

PRODUSE DE IGIENĂ ȘI ÎNFRUMUȘETARE ÎN TIMIȘOARA INTERBELICĂ

*Minodora Damian**

Cuvinte cheie: Timișoara, perioada interbelică, produse cosmetice, igienă, saloane

Keywords: Timișoara, interwar period, beauty products, hygiene, parlor

Îngrijirea corporală și ajustarea deficiențelor inestetice s-a constituit a fi, încă din negura timpurilor, o preocupare naturală în cotidianul societății umane, cu predilecție existentă în arealul genului frumos. Începând cu practicarea vopsirii părului la aborigenii indo-amerincani, continuând cu kohl-ul de Ispahan, renumitul tratament al vechilor egipteni pentru înviorarea ochilor, cosmetica s-a extins progresiv în cadrul cutumelor de înfrumusețare.

Înfrumusețarea aspectului exterior a derivat dintr-un proces complex de emancipare socială, generat ad-hoc dintr-o necesitate expansivă a firii umane de a demitiza conceptele tradiționalist-conservatoare, neclintite de-a lungul timpului.

Unul dintre itemii ce avea să intervină activ la schimbarea pozitivă a cotidianului interbelic bănățean s-a dovedit a fi cosmetica. Provenită etimologic din grecescul *kosmeticos*, ce înseamnă măiestrie în împodobire, cosmetica constituie arta practică de îngrijire igienică a feței și a părului cu ajutorul unor metode și preparate speciale.

Negura istoriei dezvăluie prezența unui interes canalizat spre îngrijirea și înfrumusețarea aspectului exterior. Încă din antichitatea orientală, cu precădere în Arabia, Caldeea, Babilonia și în Egipt se cunoșteau metode și procedee de preparare a unor produse folosite în procedurile de îmbunătățire a esteticului. Împăratul persan Darius, după cucerirea Arabiei, primea ca tribut plante din care se extrăgeau esențe folosite la parfumuri. Mai apoi, împăratul roman Tiberiu își aplica zilnic pe corp diverse uleiuri aromate. Tot în arealul romanității antice se distinge împăratul Heliogabal, ce impunea prin decret ca încăperea feminină de la palat să fie mereu parfumată. Urmând firul istoriei, în evul

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

mediu regăsim reintroducerea produselor parfumate de către cruciații reînțorși din războaiele purtate în orientul mijlociu.¹

Restrângând cercetarea asupra itemilor igienici asupra spațiului românesc se constată existența acestora încă de la mijlocul secolului al XIX-lea, în special folosirea pe scară largă a săpunului. Procurat cu precădere din import, cel în a cărui componență se regăseau miresme florale provenea din vest, cel ce conținea mirosuri de plante aromatice era adus prin filiera otomană. Achiziționat la un preț mediu, săpunul era folosit din în ce mai frecvent în tabieturile igienice, fiind mai ales combinat, de cei din înaltă societate, cu uleiuri arome benefice în procesul de întreținere a epidermei. De altfel, pudra sau pomada, important produs cosmetic, a fost introdus pe piața românească după 1850, odată cu cremele pentru față și corp dedicate în special femeilor, iar în igiena podoabei capilare era utilizat frecvent combinarea săpunului cu uleiurile frumos mirositoare, compoziție ce astăzi poartă numele de șampon. În estetica facială componenta de bază rămânea fardul, folosit încă din evul mediu, dobândind noi valențe în interbelic, la moda fiind alunițele false aplicate cu gust, ce ofereau un aspect atrăgător.²

Din punct de vedere al obiectului de activitate, cosmetica se împarte în cosmetica integrală și cosmetica decorativă. Cosmetica integrală cuprinde regulile generale care privesc menținerea corespunzătoare a sănătății corpului și a pielii prin procedee ca: băi, dușuri, masaj, gimnastică, iar cosmetica decorativă uzează de tratamente cosmetice, de produse cosmetice și de machiere.

Pe de altă parte, din același punct de vedere, cel a obiectului de activitate, în cercetarea efectuată se disting două componente: locațiile în care au fost prestate servicii de înfrumusețare și produsele ce se folosesc în cadrul procedurilor de înfrumusețare.

Identitatea socio-economico-financiară a Timișoarei prinde contur după finalizarea primului război mondial. Efectul imediat al acestui fapt se materializează în tendința de emancipare a populației. Încetarea ostilităților primei conflagrații mondiale aduce cu sine atât eliberarea teritorial-politică, dar mai ales deschiderea spiritual-creativă, ce prevestea o schimbare cutezătoare aproape în întreg spectrul vieții cotidiene.

O primă consecință a constituit-o intrarea în legalitate a zilelor de repaus și odihnă. În consecință, autoritățile întreprind unele demersuri legislative, cum ar fi: în 1925 se aprobă Legea repausului duminical și al sărbătorilor legale, iar în 1928 se aprobă Legea pentru contractele colective de muncă dintre patroni și salariații din industrie și comerț, prin care s-a stabilit reducerea duratei zilei de lucru la 8 ore.³

¹ Articol semnat ÈÈ., "Farba și albețele ...," în *Fruncea* II, 8 (Timișoara, 23 februarie 1935): 7.

² Adrian Majuru, *Cum se distrau românii odinioară* (București: Corint Books, 2019), 85.

³ Ioan Scurtu, *Viața cotidiană a românilor în perioada interbelică* (București: Rao, 2001),

Totuși autoritățile ce aveau ca obiect inspecția muncii sesizează unele nereguli în Timișoara anulului 1939, în ceea ce privește frizeriile și saloanele de coafură, ce își desfășurau activitatea și în ziua de duminică, fapt ce împiedica exercitarea unui control unitar de către organele abilitate. Ca măsură de remediere s-a propus împărțirea acestor unități comerciale în două categorii: de centru și periferice. Astfel, Ministerul Muncii a aprobat ca toate frizeriile și saloanele de coafură din cartierul Cetate, bulevardul Regina Maria, piața Traian din cartierul Fabric, strada Ștefan cel Mare, până la I.E.T., strada Decebal până la podul Dacilor, apoi strada Doja – piața Lahovary și bulevardul Mihai Viteazul din cartierul Elisabetin, bulevardul Carol I, de la podul Traian până la colțul străzii Odobești și piața Asănești – bulevardul Berthelot, strada I. C. Brătianu până la gara Domnița Elena, piața Dragalina până la colțul străzii Fröbl vor fi închise în zilele de duminică și sărbători, iar celelalte unități comerciale vor fi considerate ca fiind periferice și vor putea fi deschise duminica și în zilele de sărbătoare până la ora 12 p.m. și închise luna până la ora 13.⁴

De asemenea, Breasla bărbierilor și coaforilor a emis un comunicat prin care se atrăgea atenția patronilor de frizerii și ai saloanelor de coafură să respecte întocmai instrucțiunile date de Inspectoratul General al Muncii cu privire la repausul duminical.⁵

Bazându-se pe principiul egalității în drepturi, frizerii timișoreni întreprind în decembrie 1938 o acțiune prin care solicitau inspectorului financiar regional Vasile Tăutu reglementarea impozitelor ce trebuiau achitate ca urmare a activității acestora.⁶

În cadrul societății timișorene se naște ipoteza unei modernizări generate de dezvoltarea unei acțiuni de metamorfoză 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.⁷

Printre numeroșii factorii de emancipare, cosmetica a reprezentat unul dintre importanții itemi ai acestui concept, prezent cu predilecție în cotidianul femeilor timișorene. Utilizarea cosmeticelor se făcea în funcție de etate.

48–49; I. Scurtu, *Istoria civilizației românești. Perioada interbelică (1918–1940)* (București: Ed. Enciclopedică, 2012), 60–61.

⁴ “Repausul duminical al frizerilor și coaforilor din Timișoara a fost modificat,” în *Dacia* I, 19 (Timișoara, 11 august 1939): 6.

⁵ “Pentru bărbieri și coafori,” în *Dacia* I, 22 (Timișoara, 14 august 1939): 11.

⁶ “Memoriul frizerilor,” în *Biruința* VI, 435 (Timișoara, 15 februarie 1938): 2.

⁷ Lucian Popescu, *Timișoara interbelică și universul social din România* (București: Cartea Universitară, 2004), 123.

Doamnele trecute de prima tinerețe foloseau din abundență parfumul și pudra, pe când tinerele apelau des la rimel și ruj în estetica corporală.⁸

Dorința continuă de îmbunătățire estetică se manifestă plenar și în civilizația interbelică, specifică mai ales universului feminin. Sintagma femeia – simbol al frumuseții – impune o permanentă preocupare de menținere a unui sincron biunivoc între tendințele modei și propunerile existente pe piață.

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

Cercetarea noastră se bazează pe izvoarele istorice ce 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 îngrijirea corporală, înglobate în arealul jurnalistic interbelic timișorean. Prin urmare, ziarele “Nădejdea”, “Voința Banatului”, “Banatul Românesc”, “Fruncea”, “Zbiciul”, “Biruința”, “Dacia”, “Voința Poporului”, “Renașterea”, “Plugarul Român”, “Gazeta Banatului” și “Vestul” au constituit surse concrete de informații utile în abordarea unei tematici concurente cu sfera domeniului cosmetic interbelic timișorean.

Neintenționând a etala o situație completă a segmentului temporal încadrat de cele două războaie, arealul publicistic s-a erijat într-o sursă de informații ce a redat mentalitățile, obiceiurile, gusturile și activitățile populației României Mari. Alocate în spații generoase din arhitectura de paginație a ziarelor, reclamele au constituit atât reflexul componentei socio-culturale a publicului cititor de ziare, cât și instrumentul de occidentalizare a populației.

Procesul de emancipare declanșat odată cu finalul primei conflagrații mondiale se manifestă implicit și în viața de zi cu zi a timișorenilor. Presa mondenă dedică spații în care sunt promovați itemii caracteristici din sfera menținerii esteticului corpului uman. Mesajele emanate de spoturile publicitare ținteau spre promovarea produsului, indicând și locația de unde acesta putea fi procurat.

În materialul de față ne-am propus să abordăm o frântură din tematica specifică ariei igienei și cosmeticii, realizând o cercetare asupra coafurii, machiajului, a parfumeriei, dar și a îngrijirii corporale, pe baza reclamelor și articolelor din publicistica interbelică.

Utilizând abil talentul condeiului, gazetarii expuneau concentrat, în mesaje

⁸ Scurtu, *Viața cotidiană a românilor*, 190.

simple și concise, materiale referitoare la conceptul coagulării intense al liantului nedizolvabil dintre produs și persoană, prezentând informații-cheie prin care cititorii putea fi inițiați cu ușurință în sfera esteticii corporale.

Frecvența ridicată a aparițiilor spoturilor publicitare ce fac referire la arealul îngrijirii și esteticii corporale, conduc expres spre manifestarea unui interes deosebit exprimat prin dezvoltarea unui concept ce îngloba atât analiza temeinică a ceea ce înseamnă igiena umană, cât și generarea unui itinerariu de achiziționare a produselor aferente acesteia.

Avansarea cercetărilor în domeniul stomatologic, dermatologic și de nutriției conduc spre rezultate ce sunt redată publicului larg prin ample articole ce oferă sfaturi utile în aplicarea metodelor de menținere a sănătății esteticului uman. Dezvoltarea industriei chimico-farmaceutică înspre sfera cosmeticului a generat o serie de produse precum: șampoane, loțiuni și vopsele de păr, paste de dinți, rimel de ochi, pudre de față, rujuri, creme de corp și față, precum și diverse articole de parfumerie. Toate acestea puteau fi regăsite în diferite locații precum: drogheriile, parfumeriile, farmaciile cât și marile magazine universale.

Unul dintre principalele elemente ce armonizează estetic imaginea unei persoane îl constituie aranjarea și îngrijirea părului. Tendințele interbelice în domeniul coafurilor se caracterizează prin redimensionarea lungimii firului de păr și adoptarea tunsorilor lejere. Prin schimbările diametral opuse în modul de abordare a frizurilor feminine, erau reliefate cu prisosințe partea inferior dorsală a capului, ochii și pavilioanele auditive. Astfel că partea din spate era dezvelită, bretonul era tăiat o idee deasupra ochilor, spre a-i evidenția, iar pentru ascunderea urechilor se apela la buclarea perciunilor în sus.⁹

Demitizarea asocierii feminității cu dimensiunea părului lung se produce în anii 1920–1930, când tot mai des se adoptau tunsorile scurte de genul “Castle Bob”. Agreată în infanțitatea începutului de secol XX, frizura dreaptă, cu un breton care se termină în proximitatea sprâncenelor, folosită pentru acoperirea urechilor, prinde contur în moda hair-styling-ului interbelic. Tot mai multe doamne și domnișoare ce doreau a fi în pas cu moda apelau la încercări îndrăznețe de a renunța la lungimea părului, în detrimentul unei tunsori scurte și facil de întreținut, de tip “Eton”.¹⁰ Un nou punct de inflexiune în etalarea podoabei capilare l-a constituit Marea Recesiune din anii 1930. Acum lungimea părului era până deasupra umerilor, prins la spate, cu cărare pe mijloc sau într-o parte, iar toată suprafața acestuia era ondulată, dând impresia de valuri. Acestea încadrau fața și evidențiau nu doar liniile ei, ci în special pe cele ale gâtului, care

⁹ Articol semnat R., “Coafuri moderne,” în *Realitatea Ilustrată* VIII, 414 (Cluj, 27 decembrie 1934): 30.

¹⁰ Marnie Fogg, *Moda. Istoria completă* (București: Rao, 2015), 227.

părea suplu și grațios, aidoma vedetelor hollywoodiene Greta Garbo și Joanne Crawford.

Un aspect primordial în estetica capilară era igiena părului, menținută cu ajutorul șampoanelor și a soluțiilor nutritive aplicate scalpului. Din gama largă de produse, abil promovate, se regăseau atât cele cu componentă naturală, dar și acelea cu aditivi chimici. Astfel, sub sigla firmei Elida s-au regăsit șampoanele *Kumilloflor*, din flori de mușețel montan, creat special pentru părul blond, și *Brunetaflor*, ce conținea heguil, utilizat la îngrijirea și înfrumusețarea părului în tonuri închise.¹¹

Unor probleme precum căderea părului sau mătreața, li s-a încercat rezolvarea prin felurite soluții. În combaterea mătreații și pentru estomparea căderii părului se folosea șamponul *Pivaxon*¹², precum și a produsului *Capilogen Flora*.¹³

În funcție de tipul părului, se pretau diferite preparate pentru păstrarea buclelor.¹⁴ În scopul menținerii noilor forme aplicate podoabei capilare se recomanda folosirea cremei și fixativului de păr *Silvifix*.¹⁵

Pe lângă igiena părului, pentru un aspect plăcut și pentru estomparea efectelor cauzate de trecerea anilor era recomandată schimbarea culorii firului de păr. În vederea realizării unui efect reușit, era necesar a se ține cont de anumiți factori cum ar fi: culoarea tenului și a ochilor. Pentru doamnele excentrice, alegerea nuanțelor de păr se făcea conform tendințelor modei. Exemplară în acest sens era culoarea “acajou cloir”, nuanță mai pală din paleta mahonului.¹⁶

Pentru o cromatică estetică a părului se recomanda folosirea următoarelor vopsele de păr: *Eau Sallés*¹⁷, *Imédia*¹⁸, *Komol*¹⁹, *Colorin* la prețul de 120 lei²⁰, *Instantanee* cu 80 lei²¹ și *Tonal* la prețul de 70 lei flaconul.²² Desigur, existau și produse de utilitate universală precum *Gloria*, vopsea folosită atât pentru colorarea părului la femei, dar și pentru mascarea firelor albe din barba masculină.

¹¹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* IX, 548 (București, 21 iulie 1937): 5.

¹² Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 390 (București, 15 iulie 1934): 12.

¹³ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 42 (București, 14 decembrie 1929): 12.

¹⁴ Articol semnat ÉE., “Farba și albelele ...”, în *Fruncea* II, 2 (Timișoara, 22 ianuarie 1935): 7.

¹⁵ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 518 (București, 23 decembrie 1936): 23.

¹⁶ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 414 (București, 27 decembrie 1934): 30.

¹⁷ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 372 (București, 12 martie 1934): 3.

¹⁸ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 393 (București, 5 august 1934): 8.

¹⁹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 51 (București, 14 decembrie 1929): 33; 52 (21 decembrie 1929): 22.

²⁰ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 414 (București, 27 decembrie 1934): 24.

²¹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 51 (București, 14 decembrie 1929): 23; 52 (21 decembrie 1929): 38.

²² Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 382 (București, 20 mai 1934): 6.

Se putea achiziționa la prețurile de 25 și 50 lei, în funcție de gramaj, de la depozitul de pe Avram Iancu, nr. 4.²³

În trend cu modificările de emancipare, în Timișoara interbelică exista o bogată paletă de saloane de coafură, precum *Salonul Siebert* de pe strada Mărășești nr.1, unde s-au realizat bucle permanente Dauerwellen²⁴; *Coaforul de dame Perák I.*, aflat pe bulevardul Regele Ferdinand, unde se ofereau și servicii de manichiură²⁵; *Salonul Ideal* de pe bulevardul Carol nr. 12²⁶; *Salonul Huhn* din str. Eugenia de Savoia nr. 5²⁷; *Salonul Kohl* din strada Lonovics²⁸; *Salonul Elite*, situat în bulevardul Carol, nr. 10²⁹; *Salonul Erhard T.*, a cărui locație se situa lângă Hotel Splendid pe bulevardul Brătianu³⁰; *Coaforul de dame Ferencz & Co.* se afla pe strada Eminescu³¹; *Coaforul de dame Vâröri*, unde s-a realizat permanent fără aparat și electricitate păstrând părul buclat timp de 8 luni³²; *Coaforul de dame Mayer și Buzaș* existent în bulevardul Regele Ferdinand 16³³; *Salon de coafat pentru doamne* care se găsea în bulevardul Andrássy nr. 16³⁴; *Cosmetica Mado* unde pe lângă servicii de coafură se executau și servicii de cosmetică, după metode pariziene.³⁵ (Vezi Anexa 1)

Aidoma femeilor, și populația masculină era preocupată de îmbunătățirea aspectului exterior. Diverse schimbări s-au sesizat în modul de purtare a podoabei capilare și în special a celei faciale. Din feluritele modele de expunere a părului de pe față s-au sesizat a fi: barba, ciocul și mustățile à la *Kaiser Wilhelm*, mustățile de tip englezesc, ajungându-se până la dispariția completă a

²³ Reclama se află în ziarul *Nădejdea* II, 221 (Timișoara, 12 februarie 1922): 3; 233 (1 martie 1922): 2; 261 (30 iunie 1922): 4; 267 (10 august 1922): 4.

²⁴ Reclama se află în ziarul *Biruința*, VI, 422 (Timișoara, 30 ianuarie 1938): 2; 427 (6 februarie 1938): 3; 428 (8 februarie 1938): 2; 451 (6 martie 1938): 3.

²⁵ Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VII, 104 (Timișoara, 10 iulie 1929): 4; 116 (24 iulie 1929): 4; 125 (3 august 1929): 4; 128 (7 august 1929): 4; *Almanach de adrese, al Comerțului și Industriei din Timișoara și Banat* (Timișoara:1935), 212.

²⁶ Ibid.

²⁷ *Mare carte de adrese și indicator al domiciliilor Timișoara* (Timișoara: 1938), 123; *Almanach de adrese*, 212.

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid., 121.

³⁰ *Almanach de adrese*, 212.

³¹ Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VII, 228 (Timișoara, 2 decembrie 1929): 3.

³² Reclama se află în ziarul *Biruința* VI, 528 (Timișoara, 12 iulie 1938): 3; 532 (16 iulie 1938): 3; 535 (20 iulie 1938): 3; 542 (28 iulie 1938): 2; 547 (12 iulie 1938): 4.

³³ Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 36 (Timișoara, 26 octombrie 1935): 5; 41 (1 decembrie 1935): 5; 43 (15 decembrie 1935): 4; *Mare carte de adrese*, 123.

³⁴ Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VII, 114 (Timișoara, 21 iulie 1929): 4; 116 (24 iulie 1929): 2.

³⁵ Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 44 (Timișoara, 22 decembrie 1935): 6.

acestora.³⁶ Aceste ajustări estetice erau realizate cu ajutorul frizerilor, o componentă importantă din segmentul liber-profesioniștilor. (Vezi Anexa 2)

Soluția alternativă pentru înlăturarea sau aranjarea părului facial l-au constituit lamele de ras. Achiziționabile la prețuri accesibile, acestea se regăseau tot mai des în ustensile asociate tabieturilor masculine. Unul dintre produsele utilizate era lama de ras *Souplex*, dintre cele mai suple și ascuțite produse de acest gen.³⁷

Toate serviciile de aranjare a podoabei capilare și a celei faciale se realizau în coafourile mixte atât pentru dame cât și pentru domni, cum ar fi frizeria *Ioan Waltrich* din Cartierul Fabric³⁸; salonul de coafor și frizerie *Straja*, societate comercială ce-l avea ca proprietar pe Ilie Magda³⁹; frizeria pentru domni și doamne deținută de Cornel Maghețiu, unde se executau la prețuri modeste tunsori *Bob* și à *la Garson*⁴⁰; *Salonul Pirotsky*, ce oferea servicii mixte, atât pentru domni dar și pentru doamne, care presta spălătul părului, manichiura și ondulația la prețul de 15 lei⁴¹; frizeria pentru domni și doamne deținută de Francisc Varga⁴²; *Salonul de Bărbierit și Frezat* deținut de Dușan Bugarin, de pe strada Gheorghe Lazăr⁴³; frizeria pentru bărbați deținută de I. Weindorfer, care se afla în incinta Cazinoului.⁴⁴

Pe lângă remodelarea părului, în unele saloane clienții putea beneficia și de servicii pentru îngrijirea manichiurii, servicii oferite de salonul *Ehling* din strada I. Mercy nr. 3.⁴⁵ Pentru menținerea lacului de unghii era indicat ca, înainte de aplicare, unghiile să fie lustruite și curățate în mod optim.

La spălarea mâinilor s-a recomandat doamnelor și domnișoarelor să aibă în vedere folosirea lămâilor, deoarece acestea ajută la albire, iar muștarul se putea uzita în îndepărtarea mirosului nedorit. O metodă artizanală folosită în uzul casnic era aceea a aplicării piureului de cartofi pe suprafața mâinilor, oferind catifelare și prospețime.⁴⁶ În estetica mâinilor, special în arealul feminin, s-au

³⁶ Coriolan Bărbat, "Moravurile vremii," în *Clujul* VII, 3–4 (Cluj, 10 februarie 1929): 1.

³⁷ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 42 (București, 14 decembrie 1929): 28.

³⁸ *Almanach de adrese*, 212.

³⁹ Reclama se află în ziarul *Biruința* VI, 651 (Timișoara, 19 decembrie 1938): 3.

⁴⁰ Reclama se află în ziarul *Renaștere* I, 4 (Timișoara, 10 noiembrie 1929): 4; 5 (17 noiembrie 1929): 4; 6 (24 noiembrie 1929): 6; 7 (1 decembrie 1929): 4; 8 (8 decembrie 1929): 4; 9 (15 decembrie 1929): 4.

⁴¹ Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VIII, 40 (Timișoara, 19 februarie 1930): 4; 41 (21 februarie 1930): 2.

⁴² Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VIII, 40 (Timișoara, 19 februarie 1930): 3.

⁴³ Reclama se află în ziarul *Banatul Românesc* II, 217 (Timișoara, 31 decembrie 1920): 2.

⁴⁴ Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VII, 114 (Timișoara, 21 iulie 1929): 4; 116 (24 iulie 1929): 4; 125 (3 august 1929): 4.

⁴⁵ *Mare carte de adrese*, 121.

⁴⁶ Articol semnat ÉE., "Farba și albețele ...," în *Fruncea* II, 1 (Timișoara, 5 ianuarie 1935): 7.

regăsit o serie de soluții de uz casnic. Pentru prevenirea înroșirii mâinilor se putea utiliza o soluție compusă din apă oxigenată 100 g, glicerină 100 g și zeamă de lămâie. Catifelarea mâinilor se putea obține prin aplicarea unei compoziții formată din 100 g. săpun *Marsilia*, 50 g făină de migdale, 50 g făină de orz, 300 ml de apă caldă și 50 g glicerină.⁴⁷

Machiajul este procedeul complex de evidențiere a trăsăturilor simetric-armonioase, prin estomparea imperfecțiunilor faciale cu ajutorul unor produse și amestecuri aditive. Procesul se realizează nestandardizat, fiind necesare anumite deprinderi autodobândite precum dexteritatea, imaginația, coroborate cu deținerea științei echilibrului cromatic și a cunoașterii geometriei aspectului facial.

Crearea unui model impus de industria cosmetică și media, transpune aspectul femeii contemporane în linii ce converg tacit de la natural spre artificial. Prin urmare, tot ce s-a etalat în modă a acaparat frumusețea naturală a femeii, erodând-o discret spre o estetizare artificială, datorită necesității deschiderii unei largi piețe de consum a vopselelor, cremelor, rujurilor și a fardurilor.⁴⁸ (Vezi Anexa 3)

Promovarea intensă a folosirii instrumentelor de înfrumusețare de către marea masă a populației feminine se concretiza prin diverse articole generos paginate, ce aveau menirea de a instrui cititoarele despre modul de aplicare a machiajului.

Ziarul "Fruncea" dedică în pagina *Femeia, societatea, viața* un spațiu în care s-a dezbătut problematici legate de folosirea optimă a machiajului. Cele mai dese sfaturi și indicații făceau referire, cu precădere, la păstrarea normelor minime de igienă, la adaptarea machiajului corect în funcție de ocazii, dar și pentru aplicarea unui machiaj cromatic echilibrat. De altfel, s-a mai sugerat executarea unei retușări artificiale studiate. Acestea se caracterizau prin aplicarea unei creme de fond, peste care se aplică pudră pe obraz, un fard armonizat cu rujul de buze, iar în completare, pentru evidențierea ochilor, se foloseau rimelul și creionul de sprâncene.⁴⁹ În vederea evidențierii ochilor, pe pleoape se aplicau farduri albastre sau argintii, adecvate seratelor dansante.⁵⁰ Pentru evidențierea ochilor mai erau folosite și genele artificiale ce puteau fi fixate cu ajutorul unui ulei special. Aceste produse se găseau în magazine specializate, dar și în diverse parfumerii.⁵¹

⁴⁷ Laura, "Despre frumusețea mâinilor," în *Realitatea Ilustrată* XII, 579 (București, 23 februarie 1938): 22.

⁴⁸ Popescu, *Timișoara interbelică*, 217.

⁴⁹ Articol semnat ÉE., "Farba și albețele ...," în *Fruncea* I, 1 (Timișoara, 1 decembrie 1934): 7; Articol semnat ÉE., "Să vorbim despre machiajul Dv., Doamnă," în *Fruncea* II, 44 (Timișoara, 22 decembrie 1935): 6.

⁵⁰ Articol semnat ÉE., "Farba și albețele ...," în *Fruncea* I, 5 (Timișoara, 29 decembrie 1934): 5.

⁵¹ Articol semnat ÉE., "Farba și albețele ...," în *Fruncea* II, 2 (Timișoara, 12 ianuarie 1935): 7.

De asemenea, s-a atras atenția a se avea în vedere aplicarea fardurilor în funcție de tipul epidermei. Pentru trenul gras s-au exemplificat trei metode de îngrijire facială: metoda clasică prin curățarea feței cu apă și săpun, metoda modernă prin folosirea laptelui de curățat special, produs de industria cosmetică și metoda alcoolului pur folosit pentru înlăturarea impurităților de pe suprafața feței.⁵² Totodată, în vederea întreținerii în stare optimă a tenului uscat, s-a recomandat curățirea feței folosind săpunul *Marsilia*, aplicarea unei creme în cantități moderate și apoi adăugarea cu delicatețe a pudrei.⁵³

În vederea desăvârșirii unui machiaj corect și armonizat era necesar a se lua în considerare cromatica pielii, coroborată cu o aprofundată observație asupra nuanțelor existente în paleta de culori. Datorită coloritului complex al epidermei, ce variază de la un crem deschis până la un bej cu reflexii albastrii, distribuit într-un pastel ce intra în combinație cu nuanțe roșiatică, este utilă dobândirea aptitudinii de identificare a combinațiilor armonioase de culori, aplicate pe diferitele tipuri de piele. Prin urmare, fardul are menirea de a lumina tenul, de a accentua trăsăturile pielii și, nu în ultimul rând, de a minimaliza imperfecțiunile.⁵⁴

Remediarea diferitelor aspecte inestetice ale feței, ce conferă o notă inestetică imaginii exterioare, era posibilă în saloane special dedicate, unde se aplicau felurite tratamente ce aveau menirea de a combate petele, ridurile și chiar erupțiile epidermei faciale. Astfel de locații s-au considerat a fi *Cosmetica Mondain* de pe strada Mihai Eminescu nr. 5, et. II, zona Cetate⁵⁵, *Institutul de Cosmetică Olga B. Roth* din piața Sfântul Gheorghe⁵⁶, *Cabinetul de înfrumusețare cosmetică Etelca Cubic* aflat pe strada Eugen de Savoya, nr. 6, et. II⁵⁷ și institutul de înfrumusețare *Nicolin*, cu sediul în strada Avram Iancu nr. 4, unde se aplicau tratamente ce facilitau înlăturarea coșurilor, pistriurilor, pilozității faciale nedorite și a ridurilor.⁵⁸

Pentru rezultate satisfăcătoare, elita feminină era îndemnată să folosească doar anumite produse dedicate special anumitor categorii: pentru înfrumusețarea feței erau utilizate săpunul (15 lei), crema (30 lei), pudra cutie mică (10

⁵² Articol semnat ÊE., "Farba și albecele ...," în *Fruncea* I, 2 (Timișoara, 8 decembrie 1934): 6.

⁵³ Articol semnat ÊE., "Farba și albecele ...," în *Fruncea* I, 3 (Timișoara, 15 decembrie 1934): 4.

⁵⁴ Dorothea, "Problema fardului," în *Realitatea ilustrată* VIII, 372 (București, 12 martie 1934): 28–29.

⁵⁵ Reclama se află în ziarul *Fruncea*, II, 37 (Timișoara, 12 noiembrie 1935): 6; *Mare carte de adrese*, 131.

⁵⁶ Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* VIII, 49 (Timișoara, 2 decembrie 1928): 4; 50 (9 decembrie 1928): 6; 51 (16 decembrie 1928): 6; 52 (25 decembrie 1928): 6.

⁵⁷ Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* VIII, 50 (Timișoara, 9 decembrie 1928): 6.

⁵⁸ Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VII, 104 (Timișoara, 10 iulie 1929): 4; 116 (24 iulie 1929): 4; 125 (3 august 1929): 4; 128 (7 august 1929): 4.

lei) și cutie mare (40 lei), toate din gama *de Beauté*. De asemenea, erau indicate diverse sortimente aflate în aria de îngrijire a podoabei capilare cum ar fi: șamponul cu gudron *Nicopon* (20 lei), *Goldfeenwasser* (30 lei) pentru decolorarea părului, *Gloria* (60 lei), denumită și “regina vopselelor”, pentru vopsirea părului, *Esprit Cheveux* (40 de lei) pentru menținerea sănătății părului, *Brennesselwasser* (45 lei) pentru creșterea părului, depilatorul *Ideal* (40 lei) pentru îndepărtarea pilozității excesive.⁵⁹

Unul dintre aspectele definitorii în domeniul esteticii faciale l-a constituit colorarea buzelor. Diverse firme de cosmetice își promovau rujurile, ademenind doamnele și domnișoarele spre a procura aceste produse. Alegerea nuanței de ruj se făcea în funcție de culoarea podoabei capilare. Doamnele blonde foloseau o culoarea mai deschisă, asortată cu pudra de obraz, pe când brunetele adoptau o cromatică mai închisă. Din punctul de vedere al calității se distingeau rujurile uscate și cele unsuroase. Rujurile unsuroase se aplicau mai ușor, dar nu aveau o autonomie de lungă durată, iar cele uscate rămâneau vreme îndelungată pe buze.⁶⁰ De altfel, folosirea acestui produs cosmetic era indicată în funcție de aspectul buzelor. Pentru buze groase se foloseau rujuri în nuanțe pale, iar pentru cele subțiri se utilizau rujurile în culori închise.⁶¹

Distinsele doamne puteau alege rujuri dintr-o largă paletă de produse cum ar fi: *Ritz*⁶², *Morel*⁶³, rujul casei *Violet* expus spre vânzare la 130 lei⁶⁴, și *Zande*, produs de origine americană.⁶⁵ Din punct de vedere igienic s-a recomandat în perioada anotimpului rece ungerea cât mai des a buzelor cu vaselină albă ca remediu împotriva crăpării, iar pentru tratarea rănilor apărute pe buze în urma temperaturilor scăzute era indicat a se utiliza praful de acid boric.⁶⁶

Estetica olfactivă devenea din ce în ce mai abordată, o persoană ce emana un miros plăcut atrăgea un vădit interes asupra ei. În special în rândul femeilor, în cele mai multe cazuri, dar și în rândul bărbaților, parfumurile constituiau elementul de finețe în ansamblul creării unei imagini atrăgătoare. Alegerea unui arome fine de parfum se realiza în funcție de felul epidermei. Femeile cu pielea mai deschisă preferau parfumurile delicate din extracte florale, iar cele brunete erau atrase de parfumurile cu mirosouri exotice.⁶⁷

⁵⁹ Reclama se află în ziarul *Vestul* III, 562 (Timișoara, 1 iulie 1932): 2; 571 (12 iulie 1932): 2.

⁶⁰ Articol semnat ÉE., “Farba și albelele ...,” în *Fruncea* I, 4 (Timișoara, 22 decembrie 1934): 4.

⁶¹ Articol semnat ÉE., “Farba și albelele ...,” în *Fruncea* II, 8 (Timișoara, 23 februarie 1935): 7.

⁶² Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 517 (București, 16 decembrie 1936): 17.

⁶³ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 51 (București, 14 decembrie 1929): 24.

⁶⁴ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 43 (București, 15 decembrie 1928): 23.

⁶⁵ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 518 (București, 23 decembrie 1936): 27.

⁶⁶ “Cosmetă de iarnă,” în *Fruncea* VI, 1 (Timișoara, 12 ianuarie 1939): 15.

⁶⁷ Articol semnat ÉE., “Farba și albelele ...,” în *Fruncea* II, 4 (Timișoara, 26 ianuarie 1935): 7.

Dintre cele comercializate, erau apreciate cele din gama marilor producători de parfumi precum: Bourjois, Coty, Worth, L. T. Piver, Louis Philippe, D'Argy, D'Orsay.

Casa Bourjois, fondată în 1853 de către actorul Joseph Albert Pousin, și-a propus inițial să producă cosmetice necesare actorilor de pe scenă, ulterior reorientând producția spre sfera parfumurilor.

Dintre parfumurile create pe atunci se remarcă mărcile *Soir de Paris* sau *Evening in Paris*, în variantă britanică, creat în 1928 de Ernest Beaux⁶⁸, precum și *Mon Parfum* ce era produs începând cu anul 1919.⁶⁹ În piața cosmeticelor de lux s-a manifestat un suflu nou o dată cu lansarea în 1935 a pudrei și a apei de colonie marca Bourjois.

Prezente în paleta de parfumi interbelice sunt creațiile parfumerului François Coty, marcă celebră și bine cotate pe această piață încă de pe atunci. Pe numele său real François Spoturno (3 mai 1874 – 25 iulie 1934), născut în Corsica și provenit dintr-o familie genoveză înrudită cu Bonaparte, Coty s-a erijat într-unul dintre marii producători de parfumi franțuzești. Implicat în lumea politico-economică, acesta s-a remarcat prin achiziționarea în 1922 a ziarului „Le Figaro”, prestigios ziar conservator, cu cititori din zona elitelor, iar în 1933 a fost fondatorul partidului de orientare fascistă Solidaritatea Franceză.⁷⁰

Marca Coty era prezentă pe piața analizată aici prin parfumurile *La Rose*, *L'Aimant*, *L'Origan*, *Emeraude*, *Paris*, *Chypre*, *Ambre Antique* și, nu în ultimul rând, *Apa de Colonie Coty*.⁷¹

Din sfera creațiilor parfumeriilor franceze a fost expus spre comercializare produsul casei Louis Philippe, *Angélus*, caracterizat de un amalgam individual, combinat cu o emanație captivantă ce impregna pielei un unic și distinct apanaj.⁷²

Din același areal galic se remarcă casele D'Argy cu parfumurile *Toutes les Fleurs*, *Taifun*, *Cheramour*⁷³ și *Diavolo*, ce imprimă un miros ce emană personalitate, unicitate și mister⁷⁴, precum și casa L. T. Piver, una dintre cele mai vechi parfumerii din Paris, prezentă pe piață interbelică cu parfumul *Oedipe*, caracterizat printr-un miros seducător.⁷⁵

⁶⁸ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 513 (București, 18 noiembrie 1936): 21.

⁶⁹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 414 (București, 27 decembrie 1934): 24.

⁷⁰ „Regele parfumeriei François Coty,” în *Fruncea* V, 13–14 (Timișoara, 13 aprilie 1938): 4.

⁷¹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 390 (București, 15 iulie 1934): 15.

⁷² Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 513 (București, 18 noiembrie 1936): 24.

⁷³ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 512 (București, 11 noiembrie 1936): 22.

⁷⁴ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 512 (București, 11 noiembrie 1936): 19; 513 (18 noiembrie 1936): 2.

⁷⁵ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 519 (București, 30 decembrie 1936): 2.

În multitudinea exemplurilor de itemi olfactivi de natură feminină a fost întrezărit și un produs cu iz masculin. Casa D'Orsay lansează în 1925 parfumul *Le Dandy*, identificat printr-un farmec subtil.⁷⁶

Toate aceste parfumuri erau expuse spre vânzare publicului timișorean interbelic în diferite locații.

Parfumerii în Timișoara interbelică

Denumire	Adresă	Deținător
Adonis ¹	Piața Brăteanu	A. Walleth
Apollo ²	Piața Drăgălina	M. Raducziner
Elisabetin ³	Piața Lahovary	Kozovits Eduard
Ideal ⁴	Str. Eminescu nr. 5	
Kertész Ludovic ⁵	Str. Dacilor nr. 8	Kertész Ludovic
Kincs E. ⁶	Bd. Carol nr. 16	
Kohn Adolf și Fii ⁷	Piața Drăgălina	Kohn Adolf
Le Royal ⁸	Bd. Duca nr. 2	
Pentz Iacob ⁹	Bd. Berthelot nr. 12	Pentz Iacob
Savoy ¹⁰	Str. Alba Iulia nr. 5	Luiza Weber
Venus ¹¹	Bd. Regele Ferdinand nr. 6; Str. Ștefan cel Mare nr. 2	
Walleth Anton ¹²	Str. Lonovici nr. 4	Walleth Anton
Antalóczy ¹³	Piața Sf. Gheorghe	
Miami ¹⁴	Bd. Carol nr. 10	
Dumbravă ¹⁵	Str. V. Alexandri	
Ferdinand Albert ¹⁶	Bd. Berthelot	Ferdinand Albert
Valy Lana ¹⁷	Cetate (lângă primărie)	-

NOTE: **1.** Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 13 (Timișoara, 30 martie 1935): 4; 17 (27 aprilie 1935): 11; *Mare carte de adrese*, 114; **2.** *Mare carte de adrese*, 114; **3.** Ibid.; Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 18 (Timișoara, 4 mai 1935): 7; **4.** *Mare carte de adrese*, 114; **5.** Ibid.; *Almanach de adrese*, 227; **6.** *Mare carte de adrese*, 114; **7.** Ibid.; **8.** Ibid.; **9.** Ibid.; **10.** Ibid.; *Almanach de adrese Timișoara*, I (Timișoara, 1922), 259; Reclama se află în ziarul *Nădejdea* II, 261 (Timișoara, 30 iunie 1922): 4; **11.** Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* V, 78 (Timișoara, 6 decembrie 1925): 6; *Mare carte de adrese*, 114; **12.** Ibid.; Reclama se află în ziarul *Biruința* VI, 467 (Timișoara, 22 aprilie 1938): 3; **13.** Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VII, 218 (Timișoara, 21 noiembrie 1929): 4; 219 (22 noiembrie 1929): 4; 221 (24 noiembrie 1929): 4; 222 (25 noiembrie 1929): 4; **14.** Reclama se află în ziarul *Fruncea* II, 44 (Timișoara, 22 decembrie 1935): 6; **15.** Reclama se află în ziarul *Biruința* VI, 523 (Timișoara, 6 iulie 1938): 4; **16.** Reclama se află în ziarul *Biruința* VI, 529 (Timișoara, 13 iulie 1938): 2; 532 (16 iulie 1938): 3; 533 (17 iulie 1938): 3; 535 (20 iulie 1938): 3; 545 (31 iulie 1938): 3; Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* XVII, 12 (Timișoara, 21 martie 1937): 3; **17.** Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* VI, 15 (Timișoara, 4 aprilie 1926): 13.

⁷⁶ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* IV, 152 (București, 28 decembrie 1936): 19.

Intens promovate și cu real succes pe piața interbelică de cosmetice s-au sesizat a fi produsele ce dăinuie încă și în cotidianul contemporan.

Menținerea sănătoasă a epidermei se putea realiza prin folosirea frecventă a cremei *Nivea*, produsul de vârf al firmei Beiersdorf lansat în 1911, bazată pe eucerit, un agent de emulsifiere descoperit în 1898, care permitea asimilarea rapidă a cremei în piele.⁷⁷ Aceasta se putea procura în magazinele de specialitate la prețurile de 16 lei cutia și, respectiv, 30 lei tubul.⁷⁸ Alt produs celebru existent pe piața cosmeticilor era crema *Pond's*, produs inventat în Statele Unite în anul 1846, inițial ca medicament, de către farmacistul Theron T. Pond (1800–1852) din Utica, New York, cu extract de Hamamelis, plantă de proveniență nord-americană cu efecte tămăduitoare.⁷⁹

Pentru acapararea audienței și expunerea produsului spre un grup țintă cât mai larg, firma de cosmetice Elizabeth Arden, înființată în 1910, îndemna componenta feminină la folosirea unui real procedeu de înfrumusețare, cu propriile produse, bazat pe trei principii: curățire, tonifiere și nutriție a epidermei. În primul rând, pentru curățare era necesară folosirea cremei *Venetian Cleansing Cream*, apoi pentru tonifiere se recomanda aplicarea cremei *Skin Tonic*, iar în final nutriția pielii trebuia asigurată prin utilizarea produsului *Velvet Cream*.⁸⁰

În aceeași categorie de produse pentru hidratarea epidermei faciale se aflau pe piață cremele *Tokalon*, cu conținut de biocel și concepută de profesorul Stejskal de la Universitatea din Viena⁸¹, *Trisena*, cremă de zi ce se aplica înainte de pudră, menținând aspectul plăcut al feței și acordându-i un parfum aparte, *Scherk Cold Cream*, cremă de noapte care conținea uleiuri fine și ceară folosită pentru îndepărtarea ridurilor⁸², toate puse în vânzare la prețurile de 90 lei borcanul și 45 lei tubul.⁸³

Nu trebuiesc ignorate nici produsele de toaletă din sfera pariziană, de unde am remarcat săpunul, crema și pudra din gama *Simon*.⁸⁴ Întâlnim totodată și produse românești, cum ar fi crema *Flora*, bazată pe extrase din lapte de crin, ce catifela fața, brațele și decolteul⁸⁵ și crema *Laura*, folosită îndeosebi în sezonul rece, la întinerirea și curățirea pielii, comercializată la prețul de 100 lei.⁸⁶ Petru

⁷⁷ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 512 (București, 11 noiembrie 1936): 8.

⁷⁸ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 372 (București, 12 martie 1934): 19.

⁷⁹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 513 (București, 18 noiembrie 1936): 17.

⁸⁰ “O femeie neglijentă va fi curând neglijată,” în *Realitatea Ilustrată* X, 512 (București, 23 decembrie 1936): 7.

⁸¹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 512 (București, 11 noiembrie 1936): 22.

⁸² Ibid., 20.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 51 (București, 14 decembrie 1929): 37.

⁸⁵ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 52 (București, 21 decembrie 1929): 40.

⁸⁶ Ibid., 35.

sezonul cald avem crema *Loecrem*, ce avea în compoziție vitamine care ajutau pielea împotriva razelor de soare⁸⁷, crema și uleiul pentru plajă *Nivea*⁸⁸ și uleiul *Eukutol*.⁸⁹

Tot în gama cremelor s-au remarcat produsele: *Mia*⁹⁰, *Ileana*⁹¹, *Secret de Lily* – preț 100 lei bucata, *Amber Royal*, la prețul de 175 lei flaconul.⁹² De altfel, în sfera farmaceutică timișoreană interbelică erau comercializate și cremele: *Zaida*, aflată și în farmacia “Salvator” lângă cafeneaua Lloyd⁹³, *Margueritte* comercializată și la farmacia “Emil Sotirescu” din piața Sfântul Gheorghe⁹⁴, *Norma*⁹⁵ și *Lapte de Crin*⁹⁶, regăsite și în farmacia orășenească “Vulturul Negru” din piața Sfântul Gheorghe. Dintre produsele cosmetice ce trebuiau întrebuințate complementar s-au evidențiat cele din gama *Siamoise*, ce ofereau creme dedicate atât uzului pe timp de zi cât și de noapte, disponibile la prețul de 120 lei.⁹⁷ Armonizarea epidermei faciale prin înlăturarea ridurilor din zona inferioară a ochilor, a frunții și a gurii se putea realiza prin aplicarea *lichidului cosmetic DIM*, produs de proveniență austriacă.⁹⁸

De altfel, dorința des manifestată de menținere a igienei pielii, a cerințelor în creștere pentru produse de acest gen, a îndemnat personalul preparator din arealul farmaceutic să creeze propriile soluții în vederea catifelării și albirii epidermei. Astfel, farmacistul S. Weiss prepară crema și săpunul *Viola*,

⁸⁷ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 392 (București, 29 iulie 1934): 26.

⁸⁸ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 394 (București, 12 august 1934): 8.

⁸⁹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 391 (București, 22 iulie 1934): 18.

⁹⁰ *Almanach de adrese Timișoara*, 259.

⁹¹ Reclama se află în ziarul *Nădejdea* III, 290 (Timișoara, 21ianuarie 1923): 3.

⁹² Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 243 (București, 15 decembrie 1928): 2.

⁹³ *Almanach de adrese Timișoara*, 368; Reclama se află în ziarul *Vestul* III, 562 (Timișoara, 1 iulie 1932): 2; 571 (12 iulie 1932): 2; 615 (6 septembrie 1932): 2; Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* II, 98 (Timișoara, 31 decembrie 1932): 4; Reclama se află în ziarul *Voința Poporului*, VIII, 43 (Timișoara, 22 februarie 1930): 2.

⁹⁴ Reclama se află în ziarul *Plugarul Român* XXI, 16–17 (Timișoara, 15 iunie 1924): 6.

⁹⁵ Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* IV, 4 (Timișoara, 27 ianuarie 1924): 4; VIII, 1 (1 ianuarie 1928): 4; *Almanach de adrese Timișoara*, 267.

⁹⁶ Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VII, 125 (Timișoara, 3 august 1929): 4; 131 (10 august 1929): 4; 137 (17 august 1929): 4; VIII, 35 (13 februarie 1930): 2; 39 (18 februarie 1930): 4; 40 (19 februarie 1930): 4; 41 (20 februarie 1930): 3; 42 (21 februarie 1930): 4; 43 (22 februarie 1930): 4; Reclama se află în ziarul *Vestul* III, 566 (Timișoara, 6 iulie 1932): 2; Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* II, 98 (Timișoara, 31 decembrie 1932): 4; Reclama se află în ziarul *Renașterea*, II, 8 (Timișoara, 23 februarie 1930): 4; 9 (22 iulie 1930): 4; 9 (22 iulie 1930): 4; 10 (9 martie 1930): 4; 12 (23 martie 1930): 4; 13 (30 martie 1930): 4; 14 (6 aprilie 1930): 4; 17 (4 mai 1930): 4; 18 (11 mai 1930): 4; 19 (18 mai 1930): 4; 20 (25 mai 1930): 4; 21 (1 iunie 1930): 4; 22 (8 iunie 1930): 4; 23 (22 iunie 1930): 4; 27 (17 august 1930): 4; 28 (31 august 1930): 4.

⁹⁷ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 51 (București, 14 decembrie 1929): 17.

⁹⁸ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 52 (București, 21 decembrie 1929): 33.

cu aplicare în zona facială și a mâinilor, folosit pentru remedierea petelor de culoare roșie, produs regăsit doar în farmacia “Crucea de Aur” din piața Unirii, nr. 3, zona Cetate.⁹⁹

Păstrându-ne în aceeași sferă a îngrijirii corporale, era indicat ca pentru împrăștierea pielii să se dizolve în apa de baie o jumătate de kilogram de amidon sau sare de bucătărie.¹⁰⁰

În arta machiajului fiecare produs își are propria sa utilitate. Pentru fixarea fondului de ten și pentru a oferi un luciu aparte feței cu tenul gras se recomandă folosirea pudrei. Aceasta se aplica de obicei la final, pentru a nu încurca și a fixa mai bine machiajul, protejând astfel epiderma de factorii externi de natură meteorologică: vânt, ger sau arșiță.

Frecvent promovate în această categorie se remarcă pudrele: *Three Flowers*, creată de Richard Hudnut din substanțe de calitate, cu un parfum plăcut ce menține tenul catifelat¹⁰¹, *Diavolo D'Argy*, pusă în vânzare la diferite gramaje, la prețul de 22 și 45 lei¹⁰², *Toutes les Fleurs Cher Amour* și *Taifun* produse de casa D'Argy¹⁰³, *Amber Royal*, produs al casei Violet, ce putea fi achiziționată la prețul de 175 lei¹⁰⁴, *Angéluș* creată sub egida firmei Louis Philippe¹⁰⁵, *En Vogue* caracterizată printr-o nuanță mată¹⁰⁶, *Soir de Paris* al casei Bourjois¹⁰⁷, *Oedip* produsă de LT PIVER Paris¹⁰⁸, *Mystikum* de la firma Scherk, comercializată la prețul de 35, 75 și 130 lei, în funcție de mărimea cutiei¹⁰⁹, *Norma*, care se putea achiziționa și de la farmacia orășenească “Vulturul Negru” din piața Sfântu Gheorghe, patronată de către Emil Kulka¹¹⁰, *Jahneer*, care se găsea la farmacia “Rudolf Jahner”¹¹¹.

Piatra de temelie a esteticii îl reprezintă igiena. Înainte de toate, aplicarea

⁹⁹ Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* II, 98 (Timișoara, 31 decembrie 1932): 4.

¹⁰⁰ Articol semnat ÉE., “*Farba și albelele ...*,” în *Fruncea* II, 4 (Timișoara, 26 ianuarie 1935): 7.

¹⁰¹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 512 (București, 11 noiembrie 1936): 23.

¹⁰² Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 51 (București, 14 decembrie 1929): 17; X, 512 (11 noiembrie 1936): 19; 513 (18 noiembrie 1936): 2; 517 (16 decembrie 1936): 7.

¹⁰³ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 52 (București, 21 decembrie 1929): 28.

¹⁰⁴ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 243 (București, 15 decembrie 1928): 2.

¹⁰⁵ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 516 (București, 9 decembrie 1936): 2.

¹⁰⁶ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 517 (București, 16 decembrie 1936): 14.

¹⁰⁷ *Ibid.*, 17.

¹⁰⁸ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 518 (București, 23 decembrie 1936): 2.

¹⁰⁹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 512 (București, 11 noiembrie 1936): 11.

¹¹⁰ *Almanach de adrese Timișoara*, 267.

¹¹¹ Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VII, 99 (Timișoara, 4 iulie 1929): 4; 105 (11 iulie 1929): 4; 114 (21 iulie 1929): 4; 117 (25 iulie 1929): 4; 123 (1 august 1929): 4; 126 (4 august 1929): 4; 129 (8 august 1929): 4; 135 (15 august 1929): 4; 137 (17 august 1929): 4; 143 (25 august 1929): 4; 146 (29 august 1929): 4; 152 (5 septembrie 1929): 4; 155 (8 septembrie 1929): 4; Reclama se află în ziarul *Banatul Românesc* V, 43 (Timișoara, 4 noiembrie 1923): 4.

produselor de înfrumusețare se producea după respectarea normelor de bază ale igienei. Elita interbelică din spațiul urban a introdus igiena în propria rutină zilnică. Tabieturile matinale ale domnilor erau caracterizate de spălarea corpului cu un săpun de calitate, apoi urma bărbieritul, curățarea dinților și, nu în ultimul rând, ungerea părului cu briantină. Pe când distinsese doamne aveau ora de trezire, de obicei, mai târziu decât bărbații, în jurul orelor 10–11 a.m., când urma îmbăierea pregătită de către menajeră, în care se puneau frunze de trandafiri sau levănțică. Timp de aproximativ o oră, corpul era bine spălat cu săpunuri de calitate superioară, iar după baie se începea procesul de înfrumusețare cu ajutorul produselor cosmetice comandate din magazinele de specialitate.¹¹²

Unul dintre principalii itemi ai igienei l-a reprezentat igiena cavității bucale. Prevenirea diferitelor afecțiuni dentare era realizată prin crearea unui tabiet zilnic de spălare a dinților cu felurite paste dentare, dar și cu un control periodic, chiar de rutină, la cabinetul stomatologic (vezi Anexele 4 și 5). Pe lângă produsele uzuale aflate în comerț s-au deosebit preparatele franceze precum *Dentifrices Benedictins*, dedicate igienei cavității bucale și păstrării estetice a danturii.¹¹³

Complementar articolelor de estetică facială, pe lângă produsele industriale mai erau promovate și diferite rețete cosmetice auxiliare procesului de înfrumusețare. Rețetele preparate în mediul casnic erau create cu scopul auxiliar dedicate femeilor ce nu aveau posibilități financiare sau resurse temporale de a frecventa saloane de înfrumusețare.

Pentru prepararea unei cremă de noapte era necesară o linguriță de miere de albină, o linguriță de smântână proaspătă și o linguriță de amidon praf. Conform instrucțiunilor se amesteca prima dată mierea cu amidonul, apoi se adăuga smântâna. Modul de folosire consta în aplicarea unui strat subțire pe față, evitând zonele ochilor și sprâncenelor.¹¹⁴

Păstrând aceeași arie de utilizare sesizăm o serie de măști pentru curățarea feței: masca de castraveți și masca de pătlăgele roșii. Masca de castraveți se aplică pe tenul curat, folosindu-se un sfert de castravete ras ce se pune într-o pânză curată. Prin apăsare se va obține o zeamă în care se va îmbiba o altă pânză ce va fi aplicată timp de 10 minute acoperind întreaga față. Masca de pătlăgele roșii se obține și se aplică la fel ca și cea de castravete, adăugându-se în plus două lingurițe de zeamă de lămâie.¹¹⁵ De asemenea, în vederea păstrării unui ten facial de culoare albă se utiliza o mască preparată conform procedurii:

¹¹² Scurtu, *Istoria civilizației românești*, 215.

¹¹³ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 52 (București, 21 decembrie 1929): 44.

¹¹⁴ "Cosmetică," în *Fruncea* II, 32 (Timișoara, 28 septembrie 1935): 3.

¹¹⁵ "Mască de înfrumusețare," în *Fruncea* V, 20 (Timișoara, 12 iunie 1938): 9.

dint-un albuș de ou se prepară o spumă la care se adaugă zeamă de lămâie. Se obține o compoziție ce se aplică pe față. După ce compoziția s-a uscat, fața se curăță cu apă caldută.¹¹⁶

Combaterea acneei se realiza prin folosirea unui procedeu la baza căruia sta săpunul, în special cel cu sulf. Se îmbiba un tampon de vată în apă caldută, care se freca de o bucată de săpun cu sulf. Se spăla îndelung suprafața afectată de acnee, schimbând des tamponul pentru a nu transmite microbii. După extirparea unui coș, pentru închiderea porilor se aplica un tampon de vată îmbibat cu zeamă de lămâie sau alcool de 90 %.¹¹⁷

Pentru tratarea tenului prea uscat s-a recomandat utilizarea lanoninei pure sau a uleiului de migdale în care s-a adăugat prin amestecare praful de amidon, acest remediu fiind mai eficient decât cremele create în industria cosmeticii.¹¹⁸

Modificările survenite în moda feminină, precum scurtarea lungimii rochiilor sau a fustelor, expuneau vizual partea de jos a membrelor inferioare. Astfel, pilozitatea nedorită trebuia îndepărtată. Ca produs industrial de îngrijire necesar soluționării acestei problematici se puteau achiziționa cremele epilatoare *Lia* pentru corp, la prețul de 150 lei și pentru față, la prețul de 25 lei.¹¹⁹

Costul exagerat al pastelor epilatoare implică o atenție sporită asupra variantelor alternative de înlăturare a părului nedorit prin ras sau smulgere cu ajutorul pensetei. Înainte de aceste operațiuni s-a recomandat spălarea cu săpun și apă caldută a suprafeței ce se dorește a fi epilată. După epilare se indica ungerea zonei cu unt proaspăt, care după un timp va fi înlăturat cu vată îmbibată în pudră de talc, ce trebuia păstrată pe piele circa două ore.¹²⁰ Alt remediu alternativ l-a constituit utilizare unui amestec de apă oxigenată de 5 % cu o cincime amoniac. Acest lichid se aplica pe zonele cu pilozitate excesivă, fapt ce prilejuia decolorarea firului de păr și deteriorarea rădăcinii. Pentru înlăturarea mai rapidă a firului de păr s-a folosit ceara de albine încălzită ce se aplica pe epidermă, iar după răcire și formarea unei scoarțe aceasta era îndepărtată împreună cu firele de păr.¹²¹

În concluzie, analiza aparițiilor publicitare din sfera gazetărească interbelică timișoreană indică faptul că trei sferturi din totalitatea reclamelor expuse în ziare aveau ca public țintă exclusiv femeia, ceea ce reflectă un interes vădit asupra reclamelor dedicate în special genului frumos.

Transpunerea conceptuală a Timișoarei într-o metropolă cosmopolită a

¹¹⁶ "Cosmetică," în *Fruncea* II 11 (Timișoara, 16 martie 1935): 5.

¹¹⁷ "Plaga coșurilor," în *Fruncea* V, 30 (Timișoara, 1 decembrie 1938): 13.

¹¹⁸ "Cosmetică," în *Fruncea* II 11 (Timișoara, 16 martie 1935): 5.

¹¹⁹ Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 6 (București, 26 februarie 1928): 15.

¹²⁰ Articol semnat ÈÈ., "Farba și albelele ...," în *Fruncea* II, 7 (Timișoara, 16 februarie 1935): 7.

¹²¹ "Părul de prisos," în *Fruncea* V, 16 (Timișoara, 20 aprilie 1938): 14.

fost realizată datorită dezvoltării și adoptării în cotidian a cultului pentru estetica aspectului exterior, cu predilecție de partea feminină. Eleganța și preocuparea de îmbunătățire a propriei imagini a doamnelor și domnișoarelor din mica Vienă a creat un impact în tendințele tot mai accentuate de etalarea a nurilor și încadrarea modei spre o civilizație a trupului, dezvoltat pe integrarea în societate a cultului formelor carnale. Emanciparea bazată pe schimbarea de exprimare a styling-ului, deschidea viziunea oamenilor asupra modului de comunicare, încercându-se demitizarea prejudecăților referitoare la legătura imagine-caracter.

Identificarea cultului imaginii exterioare ca o adevărată industrie presupunea promovarea arealului dedicat cosmeticii prin reclama publicistică, ce se caracterizează prin valorificarea atributelor pozitive și minimizarea pe cât posibil a curențelor acestora. Exprimarea folosită în transmiterea mesajului publicitar se realiza de așa manieră încât în viziunea potențialului client să primeze calitățile produsului și nu defectele acestuia. Astfel, 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.

Perceperea modului de înfrumusețare prin modelarea gustului s-a erijat ca argument solid în combaterea conceptului de stratificare socială și uniformizare, bazat pe ideologii tradiționaliste. Însă reliefaarea acestor imagini exterioare contribuie expres la construcția ideilor preconceptuate despre oameni, ca expresii ale mentalurilor predispuse la prejudecăți, stereotipii, clișee, etichete într-o societate a viziunii îndreptată către superficialitate.

Colaborarea intrinsecă și intimă a diversilor itemi, precum industria, electricitatea, chimia, chirurgia, coaforul, dar mai cu seamă pasiunea fiecărei femei de a deveni frumoasă, contribuie implicit la geneza bibeloului de lux, echivalentul femeii moderne.¹²²

¹²² Marian Petcu, *O istorie ilustrată a publicității românești* (București: Editura Tritonic, 2002), 84.

ANEXA 1
Coaforuri de dame – 1938¹²³

Denumire	Adresă	Deținător	Denumire	Adresă	Deținător
Bauer Francisc	Bd. Berthelot, nr. 16	Bauer Francisc	Gressmayer Iosif	Str. Brăteanu, nr. 12	Gressmayer Iosif
Salon Lia	Str. Prota Dragomir, nr. 17	Blau Iosif	Gossner	Str. Romulus, nr. 20	
Blum Elizabeta	Str. Gheorghe Lazăr, nr. 2	Blum Elizabeta	Erhardt Petru	Str. Brăteanu, nr. 29	Erhardt Petru
Dancs Adalbert	Str. Odobescu, nr. 2	Dancs Adalbert	Henning	Str. Brediceanu, nr. 2	Henning Heinrich
Ehling	Str. Mercy, nr. 3		Huhn	Str. Vasile Alexandri	
Elite	Bd. Carol, nr. 10		Ideal	Bd. Carol, nr. 9	
Endresz Iosif	Str. 3 August, nr. 25	Endresz Iosif	Just	Str. Preyer, nr. 9	
Kohl	Piața Brăteanu		Martin Iacob	Str. Generalul Drăgălina, nr. 15	Martin Iacob
Komjanov Milivoi	Str. Brăteanu, nr. 37	Komjanov Milivoi	Mayer	Palatul Löffler C.	
Kovács Sava	Str. Fröbl, nr. 38	Kovács Sava	Müller și Bálint	Str. Ungurean	
Kurth Ioan	Str. Prota Dragomir, nr. 5	Kurth Ioan	Philips Gusztáv	Str. Memorandului, nr. 10	Philips Gusztáv
Perák	Str. Vértes	Perák Ioan	Solomon Iosif	Str. Preyer, nr. 3	Solomon Iosif
Popovici Petru	Str. Brăteanu, nr. 47	Popovici Petru	Szekér Martin	Str. Ady, nr. 1	Szekér Martin
Schütz	Str. Fröbl, nr. 9		Váröri	Bd. Berthelot, nr.	Váröri Petru
Seibert Petru	Str. Mărășești, nr. 1	Seibert Petru			

¹²³ Mare carte de adrese și indicator al domiciliilor Timișoara, 121–123.

ANEXA 2
Frizeri din 1938¹²⁴

Numele	Adresa	Numele	Adresa
Bauer & Ilincea Petru	Str. Alba Iulia, nr. 5	Goszner Ioan	Str. Romulus, nr. 20
Bild Iosif	Str. 3 August, nr. 20	Grbei Damian	Bul. Carol nr. 40
Birkenheuer Anton	Str. Negruzzi, nr. 13	Hansler Filip	Str. Fröbl, nr. 45
Bistriian Teodor	Str. Eugen de Savoia, nr.10	Hecktor Mihai	Bul. Carol, nr. 15
Binder Petru	Piața Adamachi, nr. 4	Heilmann Nicolae	Str. Iosif Gal, nr. 7
Blau Conrad	Str. Odobescu, nr. 67	Henz Iuliana	Piața Lahovary, nr.5
Boros Adalbert	Piața Petru Maior, nr. 2	Hauschild Georg	Splaiul Müller Guttenbrunn, nr. 18
Burai Iulia	Str. Gloria, nr. 1	Henzi Cristof	Str. C. Brătianu, nr. 47
Buschbacher Adam	Str. Preyer, nr. 14	Indricău Dușan	Str. Preyer, nr. 24
Croitör Matei	Str. Lonovici, nr. 4	Indrisek Gheorghe	Str. Feldioara, nr.11
Delfel Matei	Str. Memorandului, nr. 64	Ionica (frizerie)	Str. Mercy, nr. 4
Doggendorf Matei	Str. Generalul Drăgălina, nr. 1	Iust Ioan	Str. Preyer, nr. 9
Donat Ioan	Str. Neculcea, nr. 1	Kadi Iosif	Str. Ștefan cel Mare nr.
Fherhardt Petru	Str. Andrei Șaguna, nr. 17	Karolyi Iosif	Str. Brătianu, nr. 17
Eberl Francisc	Piața Brătianu, nr. 4	Kasznel Martin	Str. C. Porumbescu, nr. 32
Ehling Ioan	Str. Prever, nr. 31	Kilczer Ioan	Str. Pop de Băsești, nr. 43
Endresz Alfred	Str. 3 August, nr. 25	Kirucza Alexandru	Piața Traian, nr. 9
Engelmann Ioan	Str. Șincai, nr. 14	Kiry Ioan	Str. Wilhelm Müller, nr. 8
Eremia Ștefan	Școala Politehnică	Kiss Mihai	Str. Fröbl, nr. 1
Erhardt	Str. Pop de Băbești, nr.41	Kiss Ștefan	Str. Dr. Adolf Vértes, nr. 2

¹²⁴ Ibid., 125–126.

Numele	Adresa	Numele	Adresa
Erhardt Petru	Splaiul Müller Guttenbrunn, nr. 29	Klein Ioan	Str. Joffre, nr. 2
Fara Rusalin	Str. Vasile Carlova, nr. 18	Kleitsch și Moosz	Str. Gelu, nr. 7
Firling Andrei	Bul. Carol, nr. 32	Komlyenov Mili- voi	Str. I.C. Brătianu
Fliegel Petru	Str. Fröbl, nr. 54	Krutsch Henric	Bul. Carol, nr. 8
Folian Iulian	Str. Doja nr. 12	Lakatos Arpad	Str. Dacilor, nr. 10
Frank Ioan	Str. Bontila, nr. 10	Landgraf Anton	Str. Buday Deleanu, nr. 24
Gassenfeidt Petru	Piața Unirii, nr. 3	Landgraf Anton	Str. 1 Decembrie, nr. 36
Gassenfeidt Petru	Str. Doja, nr. 18	Leidemann Mihail	Str. Neculcea, nr. 43
Gogoșa Vasile	Str. I. Brătianu, nr. 19	Lincz Matei	Piața Traian, nr. 7
Goschi Ioan	Str. Fröbl, nr. 40	Loibl Petru	Bul. Carol, nr. 1
Loth Philipp	Bul. Carol, nr. 54	Madler Daniel	Str. Miron Costin, nr. 1
Mangav Mihai	Str. Sergent Mușat, nr. 4	Mican Vasile	Str. D. Sturdza nr. 18
Michels Iosif	Str. Doja, nr.56	Maghețiu Cornel	Bul. I.G. Duca, nr. 4
Müller & Balint	Str. Eugen de Savoia colț cu Str. Ungu- reanu	Molnár Gèza	Splaiul Tudor Vladi- mirescu, nr.24
Negrea Ilie	Str. Kogălnioceanu nr. 2	Pistrui Gheorghe	Str. Gheorghe Lazăr, nr. 3
Plies Benedek	Str. Lonovici, nr. 2	Pipicz	Splaiul Tudor Vladi- mirescu, colț
Pollinger Francisc	Str. C. Porumbescu nr.96	Popovici Ljubomir	Str. Mart. Popescu, nr. 5
Putiu Ana	Bulevardul, Duca nr. 17	Radovan Radoico	Str.Gării nr. 6
Radovan Teodor	Piața Küttl, nr. 1	Radu Pavel	Str. Gării, nr. 4
Remer Antoniu	Str. Telegrafului, nr. 16	Henner Béla	Piața Badea Cârțan, nr. 13
Reschl Emil	Str. Cameliei, nr. 21	Grosner Maurițiu	Str. I. Văcărescu, nr.28
Schmitz I.	Str. Caruso, nr. 3	Schmitz Ioan	Bul. Carol, nr. 16
Schneider Ioan	Str. Ștefan cel Mare, nr. 47	Schuch Anton	Str. Ady, nr. 2

Numele	Adresa	Numele	Adresa
Schuch Gheorghe	Bul. Carol, nr. 16	Schutz Nicolae	Str. Fröbl, nr. 4
Seibert Petru	Str. Mărășești, nr. 1	Sepetan Isaile	Str. O. Iosif, nr. 18
Sobotelean Nicolae	Str. Daciilor, nr.8	Stancov Svetislav	Str. Doja, nr. 1
Straky Nicolae	Bul. Carol, nr. 14	Szabo Ștefan	Str. Mercy nr. 6
Szeibert Iacob	Bul. Berthelot, nr. 16	Szlovik Rudolf	Piața Dragalina, nr. 10
Szücs Iosif	Piața Unirii, nr. 5	Todorov I.	Str. Alba Iulia
Tomasky M.	Str. Veneția, nr. 4	Toth	Str. Coroana de Oțel, nr. 1
Unguraș Iosif	Str. Ștefan cel Mare, nr. 19	Varga Ioan	Str. Mureș, nr. 48
Voian	Str. Vlad dela Marina, nr. 1	Vuin Vladimir	Str. Joffren nr. 8
Waltrich Ioan	Piața Traian, nr. 8	Werhof Iosif	Str. Joffre, nr. 28
Weisz Anton	Str. W. Mülhe, nr. 38	Wingron Béla	Str. Văcărescu, Piața Dragalina
Zahorak Gheorghe	Str. Preyer, nr.1/A	Zornek Francisc	Str. Napoleon, nr.2

ANEXA 3
Produse cosmetice

Tip	Denumire	Preț
cremă	Tokalon ¹	50–60 lei
cremă	Nivea ²	16 lei
ulei	Nivea ³	55
cremă	Leocrem ⁴	30
puđră	Coty ⁵	110
apă de colonie	Condor Rouge ⁶	1 litru – 500 lei
puđră	Naiada ⁷	20
apă de colonie	Soir de Paris ⁸	1 litru – 400 lei ½ – 220 lei ¼ – 118 lei 100 gr. – 500 lei
cremă	Coty ⁹	130 lei
apa de colonie	Coty ¹⁰	1 litru – 500 lei
vopsea	Tonal ¹¹	70 lei
parfum	Bourjois ¹²	60 – 400 lei
puđră	Tokalon ¹³	50 lei
cremă	Secret de Lily ¹⁴	100 lei
cremă	Amber Royal ¹⁵	175 lei
cremă	Siamoise ¹⁶	120 lei
puđră	Diavolo D'Argy ¹⁷	22–45 lei
ruj	Violet ¹⁸	130 lei
vopsea de păr	Gloria ¹⁹	25–50 lei
parfum	Eau de Cologne 4711 ²⁰	-
puđră	Tokalon Fascinatio ²¹	80 lei cutia obișnuită și 120 lei cutia dublă
puđră	Tokalon Petalia ²²	80 lei cutia obișnuită și 120 lei cutia dublă
cremă de zi	Lia ²³	55 lei
cremă de noapte	Lia ²⁴	60 lei
lac	Lia ²⁵	45 lei
creion de sprâncene	Lia ²⁶	45 lei
ruj	Lia ²⁷	60 lei
creion de gene și sprâncene	Lia ²⁸	60 lei
puđră	Soir de Paris ²⁹	100 lei cutia mare, 70 lei cutia mică
vopsea	Kleinol Hesha Simplex ³⁰	-
ruj	Khasana ³¹	-
puđră	Arden ³²	500 lei

Tip	Denumire	Preț
cremă	Ardena Velva Cream ³³	330 lei
cremă	Orange Skin Food ³⁴	330 lei
loțiune pentru piele	Ardena Skin Tonic ³⁵	350 lei
cremă de curățire	Venetian Cleansing Cream ³⁶	330 lei
ruj	Michel ³⁷	-
loțiune pentru ochi	Special Eyelotion Elizabeth Arden ³⁸	500 lei
cremă pentru ochi	Special Eye Cream Elizabeth Arden ³⁹	450 lei
cosmetic pentru ploape	Eye Shado Elizabeth Arden ⁴⁰	350 lei
rimel	Rimmel's ⁴¹	-
ruj	Ritz ⁴²	240 lei tubul automat, iar rezerva 100 lei 265 lei tubul sub formă de lumânare, iar rezerva 125 lei

NOTE: **1.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 392 (București, 29 iulie 1934): 30; **2.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 370 (București, 26 februarie 1934): 29; 392 (29 iulie 1934): 14; **3.** Ibid.; **4.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 392 (București, 29 iulie 1934): 14; **5.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 374 (București, 25 martie 1934): 5; 390 (15 iulie 1934): 15; **6.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 374 (București, 25 martie 1934): 5; **7.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 393 (București, 5 august 1934): 27; **8.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 390 (București, 15 iulie 1934): 7; **9.** Ibid.; **10.** Ibid.; **11.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 382 (București, 20 mai 1934): 6; **12.** Petcu, *O istorie ilustrată a publicității românești*, 87; **13.** Ibid.; **14.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 243 (București, 15 decembrie 1928): 2; **15.** Ibid.; **16.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 42 (București, 14 decembrie 1929): 17; **17.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* X, 512 (București, 11 noiembrie 1936): 19; **18.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 243 (București, 15 decembrie 1928): 2; **19.** Reclama se află în ziarul *Nădejdea* II, 221 (Timișoara, 12 februarie 1922): 3; **20.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 51 (București, 14 decembrie 1929): 2; 52 (21 decembrie 1929): 30; **21.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 37 (București, 29 septembrie 1928): 6; **22.** Ibid.; **23.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 6 (București, 26 februarie 1928): 15; **24.** Ibid.; **25.** Ibid.; **26.** Ibid.; **27.** Ibid.; **28.** Ibid.; **29.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 390 (București, 15 iulie 1934): 7; **30.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XII, 592 (București, 25 mai 1938): 19; **31.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XI, 562 (București, 27 octombrie 1937): 23; **32.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XI, 548 (București, 21 iulie 1937): 17; **33.** Ibid.; **34.** Ibid.; **35.** Ibid.; **36.** Ibid.; **37.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XI, 564 (București, 10 noiembrie 1937): 18; **38.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XI, 545 (București, 30 iunie 1937): 19; **39.** Ibid.; **40.** Ibid.; **41.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XII, 623 (București, 23 iunie 1938): 22; **42.** Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XII, 593 (București, 1 iunie 1938): 9.

ANEXA 4
Produse de igienă

Tip	Denumire	Preț
săpun	Naiada ¹	20 lei
săpun	Elida Favorit ²	30 lei
șampon	Neo-Silvkrin ³	52 lei
pastă de dinți	Kolynos ⁴	-
săpun	Elida Favorit ⁵	30 lei
șampon	Miorin- Ri ⁶	-
deodorant	Odo-Ro-No ⁷	flacon mic 130 de lei și flacon mare 200 lei
pastă de dinți	Chlorodont ⁸	16 sau 26 lei
apă de gură	Liadont ⁹	50 lei
deodorant	Lia ¹⁰	40 lei
cremă de dinți	Liadont ¹¹	30 lei
săpun	Naiada ¹²	20 lei
săpun	Jahneer ¹³	-
pastă de dinți	Nivea ¹⁴	22 lei
pastă de dinți	Farmodont ¹⁵	-
săpun	Ileana ¹⁶	-
pastă de dinți	Kalodont ¹⁷	-
tratament împotriva căderii părului	Trilysin ¹⁸	-
săpun	Palmolive ¹⁹	20 lei
săpun	Savon Cadum ²⁰	20 lei
pastă de dinți	Sandy ²¹	-

NOTE: 1. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 393 (București, 5 august 1934): 27; 2. Reclama se află în ziarul *Clujul Românesc* V, 48–49 (Cluj, 4 decembrie 1927): 2; VI,1–2 (15 ianuarie 1928): 2; 3–4 (29 ianuarie 1928): 2; 3. Petcu, *O istorie ilustrată a publicității românești*, 87; 4. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* III, 42 (București, 14 decembrie 1929): 11; 152 (28 decembrie 1930): 22; 5. Reclama se află în ziarul *Clujul Românesc* V, 48–49 (Cluj, 4 decembrie 1927): 2; VI,1–2 (15 ianuarie 1928): 2; 3–4 (29 ianuarie 1928): 2; 6. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XI, 550 (București, 4 august 1937): 23; 7. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 40 (București, 20 octombrie 1928): 15; 8. Petcu, *O istorie ilustrată a publicității românești*, 87; Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* IV, 152 (București, 28 decembrie 1929): 13; 9. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* II, 6 (București, 26 februarie 1928): 15; 10. Ibid.; 11. Ibid.; 12. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* VIII, 393 (București, 5 august 1934): 27; 13. Reclama se află în ziarul *Voința Poporului* VII, 99 (Timișoara, 4 iulie 1929): 4; 105 (11 iulie 1929): 4; 114 (21 iulie 1929): 4; 117 (25 iulie 1929): 4; 123 (1 august 1929): 4; 126 (4 august 1929): 4; 14. Petcu, *O istorie ilustrată a publicității românești*, 87; 15. Reclama se află în ziarul *Gazeta Banatului* II, 52 (Timișoara, 25 decembrie 1926): 6; 16. Reclama se află în ziarul *Nădejdea* III, 290 (Timișoara, 21 ianuarie 1923): 3; 17. Reclama se află în ziarul *Voința Banatului* VIII, 35 (Timișoara, 12 august 1928): 3; 18. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XI, 549 (București, 28 iulie 1937): 19; 19. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XI, 564 (București, 10 noiembrie 1937): 17; 20. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XI, 564 (București, 10 noiembrie 1937): 6; 21. Reclama se află în ziarul *Realitatea Ilustrată* XII, 593 (București, 1 iunie 1938): 20.

ANEXA 5
Stomatologi din 1938¹²⁵

Numele	Adresa	Numele	Adresa
Berdach Eugen	Str. Ady, nr. 2	Berger Emeric	Str. Regele Ferdinand, nr. 1/b
Botz Ștefan	Str. Dacilor, nr. 20	Deutsch Moise	Bul. Carol, nr. 10
Fischhoff Eugen	Str. Alba Iulia, nr.3	Gelbermann Menyhért	Piața Dragalina, nr. 12
Göttl Maurițiu	Str. Paris, nr. 2	Holczler Francisc	Piața Dragalina, nr. 1
Kerekes Emanuel	Piața Traian, nr. 6	Kovács Ladislau	Str. Eugen de Savoya, nr. 7
Liebmann Leo	Piața Traian, nr.7	Link Iuliu	Bd. Regel Ferdinand nr. 1
Mohillo Alfred	Calea Bogdăneștilor, nr. 8	Solomon Herman	Piața Traian, nr. 3
Veturia Petri Iagodici	Piața Dragalina, nr. 4	Megyeri Ladislau	Str. Delamarina, nr. 1
Wratny I.	Str. Fröbl, nr. 38	Relits Gheorghe	Str. Domnița Balașa, nr. 45

¹²⁵ Mare carte de adrese, 57.

HYGIENE AND BEAUTY PRODUCTS IN INTERWAR TIMIȘOARA

Abstract

Hygiene was one of the important items of the lot of emancipation factories, which runs in Timișoara daily life within the interwar period. Hygiene, coming from the Greek name of Hygieia, Asclepius' daughter, the medicine god, means the series of conditions and practices that constantly maintain health.

Auxiliary based on hygiene, the field of beauty making contributed to identify and promote the cult of exterior image, through advertising, like a real industry.

The advertising message was built to leave the potential client see only the qualities of the product not its deficiencies. The advertising in interwar period might be the ideal of the great corporations of today, with the advertising to say all, leaving no space for interpretations and totally directing the product toward the consumer.

Timișoara re-found its former social-economical identity after I World War. So, the territorial-political liberation brought in its train a spiritual-creative releasing able to forecast an almost total daily life bold re-initializing.

The hypothesis of modernizing took place within the society in Timișoara, generated by a social metamorphosis and mental changing which is mainly put in light by the young inhabitants who adopted the stylistic trends of the developed Western Europe.

The beauty industry's model transposes the contemporary women's look in shapes tacitly going from natural to artificial. The women's natural beauty came so to be falsified by fashion products and those ones generated an artificial beautification due to need of opening a large market for colors, cold creams, lipsticks, and mascara.