

CULTURĂ ȘI RECLAMĂ LA MIERCUREA-CIUC. CONSIDERAȚII PENTRU PERIOADA INTERBELICĂ

CORNEL CRĂCIUN

Consecvenți unui program propriu de cercetare a comandamentelor și a realizărilor culturale din spațiul transilvănean interbelic ne-am fixat — prin cele ce urmează — „cartierul general“ într-o zonă destul de puțin cercetată a teritoriului românesc: *Secuimea*. Ne-a condus spre aceasta nu numai fascinația noului cu orice preț, care s-a transformat într-o veritabilă vânatoare de „subiecte“ marginalizate, cât mai ales nevoia de clarificare personală a unor „pete albe“ din spațiul cultural interbelic. Deci — interesul nostru mărturisit se îndreaptă spre conturarea liniilor evolutive ale vieții culturale locale, spre ceea ce este peren și apropiat segmentele constitutive ale populației din zonă, și nicidecum nu este dirijat spre aflarea senzaționalului, al „accidentalului“ bun pentru prima pagină a jurnalelor. În loc de a opera cu simple supoziții și de a ne lăsa pradă posibilelor reverii ce prevestesc o „inflamare“ a spiritului critic — am preferat să mergem direct la sursă, care în cazul nostru este oferită de presa românească a perioadei, și să ne limităm la o interpretare pe „concret“.

Miercurea-Ciuc sau *Ciuc-Sereda*, cum apare grafiată denumirea pentru finele secolului trecut¹, „este mai mult un oraș secuiesc“² — situație ce se perpetuează până în zilele noastre. Capitală a județului Ciuc, orașul — a cărui istorie este extrem de interesantă — face parte din

„elita“ urbanistică a zonei. Populația lui, nicidecum foarte numeroasă³, este formată cu deosebire din secui și români a căror conviețuire n-a fost întotdeauna deosebit de normală. Alături de confruntări și tensiuni au funcționat — cel mai adesea — stări de echilibru, de înțelegere și colaborare între cele două etnii. Din acest unghi al problemei se pare că pe durata anilor interbelici asistăm tocmai la o normalizare a raporturilor intercomunitare, la o integrare deplină a secuilor în structurile României Mari — așa cum vom vedea că evoluează lucrurile pentru domeniul cultural. Ideea este excelent conturată și susținută de către unul dintre intelectualii de frunte ai zonei și perioadei în cauză — l-am numit aici pe dr. Gáal Endre — care are o intervenție de efect în numărul inaugural din gazeta „*Dacia*“. Intitulată semnificativ *Cuvânt pentru buna înțelegere din Ciuc*⁴ — demonstrația pe care o face domnia sa este o pledoarie plină de căldură în favoarea rațiunii și a conlucrării benefice: „...Șovinismul, biserica, statul, bogăția, naționalismul, vor putea pretinde menținerea granițelor ce ne despart, — pentru a ține omenirea în serviciul scopului lor“ dar — spune mai departe semnatarul articolului — „înțelepciunea omenească pretinde însă, ca zidurile ce ne despart să dispară, din momentul ce trebuie ca să

¹ C. Diaconovich, *Enciclopedia Română*, vol. I, Sibiu, 1898, p. 849.

² * * *. *Minerva*, *Enciclopedia Română*, Cluj, 1929, p. 676.

³ 1789 de locuitori în anul 1891, cf. C. Diaconovich, *op. cit.*, p. 849; circa 4000 de locuitori cf. *Minerva*, p. 676 și 5020 de locuitori la 1 iulie 1937 după *Enciclopedia României*, vol. II, București, 1938, p. 644.

⁴ *Dacia*, I, nr. 1/22 decembrie 1926, p. 1—2.

luptăm pentru interesele generale ale omenirii, văzând iarăși unul într-altul : omul...“⁵. Colaborarea culturală dintre români și secui se materializează nu numai prin intermediul spectacolelor, balurilor sau acțiunilor de caritate comune, ci — așa cum este și cazul pus în discuție — prin apariții bilingve ale presei locale : „...Această mișcare, cu tendința de a sprijini colaborarea și buna înțelegere dintre Români și Secui, prin editarea unui ziar scris în ambele limbi, este o mișcare curat românească...“⁶.

Studiul nostru urmărește cu prioritate evoluția comunității românești din oraș și contactele ei cu concitadinii ei secui. Firește că nu va rezulta o imagine de ansamblu — dar considerăm incursiunea noastră ca pe un „cap de pod“ în rezolvarea exhaustivă a problematicii aflate în discuție. Nu ambiționăm la etalarea unor concluzii definitive și chiar invităm, pe această cale, pe oricine dorește — să ne secondeze în efortul de restituire integrală a peisajului socio-cultural interbelic din Miercurea-Ciuc și, de ce nu ?, din întregul sud-est transilvănean.

Alături de instituțiile de învățământ proprii oricărei așezări urbane — din rândul cărora se detașează liceul mixt *Petru Rareș* și cel romano-catolic — Miercurea-Ciuc posedă o bună reprezentare în domeniul societăților socio-culturale. Dacă ar fi să întreprindem o tipologizare a acestora, am distinge — din rândul celor efectiv culturale — rolul preponderent jucat de mișcarea muzicală. Cel mai valoros element al domeniului îl reprezintă corul *Doina Oltului*, înființat în anul 1924 din inițiativa preotului Iancu Bărbat. Pilon de bază al edificiului artistic local „Reuniunea corală *Doina Oltului*“ a contribuit în modul cel mai desinteresat, dar și în cel mai eficace, la propagarea culturii românești, cât și la ridicarea prestigiului în acest ținut a credinței noastre strămoșești⁷. Lui i se adaugă societatea corală ortodoxă, corul

Astra, fanfara premilitarilor și cea a Batalionului 2 Pionieri de munte, precum și Reuniunea de cântece și de muzică maghiară.

Un loc aparte în ansamblul cultural al localității îl ocupă Despărțământul *Astra* al județului Ciuc, grupare eminentă culturală — dintre ai cărei conducători interbelici cunoaștem doar trei nume, respectiv avocatul *V. Dragu* (din 1927 și ulterior), avocatul *Petre Pașnicu* (pentru anii 1934—1938) și profesorul *Spiru Tudor* (din 1938 și ulterior). Biblioteca ce funcționa în interiorul acestei instituții a popularizat cultura scrisă românească la toate nivelurile⁸, fără a pierde din vedere marile creații ale spiritului uman din toate timpurile. Serbările și șezătorile artistice, conferințele ocazionale — spre deosebire de alte orașe similare din Transilvania și Banat aici nu avem nici o știre privitoare la cicluri tematice de o durată relativ lungă de timp — și revista *Astra Ciucului* (cu o apariție regulată între 19 august și 28 iunie 1936) au făcut o excelentă propagandă culturii românești în acest colț de țară. Eforturile ASTREI au fost secondate de Cercul militar-civil și de Reuniunea populară greco-catolică (ale cărei acțiuni, bănuiam, au vizat mai ales perspectiva confesională a problemei culturale). Pe această direcție — de preponderență a faptului religios — se plasează și Asociația romano-catolică din oraș condusă, cel puțin în anul 1927, de doamna dr. H. Hirsch⁹.

Societățile cu rol preponderent caritabil sunt reprezentate de societatea de *Crucea Roșie* și de *Reuniunea Ortodoxă Română*, creată în anul 1936¹⁰. Dacă so-

⁵ În cazul lumii satului edificator este articolul de prezentare *Cărți alese pe sprânceană, pentru tânărul român* apărut în *Dacia*, II, nr. 26/14 august 1927, p. 3; învățătorii și profesorii au la îndemână *Lista cărților pedagogice din Biblioteca Revizoratului Școlar Ciuc*, cf. revistei *Școala noastră*, II, nr. 2/15 februarie 1933, p. 5, iar gusturile mai „subțiri“ vor fi satisfăcute de volumul editat la tipografia „*Harghita*“ de către profesorul N. N. Munteanu și intitulat *Aspecte și direcții în romanul românesc*, cf. *Ținuturi secuizate*, II, nr. 19/23 iunie 1937, p. 7.

⁹ *Dacia*, II, nr. 5/12 februarie 1927, p. 2.

¹⁰ Cf. *Înfăptuirile românești din Ciuc în anul 1936* de Adelina Pașnicu, în *Ținuturi secuizate*, II, nr. 10/1 ianuarie 1937, p. 1—2.

citatea de „Cruce Roșie“ pune accentul în activitatea sa pe organizarea unor baturi¹¹ de unde rezultă fondurile utilizate în ajutorarea celor nevoiași. *Reuniunea Ortodoxă Română* este mult mai „sensibilă“ la virtuțile socio-culturale ale spectacolelor populare. În această categorie pot fi încadrate, fără pericolul de a greși, cele două societăți religioase deja amintite : *Reuniunea populară greco-catolică* și *Asociația romano-catolică*.

O categorie cu profunde implicații sociale — de această dată — este cea formată din societăți salariale clar definite : *Uniunea Micilor Industriași* și *Asociația Salariaților Publici*. Prin modul în care au fost constituite, în 1931 și respectiv 1936, au funcționat și s-au implicat în viața colectivității din Miercurea-Ciuc — cele două societăți se apropie mai mult de statutul unor veritabile sindicate de ramură. Reținem aici interesul marcant pentru soarta micilor investitori locali, ca și aceea pentru funcționarii din aparatul de stat și sectorul particular¹².

Pentru petrecerea utilă a timpului liber s-au constituit, alături de societățile culturale trecute în revistă, și un număr de organizații cu profil recreativ. În luna mai a anului 1935, paginile revistei *Astra Ciucului* conțin propunerea constituirii unei societăți de turism¹³ — lucru perfect normal dacă avem în vedere posibilitățile deosebite oferite de zona unde este amplasat orașul Miercurea-Ciuc. Inițiativa localnicilor se materializează scurt timp după aceea prin întemeierea societății de turism *Carpatina-Ardeleană*¹⁴. De asemenea se practică sportul organizat în cadrul unei societăți de specialitate, iar pentru a îmbina creator plăcutul cu uti-

¹¹ Organizate de preferință la începutul anului — vezi 17 ianuarie 1937, 15 ianuarie 1938 și 11 februarie 1939.

¹² *Uniunea Micilor Industriași* creată sub președinția ing. Nicolae Grigorescu și având sediul comun cu cel al ziarului *Ținutul Săcuiesc*, cf. *Ținutul Săcuiesc*, I, nr. 1/8 iulie 1931, p. 1 — respectiv *Asociația Salariaților Publici* a cărei constituire este anunțată în *Astra Ciucului*, III, nr. 1/9 ianuarie 1936, p. 1, statutele de funcționare fiindu-i publicate trei luni mai târziu în nr. 5/18 aprilie 1936, p. 1—2 al aceleași apariții periodice.

¹³ *Ibidem*, II, nr. 5/12 mai 1935, p. 1.

¹⁴ *Enciclopedia României*, vol. II, București, 1939, p. 644.

lul — a se citi sportul cu turismul și satisfacerea instinctului de conservare — se pun bazele unei societăți de vânatoare.

Alături de societățile cu rol socio-cultural trebuie să amintim, chiar dacă face o figură cu totul aparte ca nivel organizațional, o creație politică cu rosturi propagandistice — apărută în anul 1936, în condițiile escaladei mișcări fasciste și revanșarde — este vorba de organizația județeană a *Ligii Antirevizioniste Române*, condusă de revizorul școlar Nicolae Comănicu¹⁵. Nu intrăm în amănuntele răspunsului autohton la campania autorităților Ungariei horthyste — înregistrăm doar existența acestei asociații a cărei acțiune a avut profunde implicații sociale.

*

Pentru perioada interbelică am putut consulta un număr de 8 publicații apărute în limba română la Miercurea-Ciuc, 6 ziare și 2 reviste¹⁶, fără a avea certitudinea definitivă că acesta este numărul complet de periodice editate în mediul autohton. Cele două decenii sunt relativ bine acoperite — cu deosebire anii '30. Ce considerații putem face pe marginea acestor surse de informație, atât de generoasă dar nefructificată încă la adevăratul ei potențial ? În primul rând, dacă ne referim la conținutul lor, putem aprecia că respectă o tradiție consonantă mediului provincial : mici note, informații, „foiletoane“ și producții exegetice sau literare ale forțelor intelectuale locale. Apetența culturală este servită cu generozitate și evident spirit de „sacrificiu“ de către cadrele didactice ale orașului sau ale zonei, chiar dacă rezultatele sunt de cele mai multe ori mediocre — prevalent fiind, se pare, principiul olimpic. Totuși, putem înregistra și fericite excepții care se nu-

¹⁵ *Ținuturi secuizate*, II, nr. 10/1 ianuarie 1937, p. 1.

¹⁶ Ziarele : *Dacia* (22 decembrie 1926—21 februarie 1928) ; *Astra Ciucului* (19 august 1934 — 28 iunie 1936) ; *Ținutul Săcuiesc* (8 iulie 1931 — 10 aprilie 1932) ; *Gazeta oficială a județului Ciuc* (ianuarie 1922 — 1 decembrie 1924) ; *Viitorul Ciucului* (12 iunie 1933 — 23 august 1934) și *Ținuturi Secuizate* (16 august 1936 — 27 august 1940) ; revistele : *Viața cercurilor culturale* (octombrie 1922 — iunie 1923) și *Școala noastră* (ianuarie-februarie 1932 — februarie 1935).

mesc Adelina Pașnicu, Silviu Cărpinișianu, Nicolae N. Munteanu și învățătorul din Remetea-Ciucului, fost elev al Școlii de Belle-Arte din București, Gheorghe Ghe. Afloarei¹⁷. Din punct de vedere tematic se abordează istoria, critica literară, memorialistica, problemele sociale¹⁸, arta, acordându-se un spațiu relativ extins evenimentelor comemorative, foiletoanelor de popularizare¹⁹ și, destul de timid, literaturii²⁰. Categorie este faptul că cea mai asiduă ziaristă, în accepțiunea favorabilă a denominației, este o distinsă profesoară — extrem de activă pe tărâm organizatoric și de practică a culturii prin numeroasele conferințe ocazionale pe care le susține dintr-o profundă convingere a utilității demersurilor sale — am numit-o pe doamna *Adelina Pașnicu*. Alături de soțul ei, avocatul Petre Pașnicu, reprezintă

¹⁷ A publicat în *Școala noastră și Ținuturi secuizate*.

¹⁸ Alături de amintitele articole referitoare la *Uniunea Micilor Industriași și Asociația Salariaților Publici* din localitate, mai putem enumera intervenția lui I. Pavel referitoare la *Răspândirea culturii românești în ținuturile secuizate* (pentru cf. vezi *Ținuturi secuizate*, III, nr. 28/22 ianuarie 1938, p. 1) și *Studiu asupra femeii* de dr. doc. Constantin Stanca, cf. *Școala noastră*, I, nr. 5/mai 1932, p. 2 și 4; nr. 6/mai (?) 1932, p. 4.

¹⁹ *Printre Secui* de Radu Cosmin (*Dacia*, I, nr. 1/22 decembrie 1926, p. 1—2; II, nr. 2/12 ianuarie 1927, p. 1—2; 3/19 ianuarie 1927, p. 1—2); *Silvete roșii* — după traduceri, cu episoadele *Kerensky* — *Dacia*, II, nr. 17/14 mai 1927, p. 1—2 și *Lenin* — *ibidem*, 18/21 mai 1927, p. 1—2; *Noua politică internațională* ce reproduce textul conferinței ținute la Universitatea din Bruxelles de fostul ministru de externe al Greciei și profesor al Universității pariziene, Nicolae Politis — *ibidem*, 19/28 mai 1927, p. 1; 20/11 iunie 1927, p. 1—2; 21/21 iunie 1927, p. 2; *Regele Ferdinand I și armata romană* — *ibidem*, nr. 25/3 august 1927, p. 1—2; *Povestea neamului nostru* de Nicolae Iorga în *Școala noastră*, I, nr. 6/mai 1932, p. 1—2 și nr. 7/iunie 1932, p. 1—3; *Eroii noștri în lumina recunoscutoare a neamului* de prof. Silviu Cărpinișianu în *Școala noastră*, I, nr. 15/ noiembrie 1932, p. 1; 16/15 noiembrie 1932, p. 1; II, nr. 2/15 februarie 1933, p. 2—4 și 3/15 martie 1933, p. 4—5; *Românii din Ungaria* de ing. Ștefan D. Spătaru în *Viitorul Ciucului*, II, nr. 10—11/28 mai 1934, p. 1—2; *Horia, Cloșca și Crișan* de Adelina Pașnicu în *Ținuturi secuizate*, II, nr. 12/1 februarie 1937 la 16/21 aprilie 1937, p. 1—2.

²⁰ Proza *Pe mare* de Adelina Pașnicu în *Ținuturi secuizate*, I, nr. 5/11 octombrie 1936, p. 1—2.

tă un model de implicare conștientă — profundă și dinamică — în opera de culturalizare a maselor. Trăvialul depus de soții Pașnicu a fost recompensat, și nu întâmplător, prin deosebitele manifestări spontane de simpatie ce li s-au făcut cu ocazia plecării la Iași în iunie 1938, dl. Pașnicu fiind numit consilier la Curtea de Apel din acel oraș²¹.

Efortul cultural al perioadei interbelice este completat prin exercițiul grafic al celor cinci stabilimente tipografice ce-și aveau sediul în Miercurea-Ciuc. Trebuie să remarcăm faptul că presa românească a orașului a fost publicată în cvasitotalitate în institutele de profil maghiare²², domeniul fiind controlat cu autoritate de către reprezentanții acesteia. Prima tipografie românească la Miercurea-Ciuc este creată abia în 14 septembrie 1937²³, urmând ca proprietarul acesteia — Roman Robu — să se transfere din primăvara lui 1940 cu locuința și sediul institutului la Sighișoara. Alături de cele cinci tipografii consemnăm un număr egal de librării, dintre care două formau prelun-

²¹ Cf. *Ținuturi secuizate*, III, Ediție specială/ 11 iunie 1938, p. 1.

²² În tipografia *Petr Francisc* au apărut: revista *Școala noastră* de la nr. 3/martie 1932 la nr. 3/15 martie 1933; ziarele *Astra Ciucului* în ediția completă (19 august 1934 — 28 iunie 1936); *Ținutul săcuiesc* în ediția completă (8 iulie 1931 — 10 aprilie 1932); *Viitorul Ciucului* de la numărul 1/12 iunie 1933 la nr. 10—11/28 mai 1934 care apare deja la... București (!) și *Ținuturi secuizate* de la nr. 1/16 august 1936 la nr. 12/1 februarie 1937, inclusiv; la *Miklós Svoboda* au fost editate: ziarul *Dacia* de la nr. 5/12 februarie 1927 la nr. 3/21 februarie 1928 și *Gazeta oficială a județului Ciuc* pe durata anului 1922; la tipografia *Vákár* au apărut, de-a lungul anilor interbelici, ziarele românești *Dacia* (de la nr. 1/22 decembrie 1926 la nr. 4/1927) și *Gazeta oficială a județului Ciuc* (de la nr. 5/24 martie 1923 până la finalul din 1 decembrie 1924) — la care se adaugă revistele *Școala noastră* (doar nr. 1—2/ianuarie-februarie 1932) și *Viața cercurilor culturale* în ediția completă (nr. 1/octombrie 1922 — nr. 6/iunie 1923). La cele trei mari stabilimente ale domeniului se mai adaugă tipografia *Harghita* unde apare ziarul *Ținuturi secuizate* între 1 martie 1937 și 24 martie 1940, respectiv tipografia *Roman Robu* — transferată la Sighișoara la acea dată — care duce mai departe publicarea respectivului periodic, până la ediția specială din 27 august 1940.

²³ *Ținuturi secuizate*, II, nr. 22/23 septembrie 1937, p. 2.

girea tipografiilor Petér Francisc și Roman Robu, una semnificativa reprezentanță locală a editurii ziarului bucureștean *Universul* iar celelalte două aveau o relevanță mult mai mică — una fiind legată de ziarul local *Ținuturi secuizate*, în vreme ce ultima din seria enunțată era o inițiativă personală activă în 1932 ce se intitula *Patria*.

*

În ciuda puținătății informațiilor oferite de presa consultată, putem să creionăm profilul artistic al realizărilor practice din perioada interbelică. Sectorul muzical are ca principali mesageri corurile *Doina Oltului*, *Astra* și Societatea corală ortodoxă. Dacă în cazul altor localități putem vorbi despre lideri incontestabili ai acțiunii organizatorice, la Miercurea-Ciuc constatăm situația, oarecum inedită, în care fiecare dirijor se preocupă strict de formația sa. O posibilă explicație am găsi în numărul relativ extins de grupări muzicale, dar ea se poate converti și în lipsa de categorică autoritate a unui singur organizator care să controleze și să fixeze pulsul sistemului de referință. Puținele spectacole recenzate în paginile presei locale nu trebuie să ne inducă în eroare „asupra cantității și calității mesajului artistic, ci pot semnifica — în egală măsură — „pauperitatea“ unor publicații ce nu au o apariție regulată, cât și lipsa unor potențiali comentatori ai fenomenului muzical local. Spectacolele consecutive din luna mai 1927 ale corului *Doina Oltului* aparițiile din anii 1935 și 1937 ale formației reprezentative a Despărțământului *Astra*, precum și concertele sărbătorilor de iarnă ale anilor 1937 și 1938 datorate Societății corale ortodoxe dirijate de Elena Ionescu Heroiu, sunt tot atâtea argumente ale unei activități susținute. Unica (!) prezență de marcă din exteriorul orașului o înregistrăm la 28 iunie 1931, atunci când concertează pe scena locală corul Academiei Teologice din Sibiu dirijat de profesorul Nicolae Oancea²⁴. Domeniul teatral este oarecum la fel de diluat. Nu există nici o referire la miș-

²⁴ *Ținutul secuiesc*, I, nr. 1/8 iulie 1931, p. 2.

carea diletantă locală — deși este imposibil ca în cadrul serbărilor să nu se producă și „numere“ teatrale — iar efortul exterior pare cvasiabsent. Trupa condusă de dr. Iuliu Ferenczy își începe sezonul de spectacole 1927 sub auspiciile destul de puțin favorabile: „...Pe lângă toate, că programul este compus din bucățile cele mai noi și personalul artistic este recrutat dintre cei mai buni artiști maghiari, publicul din Miercurea Ciuc nu a apreciat după cum se cuvenea jertfele directorului făcute pentru a asigura publicului iubitor și cunoscut (sic) de artă, ceea ce merită, din care motiv se gândește ca cu (sic) finele lunii aceasta să părăsească orașul“²⁵. Prima reacție a oricărui auditor ce vine în contact cu acest text, extrem de explicit pentru o mentalitate clasic provincială, este să subestimeze pregătirea publicului și, poate în subconștient, să aprobe starea de izolare culturală în care se zbate și din care nu dă semne că ar vrea să iasă prea curând. Dar minunea are loc și, la numai o săptămână distanță de cel mai negru pesimism, se produce resurecția: „În fine — trupa d-lui Ferenczy va izbuti să cucerască simpatia publicului. S-a repetat de mai multe ori ca sala să fie arhiplină, chiar când s-au jucat bucăți mai ușoare...“²⁶. Analiza concludivă²⁷ ne limpezește și mai sigur asupra nivelului interpretativ al membrilor ansamblului și al repertoriului aferent. Trupa este una care îmbină, într-o formulă des uzitată în epocă, producția muzicală cu cea teatrală — accentul punându-se pe teritoriul atât de accesibil al operetei. Comentatorul turneului are, în acest sens, o ezitare memorabilă atunci când afirmă: „Poate operele au fost prea des jucate“ — enumerând continuativ și câteva titluri clasice, intrate de mult în programul obligatoriu de gen, printre care remarcăm: *Prințesa circului și Iubire de țigan*. Calitatea îndoielnică a ofertei este dublată de prestația actorilor, semnificativă în acest sens fiind aprecierea inconsecventă a uneia dintre vedetele trupei. Astfel, dacă în luarea de poziție din 26 ianuarie 1927

²⁵ *Dacia*, II, nr. 3/19 ianuarie 1927, p. 3.

²⁶ *Ibidem*, nr. 4/26 ianuarie 1927, p. 4.

²⁷ Comasate în articolul *Teatrul maghiar, ibidem*, nr. 5/12 februarie 1927, p. 1.

se afirmă textual : „...D-ra Horvath ar putea satisface cu vocea ei pretențiunile unui public mai puțin pretențios“²⁸ în 12 februarie 1927 se plusează ostentativ deoarece : „...În *Orlow* și celelalte operete, Dra Horvath Nuși a fost îndelung aplaudată de public pentru jocul rutinat și vocea ei plăcută, care o încadrează între artistele de frunte“²⁹. La Miercurea-Ciuc a evoluat și un colectiv al Teatrului Național din București care a prezentat, în data de 11 iulie 1933, comedia lui Tudor Mușatescu *Titanic Vals* — singurul comentariu de luat în seamă din scurta recenzie rezervată fiind acela că spectacolul s-a bucurat de : „...un succes moral excepțional...“³⁰.

Nici domeniul artistic nu are o soartă cu mult mai favorabilă. Dacă la capitolul expozițiilor plastice anunțate sau recenzate în paginile presei românești interbelice există un singur „premiant“, l-am numit pe pictorul *Anton Teodorașcu*³¹, situația este efectiv salvată de intervențiile teoretice suficient de pertinente ale învățătorului Gheorghe Afloarei din Remetea-Ciucului. Vom insista asupra lor în cele ce urmează.

Dacă ar fi să operăm o delimitare strict temporală cu referire la artiștii analizați, lucru care nu a stat în intenția autorului articolelor, vom distinge între *trecutul* incarnat de Nicolae Grigorescu, Ioan Andreescu și Ștefan Luchian — și *prezentul* configurat de sculptorii Brâncuși și Oscar Han³². După cum se poate lesne observa grupul pictorilor reprezintă valorile confirmate ale artei naționale, în timp ce sculptorii amintiți se găseau în plină forță creatoare — distanța valorică fiind sugerată, dincolo de originalitatea și incandescența talentului, de mediul artistic în care se exteriorizau : Brâncuși la Paris în chiar „miezul“ avangar-

delor va urca spre gloria universală, în timp ce Han la București va deveni unul din „corifeii“ plasticii naționale. Lectura articolelor de teorie artistică ne poate frapa prin siguranța afirmațiilor și modernitatea interpretărilor, oferindu-ne un veritabil confort intelectual, așa cum probabil a produs și concetățenilor autorului. Fost elev al Școlii de Belle-Arte din București, Gheorghe Afloarei se impune ca o prezență scenică în peisajul ziaristic interbelic local. Ceea ce ne surprinde — și cu această observație vom epuiza și considerațiile asupra sectorului artistic — este lipsa totală a oricărei referiri la prezența plasticienilor maghiari la Miercurea-Ciuc în perioada amintită. Ne vine greu să credem că zona respectivă nu a atras atenția numeroșilor peisagiști de origine maghiară, ori că nu a existat măcar un pictor secui trăitor în Miercurea-Ciuc sau în județ care să expună aici. Localitatea era mult prea mică pentru ca aceste evenimente să rămână necunoscute — iar în ceea ce privește obiectivitatea presei românești nu putem avea dubii de vreme ce a înregistrat corect, spre exemplu, spectacolele trupei dr. Iuliu Ferenzy și reclamele tipografiilor secuiești din oraș, respectiv ale meseriașilor și comercianților de aici.

Două cuvinte și despre cinematograful *Astra* din localitate. Acesta funcționa în cadrul Despărțământului județean având aceleași scopuri educative comparabile cu ale bibliotecii pe care am amintit-o deja. Nu deținem decât informații vagi și incomplete asupra stagiunii din vara anului 1933, suficiente însă pentru a supoziționa aceeași superioritate marcată a peliculelor muzicale — aflate, ca și în alte localități ale Transilvaniei, pe primul loc în topul preferințelor marelui public spectator³³.

²⁸ *Ibidem*, nr. 4/26 ianuarie 1927, p. 4.

²⁹ *Ibidem*, nr. 5/12 februarie 1927, p. 1.

³⁰ Cf. *Viitorul Ciucului*, I, nr. 5/16 iulie 1933, p. 3.

³¹ Deschisă în sala *Astra* din localitate între 3 și 20 decembrie 1936, cf. anunțului inserat în *Ținuturi secuizate*, I, nr. 8/1 decembrie 1936, p. 4.

³² *Sculptorul Constantin Brâncuși*, în *Școala noastră*, II, nr. 4—5/aprilie — mai 1933, p. 5—7 și *Prof. Sculptor O. Han*, *ibidem*, nr. 6—7/ noiembrie—decembrie 1933, p. 38—40.

³³ Puținele informații referitoare la funcționarea cinematografului local, *Astra* sunt comasate în paginile ziarului *Viitorul Ciucului* din lunile iunie—iulie ale anului 1933. Conform programului anunțat, aflăm despre proiecția peliculelor : *Ki-Ki* — o comedie cu Anni Ondra și Hermann Thimig (probabil o adaptare autohtonă a titlului *O noapte în Paradis* în 17—18 iunie ; „Un cântec, o fată, o sărutare“ — operetă cu Gustav Fröhlich în 1—2 iulie ; „Sunny“ — cu Marilyn Liller în 4—5 iulie și „Desonorată“ în 8—9 iulie 1933.

Domeniul reclamei este, așa cum vom demonstra în paginile următoare, deosebit de generos configurat de publicațiile românești ale perioadei interbelice. Nu atât cantitatea „ofertei“ de prezentare a produselor și producătorilor, nu numai circuitul de revenire și consolidare a unor propuneri are darul să ne confirme importanța cvasivecinătății unui mare oraș de talia Brașovului pentru destinele Secuimii, cât mai ales varietatea și calitatea textelor se impune oricărui lector — indiferent de gradul de pregătire receptivă al acestuia.

Miercurea-Ciuc posedă o bună dotație economică — cel puțin acest lucru rezultă din consultarea unei lucrări de sinteză din a doua jumătate a deceniului patru³⁴. Sistemul bancar era configurat de existența a șapte unități de profil (!)³⁵, sectorul industrial își avea propria sa individualitate având, ca și traiectul comercial, punctul de forță în exploatarea lemnului pădurilor seculare din zonă. Stabilimentele tipografice, amintite ceva mai sus, veneau să completeze dinamica unui sector economic în plin avânt spre finele anilor '30. Nu există nici un dubiu că orașul se maturiza și se moderniza pe măsura industrializării acestuia, proces inevitabil ce era dublat de o urbanizare echivalentă.

Prin natura meseriei pe care o practică, comercianții sunt cei mai „expuși“ nevoii de reclamă. Nu este o noutate, nu este doar un simplu clișeu mental care operează în semnul egalității pus între cât vinzi (marfa) și cum vinzi (procesul complicat de propunere și susținere a acesteia). Dacă proprietarii de depozite de băuturi nu dau dovadă de interes și

³⁴ „2 mori sistematice, o fabrică de oțet, două de cherestea și o turnătorie de fier“, cf. *Enciclopedia României*, vol. II, București, 1938, p. 643.

³⁵ Agenția Băncii Naționale a României, Banca „Harghita“, Sucursala Băncii „Transilvania“ și Banca pentru circulația mărfurilor „Czell“ ca sucursală a Băncii Populare a salariaților și pensionarilor publici, cf. *Enciclopedia României*, p. 643, la care mai putem adăuga sucursala Băncii Ardeleana și Casa de Economie S.A., Banca de credit S. A. Sf. Gheorghe — sucursala loco — și Banca Populară a învățătorilor din Ciuc.

pic de imaginație în susținerea „comerțului“ lor (gândindu-se probabil la faptul că băutura se recomandă de la sine și cel ce are nevoie de ea știe și singur de unde să și-o procure), cu totul altfel stă situația în cazul librăriilor. O luptă acerbă se duce între cele cinci stabilimente ale orașului. Cel mai avantajat este, fără îndoială, *Petér Francisc* care profită din plin de pe urma presei tipărite în cadrul institutului său grafic pentru a-și plasa insinuant și continuu ofertele sale. Este de altfel singurul reprezentant al domeniului din Miercurea-Ciuc ce se arată capabil să se adapteze din mers la cerințele moderne ale editării — incluzând aici testarea pieței, producția propriu-zisă și desfacerea. Într-o ordine cronologică de tratare a subiectului în cauză aflăm că, la tipografia *Petér Francisc*: „Imprimarele comerciale și oficiale se pregătesc în preț ieftin și în mod elegant“³⁶. Oferta se diversifică în toamna anului 1932 și se adresează, prin intermediul revistei Asociației Învățătorilor din județul Ciuc, unei categorii sociale clar delimitate: „*În atenția d-lor învățători* Imbrăcarea pe carton a tablourilor de școală de orice fel și mărimă se execută (sic) cu cea mai mare exactitate și cu cele mai reduse prețuri la tipografia revistei noastre: *Petér Francisc, Miercurea-Ciuc*“³⁷. Insistența pe factorii de calitate și preț este conjugată și în vara anului 1933, în toamna și iarna anilor 1934 și 1936, cu unica diferență că aflăm ceva despre „secretele“ mărfurilor pe care este obligat să le comercializeze un profesionist provincial pentru a face față concurenței. Diversificarea reprezintă și în cazul de față un posibil răspuns la noile legi ale cererii pieței. Librăria *Universul* are o prestație demnă de apreciat în toamna anului 1936, atunci când își construiește argumentația pe nevoia imperioasă de economie³⁸. Apelând la bunele sentimente ale părinților puși în fața dureroaselor cheltuieli școlare de toamnă, librăria amintită „cea mai mare din *Miercurea-Ciuc*, dar în același timp și cea mai ieftină“ le oferă soluția salvatoare

³⁶ *Ținutul săcuiesc*, I, nr. 1/8 iulie 1931, p. 2.

³⁷ *Școala noastră*, I, nr. 11/septembrie 1932, 1936, p. 2.

³⁸ *Ținuturi secuizate*, I, nr. 5/11 octombrie p. 4.

care, firește, cuprinde obligatoriu conjuncția fericită dintre calitate și reducția de prețuri „pe care nu le poate atinge nici o concurență“. În toamna anului 1937 — și am putea afirma că nu întâmplător se intensifică „presiunea“ dinspre ofertanți spre virtualii consumatori în acest minunat anotimp — se insinuează în competiție noua librărie (atenție la afirmația că e prima românească în oraș!) *Robu*. Dacă apelul la calitate și prețurile convenabile (o exprimare ceva mai sibilinică) o plasează pe aceeași linie de conduită comercială, în schimb modalitatea de introducere a reclamei este originală și să ne permitem să o reproducem: „Faceți cea mai mare greșală, dacă nu vizitați și comandați cu încredere tot ce aveți nevoie pentru birouri, primării și școli de la noua librărie și tipografie „ROBU“³⁹. Firește că pe acest postament se poate construi apoi, printr-o explicare răbdătoare, edificiul viitorului succes în branșă. Aceleași argumente consacrate revin și în următoarele două intervenții din martie 1938 și ianuarie 1939, cu diferența — ce se cere evidențiată — a formulei dialogante de introducere uzitată în primul caz, respectiv cel al anului 1938.

Interesant este și „dialogul“ dintre magazinele ce comercializează încălțăminte. Optând pentru aceeași formulă a conversației purtate între două personaje, cu care se pot extrem de ușor identifica cetățenii orașului, proprietarul stabilimentului *Textila* testează piața din vara anului 1933. Ceea ce surprinde și convinge este nu atât gradăția interrogativelor dublată de rapelul la „memoria“ calitativă și economică a clientului — valorizată prin deja obsedantul „solid și ieftin“ — cât mai ales limbajul colocvial „centrat“ pe argumentația locului de folosință comună care este târgul săptămânal: „...A fost Miercuri cumnatul meu la târg și a cumpărat pentru copii săi, nevastă, soacră și servitoare o bunătate de încălțăminte *solide și ieftine* (sic), cum n-a mai fost la Miercurea-Ciuc“⁴⁰. Construcția respectivului anunț ni se pare semnificativă pentru evidențierea unui anumit palier mental și de aceea ne per-

mitem să insistăm asupra ei în cele ce urmează. Din simpla lectură a textului ne putem forma o impresie favorabilă, fără îndoială, asupra înțelegerii resorturilor intime ale meseriei de comerciant. Proprietarul, sau cel care i-a conceput reclama, are cunoștințele primare ale „secretului“ insinuării în conștiința potențialului client pe care le presupune orice superficială intruziune în psihologia masei. Schema de evoluție a ofertei dovedește o pregătire destul de minuțioasă a „stațiilor“ intermediare ale procesului persuasiv. Nu întâmplător se trece de la preținsa nevinovăție a interogației introductive la „cartușul“ ce cuprinde datele esențiale privitoare la situarea și dotarea stabilimentului cu pricina. Printr-o nouă interogație se face translația spre „atacul“ organizat asupra membrilor componenți ai oricărei familii onorabile ce locuiește într-un mediu urban (atragem aici atenția asupra treptării „importanței“ factorilor componenți ai colectivului: soțul-copii-nevăstă-soacra-servitoarea, fapt ce traduce — îndubitabil — perspectiva masculină, patriarhală, „dominatoare“). Insistența pe virtuțile conservante ale locului comun (trebuie ținut cont de faptul că imensa majoritate a existențelor familiale se consumă în acest „inform“ comun, ușor recognoscibil și cu atât mai apreciat, în ciuda „dorințelor“ mai mult sau mai puțin explicite de „*mai bine*“) dovedesc o pertinentă pătrundere a motivațiilor și aspirațiilor consumatorului mijlociu — atât de specific mediului provincial și ansamblului periferic al marilor aglomerații urbane. În fine, concluzia previzibilă a dorinței de aprovizionare a întregii familii (atragem atenția asupra valorii perene de globalitate cu care se operează, de preferință, în spațiul conservator din provincie) vine să încoroneze efortul propagandistic al ofertantului.

Comerciantul român Victor Socaci își concepe într-o cu totul altă cheie interpretativă reclama cu care se adresează publicului local în primăvara anului 1938. Din debut este subliniat elementul de seriozitate care guvernează oferta de față — „capital român Distins cu mare medalie de aur“⁴¹ — fără să se facă nici o

³⁹ *Ibidem*, II, nr. 22/23 septembrie 1937, p. 2.

⁴⁰ *Viitorul Ciucului*, I, nr. 4/2 iulie 1933, p. 2.

⁴¹ *Ținuturi secuizate*, III, nr. 43/22 mai 1938, p. 4.

precizare suplimentară (ce subtilitate, nu-i așa ?) privitoare la respectiva respectabilitate. Următoarea etapă o reprezintă exploatarea anotimpului — „sosind noutățile pe anul curent în ghete de DAME, DOMNI și COPII“ — dublată de perspectiva unor însemnate economii la achiziționarea acestora *acum și de aici*. Victor Socaci inversează radical raportul de forțe“ din interiorul familiei, mizând — nu întâmplător — pe cunoscutul (și, am aprecia noi, mult comentatul clișeu mental) „apetit“ feminin pentru noutățile modei. Din rigidul patriarhat suntem transferați spre însoțitul matriarhat — atât de blamat, dar cu siguranță de durată infinită. Comerciantul mai descoperă o „găselniță“ de efect, îndreptându-și atenția din perspectivă financiară spre categoria slujbașilor care, și atunci ca și acum, erau la fel de dezavantajați : „...Cu cea mai mare atențiune va fi servit corpul funcționarilor, făcând reducere separată...“. Chiar dacă apare în această formulare, interesul personal al comerciantului pentru asigurarea unui minim de protecție socială a respectivei categorii salariale aduce o rază de lumină într-un orizont de așteptare de un gri opac... Unei alte categorii sociale dezavantajate — este vorba de învățători — li se adresează firma *F. Grosberg*, un exemplar tipic al mixturii necesare dintre meseriașul producător și comerciantul ce valorifică produsul în mediul urban provincial. Fără a mai recurge la intermediari, acest „hibrid“ al economiei de piață interbelice (care revine la modă în ziua de azi) își desface singur marfa — producând prin aceasta avantaje financiare substanțiale clienților. Așa cum am afirmat deja — formula respectivă este o constantă a evocii, având o tradiție pe care o perpetuează spre încântarea publicului și a eventualilor comentatori „critici“ ai domeniului de referință. Revenind la reclama cu pricina, trebuie să-i apreciem concretetea și percutanța : „*D-nii învățători!* Găsesc cele mai ieftine băști (sic) și cămăși pentru premilitari la firma *F. Grosberg*“⁴². Am putea trage cel puțin două concluzii din textul anterior și anu-

me : nevoia disperată a cadrelor didactice din sistemul școlar național interbelic pentru protejarea materiei cenușii în fața atacurilor factorilor destabilizatori din mediul înconjurător, respectiv tradiția unor serioase pregătiri de specialitate în domeniul atât de delicat al mânăuirii eficiente a armelor ce coboară — probabil — cel puțin până la nivelul evului mediu autohton. După această nevinovată digresiune ne luăm permisiunea de a reveni la planul concret al subiectului nostru pentru a sublinia existența formulei versificate într-o prezentare ce aparține proprietarului stabilimentului intitulat *Bodega Centrală*⁴³. Stângăcia confecționată pentru a aminti măcar parfumul intonației populare ne conduce, evident, spre granițele — atât de ușor de penetrat — ale kitchului în formă pură. Apelația se adresează expres membrilor cuplului — având în prim-plan pe reprezentanta sexului slab... Ideea de bază este aceea că delicatesele (nici nu zice rău !) consumate cât mai des și numai de la magazinul cu pricina, au darul magic de a prezenta frumusețea, tinerețea și dragostea... Bărbatul se va putea impune (nu am putut stabiliza conotațiile expresiei) *cu gust picant* (în domeniul culinar sau sentimental ?) și va fii *etern, băiat șarmant* (deci iarăși o dispensă de tinerețe) numai cu condiția înmăprospătării cadourilor de-nvoială/Dela „*Bodega Centrală*“ — vorba poetului : n-am găsit altă rimă ! Apreciind cum se cuvine rafinamentul sau, de ce nu ?, dorința de bășcălie autopersiflantă a autorului textului, se ne bucurăm de posibilitatea oferită de a pătrunde în „substraturile“ artei ludice la români.

O altă categorie pasibilă de surprize dintre cele mai reconfortante este cea a localurilor unde se pot oficia libațiunile bahice. Procedând logic — adică de la simplul anunț cvasiconstatativ la complexitatea desfășurării de argumente probatorii — vom începe analiza noastră cu un exemplu cules din presa toamnei anului 1939. Plutonierul-major pensionar Gheorghe Zanele și-a deschis o bodegă, poate pentru a-și augmenta câștigurile, unde

⁴² *Ibidem*, nr. 54/6 noiembrie 1938, p. 2.

⁴³ *Ibidem*, I, nr. 2/30 august 1936, p. 4.

ne invită la o gustare bună și un vin plăcut⁴⁴. Visul oricărui cetățean cu slăbiciuni epicureice — și slavă Domnului suntem cu toții supuși greșelii! — poate fi transpus în realitate numai la bodega respectivului subofițer în retragere. Ceilalți concurenți renunță cu generozitate la utilizarea adverbului restrictiv anterior menționat pentru a se concentra asupra altor factori ce înviorează discursul persuadant. O ingenioasă combinație de reclame, prezente la interval de două pagini în interiorul aceluiași număr din *Ținuturi secuizate*⁴⁵, realizează proprietarul hotelului și restaurantului *Europa*. Aceeași îmbinare de calitate consacrată pe fondul unor prețuri avantajoase vine în întâmpinarea eventualului client. Prezentarea anunțurilor respectă și logica funcțiilor organismului omesenesc ce se succed într-o perfectă unitate cu cea a serviciilor de restaurant finalizate în cele de hotel. Grupului semantic „mâncare bună — camere elegante“ îi corespunde varianta financiară „mâncare ieftină — (camere) cu prețuri convenabile“. Firește că, în atari condiții, toată lumea sfârșește prin a fi perfect mulțumită și dornică să se suopună îndemnurilor... Restaurantul lui *Ion Tatu* de lângă gara din Miercurea-Ciuc este unul dintre localurile ce fac obiectul viguroasei campanii anti-alcoolice purtate de către Despărțământul local al *Astrei în debutul anului 1927*⁴⁶. În ciu-

⁴⁴ *Ibidem*, V, nr. 72/22 octombrie 1939, p. 4.

⁴⁵ *Ibidem*, III, nr. 32/19 februarie 1938, p. 2 și 4.

⁴⁶ „Asociațiunea pentru cultura poporului îngrijorată de viitorul poporului, periclitat de urmările dezastruoase ale alcoolului, care se consumă în cantități din a cărui (!) valoare s-ar putea construi în fiecare câtun școală cu etaj și biserică, cheamă șefii autorităților la luptă contra alcoolismului care roade sănătatea locuitorilor... Vedem în unele localități, cum e de exemplu jurul gării Petru-Rareș, unde în decurs de un an s-au deschis 4—5 așa-zise restaurante, în cari se vând beuturile otrăvitoare funcționarilor dela CFR la orice oră din zi sau noapte...“ în *Dacia*, II, nr 3/19 ianuarie 1927, p. 2; proprietarul amintitului ziar — Viteliu Bănușiu — apreciază că valoarea alcoolului consumat în județul Ciuc pe durata anului 1926 însumează peste 60 de milioane lei, motiv pentru care își concluzionează intervenția cu afirmația: „...Mai bine să dea faliment câteva fabrici de spirt și o duzină de crășmari, decât să piară o întreagă populație“, *ibidem*, nr. 6/19 februarie 1927, p. 1.

de apelului la rațiune și a considerațiilor economico-sanitare pertinente pe care le fac reprezentanții autorizați ai societății culturale amintite, natura umană nu se dezmente nici în cazul de față. „Prosperitatea“ comercială a zonei Gării — minunat vad exploatat ca atare pe toate meridianele globului! — nu pare a avea nimic de suferit, dacă e să dăm crezare ofertei generoase pe care ne-o face *Ion Tatu*: „...Mâncări calde și reci, aperitive și tot ce doriți, la orice oră din zi și noapte. Prețuri modeste! Țuică și vinuri alese“⁴⁷. Surprinde „știința“ construcției prezentă în gradația: *tot ce doriți* (formulă ambiguă ce lasă loc unor speculații imprevizibile) — *la orice oră din zi și noapte* (proprietarul își cunoaște meseria și își respectă clienții, dovedind că formula „non stop“ nu este o creație de dată recentă, cum ar putea să fie mulți dintre noi înclinați să creadă) — *Prețuri modeste* (pentru cine?) — *Țuică și vinuri alese* (aceeași grijă de a „îmbrobodi“ clientul). *Ion Tatu* revine în forță — la numai cinci săptămâni distanță — cu o prezență ce se poate revendica din recuzita showurilor transatlantice, fapt ce probează evidența racordare la standardele valabile în „lumea bună“ a anilor '30. Op-tând pentru o punere în pagină în genul cărților de vizită (evident că acest format implică respectabilitate din partea ofertantului), *Ion Tatu combină într-o manieră incitantă forța cuvântului și a imaginii, unde semnul grafic se transformă în idealul intermediar dintre text și context, formă și fond. O serie de trei interogații, inegale ca lungime și potență definitorie, pregătesc finalul în care sunt decodificate datele plasamentului localului. Repetările succesive ale formulei incantatorii a dorinței (de data aceasta lipsită de rapelurile la un posibil substrat defulatoriu) ne conexează la tensiunea pragului de așteptare. O frază scurtă, bine ritmată energetic, este „înlocuită“ de o prăbușire în derizoriul purificării prin foc, pentru a lăsa locul unei alte fraze scurte ce mixează calitatea cu prețul. Presupusului viitor consumator „stârnit“ de această accelerație în zig-zag i se relevă „adevărul ultim“*

⁴⁷ *Viitorul Ciucului*, I, nr. 5/16 iulie 1933, p. 4; nr. 7/20 august 1933, p. 4.

pe care-l aștepta precum credinciosul profeta înțeleptului. Schema compozițională : scurt-extins-scurt-extins are darul ca, prin contrapunctica ei, să subjuge convingând. Exemplul comentat este una din posibilele întruchipări ale unei religiozități a reclamei ce amalgamează, rafinat, iluzia cu puterea credinței — vanitatea niciodată suficient satisfăcută cu acceptarea miracolului.

Sectorul micilor meseriași ne procură propriile lui surprize pe care ne vom strădui să le decodificăm în cele ce urmează. Proprietarul unui atelier de reparat mașini — deschis cu data de 1 Februarie 1928 — își construiește cu foarte multă atenție textul prezentației. Pentru aceasta folosește o structură clară și o frazare ce face trimiteri la obiceiul întoarcerilor meșteșugite de frază, atât de operant în secolul anterior : „...*oblig reparații speciale încât îmi priește meseria specială* (sic)“ ; „...*siliința specială a subsemnatului este, ca prin muncă cinstită și punctuală*“ sau „...*Dela toți aceia, cari la propunerile de sus ar fi doritori a lua exemple, rog a binevoi a mă lua la execuția specialității(i) de sus*“⁴⁸. Dincolo de perceptibilele și amendabilele erori de exprimare putem distinge dorința de menținere a onorabilității unei meserii apreciate în societatea provincială a timpului, pentru buna servire a unor clienți a căror statut social nu este, intuim asta, cu mult diferit de acela al ofertantului. O interesantă combinație între sentiment și „interes“ găsim în propunerea pălărierului Ștefan Drócsa. Dând dovadă de suficientă inventivitate — e edificator rapelul la dimensiunile de loc impresionante ale localității pe durata intervalului interbelic — autorul reclamei se adresează cu prioritate nostalgicilor (nimeni nu s-a gândit ce pondere au aceștia în economia populațională a unei localități !) : „Nu aruncați *pălăriile* uzate“ — după care urmează condiționarea financiară sine qua non pentru evoluția oricărei societăți — „câci pentru o mică sumă le prefacă noi **ȘTEFAN DRÓCSA** Atelier special de reparat pălării“⁴⁹. Restul textului devine superfluu — nici nu

este esențial de extins — în condițiile în care esențialul a fost deja exprimat cu atâta detașare tranșantă.

În situația în care croitorii sunt destul de „apatiți“, le revine confrăților lui Figaro meritul de a dinamiza piața ofertei publice din oraș. Cel mai serios profesionist în branșă se dovedește a fi — așa rezultă din parcurgerca materialului demonstrativ — proprietarul salonului de cofură *Corso* Bartha Géza. Într-o primă intervenție, datată în primăvara anului 1938, pilonul de rezistență al demonstrației pe care ne-o propune îl constituie aparatul pentru ondulații permanente *Wella*. Autenticând prioritatea absolută locală în deținerea respectivului produs de proveniență germană (atunci, ca și acum, seriozitatea teutonică era de necontestat), respectivul „meseriaș“ pune la încercare orgoliul feminin. Demonstrația este de o rigoare inatacabilă : femeia de obicei vrea să fie frumoasă — acest lucru ușurat de un păr bine aranjat — aparatul original *Wella* rezolvă eficient acest aspect al existenței atât de zbuciumate a sexului slab. Cine ar putea să reziste continuării ? „Cu mari jertfe bănești am reușit să cumpăr dela firma cu renume mondial „WELLA“ din Germania cele mai mari (tip 1938) bigudine pentru ondulație permanentă... Acest aparat „Wella“, fabricație germană, nu poate fi comparat cu un alt aparat „VELLA“ (!) fabricat în țară“ și mai departe „*Grație aparatului „Wella“ s-a obținut premiul I la concursurile din București, Paris, Leipzig și Budapesta*“, iar pentru cei mai încăpățânați (a se citi economi) este formulat remediul „Pentru ondulație permanentă dăm în scris garanție pentru 8 luni. *Dela data de 24 Mai — 24 Iunie 1938 1938 aranjăm o lună ieftină, pentru a Vă convinge de exactitatea acestui anunț*“⁵⁰. Presimțind neplăcerile unei concurențe inedite și neloiale, proprietarul salonului *Corso* ne anunță — la 19 februarie 1939 — că : „Din 20 februarie angajat (!) din București un *coafor de dame cu diplomă din Paris*“⁵¹. Vehicularea denumirilor de capitale europene (și nu oricare, ne permitem să adăugăm) este o garanție

⁴⁸ *Dacia*, III, nr. 3/21 februarie 1928, p. 4.

⁴⁹ *Ținuturi secuizate*, II, nr. 20/25 iulie 1937, p. 4.

⁵⁰ *Ibidem*, III, nr. 44/29 mai 1938, p. 4.

⁵¹ *Ibidem*, IV, nr. 60/19 februarie 1939, p. 4.

sigură de reușită. De cine se teme Bartha Géza? (parafrazând o cunoscută piesă, devenită film, în anii '60). Răspunsul ne provine din același număr al ziarului local *Ținuturi secuizate*: „Din 17 februarie Mimi W. Migitsch a părăsit unitatea CORSO „unde am lucrat 8 ani ca conducătoare (!) (a) secției coafurei de dame“ — o săptămână de practică la București iar din 25 februarie 1939 în local, fosta prăvălie de piele Takáts *salon de coafură de dame* — aparat „WELLA“⁵². O „dulce trădare“ sporește quantumul de interes al perioadei și ne permite răgazul unui tur de orizont printre produsele oferite de localnici.

Din acest punct de vedere, finalmente, bărbații sunt privilegiați! Presa — deoarece se presupune că un „cap de familie“ trebuie să fie la curent cu noutățile epocii din acest domeniu — se adresează bărbaților. Ziarul local *Dacia* înseamnă în paginile sale o frazare ce amintește de textul unei cunoscute povestiri a fraților Grimm: „Cine nu-i orb / Poate să vadă. / că cel mai bun ziar / E „DACIA“ din țară“⁵³. Pentru a-și rezolva operativ problema „amenajării“ aspectului exterior, bărbaților li se recomandă cu căldură lama de ras minune suedeză MAT-MER 101 — excelentă „pentru o barbă sensibilă ca și pentru o barbă aspră“⁵⁴. Bărbatul este și factor de decizie în bunul mers al vieții politice de stat, de aceea — în cadrul campaniei electorale din vara anului 1927 — secțiunea locală a P.N.L. se insinuează, penetrant, în conștiința viitorilor alegători din localitate. Mesajul președintelui filialei Ciuc a P.N.L. — Ștefan Bogdan — este exemplar pentru confirmarea jocului de interese pe care-l antrena acest moment de „vâră“ al vieții interne de stat: „...Știți că nici un alt partid, nici un alt reprezentant al Vostru, n-a făcut nimic și nici n-a stat ca mine totdeauna în sprijinul Dvoastră. Știți cine sunt și ce pot, aveți dar și de astă dată încredere în dragostea ce vă port și în cuvântul meu. Cred că toți acei ce cu vrednicie m-a înconjurat (!) până acum vor pune și de

astă dată toată munca lor și tot sprijinul întru reușita candidaților partidului Național Liberal la alegerile ce vin și vor da cu toți votul lor numai listei ce poartă semnul I. și este cea dântăi pe buletinul de vot. Cu Dumnezeu înainte...“⁵⁵. La o primă lectură am fi tentați să atribuim acest text unui personaj caragelian, dar suntem totuși spre finele deceniului trei al secolului XX! Oricum, politicienii noștri de azi pot lua notițe... Prezența propagandei P.N.L. — aflate în același număr de gazetă — are certe tangențe cu textul biblic: „...Acest partid, prin șeful său Ion I. Brătianu, a cărmuit pe vremuri de furtună corabia țării, ducând-o cu bine la țărnul nădejzilor noastre împlinite: Țara ni-a mărit și neamul ni l-a întregit... Vorba lui e faptă, și fapta lui isvor de dreptate este.“⁵⁶. Calitățile acestei alternative electorale, căci: „El este partidul faptelor, nu al vorbelor: al faptelor mari și văzute, nu al vorbelor umflate și deșarte“.

Sărmanele femei nu au parte — în compensație — decât de un curs de artă culinară prezentat, ironia soartei!, tot de către un reprezentant al sexului opus... La un interval de 11 ani, G. I. Hellwig „fost șef bucătar la Legațiunea engleză“⁵⁷ revine în trei rânduri pentru a aduce fericire în acest sector al vieții private românești din toate timpurile. Binecuvântat, în egală măsură, de către soții mulțumiți de noua ocupație a consoartelor ca și de vajnicele păzitoare ale sacralului foc casnic, nobilul „maestru de bucătărie, decorat cu medalie de aur, al consulatului regal englez și al Guvernatorului din Budapesta“⁵⁸ deschide — în anii 1927, 1931 și 1938 — un curs scurt de „artă culinară parisiană și vieneză“. Reclama din 1938 este cea mai „îndrăzneată“, deoarece maestrul nostru aduce ca „martori“ favorabili pentru probarea îndemănării sale pe: M. S. Regina Maria, A. S. R. Prințesa Ileana, principesele Mavrocordat, Ghica și Cantacuzino, soția fostului prim-ministru I. G. Duca și pe sora I. P. S. S.

⁵⁵ *Dacia*, II, nr. 22/28 iunie 1927, p. 2.

⁵⁶ *Ibidem*.

⁵⁷ *Ibidem*, nr. 27/27 august 1927, p. 2.

⁵⁸ *Ținutul săcuiesc*, I, nr. 11—12/24 octombrie 1931, p. 2.

Patriarhul Miron Cristea⁵⁹. Garanția oferită de simpla pomenire a respectivelor nume este mai presus de orice îndoială...

La capitolul produselor ce se adresează — în egală măsură — bărbaților și femeilor, un loc aparte îl ocupă iarăși în prospectele stațiilor de recreere ale contactului cu gândurile și învățăturile „celuilalt” — mai ales când au o recunoscută acțiune „terapeutică” certificată de critica de specialitate — sunt recomandate oricui și oricând. Cel puțin așa ne lasă să înțelegem semnatarului prezențării ce poartă titlul „*Cărții alese pe sprâncenă, pentru țăranul român*”⁶⁰ din care vom cita următorul pasaj edificator: „...Te-ai întrebat vreodată, cetitorule, de ce mare însemnătate este o carte bună în casa omului? Îți mai uiți de necazuri, îți mai iese din cap pârdașnica de cârciumă, se adună ciorchine copilașii și ceilalți ai casei în jurul mesiei, seara, sau Duminicile, după amiezile, la podmol și se pornește vorba cumpenită, a sfetnicului drag, ridicându-vă sufletește”. Explicitatea se derulează pe aceleași coordonate etico-sentimentale, fiind atent calibrată la dimensiunile intelectuale ale mediului căruia i se adresează, cu predilecție. Sfătoșenia afișată maschează o inteligentă propagandă editorială.

Grija pentru om, pentru semenul nostru, răzbate din îndemnul conținute în prospectele stațiilor de recreere ale perioadei. În prim-plan se situează, normal dacă luăm în considerare proximitatea geografică, băile Tușnad. Dacă simplul anunț inserat în paginile ziarului *Ținuturi secuizate* din 23 iunie 1937 are mai mult o valoare constativă⁶¹, adevărata punere în evidență a calităților acestei stațiuni o realizează textul din primăvara anului următor: „Într-o regiune de un pitoresc greu de redat prin grai sau scris, în mijlocul unor munți acoperiți de brazi frumoși, al căror vârf se-nalță falnic către cer, se află băile Tușnad” — debut ce are certe tangențe cu frazarea specifică basmelor populare — și după ce se enumeră avantajele și calitățile iz-

⁵⁹ *Ținuturi secuizate*, III, nr. 39/10 aprilie 1938, p. 4.

⁶⁰ *Dacia*, II, nr. 26/14 august 1927, p. 3.

⁶¹ *Vizitați cea mai frumoasă stațiune balneoclimatică Băile Tușnad-Ciuc*, p. 8.

voarelor de „apă vie” de aici, prezențია se încheie astfel: „...Deaceia, nu trebuie nimeni să scape ocazia, de a petrece o lună în această vară, la frumoasa stațiune Tușnad, supranumite (!) și perla României”⁶². Dirijorii presei locale se arată permeabili informațiilor de acest gen provenite din alte ținuturi ale țării și, depășindu-și condiția fermității rigide în apărarea valorilor locale, oferă o șansă băilor de nămol *Lacu-Sărat* Brăila — publicând prospectul de sezon al acestora⁶³. Interesul pentru punerea în evidență a renumitului potențial turistic al zonei transpore și dintr-o altă paginare a reclamei stațiunii Tușnad⁶⁴ dar, mai ales, prin combinarea efectelor miraculoase ale apei minerale cu cele ale virtuțiilor recuperatorii existente în cazul băilor Izvoarele Ciuc (foste Jigodin)⁶⁵. Un perfect substitut al amintitei ape minerale este pus la dispoziția publicului consumator amator de către atelierul de ape gazoase *Delfinul* (extrem de incitante alături de formă-fond, denumire și produs!) din Miercurea Ciuc⁶⁶. Binomul învingător „bun și ieftin” se constituie într-o posibilă sinteză a revelanțelor perioadei interbelice, oferindu-ne șansa unui nesperat „motto” concludiv al studiului nostru.

...Iată-ne ajunși pe ultima linie dreaptă — aceea a formulărilor sintetice de final. Într-o lume concurențială, ale cărei modele europene sunt evidențiate, „societatea” din Miercurea-Ciuc încearcă să se adapteze optând pentru soluțiile cele mai adecvate potențialului uman și intelectual de care dispune pe durata anilor interbe-

⁶² *Ținuturi secuizate*, III, nr. 42/10 mai 1938, p. 4.

⁶³ „Stațiunea aceasta a Statului este cea mai veche din vechiul Regat. Ea datează de aproape 60 de ani și a vindecat zeci de mii de suferinzi, făcând adesea cure miraculoase punând paralizici pe picioare după 10—12 băi, vindecând boale învechite, dând vigoare și sănătate la serii numeroase de pacienți, întreinând copiii scrofuloși, slăbănogi, diformați, paralizici... Mai pe scurt, toate boalele și predispozițiile morbide își găsesc leacul aci, afară de boalele de inimă, de plămâni, de rinichi și afară de epilepsia, guta, astmul, enfizemul pulmonar...”, în *Dacia*, II, nr. 16/4 mai 1927, p. 3.

⁶⁴ *Ținuturi secuizate*, II, nr. 20/25 iulie 1937, p. 4.

⁶⁵ *Ibidem*.

⁶⁶ *Ibidem*, III, nr. 39/10 aprilie 1938, p. 2.

lici. Despătimântul Ciuc al *Astreii* alături de reuniunile muzicale și de cele caritabile, formează „coloana vertebrală” a inițiativei culturale locale. Prin modalități specifice de activizare, societățile de profil își îndeplinesc cu prisosință menirea pentru care au fost create. În plan teoretic, eforturile locale sunt înglobate în paginile periodicelor — dintre promotorii acestui travaliu detașându-se, prin valoare și constanță, Adelina Pașnicu și învățătorul Gheorghe Afloarei. Chiar dacă orașul a fost „ocolit” de marile turnee sau de posibilele manifestări expoziționale ale artiștilor plastici maghiari, putem întui o intensă mișcare culturală „subterană” locală, muzicală și teatrală. Caracterul dilettant al inițiativelor și frecvența, care le-a „cufundat” în albia tradiției perpetuate în oraș și împrejurimi, acestora ne-a frustat — mai mult ca sigur — de o prezență „cantitativă” mult mai generoasă.

În domeniul reclamei — pe care am detaliat-o, atât cât ne-a stat în putință, pe diversele ei compartimente — se observă aceeași tendință de însușire a „lecției” comportamentale de la surse infinite superioare. Dincolo de însumarea unor simple notații ce conjugă, adesea într-o formă neelaborată, calitatea și prețul — distingem existența unor încercări meritorii de inovație și de adecvare la dimensiunile

și potențialul zonei (așa cum este cazul componentei turistice a ofertei locale). Pentru cititorul dispus să „citească” printre rândurile textelor de prezentare și să „vadă” mai departe decât îi permite formatul poligonal al jurnalului și propriile limite ale formației, decelarea surplusului de informație oferit de reclama unei societăți îl poate ajuta în vederea unei mai bune fixări a cadrului mental de evoluție al acesteia. Parcurgând cu mai multă atenție acest „teritoriu”, cititorul va fi înfinit mai bine edificat asupra a ceea ce se consumă într-o societate la un moment dat, cum și de ce se insistă tocmai asupra respectivelor produse și servicii și nu asupra altora.

Dacă studiul de față a reușit să lumineze o pagină din existența temporală, culturală a localității Miercurea-Ciuc, să incite la dialog și la continuarea „aventurii” cunoașterii — care este în fond nobilul scop al cercetării istorice —, autorul se declară pe deplin mulțumit. Dacă nu și-a atins țelul fixat își asumă, în totalitate, efectele punitive ale eșecului. Și într-un caz și în celălalt, ne luăm permisiunea să indemnăm pe viitorii cercetători la aprofundarea domeniului în speranța obținerii unor rezultate demne de orice „ucenic vrăjitor” ce se respectă...

CULTURE ET RÉCLAME DANS MIERCUREA-CIUC — CONSIDÉRATIONS POUR L'ENTRE-DEUX-GUERRES —

— Résumé —

Le compartiment *Astra* du Ciuc, à côté des réunions du profil musical — et charitable, constituent „la colonne vertébrale” de l'initiative culturelle de l'endroit. Même si la ville a été „vitée” par les grandes tournées ou bien par les possibles manifestations plastiques — nous pouvons avoir l'institution de l'existence d'une forte activité musicale et théâtrale à Miercurea-Ciuc. Le caractère dilettante de l'actions publiques se soumet aux nécessités d'un public assez peu „dorloté” par l'offre à qu'il peut accéder. Les efforts du domaine musicale sont réunis autour des ansambles chorales „*Doina Oltului*”, *ASTRA* et Société orthodoxe. Il faut que nous rappelons aussi les démarches théorétiques relativement à l'art plastique roumaine qui ont été réalisés par l'instituteur Gheorghe Afloarei.

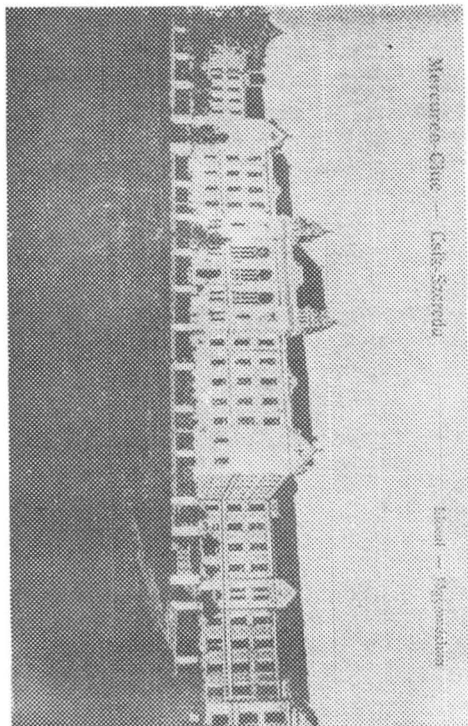
Dans le domaine de la réclame on peut observer une tendance évidente d'assimilation des connaissances supérieures. Au-delà de totaliser les simples notations qui conjuguent, plus souvent la qualité et le prix des produits ou des services mis à la disposition des clients — nous pouvons distinguer l'apparition timide de

quelques formules d'innovation méritoires. Notre étude suivit l'évolution des possibles solutions d'option en partant du simple annonce et finissant avec les plus sérieux constructions du potentiel de la province. Dans le secteur commercial nous enregistrons la suprématie des typographes — leurs efforts étant doublés par le corollaire pratique: *la librairie* — et des magasins des chaussures. Les locaux publiques ont leur place bien délimité dans l'espace de la cité, pendant que l'offre des coiffeurs domine le secteur des petits artisans. Aussi intéressantes sont les considérations concernant le circuit des produits individuelles et des services du sphère de la politique et du séjour de loisir.

L'image d'ensemble qui résulte, finalement, aide — nous d'esquisser le profil d'un monde dynamique, en pleine concurrence, dont les modèles européens sont évidente et aux rigueurs desquelles „*la société*” de Miercurea Ciuc essaye de s'accommoder en optant pour les solutions les plus efficaces qui tiennent compte du potentiel humaine et intellectuel de la ville pendant les années d'entre-deux-guerres.



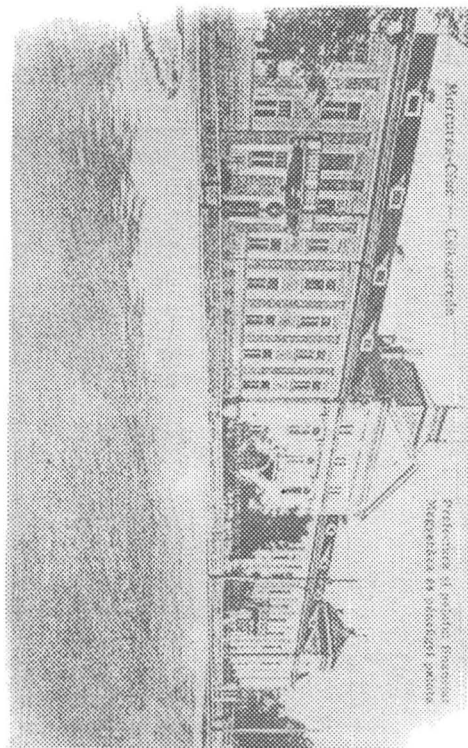
Bulevardul Regele Ferdinand király ut
Mercurea-Ciuc — Csikszereda



Mercurea-Ciuc — Csik-Szereda
Liceul — főgymnázium



Mercurea-Ciuc — Csikszereda Str. Brătianu utca



Mercurea-Ciuc — Csikszereda
Prefectura și palatul financiar
Megyháza és pénzügy palota



Udvozle Csikszeredáról — Fötér



Udvozle Csikszeredáról — Piactér



Mercurea-Ciuc — Csikszereda Str. Liceului Gimnázium-utca



Udvozle Csikszeredáról — Apafy Mihály-utca