Franța și Ungaria, dar și cu cel de ghetee din Cehoslovacia. În domeniul fiscalității s-a sesizat aprobarea, în 18 iunie 1927, a Legii asupra impozitului pe cifra de afaceri și lux, ce are ca efect modificarea calculării bazei de impozitare, prin creșterea cu 1% a valorii medii, fapt ce a generat și creșterea preșurilor produselor. Un alt inconvenient din punct de vedere profesional l-a constituit

<sup>63</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* I, 59 (Timișoara, 1930): 2.

<sup>64</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IX, 2239 (Timișoara, 1938): 2; 2241, 3; 2243, 2; 2269, 3; 2270, 3; 2271, 2; 2272, 3.

<sup>65</sup> Fogg, *Moda*, 259.

<sup>66</sup> "Rochii cusute acasă," în *Fruncea* V, 19 (Timișoara, 1938): 11.

<sup>67</sup> "Sugestie pentru pălărie," în *Fruncea* VI, 4 (Timișoara, 1939): 7; "Pălării de făcut acasă," în *Fruncea* V, 18 (Timișoara, 1938): 5.

<sup>68</sup> "Tricotați-vă o bluză originală," în *Fruncea* V, 25 (Timișoara, 1938): 7.

<sup>69</sup> "Mânșoane împletite," în *Fruncea* VI, 1 (Timișoara, 1939): 15.

<sup>70</sup> "O frumoasă jachetă împletită," în *Fruncea* VI, 2 (Timișoara, 1939): 11.

<sup>71</sup> "Căciuliță împletită," în *Fruncea* VI, 2 (Timișoara, 1939): 11.

adoptarea, începând cu 8 februarie 1927, a metrului pătrat ca unitate de măsură pentru suprafață, în detrimentul fusului englezesc, conversia acceptată era: 9,29 dm<sup>2</sup> egali cu 1 fus englezesc.<sup>72</sup>

În proximitatea temporală de după război, efectele crizei economice se resimt și în sfera mercantilă aferentă materiilor prime, în special în domeniul pielăriei, unde s-a sesizat, totuși, din partea cojocarilor o cerere mai accentuată pentru pielea de oaie folosită la căptușit și iră colorată. De asemenea, tovalele, blanculeți și pielea de box grea de proveniență internă și externă erau foarte căutate. Lipsa acută pe piață a crupoanelor metrice implică automat o valoare ridicată a prețului.<sup>73</sup>

Sinteza valorilor de achiziționare a materiilor prime din domeniul încălțămintei de pe piața timișoreană va fi expusă în tabelul ce urmează:

15 septembrie 1922, Timișoara<sup>74</sup>

Tip	Proveniența	Calitatea	Prețul
Croupoane vach	Transilvania	I	140–145
	Transilvania	II	125–130
	București		118–130
Părți vach	Transilvania	I	102–105
	Transilvania	II	92–95
	București		93–96
Poale vach	Transilvania		65–73
	București		62–65
Gături vach	Transilvania		70–75
Tovaloase de vacă	Transilvania		150–160
	diverse fabricații		145–155
Tovaloase de vițel			180–210
Blanculeți	Transilvania	I	145–150
Blanculeți	diverse fabricații		130–145
Blanculeți de vițel	Transilvania	I	175–190
Blanculeți de vițel	diverse fabricații		160–180
Blanculeți pentru curelar			115–130
Box de vițel	germană	II și III	45–52
Box de vițel	din țară	II	34–40
Box de vițel	din țară	III	28–32
Chevreaux	germană și franceză		58–70
Box de vițel			29–35
Piele de oaie de căptușeală austral			155–170

Studiul economico-financiar se restrânge asupra materialelor din piele de cornute

<sup>72</sup> Simion Hațieganu, „Industria pielăriei și de încălțămintei în anul 1927,” în *Societatea de Mâine* V, 3 (Cluj, 1928): 64–65.

<sup>73</sup> „Situția pieței în țară,” în *Curierul Pielei* I, 5 (Timișoara, 1922): 13.

<sup>74</sup> „Situția pieței în țară,” în *Curierul Pielei* I, 5 (Timișoara, 1922): 13–14.

și bovine. Prețurile la pieile de factură brută sunt în scădere, iar pieile grele din vițel erau la mare căutare, spre deosebire de mărfurile ușoare pentru care cererea pe piață era la un nivel sub așteptări, deși în Banat stocul din depozite se epuizase. Un progres sesizabil s-a identificat în creșterea cu 10 procente a vânzărilor aferente pieilor de vită. Un vădit interes al comercianților era îndreptat înspre pielea de ovine, ceea ce va aduce cu sine și o reducere consistentă a prețului.

Piei brute de vite mari și cornute (28 septembrie 1922 Timișoara)<sup>75</sup>

Piei	Preț
de vițel grele fără sare	28–31
de vițel ușoare fără sare	22–24
de vacă	140–150
de cal	180–220
de oaie	120–130
chavlack de pereche	135–160
de capră de pereche	-
de capriță de pereche	35–50

Cercetând analitic, sub spectrul comparației prețurilor asupra principalelor tipuri de piele, s-a dedus că diferențele erau nesemnificative în cele trei mari centre: București, Cluj și Timișoara. Totuși, aproape la toate produsele, prețurile din Banat se dovedesc a fi superioare față de fostul Regat sau Transilvania.

Prin această cercetare am regăsit în Timișoara fabrica *Hermann Adler*, a cărei activitate era prelucrarea pielăriei.<sup>76</sup> Ca puncte comerciale în domeniul pielăriei existau magazinele *Alex Rosenberg*<sup>77</sup>, *Avram Nadler*<sup>78</sup> și cel patronat de Szathmary Ludovic, ce pune la spre vânzare materiile prime necesare la confecționarea pantofilor și cizmeilor,<sup>79</sup> iar un bogat sortiment de pielărie de proveniență externă și unelte de prelucrare necesare cizmarilor erau procurabile de la magazinul *Ignățiu Fughs și comp.*<sup>80</sup>

Concurența de tip capitalist și impunerea unor standarde din ce în ce mai ridicate asupra calității produselor, conduc iminent către un progres real în arealul manufacturii vestimentare. Existența numeroaselor ateliere de croitorie de calitate superioară, ridică rangul croitorului de la un simplu executant al hainei la un adevărat estete, plasându-l în societate la același nivel cu doctorul sau avocatul, transformând astfel croitoria într-o veritabilă artă.<sup>81</sup> Drept urmare, prin prisma necesității de perpetuare și dezvoltare a abilităților în acest domeniu, Academia Română de Croitorie din Timișoara și-a deschis porțile anual pentru tinerii dornici să deprindă tainele aceste frumoase

<sup>75</sup> "Situația pieței în țară," în *Curierul Pielei* I, 5 (Timișoara, 1922): 16.

<sup>76</sup> Reclama se află în ziarul *Curierul Pielei* I, 5 (Timișoara, 1922): 4.

<sup>77</sup> Reclama se află în ziarul *Zbiciul* I, 3 (Timișoara, 1934): 2.

<sup>78</sup> Reclama se află în ziarul *Curierul Pielei* I, 8 (Timișoara, 1922): 13.

<sup>79</sup> Reclama se află în ziarul *Zbiciul* III, 1 (Timișoara, 1936): 9.

<sup>80</sup> Reclama se află în ziarul *Curierul Pielei* I, 5 (Timișoara, 1922): 9.

<sup>81</sup> Popescu, *Timișoara interbelică*, 360.

meserii.<sup>82</sup> De altfel, aceeași activitate s-a întreprins și la salonul Redlinger, ce oferea viitorilor croitori lecții cu privire la croiul și cusutul modern.<sup>83</sup>

Pentru vestimentații realizate la comandă erau recomandați croitorii Lyubomir Bérzuli<sup>84</sup>, Wekerle și Thierjung<sup>85</sup>, Francisc Szitkay<sup>86</sup>, Gheorghe Crista<sup>87</sup>, Carol Bujdosó<sup>88</sup>, Teodor Iancu<sup>89</sup>, Iuliu Blaj<sup>90</sup> și croitorul Groszizso.<sup>91</sup> De asemenea, pentru vestimentația cu influențe din moda britanică se prefera croitoria de lux *Müller Guțu*<sup>92</sup>, inaugurată în 1922<sup>93</sup>, iar în 1935 s-a deschis salonul de modă, exclusiv bărbătesc, al croitorului Ștefan Bocb, care a studiat arta croitoriei la Berlin.<sup>94</sup> Tot în același an ia ființă croitoria bărbătească *Borbély și Hankóczy*<sup>95</sup>, iar pe strada I. C. Brătianu, nr. 25 își desfășura activitatea croitoria *Balogh și S. L. Friedrich Ion*<sup>96</sup>, dedicată exclusiv părții masculine.<sup>97</sup> O notă distinctă a conferit-o croitoria și ceaprazăria *Frații Șalinački și Iancu*<sup>98</sup>, specializată în confecționarea vestimentației militare. De asemenea, costume și uniforme școlare erau realizate prompt la firma *Kincs Arthur*, de pe strada 3 August.<sup>99</sup> Printre puținele reclame din *Voința Banatului*, în care erau expuse prețurile produselor, se remarcă cele relative la croitoria *Fuchs*<sup>100</sup>, promovată cu reclame de o grafică remarcabilă în care se prezentau prețurile la costumele bărbătești *Kangarm*, cu valori cuprinse între 1300 și 2500 de lei<sup>101</sup>, și cele pentru *Casa de Confecțiune Jaszenszky*, unde era posibilă confecționarea mantelilor de damă și de copii.<sup>102</sup> Cu iscusința și experiența dobândită în branșa

<sup>82</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 32 (Timișoara, 1935): 3; nr. 36, 3; nr. 38, 4; nr. 41, 6; nr. 43, 4.

<sup>83</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 38 (Timișoara, 1935): 4; nr. 39, 4; nr. 40, 3.

<sup>84</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 1 (Timișoara, 1924): 9; nr. 4, 4; nr. 6, 4; nr. 7, 4.

<sup>85</sup> Reclama se află în ziarul *Nădejdea* II, 276 (Timișoara, 1922): 6.

<sup>86</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 52 (Timișoara, 1924): 9; VI, 31 (1926): 4; nr. 32, 4; nr. 34, 4; nr. 36, 4; VII, 38 (1927): 4.

<sup>87</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* I, 3 (Timișoara, 1934): 4; II, 2 (1935): 7; nr. 3, 7; nr. 4, 7; nr. 5, 5; nr. 6, 7; nr. 8, 7; nr. 9, 7; nr. 13, 4; nr. 19, 5; nr. 28, 5; nr. 31, 4; nr. 33, 3; nr. 35, 5; nr. 38, 4; nr. 39, 4; nr. 40, 4; nr. 41, 6; nr. 43, 4; III, 4 (1936): 5; nr. 35, 3; nr. 36, 2; nr. 37, 3; nr. 38, 2; nr. 39, 2; nr. 40, 2; nr. 44, 3; nr. 46, 2; nr. 48, 4; nr. 49, 4; nr. 49, 5; nr. 51–52, 2; *Banatul Românesc* V, 43 (Timișoara, 1923): 3.

<sup>88</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 35 (Timișoara, 1935): 4; nr. 40, 3; nr. 41, 6; nr. 43, 4; nr. 44, 10.

<sup>89</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* III, 51–52 (Timișoara, 1936): 2.

<sup>90</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 36 (Timișoara, 1935): 3; nr. 37, 6.

<sup>91</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* V, 80 (Timișoara, 1925): 15.

<sup>92</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* II, 95 (Timișoara, 1922): 4.

<sup>93</sup> Reclama se află în ziarul *Nădejdea* II, 276 (Timișoara, 1922): 8; III, 343 (1923): 3.

<sup>94</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 36 (Timișoara, 1935): 3; nr. 38, 4; nr. 40, 4.

<sup>95</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, nr. 37 (Timișoara, 1935): 7; nr. 40, 4.

<sup>96</sup> Reclama se află în ziarul *Zbiciul* I, 4 (Timișoara, 1934): 2.

<sup>97</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 38 (Timișoara, 1935): 3; nr. 39, 4; nr. 40, 4; nr. 41, 4; nr. 43, 4.

<sup>98</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* VII, 21 (Timișoara, 1927): 4; nr. 41, 4; nr. 42, 4; nr. 46, 4; nr. 48, 4; X, 1 (1930): 4; nr. 3, 5; nr. 4, 5.

<sup>99</sup> Reclama se află în ziarul *Zbiciul* II, 20 (Timișoara, 1935): 4; nr. 21, 2.

<sup>100</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* XII, 17 (Timișoara, 1932): 8; nr. 20, 4.

<sup>101</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* II, 276 (Timișoara, 1931): 2; nr. 284, 2; IV, 710 (1933): 2.

<sup>102</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* V, 79 (Timișoara, 1925): 4; *Nădejdea* II, 207 (Timișoara, 1922): 3.

croitorii moderne din Paris, Viena, Berlin și Budapesta, frații Belean își promovau atelierul în care se puteau realiza la comandă costume moderne, la prețuri cuprinse între 2400 și 3000 de lei.<sup>103</sup> O alternativă financiară îndreptată spre cei cu venituri mai reduse s-a regăsit la Iosif Amigó unde se puteau confecționa pardesiuri sau paltoane la prețuri pornind de la 500 de lei<sup>104</sup> și pantaloni bărbătești între 200 și 350 lei.<sup>105</sup>

Doamnele și domnișoarele care doreau să-și modeleze silueta își puteau achiziționa corsete de tip *moda Prinzes*, confecționate conform prescripțiilor medicale de la atelierul *Madame Weissberger*, situat în Timișoara pe Bulevardul Carol nr. 15<sup>106</sup>, iar la salonul *Magda Gartner* de pe Bulevardul Carol nr. 6 se executau, pe lângă corsete și sutiene, centuri cu materiale aduse de peste hotare.<sup>107</sup>

Prin prisma unei optime poziționării din punct de vedere geo-economic, în Timișoara interbelică s-a creat un cadru propice expansiunii societății de rang înalt. Un exponent determinant s-a dovedit a fi familia Kemeny, deținătoarea *Cafenelelor Palace*<sup>108</sup>, *Elite*<sup>109</sup> și *Lloyd*, cel din urmă considerat cel mai luxos restaurant al vremii.<sup>110</sup> Sub patronatul aceuiași trust se deschidea în 1939 *Casa de Confecțiuni* și marele magazin de haine pentru dame și copii *Radó*.<sup>111</sup> Adiacent locației *Lloyd* erau amplasate magazinele *Hollós*<sup>112</sup> și *Fibra S.A.* unde se puteau achiziționa mantouri din lână 100% la prețul de 950 de lei și costume bărbătești la 900 de lei.<sup>113</sup>

Ultimele modele și accesorii în modă erau prezentate și lansate spre consum de către casele de modă *Frații Deutsch*<sup>114</sup>, *Ecaterina Ciorogariu Käthe*<sup>115</sup>, *Iluș Beaun*<sup>116</sup>, *Kanizsa*<sup>117</sup>, *ABC*<sup>118</sup>, *V. Missr Fii și Comp. S.A.*<sup>119</sup>, *Dénes și Pollák*<sup>120</sup>, *Original*<sup>121</sup>, *Lido*, deschis în 1935 în fostul local al salonului *Hitsch*<sup>122</sup>, *Winternitz*, devenit între timp

<sup>103</sup> Reclama se află în ziarul *Zbiciul* II, 5 (Timișoara, 1935): 2.

<sup>104</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IV, 906 (Timișoara, 1933): 2; nr. 954, 2.

<sup>105</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* II, 255 (Timișoara, 1931): 2.

<sup>106</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* I, 26 (Timișoara, 1930): 2; nr. 14, 2.

<sup>107</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 44 (Timișoara, 1935): 4.

<sup>108</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 3 (Timișoara, 1935): 7; nr. 34, 3; nr. 40, 4; nr. 41, 6; nr. 43, 4; III, 4 (1936): 5; *Voința Banatului* XVII, 1 (1937): 4; Zeno A. Velceanu, Gheorghe Gaberdean, "Ghidul comercial, industrial și general al municipiului Timișoara cu planul cel mai nou al orașului" (Timișoara: Tipografia Gutenberg, 1930), 44.

<sup>109</sup> Ibid.

<sup>110</sup> Ibid.; Popescu, *Timișoara interbelică*, 54.

<sup>111</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* X, 2284 (Timișoara, 1939): 3.

<sup>112</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* III, 695 (Timișoara, 1932): 3.

<sup>113</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* II, 273 (Timișoara, 1931): 2.

<sup>114</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 3 (Timișoara, 1924): 4.

<sup>115</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 32 (Timișoara, 1935): 3; nr. 33, 3; nr. 35, 5; nr. 36, 4; nr. 37, 7.

<sup>116</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 33 (Timișoara, 1935): 3; nr. 35, 4; nr. 38, 3; nr. 39, 3; nr. 44, 4.

<sup>117</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 19 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>118</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* XVII, 9 (Timișoara, 1937): 4; nr. 10, 3; nr. 12, 3.

<sup>119</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 24 (Timișoara, 1924): 4.

<sup>120</sup> Reclama se află în ziarul *Zbiciul* II, 5 (Timișoara, 1934): 2.

<sup>121</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* XI, 2481 (Timișoara, 1940): 2.

<sup>122</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 36 (Timișoara, 1935): 3; nr. 37, 6; nr. 40, 3.

Bernat<sup>123</sup>, iar după 1930 și-a luat numele de *Unio*<sup>124</sup>, și magazinul *Weysmayr* deschis în 1863.<sup>125</sup> În 1935 s-a deschis, pe bulevardul Regina Maria, nr. 3, salonul *Lang* cu modele inspirate din moda franceză și engleză.<sup>126</sup> În aceeași arie de influență modelistică era și salonul de modă *Franz Barbara*, aflat pe strada 3 August, nr. 21.<sup>127</sup> Alte saloane moderne de confecții vestimentare feminine precum *Podraczky*, deschis în 1922 în Palatul Bănățean din Piața Sfântul Gheorghe<sup>128</sup>, și *Bihari* de pe strada 3 August, nr. 18, prezentau modele originale de mantale, costume și toalete pentru serate și de stradă.<sup>129</sup> Casa de modă *Rudolf Löwenthal (Regina Dantelelor)* oferea spre vânzare publicului doritor materiale din zefir, stofă, barchette, ciorapi, tricotate și cămăși de iarnă.<sup>130</sup> Încă din 1859 activa în cartierul Fabric salonul de modă *Kinski*. În 1921, sub atenta conducerea a lui I. Hudowsky, anunța clientela rafinată de extinderea ofertei, prin lansarea unei secții de blănărie.<sup>131</sup> În arealul aceluiași spectru de activitate s-au evidențiat blănăriile *Kolya*<sup>132</sup> și *Siberia*<sup>133</sup>, specializate în recondiționarea produselor vestimentare din blană.

Pe de altă parte, din magazinul *William Weisz și Fiul*, situat în palatul Loffler din centrul orașului, se putea procura îmbrăcăminte dedicată exclusiv sezonului estival, în special costumele de baie pentru femei, bărbați și copii, în asortament foarte bogat.<sup>134</sup>

Abundența de modele era generată și prezentată anual de cele aproape de 50 de case din Paris, capitala Franței, epicentrul modei de pe mapamond în perioada imediat următoare încheierii Primului Război Mondial. Adoptarea neconvențională a *haute-couture*-ului în sfera stilisticului a impus implicit o indubitabilă schimbarea de concept și atitudine, transformând moda impusă de oameni, într-o modă împinsă către oameni.<sup>135</sup>

Suflul noului val de tendințe ale curentului parizian era adus spre cunoaștere publicului iubitor de modă prin corespondența cu diferitele case de modă, cu predicție pariziene. Prin urmare, colaboratoarea din Paris a periodicului *Fruncea*, semnată

<sup>123</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 4 (Timișoara, 1924): 4; VI, 15 (1926): 13; VII, 5 (1927): 4; nr. 6, 4; nr. 17, 8; nr. 19, 4; nr. 19, 4; nr. 23, 4; nr. 27, 2; *Nădejdea* III, 356 (Timișoara, 1923): 2; nr. 357, 3; IV, 369 (1924): 2.

<sup>124</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* III, 35 (Timișoara, 1936): 6.

<sup>125</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 1 (Timișoara, 1924): 4; nr. 24, 3; nr. 52, 9; V, 20 (1925): 8; nr. 78, 4; nr. 79, 4; VI, 3 (1926): 4; nr. 15, 13; nr. 26, 4; nr. 27, 4; nr. 29, 4; nr. 31, 4; nr. 32, 4; nr. 34, 4; nr. 36, 4; *Banatul Românesc* VI, 30 (1924): 4.

<sup>126</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 37 (Timișoara, 1935): 6; nr. 38, 3; nr. 40, 3; nr. 41, 5.

<sup>127</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 39 (Timișoara, 1935): 4; nr. 40, 3; nr. 41, 6.

<sup>128</sup> Reclama se află în ziarul *Nădejdea* II, 276 (Timișoara, 1922): 6.

<sup>129</sup> Reclama se află în ziarul *Nădejdea* II, 276 (Timișoara, 1922): 5.

<sup>130</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* III, 40 (Timișoara, 1923): 2; nr. 41, 2; nr. 45, 4.

<sup>131</sup> Reclama se află în ziarul *Nădejdea* I, 32 (Timișoara, 1921): 2; *Banatul Românesc* V, 43 (Timișoara, 1923): 4.

<sup>132</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* III, 39 (Timișoara, 1936): 2; nr. 40, 2; nr. 44, 2; nr. 46, 2.

<sup>133</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* V, 1248 (Timișoara, 1934): 2.

<sup>134</sup> Popescu, *Timișoara interbelică*, 212.

<sup>135</sup> Dominique Waquet, Marion Laporte, *Moda* (București: Editura Corint, 2003), 89.

C.J., sub numele ei real Claire Jouret<sup>136</sup>, a realizat o analiză complexă și obiectivă referitoare la ultimele tendințe stilistice, ce urmau a fi introduse și în arealul modelistic interbelic din Timișoara.

Mirajul *Belle Epoque-ului* (1870–1914) a constituit punctul de inspirație al creatoarelor de modă occidentale, ale căror piese vestimentare preiau subtil din detaliile existente în rochiile lungi, brodate atent, definind elegant linia feminității clasice. Dintre cei ce s-au aplecat cu mîgală asupra îmbogățirii esteticului în modă amintim pe: Molyneux, Chanel, Lanvin, Schiaparelli, Mainbocher, Lucile Paray, Heim, Marcel Rochas, Robert Piquet. Chiar dacă aproape toate piesele create se încadrau într-un anume stil, existau și particularități definitorii pentru fiecare designer în parte.

Astfel, în colecțiile pentru toamna anului 1935, Molyneux prezenta piese caracterizate prin imense cape de seară cu frumoase cute, rochiile strânse pe corp, formând o trenă sau fuste foarte bogate. De asemenea, ca accesorii utile anotimpului rece erau prezentate mănușile de culori alese: ruginiu, verde închis, galben canari, bleu-griș, și pălăriile foarte mici, având garnitura concentrată în față și așezată în înălțime. În timpul zilei culorile predominante în îmbrăcăminte erau brunul și verdele, iar pentru după amiază se purtau rochiile strânse însoțite de cape de blană.<sup>137</sup> Pe de altă parte, vestimentația adecvată petrecerilor nocturne, îndeosebi rochiile de seară, erau definite de linia croiului strânsă pe corp, de trena ce avea un decor compus din efecte florale ample, confecționate din tafta, aidoma celor din 1890.<sup>138</sup>

Casa de Modă Chanel prezenta o colecție vestimentară originală de toamnă, ce cuprindea pantaloni turcești, bufanți. Detaliul exponențial al colecției l-a reprezentat folosirea damascului.<sup>139</sup>

Din colecțiile creatoarei franceze Lanvin s-a evidențiat fusta pantolon, ca o piesă originală în moda acelor ani, purtată deseori și în zilele noastre și definită în special de drape-uri feminine<sup>140</sup>, mantouri cu trenă lucrate din tafta neagră, cu mânecile brodate și rochiile de vară inspirate din portul țărănesc, cu mânecile supradimensionate.<sup>141</sup>

Una dintre cele mai extravagante colecții de primăvară-toamnă a fost considerată cea a Casei de Modă Schiaparelli. Diferențiată din punct de vedere al materialelor folosite după momentele zilei, în cadrul acesteia s-au sesizat costumele sport cu buzunare închise prin închizători fulger, din materii plastice în tonuri tranșante, și nasturii în formă de lacăt. Seara, rochiile au fustele ridicate prin drapeuri, care fac să apară pantalonii de culoare diferită de cea a rochiei, definind prin aceasta portul turcesc. Culorile predominante ale acestei colecții erau verdele și violetul. O altă noutate prezentată erau mănușile din vulpe argintie<sup>142</sup>, ce dădeau eleganță oricărei ținute. Bluzele de primăvară

<sup>136</sup> "Moda," în *Fruncea* II, 27 (Timișoara, 1935): 7; "Moda. Gravurile noastre originale," în *Fruncea* II, 31 (1935): 4.

<sup>137</sup> Claire Jouret, "Colecțiile de toamnă la Paris," în *Fruncea* II, 32 (Timișoara, 1935): 3.

<sup>138</sup> Claire Jouret, "Colecțiile de primăvară la Paris," în *Fruncea* II, 11 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>139</sup> Claire Jouret, "Colecțiile de toamnă la Paris," în *Fruncea* II, 32 (Timișoara, 1935): 3.

<sup>140</sup> Ibid.

<sup>141</sup> Claire Jouret, "Colecțiile de primăvară la Paris," în *Fruncea* II, 11 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>142</sup> Claire Jouret, "Colecțiile de toamnă la Paris," în *Fruncea* II, 32 (Timișoara, 1935): 3.

erau în stil țărănesc, culisate la gât, iar rochiile de curse sau *gardenparty* erau strâmte și lungi.<sup>143</sup>

Creatorul Mainbocher a îmbrățișat stilul clasic, definit prin simplitate și eleganță, identificat în deosebi prin detalii, nasturi sau închizători, precum și de rochiile de seară strâmte, în care se pășea anevoios.<sup>144</sup>

Decolteurile impunătoare, inspirate din rochiile purtate la curțile imperiale, erau etalate în colecțiile lui Lucile Paray. Punctele forte ale acestei colecții au fost reprezentate de ansamblurile pentru zi din *tweed ecossais*, de rochiile plisate pentru după amiaza, cu mâneci foarte bogat lucrate, precum și de manșoane, mâneci întregi din blană.<sup>145</sup>

Cromatică exprimată de trei sferturi de culoare, cu mâneci de blană de vulpe sau din mătase și foarte voluminoase, defineau influență italiană regăsită în colecțiile lui Rochas. Alte combinații de modă ce se extrag din colecție sunt vestele de culori violet, care se asortau cu bluzele pe o fustă de catifea sau satin negru, iar rochia de teatru era concepută din satin gri-alb cu o bluză de muselină neagră.<sup>146</sup>

Elemente ale vestimentației medievale, coagulate prin țesăturile grele și culorile adânci și calde, precum și entități modelistice de influență asiatică, reliefată prin drapeuri în jurul gleznelor, prin mâneci largi de inspirație chinezească, conturează o colecție de toamnă a creatorul francez Robert Piquet.<sup>147</sup> În schimb, aerul primăvăratic își face simțit prezența printr-un compleu original, format din bluză din muselină vopsită cu aur, fustă și capă din saten negru cu gulerul de organdi negru.<sup>148</sup>

Creatoarea Rosine Paris a prezentat o colecție dedicată hainelor de utilitate zilnică, cu tentă elegantă, compusă dintr-un jersu negru cu gulerul înalt în față, care coboară în spate și fustă înfășurată în crețuri.<sup>149</sup>

Aflat într-o corespondență complementară, înglobat unei dependențe stilistice, raportată unitar cu variația combinațiilor vestimentare, modul de alegere a încălțămintei s-a integrat uniform în toate curente de mode interbelice. Încă din secolul al XX-lea, cizmele și botinele n-au mai fost considerate doar un simplu accesoriu ce îmbrăca piciorul, ci au indus ipoteza creării unui întreg stil vestimentar.<sup>150</sup> Observabili odată cu reducerea dimensiunii rochiilor, pantofii de damă intră în cotidianul interbelic, aceștia se caracterizau, la începutul deceniului doi, prin vârful închis, fiind confecționați, în cele mai dese cazuri, din piele neagră, cu tocul mic disponibil în diferite culori, iar clientele mai înstărite aveau posibilitatea de a alege montarea de bijuterii sau ținte pe tocuri. Pentru susținerea piciorului, la nivelul labei superioare acesta era prevăzut cu o baretă ce se închidea cu nasturi în partea laterală, iar din 1922 baretă sub forma literei *T* devine

<sup>143</sup> Ibid.

<sup>144</sup> Claire Jouret, *Colecțiile de primăvară la Paris*, în *Fruncea* II, 10 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>145</sup> Claire Jouret, "Colecțiile de toamnă la Paris," în *Fruncea* II, 32 (Timișoara, 1935): 3.

<sup>146</sup> Ibid.

<sup>147</sup> Ibid.

<sup>148</sup> Claire Jouret, "Colecțiile de primăvară la Paris," în *Fruncea* II, 11 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>149</sup> Claire Jouret, "Moda," în *Fruncea* II, 33, 1935, p. 3.

<sup>150</sup> Waquet, Laporte, *Moda*, 9.

predominantă. În 1930, o alternativă practică pentru ținuta de zi erau pantofii Oxford, cu tocuri cubaneze, având vârful rotund sau deschis.<sup>151</sup> Tocul pantofului măsura aproximativ 4–5 cm, iar bareta era prevăzută cu decorații din metal, antilopă și piele aurie.<sup>152</sup> De altfel, în 1934 purtarea diferitelor tipuri de pantofi feminini era în funcție de perioadele zilei: pantoful purtat dimineața avea tocul jos și vârful mai rotunjit, confecționat dintr-o piele mai solidă, în miezul zilei se purtau pantofi din șevro, lac sau căprioară, accesoriizați cu cataramă, șireturi și funde, iar seara predomina încălțăminte elegantă, cu tocul foarte înalt și botul bine ascuțit, cu motive din metal și pietre.

Alternativa masculină din domeniul încălțăminte oferea o colecție mai restrânsă de modele, în care se remarcau ghetetele din lac<sup>153</sup>, iar iubitorii sporturilor extreme, cu precădere cei ce practicau alpinismul, aveau posibilitatea de a-și achiziționa încălțăminte din piele, la prețul de 1500 de lei în 1922<sup>154</sup>, în 1923 prețul crescând la 2000 lei.<sup>155</sup>

O concurență acerbă se dezvoltă în domeniul materialelor necesare pentru repararea încălțăminte, îndeosebi a tălpilor de cauciuc. Firmele *Berson*<sup>156</sup> și *Palma*<sup>157</sup> se întrec în reclame viu animate, pline de mesaje simple, dar directe, ornamentate cu o grafică sugestivă pentru fiecare categorie de cumpărător.

Diferitele modele de încălțăminte, conform tendințelor modei din aceea perioadă, erau puse spre vânzare în magazinul *Echo* din Piața Sfântul Gheorghe<sup>158</sup> iar încălțăminte de lux se puteau achiziționa de la magazinul lui Vasile Oprea.<sup>159</sup> Ghetete de diferite modele și mărimi erau puse spre vânzare în magazinele lui Friedmann<sup>160</sup>, Iuliu Bilitz la prețuri între 295 și 495 lei<sup>161</sup> și în depozitul de ghetete *Dermata* a cărei prețuri se încadrau între 500–650 de lei.<sup>162</sup> Tot în domeniul încălțăminte s-a evidențiat fabrica *Turul*, înființată în februarie 1901 de către Alfred Fränkel din Mödling, ale cărei produse erau puse în vânzare în trei locații din Timișoara: Piața Libertății, nr. 5, Bulevardul Berthelot, nr. 31, Calea Buziașului, nr. 15.<sup>163</sup> În aria producerii încălțăminte identificăm spoturi publicitare ce promovau fabrica franceză *Hutchinson*<sup>164</sup> ale cărei

<sup>151</sup> Fogg, *Moda*, 241.

<sup>152</sup> Scurtu, Buzatu, *Istoria românilor în secolul XX*, 80.

<sup>153</sup> Ioan Scurtu *et alii*, *Istoria Românilor*, 165.

<sup>154</sup> Reclama se află în ziarul *Curierul Pielii* I, 5 (Timișoara, 1922): 16.

<sup>155</sup> Reclama se află în ziarul *Curierul Pielii* II, 23 (Timișoara, 1923): 20.

<sup>156</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* III, 40 (Timișoara, 1923): 2; nr. 41, 2; IV, 15 (1924): 4; nr. 17, 6; V, 21 (1925): 6.

<sup>157</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* III, 40 (Timișoara, 1923): 2; nr. 41, 2; nr. 45, 4; IV, 17 (1924): 7; VI, 15 (1926): 14; nr. 26, 4; nr. 27, 4; nr. 29, 4; nr. 31, 4; VII, 18 (1927): 4; nr. 21, 4; VIII, 37 (1928): 4.

<sup>158</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 1 (Timișoara, 1924): 6.

<sup>159</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IV, 954 (Timișoara, 1933): 2.

<sup>160</sup> Reclama se află în ziarul *Zbiciul* II, 23 (Timișoara, 1935): 4.

<sup>161</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* II, 284 (Timișoara, 1931): 2.

<sup>162</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IV, 710 (Timișoara, 1933): 2.

<sup>163</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* II, 1 (Timișoara, 1922): 4; IV, 1 (1924): 9; nr. 52, 12; V, 20 (1925): 9; nr. 80, 14; VII, 17 (1927): 8.

<sup>164</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* XIII, 13 (Timișoara, 1933): 4.

produse erau expuse în magazinul *Carmen* la prețuri ce oscilau între 165 și 320 de lei<sup>165</sup>, Fabrica de ghetete cu vânzare *en-gros* *Grassnek Emil*.<sup>166</sup> Materia primă de calitate pentru realizarea diferitelor modele de încălțăminte se procura de la Pavel Kern, magazin de piele din zona Fabric, strada Dacilor 22<sup>167</sup>, precum și la fabrica Record Majestic, unde se realizau șireturi pentru ghetete și pantofi din păr de capră, bumbac, mătase artificială și mătase naturală.<sup>168</sup>

Elementul ce deservea la accesoriizarea zonei capilare, intens promovată și des utilizată în perioada interbelică, a fost pălăria. Adoptată de ambele genuri, în jurul acestui accesoriu s-a conturat un real interes manifestat atât de creatori cât și de cumpărători.

Modificări în conformația acestui articol s-au sesizat la finalul primului conflict militar de anvergură mondială, prin reducerea considerabilă a dimensiunilor, imitându-se astfel casca militară nemțească. Creată în 1908 de modelista Caroline Reboux, dar cu un real succes în anii 1920, pălăria cloș confecționată din lână a întregit aspectul *garçonne* al femeii interbelice.<sup>169</sup> De asemenea, se remarcă clopotul, produs vestimentar derivat din categoria pălăriilor de damă, purtat în deosebi în anii 1920, caracterizat prin faptul că înălțimea depășea semnificativ lățimea acesteia. Din anii 1930, pălăria feminină preia forme fanteziste, încât în alura acesteia s-au împrumutat forme triunghiulare sau trapezoidale. Caracteristic în aspectul pălăriilor feminine din primăvara anului 1934 era diversitatea mărimilor și accesoriizarea cu pene și voalete<sup>170</sup>, pe când în 1935 modelele de pălării intrate în uz îmbrățișează forme excentrice, iar materialele din care sunt confecționate devin din ce în ce mai diverse, precum paiul și celofanul, excelând prin combinații ce anexează în compoziție metalul și penele.<sup>171</sup> Alte ornamente deosebite, precum spicul de grâu, flori, panglici din catifea sau dantelă plisată amplasate pe boruri, s-au introdus în compoziția stilistică a pălăriilor.<sup>172</sup> Des utilizate în moda interbelică au fost pălăriile sub formă de tamburină, potrivite persoanelor cu fața ovală. Alt tip de pălărie era cea sub formă de bonetă, care se armoniza cu o cravată sau fundă din același material. Ca noutate s-au remarcat pălăriile *niniche*, având formă mare cu borul ridicat.<sup>173</sup> Forma conică, ornamentarea cu broderie orientală, “toculiță de o ștrengărească feminitate”<sup>174</sup>, precum și alte modele poliunghiulare sunt elemente stilistice ce au conturat pălăria din colecția de primăvară a anului 1938.

În Timișoara interbelică pălăriile de damă erau expuse spre achiziționare în magazinul *Wilhelm* din strada Huniade nr. 2<sup>175</sup>, în casa de modă *Szegedy* de pe Bulevardul

<sup>165</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IV, 710 (Timișoara, 1933): 2.

<sup>166</sup> Reclama se află în ziarul *Curierul Pielii* I, 5 (Timișoara, 1922): 6.

<sup>167</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* II, 71 (Timișoara, 1922): 4.

<sup>168</sup> Reclama se află în ziarul *Curierul Pielii* I, 5 (Timișoara, 1922): 2.

<sup>169</sup> Fogg, *Moda*, 227

<sup>170</sup> Articol semnat C., “Noutățile zilei la Paris,” în *Fruncea* I, 3 (Timișoara, 1934): 4.

<sup>171</sup> Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 6, (Timișoara, 1935): 7.

<sup>172</sup> “Moda. Pălării,” în *Fruncea* II, 13 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>173</sup> “Moda,” în *Fruncea* II, 15 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>174</sup> Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XII, 579 (Timișoara, 1938): 23.

<sup>175</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 1 (Timișoara, 1924): 4.

Berthelot, din cartierul Iosefin<sup>176</sup>, precum și la magazinul *Salon Chic*, patronat de G. Kerschek și Eugenia Merö, din strada Dacia nr. 28<sup>177</sup>, iar firma de pălării E.K. Tomas din zona Iosefin anunța publicul larg de punerea în vânzare a pălărilor de damă de tip vienez.<sup>178</sup> Aceleași accesorii capilare, confecționate stilistic după influențele pariziene, s-au regăsit la Cornelia Kirschner, locație unde existau și servicii de reparare a pălărilor.<sup>179</sup> În 1932 era anunțată prin media publicistică deschiderea magazinului *Florence*, unde erau puse în vânzare pălării de damă realizate după moda interbelică de influență vieneză și pariziană, iar pentru ajustarea unui produs prețul pornea de la suma de 60 de lei<sup>180</sup>, preț regăsit și la *Salonul Gaby*, de pe Strada 3 August nr. 16.<sup>181</sup> Produse încadrate în aceeași gamă de sortimente se puneau în vânzare la Gabriel Papp, unde pălăriile costau între 200 și 300 de lei.<sup>182</sup> Un important centru de producției aferent domeniului pălărilor l-a constituit fabrica *Korber* din Timișoara, considerată prima fabrică de pălării și cloșuri din Ardeal și Vechiul Regat.<sup>183</sup>

În arealul modelistic al accesoriiilor capilare de tip masculin, am remarcat perpetuarea unor produse aflate în vogă încă din perioada antebelică. Pălăria mare, cilindricul sau jobenul erau catalogate și în interbelic drept un semn al eleganței și fastului, asociate garderobei bărbătești. Purtată din 1790, când *Franklin cel dintâi*, reprezentantul republicii Statelor Unite ale Americii, își face apariția la Paris, lansând această modă cu predilecție printre junii democrați, care considerau acest obiect ca fiind un simbol revoluționar. Cu toate acestea, existau unele țări precum Germania, Austria și Rusia unde a fost interzisă purtarea acesteia până în anul 1840, moment în care a fost preluată de majoritatea populației masculine<sup>184</sup>, în special de cei din înalta societate.

Totodată, pălăria bărbătească a avut un impact major în publicitatea gazetărească. Domnii ce doreau a fi în pas cu moda își puteau procura elegantele pălării de la renumita fabrică a domnului Gustav Novak, fondată în 1896, aflată în strada Bonnaz, nr. 20, din cartierul Iosefin.<sup>185</sup> Concise, concrete și cu un mesaj clar către consumatori, caracterizate printr-o grafică deosebită, presărate cu o abordare textuală compusă uneori din versuri, reclamele pălărilor Novak ar putea fi considerate un etalon chiar și în industria publicitară actuală. Interesul potențialilor cumpărători nu era generat doar de artificiile artistice, ci chiar de expunerea transparentă a prețului de achiziție pentru fiecare articol

<sup>176</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 43 (Timișoara, 1924): 3; VII, 38 (1927): 4.

<sup>177</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* II, nr. 32 (Timișoara, 1922): 3; *Fruncea* II, 13 (1935): 4; nr. 18, 5.

<sup>178</sup> Reclama se află în ziarul *Nădejdea* I, 126 (Timișoara, 1921): 1.

<sup>179</sup> Reclama se află în ziarul *Nădejde*, II, 276 (Timișoara, 1922): 6.

<sup>180</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* III, 509 (Timișoara, 1932): 2.

<sup>181</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IV, 825 (Timișoara, 1933): 2.

<sup>182</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* II, 284 (Timișoara, 1931): 2.

<sup>183</sup> "Fabrica Korber își va înceta activitatea," în *Vestul* I X, 2254 (Timișoara, 1938): 2.

<sup>184</sup> "Cum se schimbă moda," în *Clujul Românesc* II, 17 (Cluj, 1925): 2.

<sup>185</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 17 (Timișoara, 1924): 6; nr. 52, 13; V, 20 (1925): 9; VI, 42 (1926): 4; VII, 18 (1927): 4; nr. 49, 4; VIII, nr. 4 (1928): 9; XII, 1 (1932): 3; nr. 3, 4; nr. 20, 4; *Fruncea* III, 51–52 (Timișoara, 1936): 11.

în parte. Spre exemplu, pălării din această fabrică au costat între 160 și 240 de lei.<sup>186</sup> Promovat printr-un text respectuos, magazinul *Ioan Balint* invita publicul să achiziționeze la prețuri pornind de la 100 de lei<sup>187</sup> diferite accesorii din moda bărbătească precum pălării, chipiuri, cămăși, gulere, manșete, ciorapi și cravate.<sup>188</sup>

Păstrând cercetarea în sfera accesoriilor, amintim că un real aport în definirea și strălucirea unei ținute l-au reprezentat bijuteriile. Folosite îndeosebi pentru completarea ținutelor simple, podoabele prețioase armonizau estetic aparițiile feminine. Îndeosebi se remarcă bijuteriile cu pietre veritabile, precum briliantul sau perlele autentice.<sup>189</sup> O modă aparte în sfera accesoriilor a fost lansată de Coco Chanel, prin bijuteriile false de efect, ce nu mai imitau pietrele prețioase, cum ar fi brățările confecționate din bachelită sau lucită maleabilă, în culorii vii, broșele din piatră de Rin, agrafe și coliere ce reflectau pe rochii detalii derivate din elemente geometrice. La gât se purtau coliere din perle albe și jais, iar mărgelile erau lungi, ajungând chiar în zona taliei. Umerii erau acoperiți de șalurile din pene sau de eșarfele din blană asortate cu evantaie.<sup>190</sup> Tot în aria accesoriilor s-au evidențiat centurile, mănușile din in<sup>191</sup> și de vulpe argintie.<sup>192</sup> În ceea ce privește accesoriile masculine, regăsim elemente precum ceasul cu lanț de aur sau argint, bastonul cu cap de fildeș<sup>193</sup>, cravata și butonierele ce datau din a doua jumătate a secolului al XIX-lea.<sup>194</sup> Produse încadrate în sfera accesoriilor de lux puteau fi achiziționate în Timișoara interbelică prin intermediul magazinelor de bijuterii *Drachsler*<sup>195</sup> și *Iritz*.<sup>196</sup>

Etalarea armonioasă a nurilor și cultul pentru estetica aspectului exterior, devenită preocuparea cotidiană, manifestată frecvent în special în rândul femeilor, s-au transpus conceptual în starea de fapt a Timișoarei ca metropolă cosmopolită. Analizarea modei interbelice din punct de vedere social a dezavuat prezența unei anumite civilizații, prin care s-au transmis un ansamblu de opinii, atitudini și comportamente derivate dintr-un anumit fel de a gândi și implicit de a exista. Modelarea gustului și perceperea modei ca o formă independentă de exprimare erau argumentele solide în combaterea conceptului de stratificare socială și uniformizare, bazat pe ideologii tradiționaliste. Astfel, prin emanciparea bazată pe schimbarea modului de exprimare vestimentară se

<sup>186</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* VII, 19 (Timișoara, 1927): 4.

<sup>187</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* II, 296 (Timișoara, 1931): 2.

<sup>188</sup> Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* III, 40 (Timișoara, 1923): 2; nr. 41, 2; V, 10 (1925): 6; nr. 20, 8; nr. 21, 6; nr. 41, 4; nr. 42, 4; XVI, 50 (1936): 3; nr. 51, 3; *Nădejdea* II, 276 (Timișoara, 1922): 6; III, 290 (1923): 6; *Banatul Românesc* V, 43 (Timișoara, 1923): 4; *Zbiciul* III, 3 (Timișoara, 1936): 2; nr. 4, 2.

<sup>189</sup> "Știri de modă," în *Fruncea* II, 19 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>190</sup> Fogg, *Moda*, 241.

<sup>191</sup> "Ce se poartă la Paris? Picățele," în *Fruncea* II, 23 (Timișoara, 1935): 5.

<sup>192</sup> Claire Jouret, "Colecțiile de toamnă la Paris," în *Fruncea* II, 32 (Timișoara, 1935): 3.

<sup>193</sup> Ioan Scurtu *et alii*, *Istoria Românilor*, 165.

<sup>194</sup> Fogg, *Moda*, 275.

<sup>195</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* II, 214 (Timișoara, 1931): 2.

<sup>196</sup> Reclama se află în ziarul *Vestul* IV, 903 (Timișoara, 1933): 2.

deschidea viziunea oamenilor asupra modului de comunicare, încercându-se demitizarea prejudecăților referitoare la legătura îmbrăcăminte-caracter.

Identificarea modei ca o adevărată industrie presupunea promovarea arealului dedicat vestimentației prin reclama publicistică, ce se caracterizează prin valorificarea atributelor pozitive și minimizarea pe cât posibil a carențelor acestora. Prin urmare, exprimarea folosită în transmiterea mesajului publicitar se realiza de așa maniera încât în viziunea potențialului client să primeze calitățile produsului și nu defectele acestuia, iar reclama din perioada interbelică ar fi chiar idealul marilor corporații actuale, în care mesajul spune tot, nu lasă loc de interpretări, orientând produsul direct către cumpărător.

Impactul produs de finalizarea ostilităților aferente primei conflagrații mondiale se răsfrânge implicit asupra civilizației umane și asupra arealului modelistic. Pe fondul unei emancipări în plină expansiune, diverși stilști propun articole și modele vestimentare îndrăznețe, chiar revoluționare pe alocuri. În concluzie, proiecția acestui concept asupra cotidianului interbelic timișorean își găsește rezultanta în îmbinarea complementară dintre influențele inovatoare pariziene, implementate asupra modului de viață riguros, de tip germanic.

## FASHION IN THE INTER-WAR JOURNALS IN TIMIȘOARA

### *Abstract*

Ethimologically originated in the root of the Indo-European word *muid* (for the Romanian word for *moda* = fashion) fashion might be defined as a complex mechanism to spotlight the way the civilization is able to achieve the tendency generated by the promoting factors of a society. The written Press was one of those factors. The journals in Timișoara, with their particular shape to facilitate reading everywhere and at any moment, generously published advertorials but also rigorously documented ones on essential elements in the fashion field.

The present research attempts to explore the interaction between fashion and the inter-war society in Timișoara, in a step by step analyze of any specific interrelated entity. Data from advertorials and articles on fashion as they were found up in Timișoara journals – *Nădejdea*, *Voința Banatului*, *Vestul*, and *Fruncea* – are referred preponderantly to, the last of the cited journals having a large fashion rubric called Woman's Page.

In the context of various tendencies the clothes presentation was also different, according to geographical or social points of view. The conservatory fashion of rural costume was still in great favor in villages, especially for of full age persons.

The end of the military conflicts of World War I generated a real stylists' creative emulation and they initiated the vestimentary Art Nouveau style concerned with organic shapes and natural perception that brought forward abstract and surrealist compositions.

They were various perceptible modifications in the fashion field during the inter-war times, like the three quarters length robes or even robes up to knees, low bodice down to hips or robes of thin and transparent fabrics.

Falling of New York Bourse Wall Street in 1929 and especially the immediate results

of it, with the wages reduce and unemployment increasing perspective gave birth to a new phenomenon, namely the human work reorientation toward manufacturing, as home knitting was. Tailoring was another field to develop at that time. Existence of numerous tailors with their special shops of a high quality made the tailor rise from a simple doer of clothes to a real esthetician, at the same social rank with a doctor or an advocate; so tailoring became a true art.

The taste modeling and perception of fashion as an independent way to express him/herself were taken for solid arguments in combating with the social stratification and standardization concept that originated in traditionalist ideologies. Emancipation through changing the vestimentary way a new vision was opened on communication, with an attempt to de-mythify preconceived ideas referring to connection between clothes and character. All these aspects directly converge in positioning Timișoara for a metropolis where harmonious presentation of charms and the cult of the external esthetic aspect were the daily and ever frequent care, especially when speaking about women.