

PUBLICITATEA VESTIMENTARĂ ÎN TIMIȘOARA INTERBELICĂ

MINODORA DAMIAN

Muzeul Banatului Montan, Reșița
damianminodora@yahoo.com

Cuvinte cheie: publicitate, vestimentație, perioada interbelică, Timișoara

Mots clés: publicité, vêtements, entre les deux guerres, Timișoara

Provenită etimologic de la rădăcina cuvântului indo-european muid, moda se poate defini empiric ca un mecanism complex, ce evidențiază modul în care civilizația are capacitatea de a deprinde tendințele generate de factorii motrici ai societății. Unul dintre factorii promotori ai acestui fenomen l-a constituit presa scrisă. Redactate în formate facil manevrabile și ușor de citit, oriunde și oricând, gazetele timișorene ale vremii alocau spații generoase în arhitectura de paginație în special spoturilor publicitare, dar și articolelor temeinic documentate, prin care se puneau sub lumina tiparului elementele esențiale ale spațiului modelistic.

Cercetarea prezentă urmărește să exploreze interacțiunea modei cu societatea interbelică timișoreană, analizând pas cu pas fiecare entitate definitorie a acesteia. Această analiză se bazează cu preponderență pe datele extrase din materialele publicitare și din articolele despre modă, înglobate în arealul gazetăresc interbelic timișorean, precum ziarele Nădejdea, Voința Banatului, Vestul și Fruncea, ziar ce dedică un spațiu amplu modei, intitulat Pagina Femeii.

Prin prisma tendințelor diversificate, modul de expunere al îmbrăcăminții era diferit, atât din punct de vedere geografic, cât și în funcție de clasa socială. Păstrând firul tradiției, moda conservatoare a portului popular își găsea încă rezonanța în mediul rural, în special la persoanele vârstnice.

Finalizarea conflictelor militare ale Primului Război Mondial a produs o reală emulație asupra creativității stilistilor, luând astfel naștere stilul vestimentar Art Nouveau, ce a convers către forme organice, propunând idei despre percepția naturală, ce aduc în prim plan compoziții abstracte și suprarealiste.

În sfera modelistică, perioada interbelică a înglobat dese modificări sesizabile, cum ar fi: scurtarea rochiilor la trei sferturi sau chiar până la genunchi, poziționarea taliei în cădere peste șolduri, precum și folosirea la croiul rochiilor a materialelor subțiri sau transparente.

Căderea bursei din New York de pe Wall Street din 1929, cu consecințele sale imediate ce ating problematica reducerii salariilor și a creșterii exponențiale a ratei șomajului, toate acestea au condus la fenomenul în care forța de muncă se reorientează către meșteșugurile manuale, precum tricotajul casnic. Alt meșteșug evidențiat în aceea perioadă era croitoria. Prin urmare, existența numeroaselor ateliere de croitorie de calitate superioară, ridică rangul croitorului de la un simplu executant al hainei la un adevărat estet, plasându-l în societate la același nivel cu doctorul sau avocatul, transformând astfel croitoria într-o veritabilă artă.

Modelarea gustului și perceperea modei ca o formă independentă de exprimare erau argumentele solide în combaterea conceptului de stratificare socială și uniformizare,

care a apărut pe ideologii tradiționaliste. Prin emanciparea bazată pe schimbarea modului de exprimare vestimentară se deschidea percepția oamenilor asupra modului de comunicare, încercându-se demitizarea prejudecăților referitoare la legătura îmbrăcăminte-caracter. Toate aceste aspecte converg expres către considerarea Timișoarei o veritabilă metropolă, în care preocuparea cotidiană, din ce în ce mai frecventă, în special în rândul femeilor, era etalarea armonioasă a nurilor și cultul pentru estetica aspectului exterior.

Definită succint drept un complex de acțiuni menite să atragă atenția potențialilor cumpărători asupra produselor sau serviciilor, cu scopul vânzării acestora, reclama expusă în media publicistică a avut un rol determinant în economia interbelică românească.

La finalul Primul Război Mondial economia românească se regăsea într-o criză caracterizată de inflația accelerată, de proliferarea speculei și de creșterea șomajului¹. Totuși, între anii 1921-1922 Timișoara a reușit să treacă peste momentele dificile, dezvoltându-și identitatea comercială și financiară². Acest fapt creează premisele dezvoltării unui proces de transformare socială și de mentalitate, mai ales în rândul tinerilor, prin adoptarea stilului de viață apusean, caracterizat, printre altele, de preluarea tendințelor vestimentare expuse în Vestul dezvoltat al Europei³.

Cercetarea prezentată a fost realizată pe baza datelor extrase din materialele publicitare și din articolele relative la modă, înglobate în arealul gazetăresc interbelic timișorean, ce fac referire la spectrul vestimentației și al totalității factorilor adiacenți acesteia. Astfel, din ziarele *Nădejdea*, *Voința Banatului* și *Vestul* s-au extras concluzii edificatoare din reclamele și spoturile publicitare, ziarul *Fruncea* a conferit o bază importantă de informații, prin diferitele articole dedicate modei, având un spațiu amplu intitulat *Pagina Femeii*.

Deși au o vechime de aproape un secol, reclamele interbelice au o vitalitate impresionantă, fiind mult mai prolifică decât o mare parte din corespondentele lor din prezent, mesajul lor fiind explicit și orientat spre percepția omului simplu.

Ziarele au fost o importantă sursă de informare în perioada interbelică. Tipărite în formate facil manevrabile și ușor de citit, oriunde și oricând, gazetele timișorene ale vremii alocu spoturilor publicitare spații generoase în arhitectura de paginație, oferind posibilitatea dezvoltării unor analize socio-economico-culturale asupra vieții cotidiene.

Concentrate în mesaje simple și concise, exprimate într-un limbaj grafic și textual adecvat, reclamele referitoare la vestimentație stabilesc un liant puternic între produs și cumpărător, prezentând informații-cheie, permițând identificarea lejeră a mesajului transmis. Astfel, folosindu-se de însușirea poetică a rimelor umoristice cu tâlc și de expunerea atractivă a sloganurilor publicitare, reclamele din mediul publicistic au expus relatări despre oameni, mentalități și atitudini.

Din examinarea minuțioasă a spațiilor alocate publicității și din analiza frecvenței aparițiilor aferente materialelor publicitare se observă o abundență de reclame, ce vizau atât produsele cât și serviciile ce intrau sub incidența factorilor generatori ai mediului dedicat modei, incluzându-le pe acelea asociate industriei textile, ce cuprindea confecționarea stofelor și a produselor din stofă, precum și cele referitoare la piesele vestimentare create în faimoasele case de modă.

¹ Popescu 2004, p. 1.

² Popescu 2004, p. 20.

³ Popescu 2004, p. 123.

În perioada interbelică tendințele din modă erau diversificate atât din punct de vedere geografic, cât și în funcție de clasa socială. Astfel, în zonele rurale îmbrăcămintea avea un aspect predominant conservator, respectiv portul popular realizat în gospodăria proprie, în special de către persoanele vârstnice⁴. Suflul modernizării în moda rurală îl constituie tinerii, care treptat au adoptat îmbrăcămintea din mediul urban.

Încheierea conflictelor militare ale Primului Război Mondial a condus la apariția unor curente moderniste în domeniul stilistic. Conceput ca o atitudine îndreptată către formele organice ale stilului Art Nouveau, și propunând idei despre percepția naturală, ce aduc în prim plan compoziții abstracte și suprarealiste, curentul Art Deco avea să domine design-ul vestimentar timp de două decenii, mai precis între anii 1920-1939. Odată cu acesta s-au ivit și anumite puncte de turnură în stilul vestimentar feminin. Pentru prima dată apărea dorința femeilor de a fi suple, iar altă premieră stilistică a fost reprezentată de ridicarea tivurilor de la rochii deasupra genunchilor. De altfel, în decorul materialelor s-au adoptat motive din diferite culturi precum cea africană, japoneză sau egipteană, fapt ce a condus către un stil caracterizat prin forme geometrice, trapezoidale sau în zig-zag, precum și folosirea îndrăzneț a materialelor etajate și a motivelor ce imitau razele soarelui⁵.

Ritmul alert de viață se răsfrânge și asupra modei. Se adoptă frecvent îmbrăcămintea lejeră, simplă, adaptată la activitățile curente. Caracterul general al modei din perioada interbelică a fost definit prin comoditate și prin modul de transformare a vestimentației pentru a corespunde diferitelor situații⁶. Prin urmare, ca piesă vestimentară adaptată cerințelor anterior expuse, s-a remarcat chemisierul, o rochie confecționată din tricot sau mătase artificială, de formă tubulară, lejeră, ce punea în evidență alina corpului feminin. Adoptarea din ce în ce mai frecventă a acestuia a determinat, implicit, unele modificări în design-ul vestimentar feminin. În consecință, talia naturală a coborât până la coapsă, corsetele superioare erau prevăzute cu decolteuri simple, rotunde sau în forma literei V, iar în partea inferioară fustele cădeau drept sub genunchi⁷.

Prin cercetare antitetică s-a constatat că balurile și evenimentele mondene erau prilejul prin care elitele societății își etalau vestimentația, caracterizată îndeosebi de smoking-ul masculin precum și de rochiile dantelate, cu spatele decoltat la femei.

Moda feminină se expunea diversificat în cotidianul interbelic, adoptându-se predominant influențele curentului vestimentar francez, în special în rândul doamnelor din înalta societate. De altfel, dorința de emancipare era sesizată prin impunerea snobismului, ca stare de fapt, și în rândul claselor sociale de mijloc, mai ales în perioadele de acută criză social-politică. Cu toate că datorită inflației un kilogram de pâine era trei-patru lei, iar kilogramul de zahăr se comercializa cu 20 lei, consoartele celor angajați în administrație, cu un salariu între 900 și 1200 lei lunar, își achiziționau diferite articole vestimentare la prețuri exorbitante⁸.

În aceeași perioadă se sesizează modificări în aspectul diferitelor piese vestimentare. Amintim reducerea lungimilor rochiilor, către trei-sferturi sau chiar până

⁴ Scurtu 2001, p. 184-185.

⁵ Fogg 2015, p. 238.

⁶ Scurtu 2001, p. 186; Scurtu 2012, p. 198.

⁷ Fogg 2015, p. 239.

⁸ Popescu 2004, p. 359.

la genunchi, talia era căzută peste șolduri, iar la confecționarea rochiilor erau deseori folosite materialele subțiri sau transparente⁹.

Un aport esențial în expunerea modei pariziene l-au avut populația feminină de vârstă medie, ce frecventa des magazinele marilor case de modă, de unde își procura pălării cu boruri mici, iar pentru sezonul de iarnă erau folosite manșoane din blană de vulpe maro sau argintie. În contrast, domnișoarele îndrăznețe purtau bluze *en couer* sau chimono accesoriizat cu pălăriuțe și uneori chiar cu șepci¹⁰.

Adiacentă noilor soluții practice, cu detalii îndrăznețe și înviorătoare, s-a manifestat o puternică ostentație în etalarea luxului, reliefată de rochiile lungi de seară, din dantelă sau catifea, accesoriizate cu pene exotice de diverse culori, cu șaluri din cașmir sau gulere din blană.

Un reper de inflexiune în vestimentația intimă feminină l-a constituit renunțarea treptată la chiloții cu picior și adoptarea slipului din mătase, viu colorat¹¹. Tot în acest timp, în anii 1920, printr-un puseu modelistic cu tente excentrice feminine, s-a declanșat febra modei pijama¹².

Totodată, după încetarea primei conflagrații mondiale, în sfera modei s-a produs o reorientare a conceptelor către natural, lansându-se astfel moda materialelor pictate¹³, preluată de la designerii parizieni și de casele de modă timișorene. Spre finalul perioadei interbelice, în croiul rochiilor s-a evidențiat din ce în ce mai mult trena, în special la piesele purtate la ocazii speciale. De altfel, la majoritatea rochiilor s-au regăsit țesături fanteziste, lame-uri, diferite combinații de materiale cu aplicații de metal, ce confereau un efect mat sau strălucitor. Din punctul de vedere al materialului folosit în confecționarea rochiilor de stil, s-a remarcat satenul gros, iar ca detaliu tehnic erau folosite deseori decoltajele mari amplasate diferit¹⁴. În trendul diurn persistă rochiile lungi, drepte în partea frontală, iar în spate acestea erau concepute cât mai ample, precum rochiile de seară¹⁵.

Elementul distinctiv, ce apare ca o noutate în colecțiile din iarna anului 1934, s-a vrut a fi capa de lungime medie, confecționată din blană sau catifea, adecvată atât în garderoba de zi sau în cea de seară. Având în vedere cromatica orientată îndeosebi spre negru, ținuta era garnisită cu accesorii în culori vesale¹⁶. Tot din luxuosa blană se confecționează frumoase manșoane de diferite dimensiuni și gulere mari, care ofereau libertate gâtului¹⁷.

Un aspect inedit a fost surprins în colecția de primăvară a anului 1935. Astfel, în decorul materialelor se regăseau din ce în ce mai des elemente precum carourile, pătrățelele sau alte motive geometrice¹⁸. Din punct de vedere cromatic în tendințele vremii a predominat albul, combinat cu diferite nuanțe precum: *rose-pêche*, *bleu-fumée*, *ambre*, diferite tonuri de albastru¹⁹, precum și maroul în degrade până la bej. În aria dedicată accesoriizării ținutelor s-a sesizat reapariția centurilor foarte late din piele, iar la

⁹ Scurtu, Buzatu 1999, p. 80.

¹⁰ Scurtu 2003, p. 166.

¹¹ Scurtu, Buzatu 1999, p. 80.

¹² P. O. 1923, p. 2.

¹³ Corbul 1927, p. 189.

¹⁴ *Din lumea modei* 1935, p.7.

¹⁵ C. 1935a, p. 7.

¹⁶ C. 1934a, p. 7.

¹⁷ C. 1934b, p. 4.

¹⁸ C. 1935b, p. 7.

¹⁹ ÉE. 1935, p. 7.

rochiile de seară sunt folosite perle²⁰. Altă noutate, din același an, era constituită de rochiile inspirate din portul indian, confecționate din mătase²¹, iar în vară au predominat țesăturile de in cu picățele²², pe când în toamnă s-au lansat, după ani buni de domnie exclusivă a ciorapilor din mătase de culoare deschisă, ciorapii mați de culoare închisă²³.

Odiseea stilistică interbelică își continuă periplusul în 1936, evidențiindu-se cu predilecție rochiile de seară ample, confecționate din catifea, dantelă, tiul sau în combinații asortate cu detalii strălucitoare metalice (centuri de perle, pietre scumpe, broșe și bijuterii de diamante sub formă de păsări)²⁴. Din paleta diversă a materialelor aferente rochiilor s-au distins *cloqué travers* (stofă vârgată pe diagonală) și *cotelé*²⁵, material a cărei țesătură prezintă pe lungime nervuri mai mari sau mai mici.

Elementul stilistic definitoriu pentru colecțiile din primăvara lui 1938 a fost reprezentat de jacheta executată sub toate formele imaginabile²⁶. Iar influențele anului 1900 au revenit la viață în colecțiile de toamnă ale lui 1938. Alte schimbări stilistice majore s-au observat în lungimea rochiilor, ce devin din ce în ce mai scurte. Din punctul de vedere al materiei prime, combinația cea mai des întâlnită era cea dintre catifea și dantelă. De asemenea, vestimentația seratelor era caracterizată de fast și strălucire, redată atât de strasurile, paietele și pietrele cu care erau accesoryzate ținutele, dar și de cromatică, în care predomina negrul și culorile pastelate.²⁷

Uneori simplistă, dar cu un gust ales, moda masculină era definită de elemente standard, rareori avangardiste, ce puneau în evidență eleganța și șarmul masculin, precum pantalonii cu manșetă, hainele la doi sau trei nasturi, cămășile închise la mâneci cu butoni de aur și argint, accesoryzate cu cravate în picățele. O notă distinctă în vestimentația bărbătească era *smocking*-ul, purtat în deosebi la serate și festivități deosebite. Totuși, nonconformismul tineresc își făcea simțită prezența prin cămășile colorate, hainele în carouri și prin pălăriile albe *à la Maurice Chevalier*²⁸.

Restrângând cercetarea asupra modei bărbătești din Timișoara anului 1934, sesizăm în configurația elementelor vestimentare apariția diferitelor ajustări, atât în aspectul croiului dar și în cromatică materialului. Prin urmare, regăsim paltoane fără guler de blană, conform modei franceze, cu guler din catifea sau din stofa paltonului. De altfel, tinerii se orientau mai ales către cele de culoare gri sau bleumarin. Costumele erau croite pe corp, cu pantaloni largi, sacoul era evidențiat prin umeri înalți, la un rând sau două, fiind confecționate din stoffe vârgate, de culoare neagră sau bleumarin, cu dungii albe sau în variate nuanțe²⁹.

Un exponent important în confecționarea produselor textile l-a reprezentat societatea pe acțiuni Industria Lânei Timișoara S.A., înființată în anul 1905 de o familie de evrei, aceasta participând activ la diminuarea ratei șomajului, prin creșterea resurselor umane de la 1200 de angajați în 1924³⁰, la un număr de aproximativ 1800 în

²⁰ C. 1935c, p. 5.

²¹ *Știri de modă* 1935, p. 5.

²² *Ce se poartă la Paris? Picățele* 1935, p. 5.

²³ Jouret 1935c, p. 7.

²⁴ *Moda* 1936a, p. 5.

²⁵ *Moda* 1936b, p. 5.

²⁶ *Două jachete* 1938, p. 14.

²⁷ *1938 sau 1900* 1938, p. 12.

²⁸ Scurtu 2003, p. 165.

²⁹ *Moda bărbătească la Timișoara* 1934, p. 6.

³⁰ Popescu 2004, p. 155.

1925. Aceștia își desfășurau activitatea în patru secții de lucru: torcătorie, stofe, tricotaje și confecții³¹.

Articolele vestimentare ce erau prezentate publicului larg, vizau o gamă diversificată de produse din lână și stofă. În unele spoturi publicitare se afișau prețurile fiecărui produs în parte, din dorința de a conferi transparență procesului de punere în vânzare ale acestora. Astfel, la magazinul Polák se puteau achiziționa mantouri pentru dame la prețul de 450 lei, costume din lână pentru bărbați la 450 de lei și costume pentru copii la 150 de lei³². Sortimente asemănătoare se regăseau și la magazinul Modehouse, unde un mantou de damă cu blană din Basarabia costa 1700 de lei, cel din stofă lucie cu gulere *Siel* avea prețul cuprins între 1200 și 1600 de lei, iar cele pentru fete (*Bakfisch*) era de 800 lei, pe când cele de băieți alternau între 450 și 800 de lei. Tot în această unitate comercială se puteau cumpăra și paltoane negre pentru domni, având prețul minim de 800 lei³³.

De asemenea, achiziționarea de stofe și produse din stofă era posibilă și la magazinele Baron³⁴, Rabong & Schneider S.A.³⁵, B. Bachruch, deținut de Adolf Keppich, B. Lechner Ssor Rabong & Schneider, fondat în 1847³⁶, Richter³⁷, Louvre³⁸ ce ofereau mătase *Vistra* la prețul de 66 lei³⁹, Modehouse⁴⁰, Frații Kutterer⁴¹, Surorile Schon⁴² și Iosif Feszl⁴³. Un alt magazin în care se regăsea materia primă pentru croitorie era Nikolits și Schultz⁴⁴. Acum și la acestea se distinge promovarea costumelor confecționate din stofe englezești, astfel magazinul Josif Roncskenyics și Comp. promova mărcile Wiag⁴⁵ și Burberrys⁴⁶, brand încă actual în moda britanică. Pentru

³¹ *Voința Banatului*, IV, 1, 1924, p. 8; *Voința Banatului*, IV, 17, 1924, p. 7; *Voința Banatului*, IV, 24, 1924, p. 4; *Voința Banatului*, IV, 25, 1924, p. 3; *Voința Banatului*, IV, 52, 1924, p. 6; *Voința Banatului*, IV, 52, 1924, p. 12; *Voința Banatului*, V, 20, 1925, p. 10; *Voința Banatului*, V, 80, 1925, p. 4; *Nădejdea*, II, 224, 1922, p. 4.

³² *Vestul*, III, 509, 1932, p. 2.

³³ *Vestul*, V, 1248, 1934, p. 2.

³⁴ *Voința Banatului*, III, 40, 1923, p. 2; *Voința Banatului*, IV, 43, 1924, p. 4; *Nădejdea*, III, 357, 1923, p. 4.

³⁵ *Voința Banatului*, IX, 37, 1929, p. 4; *Voința Banatului*, X, 12, 1930, p. 4; *Voința Banatului*, X, 14, 1930, p. 4; *Voința Banatului*, XII, 1, 1932, p. 3; *Voința Banatului*, XII, 3, 1932, p. 3; *Voința Banatului*, XII, 8, 1932, p. 4; *Voința Banatului*, XII, 14, 1932, p. 4; *Voința Banatului*, XII, 17, 1932, p. 8; *Voința Banatului*, XII, 20, 1932, p. 4; *Voința Banatului*, XIII, 12, 1933, p. 4; *Voința Banatului*, XVI, 14, 1936, p. 3; *Voința Banatului*, XVI, 15, 1936, p. 3; *Voința Banatului*, XVI, 42, 1936, p. 3; *Voința Banatului*, XVI, 44, 1936, p. 3; *Voința Banatului*, XVII, 9, 1937, p. 4; *Voința Banatului*, XVII, 10, 1937, p. 3; *Voința Banatului*, XVII, 11, 1937, p. 3; *Voința Banatului*, XVII, 12, 1937, p. 3; *Fruncea*, II, 33, 1935, p. 5; *Fruncea*, II, 35, 1935, p. 5; *Fruncea*, II, 36, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 37, 1935, p. 7; *Fruncea*, III, 37, 1936, p. 4.

³⁶ *Voința Banatului*, VII, 39, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 41, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 42, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 47, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VIII, 6, 1928, p. 6; *Fruncea*, III, 38, 1936, p. 4; *Fruncea*, III, 39, 1936, p. 6; *Fruncea*, III, 40, 1936, p. 4; *Fruncea*, III, 44, 1936, p. 5; *Vestul*, I, 30, 1930, p. 2; *Vestul*, III, 436, 1932, p. 2; *Vestul*, VIII, 1877, 1937, p. 2.

³⁷ *Fruncea*, II, 13, 1935, p. 4.

³⁸ *Voința Banatului*, XVI, 11, 1936, p. 3; *Voința Banatului*, XVII, 4, 1937, p. 2; *Fruncea*, III, 40, 1936, p. 3; *Fruncea*, III, 51-52, 1936, p. 4.

³⁹ *Vestul*, IV, 831, 1933, p. 2.

⁴⁰ *Vestul*, III, 562, 1932, p. 2; *Vestul*, III, 566, 1932, p. 1; *Fruncea*, III, 35, 1936, p. 6.

⁴¹ *Nădejdea*, II, 276, 1922, p. 6.

⁴² *Voința Banatului*, IV, 1, 1924, p. 7.

⁴³ *Voința Banatului*, IV, 1, 1924, p. 6.

⁴⁴ *Voința Banatului*, V, 53, 1925, p. 4; *Voința Banatului*, V, 58, 1925, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 15, 1926, p. 13.

⁴⁵ *Voința Banatului*, VII, 38, 1927, p. 4.

doamnele iubitoare de natură și soare în magazinul Victor Lidolt se găseau spre vânzare costume, mantale, ghete, chipiuri și șepci de baie⁴⁷. Un punct de desfacere al ciorapilor și mănușilor de damă și bărbătești l-a constituit magazinul Duschnitz⁴⁸, Matz-Hehn⁴⁹ și Ernst⁵⁰. Îmbrăcăminte bărbătească, haine de piele, mantale de cauciuc se puteau achiziționa de la magazinul Faber⁵¹ și de la croitoria Groszizso⁵². Întotdeauna blana a fost considerată un element vestimentar ce conferea o nota de elegantă și somptuozitate în ținuta feminină. Magazinul Maren Hild, de pe strada 3 August, nr. 21⁵³, punea în vânzare diferite modele de blănuri.

Ca o consecință a căderii bursei newyorkeze de pe Wall Street din 1929 și a declinului implicit al industriei mecanizate, se produce un impact social exprimat prin scăderi salariale și creșterea exponențială a șomajului. Prin urmare, forța de muncă se reorientează către meșteșugurile manuale, precum tricotajul casnic, ce a început să prindă contur încet, dar sigur, și în viața interbelică timișoreană. În lipsa unor forme tipizate impuse și caracteristice industriei mecanizate, articolele vestimentare rezultate din procesul de tricotare manuală erau definite de o abundență de motive simple, dar inovatoare ca efect, imprimând acestora lejeritate și elegantă în același timp. Florile croșetate, cusătura netedă, dar și franjuri și pompoanele⁵⁴ au constituit elementele stilistice distinctive și de decor ale meșteșugului confecționării manuale a articolelor textile. Pentru a veni în întâmpinarea celor ce doreau să îmbrățișeze această îndeletnicire, publicația timișoreană *Fruncea*, aloca spații ce făceau referire la deprinderea unor tehnici și proceduri de realizare a unor articole precum rochii⁵⁵ și pălării⁵⁶ croite, bluze⁵⁷, manșoane⁵⁸, jachete⁵⁹ și căciuli împletite⁶⁰.

În Timișoara interbelică, datorită influențelor preluate din moda occidentală, s-a constatat că îmbrăcăminte era aleasă cu gust și rafinament. Existența numeroaselor ateliere de croitorie de calitate superioară, ridică rangul croitorului de la un simplu executant al hainei la un adevărat estetic, plasându-l în societate la același nivel cu doctorul sau avocatul, transformând astfel croitoria într-o veritabilă artă⁶¹. Prin urmare, prin prisma necesității de perpetuare și dezvoltare a abilităților în acest domeniu, Academia Română de Croitorie din Timișoara și-a deschis porțile anual pentru tinerii

⁴⁶ *Voința Banatului*, V, 75 1925, p. 4; *Voința Banatului*, V, 78 1925, p. 4; *Voința Banatului*, V, 80, 1925, p. 14; *Voința Banatului*, IX, 36, 1929, p. 4; *Voința Banatului*, IX, 37, 1929, p. 4.

⁴⁷ *Banatul Românesc*, VI, 30, 1924, p. 4.

⁴⁸ *Voința Banatului*, IV, 17, 1924, p. 6.

⁴⁹ *Fruncea*, II, 32, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 33, 1935, p. 3.

⁵⁰ *Fruncea*, III, 36, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 37, 1936, p. 3; *Fruncea*, III, 38, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 39, 1936, p. 5; *Fruncea*, III, 40, 1936, p. 3; *Fruncea*, III, 44, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 46, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 48, 1936, p. 4; *Fruncea*, III, 49, 1936, p. 4; *Fruncea*, III, 49, 1936, p. 5.

⁵¹ *Voința Banatului*, IV, 1, 1924, p. 6.

⁵² *Voința Banatului*, V, 78, 1925, p. 4.

⁵³ *Fruncea*, II, 37, 1935, p. 6; *Fruncea*, II, 38, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 39, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 4, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 41, 1935, p. 6; *Fruncea*, II, 43, 1935, p. 4.

⁵⁴ Fogg 2015, p. 259.

⁵⁵ *Rochii cusute acasă* 1938, p. 11.

⁵⁶ *Pălării de făcut acasă* 1938, p. 5; *Sugestie pentru pălărie* 1939, p. 7.

⁵⁷ *Tricotați-vă o bluză originală* 1938, p. 7.

⁵⁸ *Manșoane împletite* 1939, p. 15.

⁵⁹ *O frumoasă jachetă împletită* 1939, p. 11.

⁶⁰ *O frumoasă jachetă împletită* 1939, p. 11.

⁶¹ Popescu 2004, p. 360.

dornici să deprindă tainele acestei frumoase meserii⁶². De altfel, aceeași activitate s-a întreprins și la salonul Redlinger, ce oferea viitorilor croitori lecții cu privire la croiul și cusutul modern⁶³.

Pentru vestimentații realizate la comandă erau recomandați croitorii Lyubomir Bérszuli⁶⁴, Wekerle și Thierjung⁶⁵, Francisc Szitkay⁶⁶, Gheorghe Crista⁶⁷, Carol Bujdosó⁶⁸, Iuliu Blaj⁶⁹ și croitorul Groszizso⁷⁰. De asemenea, pentru vestimentațiile cu influențe din moda britanică se prefera croitoria de lux Müller Guțu⁷¹, inaugurată în 1922⁷², iar în 1935 s-a deschis salonul de modă, exclusiv bărbătesc al croitorului Ștefan Bobc, care a studiat arta croitoriei la Berlin⁷³. Tot în același an ia ființă croitoria bărbătească Borbély și Hankóczy⁷⁴, iar pe strada I. C. Brătianu, nr. 25, își desfășura activitatea croitoria Balogh, dedicată exclusiv părții masculine⁷⁵. O notă distinctă a conferit-o croitoria și ceaprazăria Frații Șalinački și Iancu⁷⁶, specializată în confecționarea vestimentației militare. Printre puținele reclame din *Voința Banatului* în care erau expuse prețurile produselor se remarcă cele referitoare la croitoria Fuchs⁷⁷, promovată cu reclame de o grafică remarcabilă, precum și acelea privind Casa de Confecțiune Jaszenszky, unde era posibilă confecționarea mantelor de damă și de copii⁷⁸. Doamnele și domnișoarele care doreau să-și modeleze silueta își puteau achiziționa corsete de tip *moda Prinzes*, produse la atelierul Madame Weissberger, conform prescripțiilor medicale, situat în Timișoara pe Bulevardul Carol nr. 15⁷⁹, iar la

⁶² *Fruncea*, II, 32, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 36, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 38, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 41, 1935, p. 6; *Fruncea*, II, 43, 1935, p. 4.

⁶³ *Fruncea*, II, 38, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 39, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 3.

⁶⁴ *Voința Banatului*, IV, 1, 1924, p. 9; *Voința Banatului*, IV, 4, 1924, p. 4; *Voința Banatului*, IV, 6, 1924, p. 4; *Voința Banatului*, IV, 7, 1924, p. 4.

⁶⁵ *Nădejdea*, II, 276, 1922, p. 6.

⁶⁶ *Voința Banatului*, IV, 52, 1924, p. 9; *Voința Banatului*, VI, 31, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 32, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 34, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 36, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 38, 1927, p. 4.

⁶⁷ *Fruncea*, I, 3, 1934, p. 4; *Fruncea*, II, 2, 1935, p. 7; *Fruncea*, II, 3, 1935, p. 7; *Fruncea*, II, 4, 1935, p. 7; *Fruncea*, II, 5, 1935, p. 5; *Fruncea*, II, 6, 1935, p. 7; *Fruncea*, II, 8, 1935, p. 7; *Fruncea*, II, 9, 1935, p. 7; *Fruncea*, II, 13, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 19, 1935, p. 5; *Fruncea*, II, 28, 1935, p. 5; *Fruncea*, II, 31, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 33, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 35, 1935, p. 5; *Fruncea*, II, 38, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 39, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 41, 1935, p. 6; *Fruncea*, II, 43, 1935, p. 4; *Fruncea*, III, 4, 1936, p. 5; *Fruncea*, III, 35, 1936, p. 3; *Fruncea*, III, 36, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 37, 1936, p. 3; *Fruncea*, III, 38, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 39, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 40, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 44, 1936, p. 3; *Fruncea*, III, 46, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 48, 1936, p. 4; *Fruncea*, III, 49, 1936, p. 4; *Fruncea*, III, 49, 1936, p. 5; *Fruncea*, III, 51-52, 1936, p. 2; *Banatul Românesc*, V, 43, 1923, p. 3.

⁶⁸ *Fruncea*, II, 35, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 41, 1935, p. 6; *Fruncea*, II, 43, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 44, 1935, p. 10.

⁶⁹ *Fruncea*, II, 36, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 37, 1935, p. 6.

⁷⁰ *Voința Banatului*, V, 80, 1925, p. 15.

⁷¹ *Voința Banatului*, II, 95, 1922, p. 4.

⁷² *Nădejdea*, II, 276, 1922, p. 8; *Nădejdea*, III, 343, 1923, p. 3.

⁷³ *Fruncea*, II, 36, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 38, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 4.

⁷⁴ *Fruncea*, II, 37, 1935, p. 7; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 4.

⁷⁵ *Fruncea*, II, 38, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 39, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 41, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 43, 1935, p. 4.

⁷⁶ *Voința Banatului*, VII, 21 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 41, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 42, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 46, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 48, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, X, 1, 1930, p. 4; *Voința Banatului*, X, 3, 1930, p. 5; *Voința Banatului*, X, 4, 1930, p. 5.

⁷⁷ *Voința Banatului*, XII, 17, 1932, p. 8; *Voința Banatului*, XII, 20, 1932, p. 4.

⁷⁸ *Voința Banatului*, V, 79, 1925, p. 4; *Nădejdea*, II, 207, 1922, p. 3.

⁷⁹ *Vestul*, I, 26, 1930, p. 2.

salonul Magda Gartner de pe Bulevardul Carol nr. 6 se executau, pe lângă corsete și sutiene, centuri cu materiale aduse de peste hotare⁸⁰.

Din analiza materialelor jurnalistice se evidențiază dominația familiei Kemeny, ce deținea Cafenele Palace⁸¹, Elite⁸² și Lloyd, considerat cel mai luxos restaurant al vremii⁸³. Sub patronatul aceluiași trust se deschidea în 1939 Casa de Confecțiuni și marele magazin de haine pentru dame și copii Radó⁸⁴.

Ultimele modele și accesorii în modă erau prezentate și lansate spre consum de către casele de modă Frații Deutsch⁸⁵, Ecaterina Ciorogariu Käthe⁸⁶, Iluș Beaun⁸⁷, Kanizsa⁸⁸, ABC⁸⁹, V. Missr Fii și Comp. S.A.⁹⁰, Lido deschis în 1935 în fostul local al salonului Hitsch⁹¹, Winternitz, devenit între timp Bernat⁹², iar după 1930 și-a luat numele de Unio⁹³, și magazinul Weysmayr deschis în 1863⁹⁴. În 1935 s-a deschis pe bulevardul Regina Maria, nr. 3, salonul Lang, cu modele inspirate din moda franceză și engleză⁹⁵. În aceeași arie de influență modelistică era și salonul de modă Franz Barbara, aflat pe strada 3 August, nr. 21⁹⁶. Alte saloane moderne de confecții vestimentare feminine, precum Podraczky, deschis în 1922 în Palatul Bănățean din Piața Sfântul Gheorghe⁹⁷ și Bihari de pe strada 3 August, nr. 18, prezentau modele originale de mantale, costume și toalete pentru serate și de stradă⁹⁸. Casa de modă Rudolf Löwenthal (Regina Dantelor) oferea spre vânzare publicului doritor materiale din zefir, stofă,

⁸⁰ *Fruncea*, II, 44, 1935, p. 4.

⁸¹ *Fruncea*, II, 3, 1935, p. 7; *Fruncea*, II, 34, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 41, 1935, p. 6; *Fruncea*, II, 43, 1935, p. 4; *Fruncea*, III, 4, 1936, p. 5; *Voința Banatului*, XVII, 1, 1937, p. 4; Velceanu, Gaberdeen 1930, 44.

⁸² Velceanu, Gaberdeen 1930, p. 44.

⁸³ Velceanu, Gaberdeen 1930, p. 44; Popescu 2004, p. 54.

⁸⁴ *Vestul*, X, 2284, 1939, p. 3.

⁸⁵ *Voința Banatului*, IV, 3, 1924, p. 4.

⁸⁶ *Fruncea*, II, 32, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 33, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 35, 1935, p. 5; *Fruncea*, II, 36, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 37, 1935, p. 7.

⁸⁷ *Fruncea*, II, 33, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 35, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 38, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 39, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 44, 1935, p. 4.

⁸⁸ *Fruncea*, II, 19, 1935, p. 5.

⁸⁹ *Voința Banatului*, XVII, 9, 1937, p. 4; *Voința Banatului*, XVII, 10, 1937, p. 3; *Voința Banatului*, XVII, 12, 1937, p. 3.

⁹⁰ *Voința Banatului*, IV, 24, 1924, p. 4.

⁹¹ *Fruncea*, II, 36, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 37, 1935, p. 6; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 3.

⁹² *Voința Banatului*, IV, 4, 1924, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 15, 1926, p. 13; *Voința Banatului*, VII, 5, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 6, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 17, 1927, p. 8; *Voința Banatului*, VII, 19, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 19, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 23, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 27, 1927, p. 2; *Nădejdea*, III, 356, 1923, p. 2; *Nădejdea*, III, 357, 1923, p. 3; *Nădejdea*, IV, 369, 1924, p. 2.

⁹³ *Fruncea*, III, 35, 1936, p. 6.

⁹⁴ *Voința Banatului*, IV, 1, 1924, p. 4; *Voința Banatului*, IV, 24, 1924, p. 3; *Voința Banatului*, IV, 52, 1924, p. 9; *Voința Banatului*, V, 20, 1925, p. 8; *Voința Banatului*, V, 78, 1925, p. 4; *Voința Banatului*, V, 79, 1925, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 3, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 15, 1926, p. 13; *Voința Banatului*, VI, 26, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 27, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 29, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 31, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 32, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 34, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VI, 36, 1926, p. 4; *Banatul Românesc*, VI, 30, 1924, p. 4.

⁹⁵ *Fruncea*, II, 37, 1935, p. 6; *Fruncea*, II, 38, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 41, 1935, p. 5.

⁹⁶ *Fruncea*, II, 39, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 40, 1935, p. 3; *Fruncea*, II, 41, 1935, p. 6.

⁹⁷ *Nădejdea*, II, 276, 1922, p. 6.

⁹⁸ *Nădejdea*, II, 276, 1922, p. 5.

barchette, ciorapi, tricotaje și cămăși de iarnă⁹⁹. Încă din 1859 activa în cartierul *Fabric* salonul de modă, Kinski. În 1921, sub atenta conducerea a lui I. Hudowsky, se anunța clientela rafinată de extinderea activității, prin lansarea unei secții de blănărie¹⁰⁰. În arealul aceluiași spectru de activitate s-a evidențiat Blănăria Kolya, specializată în recondiționarea produselor vestimentare din blană¹⁰¹.

Pe de altă parte, îmbrăcămintea dedicată exclusiv sezonului estival, în special costumele de baie, pentru femei, bărbați și copii în asortament foarte bogat, se putea procura de la magazinul William Weisz și Fiul, situat în palatul Loffler din centrul orașului¹⁰².

Extrase din periodicele vremii, corespondențele cu diferite case de modă, cu predilecție pariziene, redau explicit tendințele vestimentare ale perioadei interbelice. Prin urmare, o colaboratoare din Paris a periodicului *Fruncea*, semnată CJ, sub numele ei real Claire Jouret¹⁰³, a realizat o analiză complexă și obiectivă referitoare la ultimele tendințe stilistice, ce urmau a fi introduse și în arealul modelistic interbelic din Timișoara.

Atenția creatorilor de modă occidentali se îndreaptă, la mijlocul anilor treizeci, către detaliile existente în rochiile lungi din primii ani ai *Belle Epoque-ului* (1870-1914). Interesante erau vestimentațiile de primăvara și toamnă ale anului 1935, ale remarcabililor creatori ai vremii precum Molyneux, Chanel, Lanvin, Schiaparelli, Mainbocher, Lucile Paray, Heim, Marcel Rochas, Robert Piquet. Molyneux oferea pentru toamna anului 1935 piese caracterizate prin imense cape de seară cu frumoase cute, rochii strânse pe corp, formând o trenă sau fuste foarte bogate. De asemenea, ca accesorii utile anotimpului rece, erau prezentate mănușile de culori alese: ruginiu, verde închis, galben canari, bleu-griș, precum și pălăriile foarte mici, având garnitura concentrată în față și așezată în înălțime. În timpul zilei, culorile predominante în îmbrăcămintea erau brunul și verdele, iar după-amiaza se purtau rochii strânse însoțite de cape de blană¹⁰⁴. Pe de altă parte, vestimentația adecvată petrecerilor nocturne, îndeosebi la rochiile de seară, era definită de linia croiului strâns pe corp, de trena ce avea un decor compus din efecte florale ample, confecționate din tafta, aidoma celor din 1890¹⁰⁵.

Casa de Modă Chanel prezenta o colecție vestimentară originală de toamnă, ce cuprindea pantaloni turcești, bufanți. Detaliul de excepție al colecției l-a reprezentat folosirea damascului¹⁰⁶.

O piesă originală în moda acelor ani, purtată deseori și în zilele noastre, a fost fusta pantalon, lansată de creatoarea franceză Lanvin, descrisă de drape-uri feminine¹⁰⁷, la care se pot adăuga și mantourile cu trenă lucrate din tafta neagră, cu mânecile brodate, precum și rochiile de vară inspirate din portul țărănesc, cu mânecile supradimensionate¹⁰⁸.

⁹⁹ *Voința Banatului*, III, 40, 1923, p. 2; *Voința Banatului*, III, 41, 1923, p. 2; *Voința Banatului*, III, 45, 1923, p. 4.

¹⁰⁰ *Nădejdea*, I, 32, 1921, p. 2; *Banatul Românesc*, V, 43, 1923, p. 4.

¹⁰¹ *Fruncea*, III, 39, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 40, 1936, p. 2; *Fruncea*, III, 46, 1936, p. 2.

¹⁰² Popescu 2004, p. 212.

¹⁰³ *Moda* 1935b, p. 7; *Moda. Gravurile noastre originale* 1935, p. 4.

¹⁰⁴ Jouret 1935d, p. 3.

¹⁰⁵ Jouret 1935b, p. 5.

¹⁰⁶ Jouret 1935d, p. 3.

¹⁰⁷ Jouret 1935d, p. 3.

¹⁰⁸ Jouret 1935b, p. 5.

Colecția de primăvară-toamnă a Casei de Modă Schiaparelli era descrisă ca surprinzătoare și extravagantă. Diferențiată din punctul de vedere al materialelor folosite după momentele zilei, în cadrul acesteia s-au evidențiat costumele sport cu buzunare închise prin închizători fulger, din materiale plastice în tonuri tranșante și nasturii în formă de lacăt. Rochiile de seară au fustele ridicate prin drape-uri, care fac să apară pantalonii de culoare diferită de cea a rochiei, definind prin aceasta portul turcesc. Culoarele predominante ale acestei colecții erau verdele și violetul. O altă noutate prezentată erau mănușile din vulpe argintie¹⁰⁹, ce dădeau eleganță oricărei ținute. Bluzele de primăvară erau în stil țărănesc, culisate la gât, iar rochiile de curse sau *garden-party* erau strâmte și lungi¹¹⁰.

Stilul clasic caracterizat prin simplitate și eleganță a fost îmbrățișat de creatorul Mainbocher, preocupat mai mult de detalii, de nasturi sau de închizători, cât și de rochiile de seară strâmte, în care se pășea anevoios¹¹¹.

Decolteurile impunătoare, inspirate din rochiile purtate la curțile imperiale, erau etalate în colecțiile lui Lucile Paray. Punctele forte ale acestei colecții erau ansamblurile pentru zi din *tweed ecossais*, rochiile plisate pentru după amiaza, cu mâneci foarte bogat lucrate, manșoanele și mânecile întregi din blană¹¹².

Influență italiană a avut ca exponent de bază elementele vestimentare descrise de rochia având o cromatică descrisă de trei sferturi de culoare, cu mâneci de blană de vulpe, sau din mătase și foarte voluminoase. Aceste entități vestimentare fac din colecțiile lui Rochas un adevărat deliciu pentru iubitorii de modă. Alte combinații de modă, ce se extrag din colecție, sunt vestele de culoare violet ce se asortau cu bluzele, pe o fustă de catifea sau de satin negru, iar rochia de teatru era concepută din saten gri-alb, cu o bluză de muselină neagră¹¹³.

Precum Rochas, creatorul francez Robert Piquet prezintă o colecție toamnă ce își extrage inspirația din elementele vestimentației medievale, în special pentru țesăturile grele și culorile adânci și calde. Totodată se simte și o influență asiatică, reliefată prin drape-uri în jurul gleznelor, prin mâneci largi de inspirație chinezească¹¹⁴. În colecția dedicată sezonului de primăvară s-au evidențiat anumite articole vestimentare remarcabile, cum ar fi un compleu original, format din bluză din muselină vopsită cu aur, fustă și capă din satin negru cu gulerul de organdi negru¹¹⁵.

Creatoarea Rosine Paris a prezentat o colecție dedicată hainelor de utilitate zilnică, cu tentă elegantă, compusă dintr-un jersey negru cu gulerul înalt în față, care coboară în spate și fustă înfășurată în crețuri¹¹⁶.

Un accesoriu intens promovat și des utilizat în perioada interbelică a fost pălăria. Odată cu finalul primului conflict militar de anvergură mondială apar și primele modificări în domeniul modei. Dimensiunile pălăriilor de damă se reduc considerabil, fiind la modă pălăriile mici, ce aveau tendința de a imita casca militară nemțească. Creată în 1908 de modelista Caroline Reboux, dar cu un real succes în anii 1920, pălăria cloș, confecționată din lână, a întregit aspectul *garçonne* al femeii interbelice¹¹⁷. De

¹⁰⁹ Jouret 1935d, p. 3.

¹¹⁰ Jouret 1935d, p. 3.

¹¹¹ Jouret 1935a, p. 5.

¹¹² Jouret 1935d, p. 3.

¹¹³ Jouret 1935d, p. 3.

¹¹⁴ Jouret 1935d, p. 3.

¹¹⁵ Jouret 1935b, p. 5.

¹¹⁶ Jouret 1935e, p. 3.

¹¹⁷ Fogg 2015, p. 227.

asemenea, se remarcă clopotul, produs vestimentar derivat din categoria pălăriilor de damă, purtat în deosebi în anii 1920, caracterizat prin faptul că înălțimea depășea semnificativ lățimea acesteia. Din anii 1930, pălăria feminină preia forme fanteziste, încât în alura acesteia s-au împrumutat forme triunghiulare sau trapezoidale. Caracteristic în aspectul pălăriilor feminine din primăvara anului 1934 era diversitatea mărimilor și accesoriizarea cu pene și voalete¹¹⁸, pe când în 1935 modelele de pălării intrate în uz îmbrățișează forme excentrice, iar materialele din care sunt confecționate devin din ce în ce mai diverse, precum paiul și celofanul, excelând prin combinații ce anexează în compoziție metalul și penele¹¹⁹. Alte ornamente deosebite, precum spicul de grâu, flori, panglici din catifea sau dantelă plisată amplasate pe boruri, s-au regăsit alăturate în compoziția stilistică a pălăriilor¹²⁰. Des utilizate în moda interbelică au fost pălăriile sub formă de tamburină, potrivite persoanelor cu fața ovală. Alt tip de pălărie era cea sub formă de bonetă, care se armoniza cu o cravată sau fundă din același material. Ca și noutate s-au remarcat pălăriile *niniche*, având formă mare cu borul ridicat¹²¹. Forma conică, ornamentarea cu broderie orientală, „tocoliță de o ștrengărească feminitate”¹²², precum și alte modele poliunghiulare sunt elementele stilistice definitorii pentru pălăria din colecția de primăvară a anului 1938.

În Timișoara interbelică pălăriile de damă erau expuse spre achiziționare la magazinul Wilhelm din strada Huniade nr. 2¹²³, la casa de modă Szegedy de pe Bulevardul Berthelot, din cartierul *Iosefin*¹²⁴, precum și la magazinul Salon Chic, patronat de G. Kerschek și Eugenia Merö, din strada Dacia nr. 28¹²⁵, iar firma de pălării E. K. Tomas din zona *Iosefin*, anunța publicul larg despre punerea în vânzare a pălăriilor de damă de tip vienez¹²⁶. Aceleași accesorii capilare, confecționate stilistic după influențele pariziene, s-au regăsit la Cornelia Kirschner, locație unde se practicau și servicii de reparare a pălăriilor¹²⁷. În 1932 era anunțat, prin media publicistică, deschiderea magazinului Florence, unde erau puse în vânzare pălării de damă realizate după moda interbelică de influență vieneză și pariziană, iar pentru ajustarea unui produs prețul pornea de la suma de 60 de lei¹²⁸.

Pe de altă parte, pălăria bărbătească a avut un impact mult mai mare în publicitate. Domnii ce doreau a fi în pas cu moda își puteau procura elegantele pălării de la renumita fabrică a domnului Gustav Novak, fondată în 1896, aflată în strada Bonnaz, nr. 20, din cartierul *Iosefin*¹²⁹. Concise, concrete și cu un mesaj clar către consumatori, caracterizate printr-o grafică deosebită, presărate cu o abordare textuală compusă uneori din versuri, reclamele pălăriilor Novak ar putea fi considerate ca etalon chiar și în

¹¹⁸ C. 1934b, p. 4.

¹¹⁹ C. 1935c, p. 7.

¹²⁰ *Moda. Pălării 1935*, p. 5.

¹²¹ *Moda 1935a*, p. 5.

¹²² *Realitatea Ilustrată*, XII, 579, 1938, p. 23.

¹²³ *Voința Banatului*, IV, 1, 1924, p. 4.

¹²⁴ *Voința Banatului*, IV, 43, 1924, p. 3; *Voința Banatului*, VII, 38, 1927, p. 4.

¹²⁵ *Voința Banatului*, II, 32, 1922, p. 3; *Fruncea*, II, 13, 1935, p. 4; *Fruncea*, II, 18, 1935, p. 5.

¹²⁶ *Nădejdea*, I, 126, 1921, p. 1.

¹²⁷ *Nădejdea*, II, 276, 1922, p. 6.

¹²⁸ *Vestul*, III, 509, 1932, p. 2.

¹²⁹ *Voința Banatului*, IV, 17, 1924, p. 6; *Voința Banatului*, IV, 52, 1924, p. 13; *Voința Banatului*, V, 20, 1925, p. 9; *Voința Banatului*, VI, 42, 1926, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 18, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VII, 49, 1927, p. 4; *Voința Banatului*, VIII, 4, 1928, p. 9; *Voința Banatului*, XII, 1, 1932, p. 3; *Voința Banatului*, XII, 3, 1932, p. 4; *Voința Banatului*, XII, 20, 1932, p. 4; *Fruncea*, III, 51-52, 1936, p. 11.

industria publicitară actuală. Interesul potențialilor cumpărători nu era acumulat doar de artificii artistice, ci chiar de expunerea transparentă a prețului de achiziție pentru fiecare articol în parte, spre exemplu pălăriile în această fabrică au costat între 160 și 240 de lei¹³⁰. Promovat printr-un text respectuos, magazinul Ioan Balint invita publicul să achiziționeze diferite accesorii din moda bărbătească precum pălării, chipiuri, cămăși, gulere, manșete, ciorapi și cravate¹³¹.

Concentrând succint analiza detaliată asupra modei interbelice, se deduce concluzia că această manifestare socială reprezenta descrierea unei anumite societăți sau civilizații, prin care se transmit un ansamblu de opinii, atitudini și comportamente derivate dintr-un anumit fel de a gândi și implicit de a exista. Toate aceste aspecte converg expres către expunerea Timișoarei ca o metropolă în care preocuparea cotidiană, din ce în ce mai frecventă, în special în rândul femeilor, era etalarea armonioasă a nurilor și cultul pentru estetica aspectului exterior. Prin emanciparea bazată pe schimbarea modului de exprimare vestimentară se deschidea viziunea oamenilor asupra modului de comunicare, încercându-se demitizarea prejudecăților referitoare la legătura îmbrăcăminte-caracter. Modelarea gustului și perceperea modei ca o formă independentă de exprimare erau argumentele solide în combaterea conceptului de stratificare socială și uniformizare bazată pe ideologii tradiționaliste.

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

Identificarea modei ca o adevărată industrie presupunea promovarea arealului dedicat vestimentației prin reclama publicistică, ce își găsește rezultanta în valorificarea atributelor pozitive și minimizarea pe cât posibil a curențelor acestora. Exprimarea folosită în transmiterea mesajului publicitar se realiza de așa manieră, încât viziunea potențialului client să se fixeze asupra calităților produsului și nu pe defectele acestuia. În concluzie, reclama din perioada interbelică ar putea fi chiar idealul marilor corporații actuale, în care mesajul spune tot, nu lasă loc de interpretări, orientând produsul direct către cumpărător.

Bibliografie

- | | |
|-------------------------|--|
| <i>Banatul Românesc</i> | – <i>Banatul Românesc</i> , V, 43, 1924; VI, 30, 1924. |
| C. 1934a | – C., <i>Moda de iarnă la Paris</i> , în <i>Fruncea</i> , I, 1, 1934, p. 7. |
| C. 1934b | – C., <i>Noutățile zilei la Paris</i> , în <i>Fruncea</i> , I, 3, 1934, p. 4. |
| C. 1935a | – C., <i>Ce se va face la primăvară</i> , în <i>Fruncea</i> , II, 3, 1935, p. 7. |
| C. 1935b | – C., <i>Moda. Scrisoare din Paris</i> , în <i>Fruncea</i> , II, 6, 1935, p. 7. |

¹³⁰ *Voința Banatului*, VII, 20, 1927, p. 4.

¹³¹ *Voința Banatului*, III, 40, 1923, p. 2; *Voința Banatului*, III, 41, 1923, p. 2; *Voința Banatului*, V, 10, 1925, p. 6; *Voința Banatului*, V, 20, 1925, p. 8; *Voința Banatului*, V, 21, 1925, p. 6; *Voința Banatului*, V, 41, 1925, p. 4; *Voința Banatului*, V, 42, 1925, p. 4; *Voința Banatului*, XVI, 50, 1936, p. 3; *Voința Banatului*, XVI, 51, 1936, p. 3; *Nădejdea*, II, 276, 1922, p. 6; *Nădejdea*, III, 290, 1923, p. 6; *Banatul Românesc*, V, 43, 1923, p. 4; *Zbiciul*, III, 3, 1936, p. 2; *Zbiciul*, III, 4, 1936, p. 2.

- C. 1935c – C., *Moda. Colecțiile de primăvară la Paris*, în *Fruncea*, II, 9, 1935, p. 5.
- Căciuliță împletită* 1939 – *Căciuliță împletită*, în *Fruncea*, VI, 2, 1939, p. 11.
- Ce se poartă la Paris? Picățele* 1935 – *Ce se poartă la Paris? Picățele*, în *Fruncea*, II, 23, 1935, p. 5.
- Corbul 1927 – A. Corbul, *Moda stofelor pictate*, în *Societatea de Mâine*, IV, 13-14, 1927, p. 189.
- Din lumea modei* 1935 – *Din lumea modei*, în *Fruncea*, II, 1, 1935, p.7.
- Două jachete* 1938 – *Două jachete*, în *Fruncea*, V, 16, 1938, p. 14.
- ÉE. 1935 – ÉE., *Moda*, în *Fruncea*, II, 7, p. 7.
- Fogg 2015 – M. Fogg, *Moda. Istoria completă*, București, 2015.
- Fruncea* – *Fruncea*, I, 3, 1934; II, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 13, 18, 19, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 1935; III, 4, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 44, 46, 48, 49, 51-52, 1936.
- Jouret 1935a – C. Jouret, *Colecțiile de primăvară la Paris*, în *Fruncea*, II, 10, 1935, p. 5.
- Jouret 1935b – C. Jouret, *Colecțiile de primăvară la Paris*, în *Fruncea*, II, 11, 1935, p. 5.
- Jouret 1935c – C. Jouret, *Moda*, în *Fruncea*, II, 27, 1935, p. 7.
- Jouret 1935d – C. Jouret, *Colecțiile de toamnă la Paris*, în *Fruncea*, II, 32, 1935, p. 3.
- Jouret 1935e – C. Jouret, *Moda*, în *Fruncea*, II, 33, 1935, p. 3.
- Manșoane împletite* 1939 – *Manșoane împletite*, în *Fruncea*, VI, 1, 1939, p. 15.
- Moda* 1935a – *Moda*, în *Fruncea*, II, 15, 1935, p. 5.
- Moda* 1935b – *Moda*, în *Fruncea*, II, 27, 1935, p. 7.
- Moda* 1936a – *Moda*, în *Fruncea*, III, 4, 1936, p. 5.
- Moda* 1936b – *Moda*, în *Fruncea*, III, 6, 1936, p. 5.
- Moda bărbătească la Timișoara* 1934 – *Moda bărbătească la Timișoara*, în *Fruncea*, I, 2, 1934, p. 6.
- Moda. Gravurile noastre originale* 1935 – *Moda. Gravurile noastre originale*, în *Fruncea*, II, 31, 1935, p. 4.
- Moda. Pălării* 1935 – *Moda. Pălării*, în *Fruncea*, II, 13, 1935, p. 5.
- Nădejdea* – *Nădejdea*, I, 32, 126, 1921; II, 207, 224, 276, 1922; III, 290, 343, 356, 357, 1923; IV, 369, 1924.
- 1938 sau 1900* 1938 – *1938 sau 1900*, în *Fruncea*, V, 30, 1938, p. 12.
- O frumoasă jachetă împletită* 1939 – *O frumoasă jachetă împletită*, în *Fruncea*, VI, 2, 1939, p. 11.
- Pălării de făcut acasă* 1938 – *Pălării de făcut acasă*, în *Fruncea*, V, 18, 1938, p. 5.
- P.O. 1923 – P.O., *Moda pijama*, în *Clujul*, I, 37, 1923, p. 2.
- Popescu 2004 – L. Popescu, *Timișoara interbelică și universul social din România*, București, 2004.
- Realitatea ilustrată* 1938 – *Realitatea ilustrată*, XII, 579, 1938.

- Rochii cusute acasă* 1938 – *Rochii cusute acasă*, în *Fruncea*, V, 19, 1938, p. 11.
- Scurtu 2001 – I. Scurtu, *Viața cotidiană a românilor în perioada interbelică*, București, 2001.
- Scurtu 2003 – I. Scurtu, *Societatea românească*, în vol. coord. I. Scurtu, *Istoria Românilor, vol. VIII, România întregită (1918-1940)*, București, 2003, p. 125-173.
- Scurtu 2012 – I. Scurtu, *Istoria civilizației românești. Perioada interbelică (1918-1940)*, București, 2012.
- Scurtu, Buzatu 1999 – I. Scurtu, G. Buzatu, *Istoria românilor în secolul XX (1919-1948)*, București, 1999.
- Sugestie pentru pălărie* 1939 – *Sugestie pentru pălărie*, în *Fruncea*, VI, 4, 1939, p. 7.
- Știri de modă* 1935 – *Știri de modă*, în *Fruncea*, II, 19, 1935, p. 5.
- Tricotați-vă o bluză originală* 1938 – *Tricotați-vă o bluză originală*, în *Fruncea*, V, 25, 1938, p. 7.
- Velceanu, Gaberdeen 1930 – Z. Velceanu, G. Gaberdeen, *Ghidul comercial, industrial și general al municipiului Timișoara*, Timișoara, 1930.
- Vestul* – *Vestul*, I, 26, 30, 1930; III, 436, 509, 562, 566, 1932; IV, 831, 1933; V, 1248, 1934; VIII, 1877, 1937; X, 2284, 1939.
- Voința Banatului* – *Voința Banatului*, II, 32, 95, 1922; III, 40, 41, 45, 1923; IV, 1, 4, 3, 6, 7, 17, 24, 25, 43, 52, 1924; V, 10, 20, 21, 41, 42, 53, 58, 75, 78, 79, 80, 1925; VI, 3, 15, 26, 27, 29, 31, 32, 34, 36, 42, 50, 51, 1926; VII, 5, 6, 17, 18, 19, 21, 23, 27, 38, 41, 42, 46, 48, 49, 1927; VIII, 4, 6, 1928; IX, 36, 37, 1929; X, 1, 3, 4, 12, 14, 1930; XII, 1, 3, 8, 14, 17, 20, 1932; XIII, 12, 1933; XVI, 11, 14, 15, 42, 44, 1936; XVII, 1, 4, 9, 10, 11, 12, 39, 41, 42, 47, 1937.
- Zbiciul* – *Zbiciul*, III, 3, 4, 1936.

Publicité des vêtements en Timișoara entre-deux-guerres

Résumé

Provenu du point de vue étimologique du terme indo-européen *muid*, la mode peut-être définie d'une manière empirique comme un mécanisme complexe, mettant en évidence la modalité dont la civilisation dispose de la capacité de s'adapter aux tendances générées par les facteurs motrices de la société. L'un de ces facteurs, promuant ce phénomène, était la presse écrite. Rédigés dans des formats facilement manoeuvrables et offrant une lecture légère, n'importe où et n'importe quand, les journaux de ce temps-là accordaient des espaces généreux, dans l'architecture de la pagination, aux spots publicitaires et aussi aux articles bien documentés, qui apportaient à la conscience publique les éléments essentiels de l'espace modeliste.

Cette recherche a pour but d'explorer l'interaction de la mode avec la société d'entre les deux guerres de Timișoara, tout en analysant chaque entité définitoire de celle-ci. Cette analyse-ci est fondée prépondérément sur les données extraites des matériaux publicitaires et des articles traitant sur la mode, englobées dans l'aréal journalier d'entre les deux guerres de la ville mentionnée, telles les journaux *Nădejdea*,

Voința Banatului, Vestul et Fruncea, ci-dernier dédiant une page speciale à la mode, sous le titre *La Page de la Femme*.

Il s'agit d'un domaine ayant des tendances diversifiées, le mode d'étaler les habits étant différencié du point de vue géographique et selon la couche sociale appartenante. Tout en gardant le fil de la tradition, la mode conservatrice du port populaire trouvait même à cette époque-là des resonances dans le milieu rural, en spécial parmi les personnes âgées.

Le fin des conflits militaires de la Première Guerre Mondiale a eu pour effet une réelle émulation de la créativité des stylistes, ainsi apparaissant le style vestimentaire Art Nouveau, convergeant vers des formes organiques et proposant des idées sur la perception naturelle, mettant en relief des compositions abstraites et surréalistes.

Dans le domaine de la modélistique, la période d'entre les deux guerres a englobé fréquemment des modifications notables, comme par exemple le raccourcissement des robes à environ trois quarts ou même jusqu'aux genoux, le positionnement de la taille sur les hanches et l'usage des matériaux minces et transparents à la confection des robes. La chute de la bourse de New York (de Wall Street) en 1929, ayant pour conséquences immédiates la réduction des salaires et le l'accroissement massif du chômage, a généré le phénomène où les travailleurs avaient choisi les activités manufacturières, mentionnant ici l'exemple du tricotage domestique. Une autre activité gagnant de prestige était la couture. En conséquence, l'existence des nombreuses maisons de haute couture, change le statut du tailleur, d'un simple exécutant de vêtements en un véritable esthète, le plaçant dans la société au niveau d'un docteur ou d'un avocat, transformant la couture dans un véritable art.

Le modelage du goût et la perception de la mode comme une forme indépendante de s'exprimer étaient les arguments forts dans la destruction du concept de stratification et d'uniformisation apparu sur des idéologies traditionnalistes. Par l'émancipation fondée sur le changement du mode d'expression vestimentaire s'est ouvert la vision des gens sur le mode de communiquer, dans la tentative de détruire les préjugés concernant la liaison d'entre la vestimentation et le caractère. Tous ces aspects définissent la ville de Timișoara comme une métropole où la préoccupation quotidienne, devenue de plus en plus fréquente en spécial parmi les femmes, était celui d'étaler le charme personnel et physique et le culte pour l'esthétique de l'aspect extérieur.