

## RECLAME ȘI PUBLICITATE DIN PERIOADA INTERBELICĂ REDATE ÎN COTIDIANUL LOCAL SATU MARE

Diana KINCES

**Abstract:** *Advertisements and publicity from the interwar period published in the local newspaper Satu Mare. The advertisements from the interwar period published in the local newspaper Satu Mare give us a picture of what the society from Satu Mare represented in the immediate aftermath of the Great Union from 1918. Satu Mare was a Romanian local daily published between 1919 and 1937, being the most read Romanian newspaper with the greatest continuity. In its pages, the advertisements tried to make known different products and services: banks, shops of various types and famous in the epoch, cultural activities, cinemas, factories, medicines etc. The commercial that appeared at that time could be just a simple announcement, usually a text, sometimes accompanied by a sketch, for a better representation, but the message was the same, to sell and make known products and services.*

**Keywords:** *advertisements, newspaper, products, services, stories, banks, Satu Mare, interwar period.*

Perioada interbelică reprezintă una dintre cele mai intens rememorate și idealizate perioade istorice, în România acest fenomen dezvoltându-se cu rapiditate mai ales după anul 1989. Fără a încerca să prezinte un tablou complet și complex al acestui segment temporal, reclamele din presa scrisă reprezintă o importantă sursă de informații cu privire la mentalitățile, obiceiurile, gusturile și activitățile populației din regiunea respectivă. Oglindă a compoziției socio-culturale a publicului cititor de ziare, dar și vehicul prin care se urmărea occidentalizarea unei pătri cât mai mari a populației României, reclamele din presa interbelică uimesc astăzi prin elementele grafice de o reală valoare artistică, textele atent articulate și prin grija neîntreruptă de a comunica direct, personal, cu cititorul. Deși au o vechime de aproape un secol, reclamele interbelice au o vitalitate impresionantă, fiind mult mai actuale decât o mare parte din corespondentele lor din prezent.

Ziarele și revistele apărute în județul Satu Mare în cele două decenii au întregit ansamblul vieții spirituale locale, prin multitudinea problemelor puse spre dezbatere participând la satisfacerea nevoii de informare a cititorilor. Acestea au contribuit la formarea gustului și educației publicului, răspunzând nevoii tot mai accentuate de informare a omului modern. Schimbul de informații devenise acum o necesitate cotidiană. Primele periodice românești, cu ritm de apariție dens, s-au inspirat din realitățile social-politice specifice zonei, adresându-se unui public larg și divers, a cărui audiență o căutau. După realizarea idealului de unitate

națională, dar îndeosebi după instaurarea administrației românești, în județul Satu Mare s-au creat condiții noi, favorabile apariției unor organe de presă tipărite în limba română<sup>1</sup>.

În această perioadă, la Satu Mare au apărut mai multe ziare și reviste românești care au creat o efervescentă în rândul populației românești, chiar dacă unele au fost efemere. În perioada interbelică s-au înregistrat peste 50 de titluri numai în limba română, la acestea adăugându-se și ziarele în limba maghiară<sup>2</sup>. Trebuie să avem însă în vedere faptul că, în perioada interbelică, mulți români sătmăreni cumpărau în continuare cărți și ziare ungurești, deoarece nu prea știau citi în limba română<sup>3</sup>. Prin problematica cuprinsă, durata apariției lui și valoarea deosebită a colaboratorilor săi, cel mai reprezentativ a fost ziarul *Satu Mare*, tipărit pentru prima dată la 24 septembrie 1919<sup>4</sup>. Până în anul 1938 ziarul se tipărea de două ori pe săptămână, miercurea și duminica. Fondatorul acestui ziar românesc a fost Dariu Pop, din anul 1920 Anton Davidescu a fost redactor-responsabil și director al acestui ziar, iar din 1928 îl găsim pe dr. Mihai Popp ca și redactor responsabil. Dacă la început era un organ al Partidului Național Român, în iunie 1920 ziarul Satu Mare se autodeclara ca organ politic independent, afiliindu-se din anul 1935 Partidului Național Țărănesc. Pentru o perioadă scurtă de timp și-a avut redacția pe strada Mihai Viteazu nr. 20, ca mai apoi să se stabilească pe strada Vasile Lucaciu, în diferite locații, dar și în Piața Brătianu nr. 6<sup>5</sup>.

Ne-am obișnuit cu toții ca reclamele să fie o parte din viață noastră. Fie că ne dorim sau nu, acestea apar la tot pasul, invadându-ne intimitatea și mințile. Deși par de dată recentă, reclamele au existat de foarte mult timp, chiar dacă nu erau la fel de insistente ca și în zilele noastre. „Reclama este sufletul comerțului”. Așa cum o știu toți oamenii de afaceri de astăzi, o știu toți negustorii, comercianții sau precupeții din perioada interbelică. Reclama este modul prin care informațiile despre un produs sau serviciu ajung la consumatori, pe diferite canale. Louis Angé în *Manualul de publicitate pentru uzul comercianților, industriașilor, profesioniștilor publicității și școalelor de comerț din Franța*, spunea la începutul anilor 30 că „publicitatea este arta de a se adresa unui public cu scopul de a se face ascultat și de a obține ceea ce se dorește. Este arta de a se face cunoscut publicului, de a i se propune un anumit lucru, în așa mod ca această propunere să fie înțeleasă și urmată după îndemnul nostru”<sup>6</sup>. În literatura de specialitate a vremii erau exprimate diferite opinii referitoare la importanța și rolul reclamei, de multe ori aceasta fiind privită în mod negativ: „reclama modernă arată pentru public un injurios dispreț. Ea tratează omul ca pe cel mai tâmpit dintre animalele inferioare”<sup>7</sup>. Însă cele mai multe opinii erau pozitive și încercau să argumenteze importanța reclamei: „cum ar ști lumea că undeva se găsește ceva bun dacă nu faceți reclamă? Reclama e o referință permanentă pentru o întreprindere, ea este pentru o firmă ceea ce este hrana pentru corp. Cerneala tipografiei este

<sup>1</sup> Oproiu Bogdan, *Cultură și societate în județul Satu Mare în perioada interbelică*, teză de doctorat, Oradea, 2013, p. 10. <https://www.uoradea.ro/display2279>.

<sup>2</sup> <http://www.informatia-zilei.ro/sm/in-anul-1926-ziarele-maghiare-din-satu-mare-aveau-mii-de-cititori-romani/>

<sup>3</sup> *Almanahul Presei Române pe 1926*, editat de Sindicatul presei române din Ardeal și Banat, Cluj Napoca, 1925, pp. 155 – 156.

<sup>4</sup> Nae Antonescu, *Din istoria presei sătmărene – ziarul Granița în „Satu Mare. Studii și comunicări”, IX – X*, Ed. Muzeului Sătmărean, Satu Mare, 1992 – 1993, p. 177.

<sup>5</sup> Informații obținute în urma parcurgerii ziarului Satu Mare, anii: I – 1919 - XIX – 1937.

<sup>6</sup> Louis Angé, *Manualul de publicitate pentru uzul comercianților, industriașilor, profesioniștilor publicității și școalelor de comerț din Franța*, tradus de Ioan Tăcutu, Tipografia ziarului Universul, București, 1936, p. 15.

<sup>7</sup> George Tudorică, *Reclama. Importanță, evoluție, rezultate*, Ed. Cartea Românească, București, 1945, p. 8.

sângele comerțului” [...]. „Capacitatea direcției, puterea de judecată și inteligența nu pot înlocui reclama. Vreți să știți ce este un anunț? Încercați să plasați produsele voastre fără reclamă”<sup>8</sup>.

Imaginația omului a fost mereu pusă la încercare atunci când a venit vorba de imagine, de a-și vinde produsele ori de a atrage clienții. Cu mai multă sau mai puțină fantezie, în perioada interbelică, rădăcinile domeniului publicității de astăzi sunt vizibile și pregnante. Erau timpuri când reclama era mai puțin intruzivă, mai puțin senzorială, mai puțin pur și simplu. Era o publicitate mai informativă și mai naivă în persuasiune și se vindeau efectiv produse, nu mărci. Chiar dacă atunci erau folosite anunțuri simple și schițe pentru publicitate, efectul și principiul erau același. Dacă astăzi, având la bază reclama, s-a dezvoltat o adevărată „industrie” în domeniul comunicării și a PR-ului, reclama în acea perioadă putea fi doar un simplu anunț, de regulă text, doar uneori însoțit de o schiță, un mic desen, pentru o reprezentare cât mai bună a produsului.

O imagine a ceea ce însemna reclama și publicitatea în perioada interbelică, la nivel local, o regăsim răsfoind paginile cotidianului *Satu Mare*, pe parcursul anilor 1919 - 1937. De-a lungul perioadei interbelice, ziarul *Satu Mare* a avut cel mai mare tiraj, fiind, din punct de vedere cantitativ, cel mai reprezentativ periodic românesc al Sătmarului interbelic. Ziarul se adresa în primul rând populației românești a județului, acest lucru fiind reliefat foarte bine și prin îndemnul adresat oamenilor pentru a cumpăra ziarul: „nu e bun român acela care nu se abonează” sau „Români! Faceți abonamente și recomandați-l prietenilor!”<sup>9</sup>, „Citiți și răspândiți ziarul Satu Mare!”<sup>10</sup>. Ziarul a avut inițial un format mare, de 42 x 58cm, cu doar 2 pagini, iar din 1920 de 32 x 48cm, cu 4 pagini și foarte rar 6 pagini, având un preț cuprins de-a lungul apariției sale între 30 de bani și 5 lei. Ziarul era distribuit și în alte localități ale județului (Carei și Halmeu), având abonați și corespondenți chiar și în afara granițelor țării, în America (Cleveland, Roebing, Philadelphia), Cehoslovacia, Italia și Franța.

La începutul apariției sale numărul reclamelor nu era foarte mare, apărând în paginile ziarului chiar și un anunț care spunea: „Se primesc reclame”<sup>11</sup>. În perioada 1922 - 1930 fiecare număr al ziarului abunda în reclame: unele de mici dimensiuni, alcătuite aproape exclusiv dintr-un corp textual, altele ocupând spații mai mari conținând informații - cheie după care cititorii puteau identifica brand-ul prezentat. Se întâmpla de multe ori ca întreaga pagină 4 să fie ocupată de reclame, acestea regăsindu-se și în partea de jos sau pe marginile celorlalte pagini. După 1930 numărul reclamelor se micșorează, dar continuă să ocupe un spațiu considerabil, în special pe ultima pagină. În anii 1936 - 1937 nu se mai regăsesc deloc reclame în paginile ziarului.

În paginile acestui ziar anunțurile publicitare încercau să facă cunoscute diferite firme, produse și servicii: bănci, magazine de felurite tipuri și celebre în epocă, cinematografe, fabrici, activități culturale, medicamente etc.

Reclamele publicate în acea perioadă oferă foarte multe informații despre meseriile și preocupările vremii, observând astfel că în Satu Mare își desfășurau activitatea numeroși producători și prestatori de servicii, din domeniul foarte variate. Încă din primele numere apar reclame ale *Băncii de Escont* din Satu Mare, o societate pe acțiuni cu capital fundamental de 5.000.000 de coroane și un fond de



<sup>8</sup> *Ibidem*, p. 9.

<sup>9</sup> *Satu Mare*, an IV, nr. 99, duminică 10 decembrie 1922, p. 3.

<sup>10</sup> *Satu Mare*, an XIX, nr. 8, duminică 16 mai 1937, p. 2.

<sup>11</sup> *Satu Mare*, an I, nr. 27, miercuri 24 decembrie 1919, p. 4.

rezervă de 800.000 de coroane. Instituția oferea diferite servicii economice efectuând plăți și pentru România, Cehoslovacia și Austria.<sup>12</sup> De asemenea, *Casa Română* din Baia Mare realiza orice operațiuni de comerț, industrie și bancă.<sup>13</sup> Începând din anul 1920 numărul instituțiilor bancare românești care își fac reclamă în paginile ziarului se înmulțesc: *Casa Noastră* – societate anonimă pentru bancă, comerț și industrie, reprezentanta Băncii Marmorosch, Blank & Co SA din București<sup>14</sup>, *Albina* – Institut de credit și de economii Sibiu<sup>15</sup>, *Banca Românească*, sucursala Satu Mare care emitea cecuri, franci francezi și dolari la cursul zilei, *Banca Română* din Satu Mare, *Banca Comercială și Mijlocitoare* din Satu Mare, *Banca de cereale și credit* - societate pe acțiuni din Satu Mare<sup>16</sup> etc.

Magazinele celebre în epocă aveau reclamele cele mai atent realizate. Marea majoritate a magazinelor promovate sunt cele de haine și îmbrăcăminte. În cadrul acestei categorii, merită amintite numele câtorva magazine foarte cunoscute în epocă: magazinul *Müller* oferea „paltoane de iarnă pentru dame, cele mai noi modele de Viena și paltoane de piele pentru bărbați”<sup>17</sup>, magazinul *Sámuel* vindea în anul 1922, 3m de „stofă veritabilă engleză” la doar 400 de lei pentru „oficianții legitimați”<sup>18</sup>, la magazinele *Bela Spitz* sau *Mauritiu Szántó & Co* se găseau de asemenea paltoane de iarnă, *Katz și Weisz* era un magazin de manufactură, „cu prețurile reduse ca niciodată până acum”<sup>19</sup>.

Celebre erau și *Max Rosenfeld* care avea un depozit de stofe, magazinele de modă *Antoni Mayer*, *Kardos*, prăvălia de mode pentru dame și domni a lui *Dr. Feldner & Co* din strada Mihai Viteazu (vindea albituri pentru bărbați, pălării, mănuși, tricotaje), magazinul *Fraților Friedmann* – „cel mai ieftin din Sătmăru, unde se găsesc assortimente bogate în catifele, stofe, covoare, linoleuri și șaluri de iarnă”, „Magazinul *George Fabian* are la dispoziția onoratului public: paltoane pentru doamne, stofe, ciorapi pentru doamne și ciorapi bărbătești, cămăși, flaneluțe, atât pentru domni cât și pentru doamne – Edificiul Episcopesc”<sup>20</sup>, *Schäfer Desideriu* – haine pentru copii, postăvăria *Neumann* sau *Samuel Ignac* etc.



Marele magazin românesc din București - *Luca P. Niculescu* - cu sucursala în Satu Mare, Piața Victoriei nr. 22, oferea stofe, perdele și îmbrăcăminte cu o reducere de 5% pentru învățători, preoți și funcționari de stat, sau „Magazin de Concurență!!! Satu Mare, Piața Brătianu, nr. 22. Prețuri reduse! - Să fim atenți la adresă! Până toate calitățile, zefir, perdele, cuverturi de sezloane, stofe de modă, difinte, voaluri, cartoane, șorțuri, haine, batist, grenadine, puplin,

<sup>12</sup> *Ibidem*.

<sup>13</sup> *Satu Mare*, an I, nr. 29, miercuri 31 decembrie 1919, p. 4.

<sup>14</sup> *Satu Mare*, an VII, nr. 87, duminică 1 noiembrie 1925, p. 4.

<sup>15</sup> *Satu Mare*, an V, nr. 2-3, duminică 7 ianuarie 1923, p. 6.

<sup>16</sup> *Almanahul județului Satu Mare 1925*, Satu Mare, 1924, an I, pp. 64 – 70. Almanahul era editat de Anton Davidescu, redactor al ziarului „Satu Mare”.

<sup>17</sup> *Satu Mare*, an IV, nr. 97, duminică 3 decembrie 1922, p. 1.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 3.

<sup>19</sup> *Satu Mare*, an IV, nr. 99, duminică 10 decembrie 1922, p. 4.

<sup>20</sup> *Satu Mare*, an V, nr. 84, miercuri 24 octombrie 1923, p. 4.

libertine etc.”<sup>21</sup>. Tot aici amintim și reclamele pentru serviciile de croitorie oferite: *Lóvasz, Adam Szeibert* – „cea mai elegantă croitorie și unde se lucrează elegant și efțin”<sup>22</sup>, sau atelierelor pentru broderii *Kohn și Keller*. Magazinele de stofe și de îmbrăcăminte din România interbelică aveau și o funcție socială bine definită: aici se întâlneau domnii și doamnele din înalta societate, putând astfel achiziționa și discuta despre ultimele apariții vestimentare din Occident.

În aceeași categorie trebuie menționate reclamele pentru magazinele de ghete (*Frații Grünfeld, Iosif Inglick, Scheumann, Vajda* etc.), fiind promovat și un brand național, ghetele *Filt*, produse la Timișoara într-o fabrică de încălțăminte de lux, înființată în anul 1921 și care în 1932 avea deja contracte cu țări precum Franța, Anglia și Suedia<sup>23</sup>.

Un mare număr de reclame este destinat magazinelor și târgurilor organizate cu ocazia sărbătorilor de iarnă: „s-a deschis târgul de Crăciun și de Anul Nou în bazarul sătmărean unde se găsește tot felul de mărfuri, ca jucării, articole pentru decor de suvenir, vase de fier, porțelanuri, sticle și tot felul de lucruri pentru călători – *Blatinczky Ștefan*”<sup>24</sup>, Marele târg de Crăciun *Fischer Antal, Mertz Josif, Szilágyi și Goldfinger* etc. Aceste târguri organizate cu ocazia marilor sărbători vindeau diferite produse la prețuri promoționale chiar și la sfârșitul perioadei sărbătorilor, găsim în paginile ziarului reclame la târguri de Crăciun inclusiv în luna ianuarie. Tot în categoria cadourilor de Crăciun erau și reclamele pentru o expoziție de icoane sau pentru atelierul de fotografie al *surorilor Buzási*<sup>25</sup>.

Tipografii, restaurante, medici, toți aveau nevoie de publicitate. Folosind mai mult sau mai puțin imaginația, textele din anunțuri vorbesc strict despre facilitățile oferite, servicii, calitate și preț. Acestea sunt elementele pe care le găsim și în anunțurile date de cafenelele Dacia<sup>26</sup> sau Victoria: „Varietăți în fiecare seară la cabaretul Victoria Bébé Mandy Const. Comical român cel favorit. Cu începere de sâmbătă. Lia Amorette, dansatoare română, Albin Boriss cu noi dansuri. Afară de aceste reprezentații tuturor artiștilor. Cercetați *cabaretul Victoria!* Local distins și cu program artistic”<sup>27</sup>. „Cel mai frumos *Cafeu Dacia*, reînnoțit modern, cu serviciu prompt, unde concertează în fiecare seară Horvath Jansci cu



<sup>21</sup> *Satu Mare*, an IX, nr. 19, duminică 8 mai 1927, p. 2.

<sup>22</sup> *Satu Mare*, an IV, nr. 99, duminică 10 decembrie 1922, p. 3.

<sup>23</sup> <http://www.filty.ro/about.php> accesat la data de 21.09.2017.

<sup>24</sup> *Satu Mare*, an IV, nr. 101, duminică 17 decembrie 1922, p. 4.

<sup>25</sup> *Ibidem*.

<sup>26</sup> *Vezi și Almanahul județului Satu Mare 1926*, întocmit de A. Davidescu redactor al ziarului „*Satu Mare*”, *Satu Mare*, 1925, an I, p. 72.

<sup>27</sup> *Satu Mare*, an II, nr. 54, duminică 18 iulie 1920, p. 3.

renumita sa orchestră. Cel mai elegant local de distracție pentru familii. Bufet asortat"<sup>28</sup>. „Alo! Români! Alo! *Cafeul Dacia* este cel mai frumos local de petrecere pentru lumea aleasă. Se dă cu chirie pentru baluri și serbări elegantul salon amenajat în acest scop"<sup>29</sup>.

Des întâlnite sunt reclamele pentru bere: „Cea mai fină bere *Gloria* o găsiți la Europa. Gustați-o și vă veți convinge!”<sup>30</sup> – „Cea mai igienică, cea mai nutritivă este berea *Luther și Czell*. V-o recomandăm tuturor! Depozit general, B-dul Basarabilor 16”<sup>31</sup> – „De când *Ursus* Fabrica de Bere S.A. a cumpărat fabrica de bere a firmei *Czell* din Cluj – Mănăștur berea renumită și bună din Mănăștur nu se mai numește *Czell* ci Bere *Ursus*. A nu se confunda cu berea numită și azi *Czell*, care este produsă în comuna Dârste lângă Brașov”<sup>32</sup>.

În paginile ziarului apar reclame la două brutării: „S-a deschis! Brutăria nouă, modernă și renumită pentru producerea pâinei de casă cu hemein, precum și prăvălia de făină și fabrica de pâine”<sup>33</sup>.

Pentru cumpărători cu vagonul, mare beneficii, atât la făină, cât și la grâu. Observați bine numele lui Dumitrie Konstantinovici care și la timpurile cele mai grele a prevăzut publicul cu pâine”<sup>33</sup> – „O brutărie românească în Satu Mare, pentru românii din oraș și județ ... Rugăm călduros onoratul public român din Satu Mare și jur să ne sprijine deoarece suntem unica franzelărie românească din acest oraș. Primim comenzi zilnic. Cu toată stima Labău și Balmoș”<sup>34</sup>.

S'a deschis! S'a deschis!

Brutăria nouă modernă și renumită pentru producerea pâinei de casă cu hemein, precum și prăvălia de făină și fabrica de pâine

**DUMITRIE KONSTANTINOVICI**

Fabrica: Prăvălia principală: Filiala:

Calea Traian No 3. Casă proprie. Pâinea cea mai bună și gustoasă a lui Dumitrie Konstantinovici se poate cumpăra:

Calea Traian No 3. (strămutată din hala de gube), unde cuptoarele mele moderne stau la dispoziția onor. public zilnic la orele 8 - 11. Se primesc coaceri private de orice natură cu garanția deplină.

Str. Stefan Cel Mare No 30. (Hala de gube, unde coace- rile se fac dimineața la orele 8 (dela 1 Octombrie la orele 9).

**Localurile pentru vânzare pâinei:**

1. La capul podului Somesului.
2. Coitul stradelor Gen. Cristescu si Maramures.
3. Calea Traian 10. (Casa lui Kaufman).
4. Coitul str. Unirii si Vacarescu.
5. Coitul str. Abatorului.
6. Pe Piata I. C. Bratianu in o satura, unde zilnic se poate cumpara paine proaspata pana la orele 12.

Astăzi în prăvălia principală cât și în filiale se capătă zilnic pâine cu hemein, calitate primă, iar Duminică dimineață până la orele 10 a.m. cu preparate foarte rețușe și amabile:

pâinea albă . . . .	lei 8
" semialbă . . . .	" 7
" brunetă . . . .	" 6

În prăvălia principală se poate cumpăra permanent făină en gros și detalii, iar în filiale numai în detaliu produsele morilor celor mai renumite și cu măsurările prețuri:

făina 0 . . . .	lei 10
" de copt . . . .	" 9
" de pâine . . . .	" 6
farfete . . . .	" 2,70
farmitura fină . . . .	" 18

Pentru cumpărători cu vagonul, mare beneficii, atât la făină, cât și la grâu. Observați bine numele lui Dumitrie Konstantinovici care și la timpurile cele mai grele a prevăzut publicul cu pâine.

Telefon: 345 Dumitrie Konstantinovici Telefon: 345

Tipografie și Editură «Srabadași» S. A. Satu-Mare

Foarte mult se încerca promovarea produselor și serviciilor românești, perioada interbelică reprezentând și o etapă deosebit de importantă de afirmare și consolidare a elementului românesc, inclusiv sub aspect economic: „Fiecare român adevărat are datoria să cumpere numai de la comercianți și meseriași români”<sup>35</sup>. „Cumpărați cărți românești!”<sup>36</sup>. Într-o societate dominată de comercianți în special evrei și maghiari, promovarea produselor și serviciilor românești este de la sine înțeleasă, cu atât mai mult cu cât înainte de Marea Unire publicitatea scrisă în limba română era realizabilă. Din categoria serviciilor medicale, medicamentelor și

cosmeticele nu apar publicate foarte multe reclame: sunt menționate farmaciile *Edmund Barbul* și *Iosif Horvath*, în 1923 apar reclame pentru praful *Höffer no. 1* și *crema Höffer* pentru copii mici și sugari, pudra *Höffer no 2* și *no 3* pentru femei, iar în 1932 *medicamentul D.V. pentru menstruație* și *parfumeria Savoy*. Apar însă reclame pentru medici (în special stomatologi), laboratoare de radiologie, saloane de cosmetică, manichiură și coafură: „În atențiunea Doamnelor! Cu onoare aduc la cunoștință onoratului public feminin că în salonul meu de frizerie am angajat un nou colaborator sosit acum de la Paris. Ondulează, piaptănă și

<sup>28</sup> Satu Mare, an IV, nr. 88, miercuri 1 noiembrie 1922, p. 4.

<sup>29</sup> Satu Mare, an V, nr. 60, miercuri 1 august 1923, p. 4.

<sup>30</sup> Satu Mare, an V, nr. 2-3, duminică 7 ianuarie 1923, p. 6.

<sup>31</sup> Satu Mare, an X, nr. 19, duminică 6 mai 1928, p. 4.

<sup>32</sup> Satu Mare, an X, nr. 31, duminică 29 iulie 1928, p. 4.

<sup>33</sup> Satu Mare, an V, nr. 78, miercuri 3 octombrie 1923, p. 4.

<sup>34</sup> Satu Mare, an VII, nr. 87, duminică 1 noiembrie 1925, p. 4.

<sup>35</sup> Satu Mare, an II, nr. 47, miercuri 23 iunie 1920, p. 3.

<sup>36</sup> Satu Mare, an VII, nr. 87, duminică 1 noiembrie 1925, p. 3.

taie părul după ultima modă. Mă angajez la tot felul de preparări și aranjări de păr în baza jurnalului ultimei mode de la Paris. Ondulația părului cu apă. Vizitați frizeri de dame. Desideriu Balogh. Hotel Dacia în curte<sup>37</sup>.

Trebuie totuși să menționăm și o reclamă inedită și savuroasă: „Folositi-vă de ocaziune! DINȚI cumpăr numai azi și mâine. Dinți, denturi artificiale vechi și stricate de cauciuc și de aur!!! Plătesc prețuri bune! Hotel Victoria, camera 11”<sup>38</sup>.

Nu trebuie să oitem reclamele pentru fabrica Unio din oraș: „UNIO Fabrica de vagoane, societate anonimă în Satu Mare. Secția de articole și lamele de fier. Capital social: lei 40.000.000. Rezerve: lei 5.000.000”<sup>39</sup>, sau pentru *Uzina electrică a orașului Satu Mare*<sup>40</sup> care se ocupa cu „instalarea rețelelor de iluminat cu electricitate și telefonice, cu sistem special și cu prețuri cele mai avantajoase. Lămpi normale și candescente de jumătate de Watt, cele mai bune fabricațiuni se pot primi în prețuri cele mai ieftine”<sup>41</sup>.



Consolidarea și formarea unei puternice culturi naționale a fost unul din obiectivele guvernelor ce au condus România în perioada interbelică. Printre încercările de a „culturaliza masele”, și în Satu Mare cinematografele au fost cele care au avut un succes fulminant în perioada dintre cele două războaie mondiale. Reclamele apărute în presă făceau referire la spectacolele și filmele difuzate de către cele două cinematografe *Urania* și *Apollo*. Observăm astfel că în programul lor rulau cele mai noi filme din Europa și America, o adevărată senzație fiind difuzarea filmelor sonore începând cu anul 1932. Filmele cu Luciano Albertini<sup>42</sup>, Harry Piel<sup>43</sup>, Ila Lóth<sup>44</sup>, Lucy Doraine<sup>45</sup>, Priscilla Dean<sup>46</sup>, Lya Mara<sup>47</sup>, Charlie Chaplin, Stan și Bran, dar și filme cu celebrul câine Rin-tin-tin și Mickey Mouse erau de mare senzație, fiind larg difuzate. De remarcat este faptul că prezentarea spectacolelor de teatru sau circ se făcea și în incinta cinematografelor,

<sup>37</sup> *Satu Mare*, an VII, nr. 87, duminică 1 noiembrie 1925, p. 3.

<sup>38</sup> *Satu Mare*, an V, nr. 83, duminică 21 octombrie 1923, p. 4.

<sup>39</sup> *Satu Mare*, an IX, nr. 51, miercuri 18 decembrie 1927, p. 4.

<sup>40</sup> *Almanahul județului Satu Mare 1927*, Satu Mare, 1926, an III, p. 92. Almanahul era editat de Anton Davidescu, redactor al ziarului ”Satu Mare”.

<sup>41</sup> *Satu Mare*, an VIII, nr. 30, duminică 18 aprilie 1926, p. 4.

<sup>42</sup> Luciano Albertini (30 noiembrie 1882 – 6 ianuarie 1945) a fost un actor italian, producător de film și regizor renumit. [https://en.wikipedia.org/wiki/Luciano\\_Albertini](https://en.wikipedia.org/wiki/Luciano_Albertini).

<sup>43</sup> Hubert August Piel (12 iulie 1892 – 27 martie 1963) a fost un actor german actor, regizor, scenograf și producător a peste 150 de filme. [https://en.wikipedia.org/wiki/Harry\\_Piel](https://en.wikipedia.org/wiki/Harry_Piel)

<sup>44</sup> Ila Lóth, născută Mária Rónai (28 mai 1900 – 21 septembrie 1975 Budapesta) a fost o actriță de origine maghiară apărând în 27 de filme în perioada 1918 – 1973. [https://en.wikipedia.org/wiki/Ila\\_L%C3%B3th](https://en.wikipedia.org/wiki/Ila_L%C3%B3th)

<sup>45</sup> Lucy Doraine născută Iлона Kovács (22 mai 1898 Budapesta – 14 octombrie 1989 Los Angeles) a fost o actriță de origine maghiară apărând în 24 de filme în perioada 1918 - 1923. [https://en.wikipedia.org/wiki/Lucy\\_Doraine](https://en.wikipedia.org/wiki/Lucy_Doraine)

<sup>46</sup> Priscilla Dean (25 noiembrie 1896 – 27 decembrie 1987) a fost o actriță americană foarte renumită în filmele mute și în teatru. [https://en.wikipedia.org/wiki/Priscilla\\_Dean](https://en.wikipedia.org/wiki/Priscilla_Dean)

<sup>47</sup> Lya Mara (1 august 1897 – 1 martie 1960) a fost o actriță cu origini poloneze, fiind una dintre cele mari staruri ale filmului german mut. [https://en.wikipedia.org/wiki/Lya\\_Mara](https://en.wikipedia.org/wiki/Lya_Mara)

## Reclame și publicitate din perioada interbelică...

menționând aici piesele lui Nóti Károlyi (*Manevrele de toamnă, Fereastra deschisă* etc.). Foarte rar erau difuzate producții românești (filmul **Încoronării Regelui Ferdinand I și Reginei Maria**, în 16 octombrie 1923).

Mai rar întâlnite sunt reclamele pentru produse și servicii prestate în alte localități sau județe: „*Băile terapeutice din Bicsad* sunt Carsbadul din Ardeal, Mecca pentru aceia care au catarh...”<sup>48</sup> sau „*Băile din Bicsad* se deschid la 1 Iunie. Cura internă de apă minerală, băi de ape minerale calde și carbonice, hidroterapie și inhalazioni. Recomandate de cei mai buni medici specialiști, pentru vindecarea bolilor organelor respiratorii, pentru boli de stomac, rinichi, bășică și fiere, pentru icter și alte boli. Pentru siguranță camerele se pot reține înainte. Doctor în permanență. Bucătărie excelentă cu prețuri moderate se mănâncă bine. Orice lămuriri se dau de către Direcția băilor la cerere. Direcțiunea Băilor Bicsad, jud. Satu Mare”<sup>49</sup>.

„Fiul lui Antoniu Novotny – *Turnătorie de Clopote* – Timișoara Fabrică. Catalogie gratis”<sup>50</sup>, „*Uzinele de fer din Hunedoara*”<sup>51</sup>, „Nou apărut! Cea mai bogată carte de rugăciuni „*Cărarea fericirii*” de G. Mânzat preot, cu tot felul de rugăciuni ocazionale în 364 pagini ... Comandați-o imediat la *Librăria Anca Cluj*. Prețul: cartonată 85, în pânză 140, în piele lux pentru dame 280”<sup>52</sup>. „Mare asortiment de plapome de matrațuri și tot felul de lucruri pentru pat *Wollwattdeck Cluj* ... Executăm prompt comenzile din provincie”<sup>53</sup>. „Piane, pianine. Cu prețul fabricii până la 1 noembrie 1929 la marele depozit *I. Triska Cluj*, str. Șaguna 14. În curs de reorganizare vinde piane noi și întrebunțate cu prețuri cele mai avantajoase”<sup>54</sup>. „*Fritz Auner & comp. Mediaș*. Carne de porc proaspătă, calitatea întâia. Salam de iarnă ...”<sup>55</sup> etc.

Legătura comună a acestor reclame nu este doar perioada de timp în care au fost produse sau scopul publicitar, ci mai ales limbajul de adresare deosebit de ceremonios: „Onoratul public”, „Onorata clientelă”, „doamnelor”, „domnilor”, reclamele reprezentând implicit adevărate invitații adresate potențialilor clienți, de a încerca sau consuma produsele, precum și rugăminți adresate cumpărătorilor să sprijine respectivele firme, toate reflectând o societate amabilă, cu reguli clare de politețe, complezență și bun simț.

Din punct de vedere economic, reclamele se adresau în primul rând unui segment foarte mic al societății din România interbelică, mult mai limitat într-un oraș de provincie precum Sătmarul. Însă, mai mult decât un vehicul economic, ele au fost în epocă un vehicul de transmitere a unui set coerent și occidentalizant de valori. Funcția lor principală a fost de a crea un univers socio-cultural idealizat, în încercarea de a racorda preferințele, gusturile și valorile publicului român la standardele occidentale. Reclamele sunt în acest sens o oglindă fidelă a păturii bogate a societății românești, a aspirațiilor și a credințelor lor, a valorilor pe care le promovau și spre care tindea, măcar la nivel declarativ, societatea românească.

Microcosmos cultural, reclama este un important vehicul prin care se poate investiga



<sup>48</sup> *Satu Mare*, an XII, nr. 26, duminică 29 iunie 1930, p. 4.

<sup>49</sup> *Satu Mare*, an VIII, nr. 39, miercuri 23 mai 1926, p. 4.

<sup>50</sup> *Satu Mare*, an V, nr.78, miercuri 3 octombrie 1923, p. 4

<sup>51</sup> *Satu Mare*, an VIII, nr. 21, miercuri 14 martie 1926, p. 4.

<sup>52</sup> *Satu Mare*, an VII, nr. 88, miercuri 4 noiembrie 1925, p. 4.

<sup>53</sup> *Satu Mare*, an XI, nr. 22, duminică 2 iunie 1929, p. 4.

<sup>54</sup> *Satu Mare*, an XI, nr. 42, duminică 20 octombrie 1929, p. 1.

<sup>55</sup> *Satu Mare*, an V, nr. 60, miercuri 1 august 1923, p. 4.



felul în care societatea din România interbelică era construită și se construia simbolic. Incursiunea în această lume diversă și plină de semnificații nu a putut fi apărută de aceeași tentație de idealizare: reclamele din *Satu Mare* înfățișează o lume aproape perfectă, cu o estetică aparte și cu o putere de seducție aproape irezistibilă, ce estompează interesele mercantilismului negustoresc.

Diana Kinces  
Muzeul Județean Satu Mare  
Satu Mare, RO  
dianasabou@yahoo.com

Pag. 4. SATU - MARE Numărul 99. — 10 Decembrie 1922.

4 DECEMBRIE **„PATRIA MESSE“** 4 DECEMBRIE

Prima expoziție specială de albituri pentru domni fără obligament de cumpărare

<b>„ABBZIA“</b> cămășă frumoasă de zefir cu 2 gulere L 190.—	<b>„TOCA“</b> cămășă de zefir 1-a cea mai nouă cu 2 gulere L 240.—	<b>„HARDING“</b> specialitate de cămășă de zefir L 300.—	<b>„UNIVERSAL“</b> cămășă de zefir englez ori- ginal cu 2 gulere L 400.—
<b>„LYON“</b> cămășă admirabilă de mătase L 700.—	<b>„WILSON“</b> cămășă de lână flanel, cu gulere L 180.—	<b>„GENUA“</b> cămășă albă moale de calitate fină L 150.—	<b>„OPERA“</b> cămășă pentru frac și jachet L 200.—
<b>„AURORA“</b> cămășă albă calcată din și- fon spălat L 200.—	<b>„LORD“</b> cămășă de dormit din ma- teria cea mai fină L 180.—	<b>„GESA“</b> cămășă de dormit cu decor admirabil L 200.—	<b>„GENTILMAN“</b> cămășă de dormit, admirabilă din materia cea mai bună L 200.—

PIJAMA    ◆◆◆    KIMON    ◆◆◆    MANTOURI PENTRU DIMINEAȚĂ

**Magazinul de modă KARDOS**

*Citiți și  
răspândiți  
ZIARUL*

# Satu-Mare

*Singurul ziar  
românesc din  
finiturileaceste,  
care apare  
în condițiuni  
superioare*

**Români!** faceți abonamente și  
recomandați-l prietenilor

## Loteria Ligii Culturale

Aprobată de Onor. Minist. de  
Interne cu No. 5570 A.

**519 câștiguri  
șeapta milioane  
LEI 7.000.000**

— PRIN LUMINA LA FERICIRE —

N. IORGA

1 câștig de Lei	2.000.000
1	1.000.000
2 câștiguri a	500.000
4	200.000
6	100.000

și multe alte câștigi mai mici

Tragerea la 1 Ianuarie 1928  
CAȘTIGURILE SE PLATESC INTEGRAL

Se vând la toate secțiunile Ligii Culturale, Bănel. Librării și la De-  
pozitari de ziare. Unde nu se găsesc lozuri adresați Comenzile însoțite  
de valoarea lor, prin mandat postal: Biroului Ligii Culturale, Bucu-  
rești, str. Laterană 6, Etaj 1. Pentru comenzi mai mici de 5 lozuri se  
adaugă 20 lei pentru porto-recom. Comenzile mai mari de 5 lozuri se  
expediază franco de orice cheltuieli.

1-2

**„ALBINA“**  
Institut de credit și de economii, Sibiu.  
Sucursale: Brașov, București, Cluj, Lugoj, Me-  
diaș, Tg.-Murăș, Timișoara. Agenția: Sănmărt'n.

---

Capital societar : . Lei 25.000.000.  
Fonduri de rezervă: Lei 15.000.000.

Fondat 1872, cel mai vechiu institut de credit românesc din întreaga România.

Primește depuneri în Cont-Curent,  
Primește depuneri spre fructificare  
în lirete. — Incuviințează tot felul  
de împrumuturi îngrijește plăți și  
încasări în țară și străinătate, pe  
lângă cele mai favorabile condițiuni.  
Pentru orice informațiuni a se ad-  
resa către direcțiunea institutului.

**Baile BICSAD**  
s'au deschis  
dela 1 Iunie

Recomandate de cei mai buni  
medici specialiști pentru vin-  
dicarea bolilor organelor respi-  
ratori, pentru boli de stomac,  
rinichi, băscă și fiere, pentru  
icther și alte boale. Cura in-  
ternă de apă minerală, băi de  
ape minerale calde și inhalato-  
rium. Baie de strand! Trata-  
ment medical de specialitar.  
Pension pe o zi dela 240 lei,  
Bucătăria dietetică. Stațiunea  
de C. F. R., postă, telegraf lo-  
co. Adresa: Băile Bicsad jud.  
Sătmăr. 1—10.

Târgul icoanelor, coroane-  
lor și tot felul de antichități **AKT**

---

Expoziția de pictură a dlui  
**ÓCSVÁR**  
este izvorul celor mai frumo-  
ase cadouri pentru sărbători. 1—2

NOU APĂRUTI <sup>16-20</sup>  
Cea mai bogată carte de rugăciuni  
„Cărarea Fericirii“  
de: G. Mânzat preot  
cu tot felul de rugăciuni ocazionale în  
364 pagini. — Aprobata sub Nr. 581923.  
Comandați-o imediat la  
**Librăria ANCA Cluj.**  
PREȚUL: Cartonată 85 în pânză 140.  
în piele lux pentru dame 280. Coman-  
dați „Predici la Morți“ de:  
prot. I. MARGA. 45 lei. La comandă  
anticipați prețul plus 10 lei porto.

(3—3)

Fiul lui  
**Antoniou Novotny**  
Turnătorie de Clopote  
**TIMIȘOARA-FABRICĂ**  
Strada Lunei No. 4.



Telefon 243. Catalogie gratis!