

GRATUIT

volumul **Trucaj** de George Arion

FLACĂRA

Legionarii
printre noi?

Râsul izbăvitor
al lui Geo Saizescu

Medicamente
– pro și contra

Gaudeamus 19

9,90 lei



BRANDURI

Made in
Romania





ABSOLUT UNIQUE

Limited Edition

ENJOY ABSOLUT RESPONSIBLY

008
F63



P/474937

✓ 24



Biblioteca Județeană
"OVID DENSUSIANU"

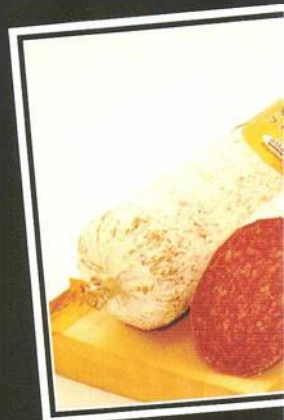
DOSAR

Cu brandul la vedere...

Pe etichetele cămășilor sau cataramele genților, pe radiatoarele mașinilor, pe cutii de carton, pe sticle și pe ziare înfloresc zeci de mărci. Nu suntem conștienți atunci când alegem un produs în funcție de notorietatea lui sau determinăm de o campanie persuasivă de publicitate. Pare ceva natural să ne placă un produs care e românesc, sau e scump, sau pe care deja l-am folosit, l-am băut sau l-am mâncat, sau pe care îl purtăm. Suntem mândri de mărcile care răsar din amintirile noastre de copil, din jocurile tinereții sau din împlinirile maturității.

Pare totul atât de simplu... Și totuși, bătăliile mărcilor pentru a fi tot timpul în față, mai în față, cel mai în față se pot observa la o privire mai atentă. Poate părea obositor să încercați să distingeți unde se află fiecare, cu cine concurează, ce șanse are.

Și totuși, acum noi vă devoalăm marile mistere ale mărcilor românești. Citiți alături de noi. Și noi suntem o marcă. De peste 100 de ani, se citește „Flacăra”... Și, de peste 80 de ani, se dezleagă cuvinte încrucișate datorită revistei „Rebus”, al cărei nume a devenit, între timp, substantiv comun în DEX. Așadar, aventura începe!





– **Dacia pe locul 19!**

– Unde, la ce raliu?

– Nu la raliu, ci în topul
brandurilor românești!

– !?





DOSAR

Brandul și memoria

Chestiunea asta cu mărcile românești nu m-a frământat decât în ultimii ani, atunci când cu toții am început să simțim că ar trebui să ne agățăm de ceva tradițional, reprezentativ și, mai ales, teribil de vandabil. Au reapărut amintirile vechi și mai noi; au apărut așteptările și speranțele.

Unde sunt mărcile românești?

Chiar, unde sunt?

Am început să mă gândesc la copilărie. Și mi-am adus aminte de *Mentosan*. Pastilele alea cu gust de chimicale. Parcă a mai încercat cineva să le resusciteze, dar nu cred că a reușit. De păpușile de la *Arădeanca* nu am avut parte, dar multe dintre pixurile de la *Flaro* Sibiu mi-au curs prin buzunare. *Arădeanca* există, încă, se pare că se descurcă binișor, de pe site-ul fostei întreprinderi acum *The Dolls Company*, aflăm că totul a început prin '48 într-un mic atelier, iar fabrica datează din 1959. Prin anii '80 nu mai găseam nici păpuși...

Flaro a fost și el relansat și, deși eu personal, nu l-am mai observat pe piață, probabil invadată de mărci *no name* venite cu vapoarele din Asia îndepărtată, pare că își păstrează numele și renumele.

Ce mai țin minte din copilărie?

Despre tableta *ROM* doar puține lucruri. În anii Epocii de Aur ciocolata a dispărut prima. Totuși, o campanie inteligentă și mulți, mulți nostalgici am renăscut faima și consumul.

Pasta de dinți *Cristal* (face dinții ca de cal!) și săpunul *Cheia* (ca să farmeci femeia!) au sucombat având parte de un folclor destul de necomercial.

Și mai departe?

Dacă am crescut, m-am ciocnit de mărcile de bere: *Azuga* (foarte rar, un fel de bere pentru cunoscători și rafinați) și eterna și populara *Bucegi* (de altfel, numele *Bucegi* a fost folosit și pentru un model de camion, apoi mai recent pentru țigări fără filtru – mai țineți minte *Moartea vine pe schiuri*, tot așa cum *Carpați* fusesse o motoretă și o renumită marcă de țigări sau un trust de construcții. Și oare câte și mai câte... Mai trebuie, oare, să precizăm că în comunism nu apăreau procese între întreprinderile de stat care foloseau aceleași nume sau marcă? Bănuiesc că nu... Doar statul și partidul era în tot și în toate! Tot printre lichide merită enumerat *Murfatlar*. Despre țigări nu e prea politic să vorbim, dar *Snagov*, *Çișmigiu*, *Bega*, *Pescăruș*, *Dacia*, *Amiral* (dispărute la un moment dat, ca și *Select*, în plină recesiune comunistă) sunt doar câteva.

Mărci românești de produse comestibile?



– Ce-i mai bună și mai bună decât apa de izvor?
– **Borsec, de peste 200 de ani!**

Salamul de Sibiu, dar care a intrat repede în legendă prin anii '80... *Kandia* la fel. Pantofii din... vest, de la *Guban*, erau adevărate piese de colecție, iar noiăștia, sudiștii, ne mulțumeam cu *Antilopa*. Hainele purtau etichete (care te jenuau pe la gât) de la *Tricodava*, *Apollo*, *Someșana* sau de la *Apaca* (deși nu știu dacă această firmă chiar a existat sub acest nume!). Ciorapii *Adesgo* din București aveau chiar... *ad-uri* în ziare și reviste, doar până când plenarele și congresele au sugrumat tot spațiul publicitar. Pentru *Dacia* sau *Aro* trebuia să te înscrii și să aștepti ani pentru ca să-ți vină rândul. Mai mult decât ciudat și de neînțeles pentru un cetățean al mileniului globalizării. Chiar și fără nici un pic de reclamă, cele două mărci erau pe buzele tuturor, posesia unui autoturism asigurând un statut social confortabil. *Dacia* a fost salvată, *Aro* a sucombat... Până la apariția *Duster*-ului, nu am mai avut nici un *tout-terrain* românesc.

Interbelicul – eternul miraj

Nici nu știu de unde să încep. Îmi aduc aminte de ciorapii *Ady*, un fel de concurent redutabil al mărcii *Adesgo*, cu ad-uri foarte senzuale, e drept, desenate la acea vreme, apoi șampania *Mott* (*Mott peste tot!*) sau rețeaua de magazine *Lă vulturul de mare, cu peștele în gheare*. Sincer, nu m-am lămurit dacă... purgativul ideal de ciocolată *Koprol* (cu o teribilă poezioară: *Stomacul când ți se întărește – Tabletele tu le găsește – Și învață din abecedar – Că doar Koprolu-i salutar!* Parcă ar fi text de manea...) Ar mai fi de adăugat *Apa de obraz Laura*, produsă de parfumeria *Excelsior* de pe Calea Mășilor. Mă întreb de ce este atât de citată? Fabricile *Mociorniță* erau și ele o garanție a calității...

În rest, cam puține mărci românești. Importuri la aparate de radio sau de fotografie, automobile, haine (*Fulgarine*, marcă de pardesiu de damă, *made in UK*, a ajuns substantiv comun!). Să nu uit de pasta de dinți *Kalodont* (*Spălați-vă dinții ca și mâinile!*, propune publicitarul. Fără comentarii!), un fel de *Cristal avant la lettre*, dar nici despre aceasta nu știm exact unde era fabricată.

Ar mai fi *Guban*, câteva mărci de bere... Și mai departe?



Azi, umăr la umăr

Mai țineți minte poanta cu *shoulder by shoulder*? În zilele noastre mărcile românești sunt umăr la umăr cu cele internaționale. Mă rog, umerii unora sunt mai lați... Evident. Dar pentru a ne lămuri unde ne aflăm, să plecăm de la un top.

Publicația *BIZ* propune pentru 2012 un top al celor mai puternice branduri românești. Se precizează că ierarhia este făcută pe baza unui index cumulat calculat folosind scorul de notorietate spontană, al performanței și al afectivității.

Așadar, top 10 e cam așa: 1. *Borsec* (apă minerală, marcă de tradiție, peste 200 de ani vechime, deși nu prea am găsit reclame prin gazetele dinainte de Al Doilea Război Mondial, probabil era o marcă locală; să nu uităm de *borviz*...); 2. *Gerovital* (produse de întinerire, farmaceutice și cosmetice); 3. *Dorna*; 4. *Poiana* (dulciuri, ciocolată); 5. *La Dorna* (adică? Pe 3 *Dorna* și pe 5 *LaDorna*? Cum devine chestiunea? Simplu: apa *Dorna* din portofoliul *Coca Cola* și lactatele *LaDorna*... Se pot crea confuzii? Eu cred că, uneori, da!); 6. *Plafar* (un loc mai mult decât meritat pentru PLAnte FARMaceutice – cam așa s-a format marca, nu?); 7. *Cristim* (preparate din carne); 8. *Kandia* (dulciuri, ciocolată);



**D'ale gurii domină
topul 50: dulciuri,
lactate, mezeluri,
plante medicinale,
apă minerală și bere.**



9. *Napolact* (lactate de la Cluj); 10. *Fares* (Profesioniștii plantelor).

Să recapitulăm ce avem până acum: de două ori apă minerală, de două ori plante medicinale, de două ori lactate, tot de două ori dulciuri plus mezeluri și produse de întinerire. S-ar zice că suntem o nație sănătoasă, iar vorbele despre noi cum că am fi cam dedați la alcooluri sunt profund neadevărate. Sau poate că nu suntem patrioți și consumăm oarecare băuturici străine. Prima marcă de bere apare abia pe poziția 39. *Timișoreana*, urmată de *Ursus* (41), *Bergenbier* (43), *Ciuc* (45), *Ciucaș*, *Bucegi*, *Silva* (47,48,49). În primele 10, marii absenți sunt *Dacia*, abia poziția 19 și *Murfatlar* sau *Cotnari* – singurii reprezentanți ai producătorilor de vin (și ne mirăm de ce nu vindem vin peste hotare!?) în pozițiile vecine 35 și 36.

Nu vreau să insist cu exemplele și enumerările, dar pe listă apar și mărci din domenii mai puțin comestibile: detergenții de la *Dero* (marcă salvată din anii *before '89!*) – locul 14, *Romtelecom* 17 sau *Petrom* 24. Rețelele de magazine au și ele doi reprezentanți în partea finală a clasamentului (fiind mărci tinere, e perfect explicabil!) – *Domo* și *Dedeman*.

Globalizarea cea de toate zilele

Unii se întreabă câte dintre mărcile românești mai aparțin românilor. Nu ar trebui să se mai întrebe, e inutil. Nu știu exact. S-ar putea ca nici una. Sau doar cele nou înființate și încă destul de necunoscute pentru a intra în vizorul unor mari grupuri transnaționale. *Dacia*, cu siguranță, nu ne mai aparține. Nici *Kandia* sau *Romtelecom*... Răsar însă companii noi, mai mici sau mai mari. În anii de criză se vând bine produsele alimentare, iar *Sergiana* sau *Cristim* au deja un renume consolidat. Poate că ar fi fost interesant să știm care este și structura acționarialului la mărcile din top 50 sau poate că am fi fost acuzați de fals patriotism într-o lume europeană și, cine știe când, planetară... Chiar dacă nu înțelegem globalizarea, vom bea în continuare *Borsec* și *Cotnari* ca și când ar fi ale noastre. *ROM tricolor*, *Salamul de Sibiu*, *țuica*, gemul de *Topoloveni* și multe altele fac parte din folclorul nostru. Cât despre export? Sau cât de cunoscute sunt mărcile noastre în Europa sau în lume... Dar asta e o altă poveste și nu sunt pregătit să v-o spun.

În loc de la revedere

Nostalgiea întreține notorietatea. Am aflat de curând că se produc din nou biciclete *Pegas*. Nu știu cine sunt proprietarii companiei și nici nu mă interesează. Chiar dacă pare un obiect vintage, ghidonul cu coarne și șaua lungă încă îmi generează multe-multe amintiri frumoase... Mă bucur că marca a fost salvată, deși vârsta sau greutatea nu îmi mai permit să fac giumbușlucurile copilăriei pe vremea când mă întorceam acasă cu genunchii juliți și plini de sânge. Să auzim și de altele.

Efectele pozitive ale Gerovitalului asupra pacienților se referă la reducerea stărilor depresive și a anxietății, creșterea capacităților fizice și intelectuale, a tonusului muscular și a mobilității articulare, îmbunătățirea memoriei și a aspectului pielii, reglarea funcțională a analizatorilor auditiv, optic și olfactiv, scăderea intensității petelor senile și a keratozei, repigmentarea părului, normalizarea presiunii arteriale.

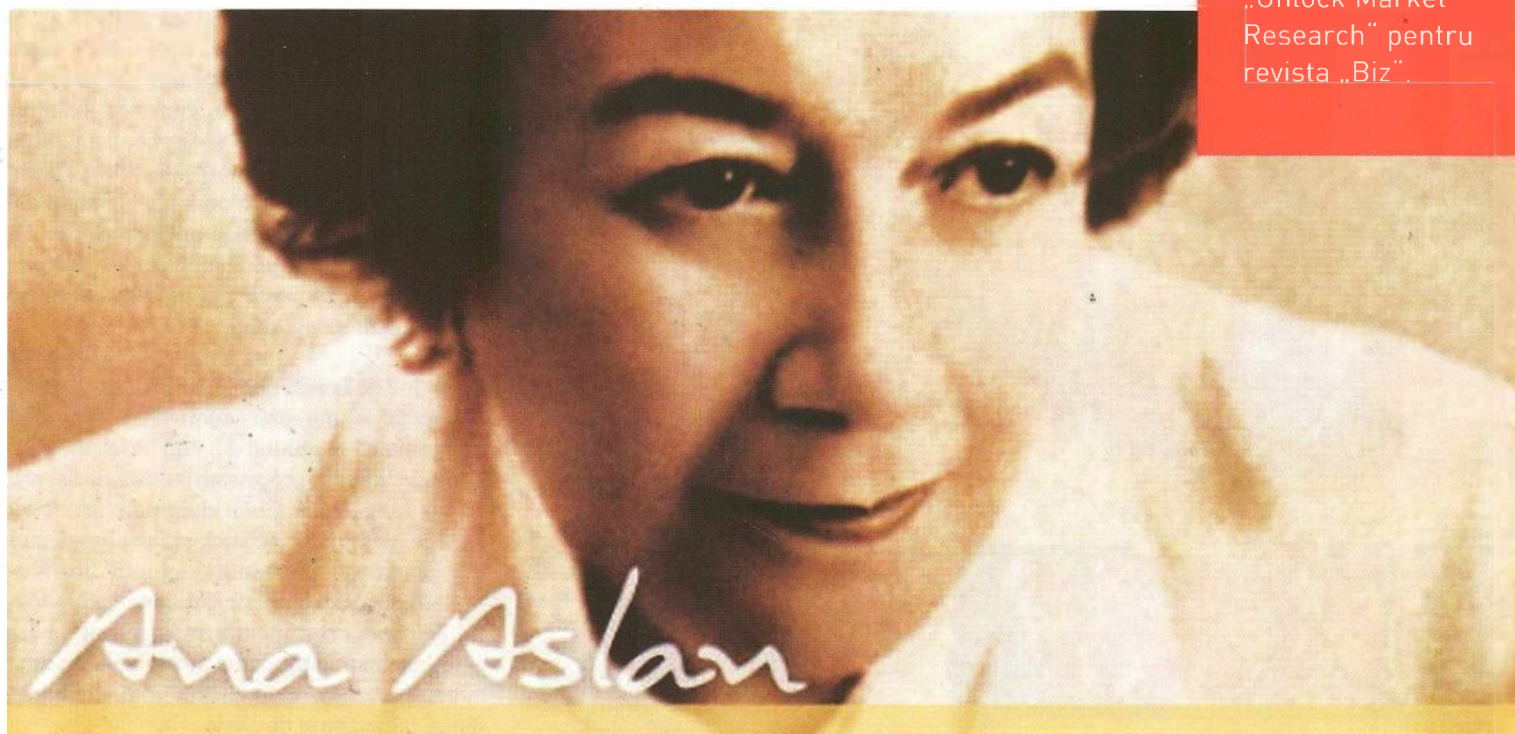
text Monica Ramirez
foto arhivă

Gerovitalul – elixir internațional cu cetățenie română

Prin toamna anului 1987, elevă fiind, am fost selectată să joc într-un film. Sincer, nu-i mai țin minte numele, știu doar că regizoare era Bogdana Nicolae, iar eu jucam rolul unei UTC-iste ambițioase într-un scenariu extrem de comunist, presărat cu replici care sunau a

lozinci. Cert este că, la un moment dat, am fost anunțați că vom filma pe undeva pe la Otopeni, într-o pădure unde se afla o clinică de bătrâni. Toată echipa de filmare intrase în trepidații datorită faptului că urma să o cunoaștem și să ne fotografiem cu *doamna* Ana Aslan. Nu „tovarășă”, ci *doamna*. Cum pe vremea aceea nu prea aveam treabă cu cremele anti-rid, habar n-aveam cine era. Despre filmare, pădure ori clădire nu-mi amintesc prea

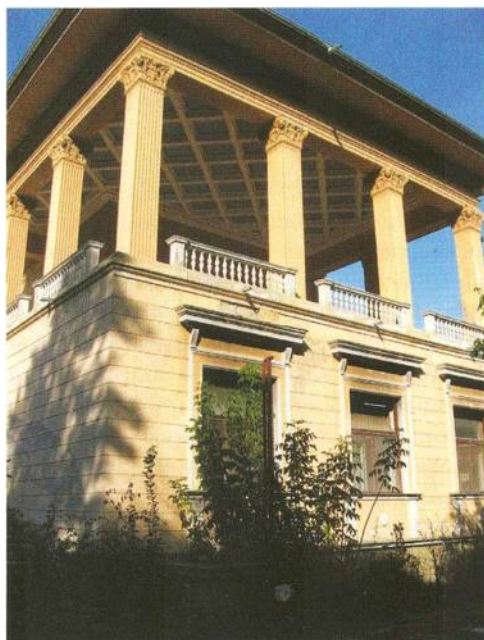
La o simplă căutare pe Google, Gerovitalul generează aproximativ 230.000 de rezultate și ocupă locul 4 în „Topul celor mai puternice 50 de branduri românești”, ediția 2012, un studiu realizat de „Unlock Market Research” pentru revista „Biz”.



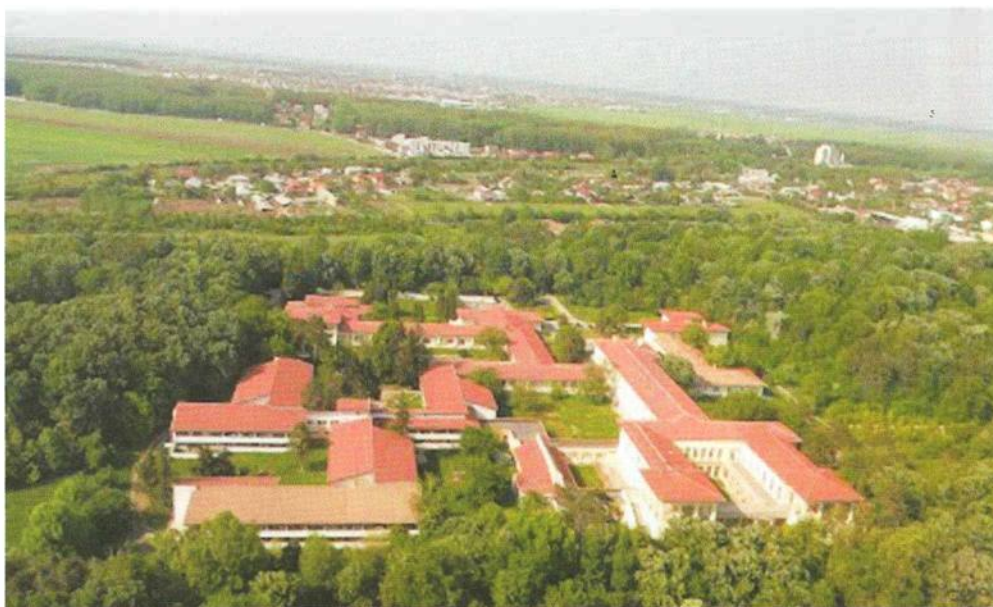
multe, dar am foarte clar în minte momentul în care a apărut o doamnă elegantă, cu alură de regină. Ne-a zâmbit cu bunăvoință și ne-a adresat câteva cuvinte de bun venit, am făcut poza respectivă, ba chiar m-a mângâiat pe obraz și m-a complimentat că am o piele perfectă, apoi a dispărut ca un abur, părând că mai degrabă plutește pe deasupra pământului. Cam asta a fost tot, dar atitudinea ei elegantă m-a marcat, cumva. Nu era singura doamnă elegantă pe care o întâlnisem în viața mea, dar tocmai aflasem că avea 90 de ani. Filmul nu l-am văzut niciodată, premiera fiind programată pentru 22 decembrie 1989. Dar am păstrat poza aceea alb-negru, acum ușor ștearsă, ca și cum ar fi pălit odată cu dispariția din această lume a spiritului doamnei Ana Aslan. Între timp, am ajuns și la capitolul creme anti-rid, plus că am aflat mai multe despre clinica de la Otopeni și rolul jucat de către doamna Aslan în apariția ambelor.

Primul din lume, Institutul de Gerontologie și Geriatrie a fost fondat în anul 1952. În 1974, a devenit Institut Național, extinzându-se cu o secție clinică nouă, remarcabilă prin confortul interior și spațiile largi, situată într-un decor natural, pe o suprafață de 34 de hectare de pădure, la Otopeni. Clădirea face parte din patrimoniul arhitectural, fiind o creație a lui Ion Mincu, cu decorațiuni de ceramică în stil românesc. În anul 1992, i s-a atribuit numele de *Ana Aslan*. De altfel, încă de la înființare și până în anul 1988, institutul a fost condus de acad. prof. dr. Ana Aslan, având ca obiect de activitate asistența medicală geriatică, cercetarea și gerontologia socială. În 1964, președintele Organizației Mondiale a Sănătății l-a propus ca model de institut de geriatrie tuturor țărilor dezvoltate.

Gerovital H3, produs biotrofic original românesc și, în același timp, primul medicament creat anume să întârzie procesul de îmbătrânire, a fost elaborat între anii 1946 și 1956, de către prof. dr. Ana Aslan și școala sa, după numeroase cercetări clinice și experimentale. Rezultatele acestui studiu fac obiectul lucrării *Novocaina – factor eutrofic și întineritor*, publicată împreună cu prof. C. I. Parhon în 1955. Deși întâmpinat cu scepticism, acest medicament gerontologic, prin intervenția sa în mecanismele de îmbătrânire la nivel molecular și geriatric, își va dovedi peste ani eficiența. Un an mai târziu, în 1956, *Gerovital H3* este prezentat pentru prima dată lumii medicale internaționale la *Congresul Therapiewoche* de la Karlsruhe și apoi la *Congresul European de Gerontologie* de la Basel. Din acest moment, cercetările românești în domeniu se impun pe plan internațional și generează o serie de cercetări de testare și comparație cu produse similare din farmacopeea mondială. Imensa muncă de medic și cercetător a Anei Aslan și a întregului grup aflat sub conducerea sa a fost unanim



**Peste 14.000 de pacienți
vin anual la Institutul
Național de
Gerontologie și Geriatrie
„Ana Aslan” pentru un
program complex de
fizioterapie și tratament.**



apreciată pe plan internațional și recunoscută ca o prioritate românească incontestabilă. Ca dovadă a rezultatelor semnificative înregistrate în lupta împotriva îmbătrânirii, la poarta Institutului de la Otopeni au început să se înghesuie vedete de prim-rang ale mapamondului, de la președinți de stat până la șefi de servicii secrete și mari artiști ai timpurilor. Rând pe rând, Pablo Neruda, Salvador Dali, Nikita Hrușciiov, Charles de Gaulle, Somerset Maugham, Indira Ghandi, generalul Francisco Franco, Miguel Asturias, Konrad Adenauer, Mao Zedong, Ho Și Min, Leonid Brejnev, Iosip Broz Tito, Augusto Pinochet, Marlene Dietrich, Charlie Chaplin, Kirk Douglas, Claudia Cardinale, Aristotel Onassis, dar și contesa Swarowsky au venit în România și au urmat tratamentul-minune, bazat pe pastile sau fiole și prescris de Ana Aslan. Până și John Fitzgerald Kennedy, președintele SUA între 1961 și 1963, a purtat o corespondență directă cu Ana Aslan, achiziționând și el, ca și succesorul său, Lyndon Johnson, cel mai cunoscut medicament românesc.

Gerovitalul a fost brevetat în peste 30 de țări, fiind considerat un medicament miraculos cu o acțiune de echilibrare a sistemului nervos vegetativ și efecte vizibile de ameliorare a diverselor afecțiuni psihice. În anul 1977, o comisie federală de aprobare a utilizării medicamentelor din SUA a reglementat comercializarea lui și pe piața americană, dar numai în statul Nevada. Cine cumpăra sau administra medicamentul în afara granițelor acestui stat era pasibil de o amendă uriașă și chiar de condamnarea la închisoare. Americanii se temeau că apariția unui medicament-minune străin le va strica piața locală, și așa aglomerată cu o mulțime de produse care promiteau un ten mai ferm, o piele mai suplă și o viață mai lungă.

Ca să revenim la începuturile *Gerovitalului*, la vârsta de 52 de ani, Ana Aslan predă la



Crema hidratantă „Gerovital Plant“ a fost desemnată de către consumatori „Produsul Anului 2011”, în urma unui studiu realizat de către „Dedicated Research”, care a reunit voturile a 4.000 de respondenți.

În 2010, gama „Gerovital H3 Evolution“ a primit distincția de „Cel mai bun produs nou pe segmentul produse de îngrijire personală”.



Facultatea de Medicină din Timișoara și era preocupată de studierea procainei, un cunoscut anesthetic local. De-a lungul anilor, mai mulți medici evidențiaseră câteva efecte surprinzătoare ale întrebuințării lui, și anume faptul că, uneori, durerile articulare cedau, părul alb se recolora, iar calitatea tegumentului se îmbunătățea. Erau însă doar observații disparate, venite în special din partea chirurgilor. În premieră, Ana Aslan a luat în calcul potențialul procainei de a fi utilizată în lupta împotriva îmbătrânirii. Ocazia s-a ivit în primăvara anului 1949. „Pe 15 aprilie, am cunoscut un tânăr student la medicină, care suferea de artroză acută,” povestea ea. „Genunchiul îi era imobilizat și fiecare mișcare îi provoca dureri atroce. Medicația care-i fusese administrată nu-i ușurase suferința decât pe termen scurt.” Doamna Aslan i-a administrat o soluție cu procaină în artera femurală. După câteva minute, tânărul a ridicat piciorul și l-a îndoit de mai multe ori, apoi a părăsit spitalul la scurt timp. „Șocul și interesul au fost atât de mari, încât am renunțat la cariera universitară, căreia mă dedicasem trup și suflet, pentru a mă consacra studiului acestei substanțe.”

După doi ani, Ana Aslan a început un experiment de lungă durată pe animale, asociat cu un studiu clinic pe pacienți vârstnici, bazat pe procaină injectabilă, constatând îmbunătățirea stării lor generale. Printre exemplele care au demonstrat ulterior eficiența tratamentului se află și cel al unui pacient în vârstă de 110 ani. După patru ani de tratament, tremuratul mâinilor și al capului aproape încetaseră, pacientul putea să meargă singur, avea poftă de mâncare, părul alb se repigmenta, iar depresia fusese înlocuită de o stare psihică bună. Evaluarea clinică a Gerovitalului pe 7.600 de pacienți a determinat

omologarea sa în anul 1957 și trecerea la producția de serie sub formă de fiole, iar cinci ani mai târziu sub formă de drajeuri, cremă terapeutică și loțiuni capilară.

Apoi, lucrurile s-au înrăutățit. Ana Aslan și-a atras antipatia Elenei Ceaușescu, motivul fiind invidia acesteia pe titlul de academician al Profesoarei, iar lipsa apei calde și a alimentelor, plus condițiile proaste de trai cu care se confrunta întreaga țară au început să afecteze imaginea institutului. În 1978, colegiul de partid i-a cerut Anei Aslan să plătească 1,5 milioane de lei, bani care reprezentau contravaloarea unor taxe de spitalizare pe care nu le percepute bătrânilor săraci. După șapte ani de procese, demarate în 1981, și cu numai cinci luni înainte de a înceta din viață, Ana Aslan a avut câștig de cauză. La acea oră, metoda ei de tratament aducea anual peste 17 milioane de dolari statului român.

Dar cine a fost Ana Aslan? S-a născut pe 1 ianuarie 1897, la Brăila, într-o familie de intelectuali. La 16 ani visa să devină pilot, iar la absolvirea liceului, datorită opoziției mamei de a deveni medic, a trecut la soluții extreme, intrând în greva foamei. În cele din urmă, în 1922 a absolvit Facultatea de Medicină și apoi și-a desfășurat activitatea la mai multe spitale, până în 1952, când a fost numită, cu susținerea unuia dintre mentorii ei, doctorul C. I. Parhon, director al Institutului de Geriatrie din București, funcție pe care a deținut-o până în luna mai a anului 1988, când a încetat din viață. Aproapiții Anei Aslan susțin că era o femeie deosebită, care vorbea perfect franceza, germana, italiana, dar putea conversa foarte ușor și în engleză, greacă, spaniolă și poloneză. A rămas fidelă toată viața pasiunilor și tabieturilor ei: citea Balzac, Dostoievski, Marguerite Yourcenar, iubea anemonele lui Luchian, operele lui Van Gogh și Masa Tăcerii a lui Brâncuși. Îi plăceau materialele fine, mobilele de calitate, muzica bună și oamenii frumoși. „Urâtenia mă crispează, mă blochează și mă anihilează. Nu aș ști cum să trăiesc într-o ambianță respingătoare. Detest bătrânețea, urâtenia și minciuna,” i se confesa lui Dinu Lipatti. Renumele ei s-a răspândit în lume, iar colecția de scrisori pe care le primea la institut conține 130.000 de piese din 123 de țări, scrisorile ajungând la destinație chiar și atunci când pe plic scria doar „Prof. Ana Aslan, România”.

„Marea majoritate a pacienților institutului erau din străinătate. Toată lumea vorbea cel puțin o limbă străină. Aveam un bagajist care vorbea la perfecție franceza și italiana,” își amintește Georgeta Popescu, medic primar la Secția clinică a institutului de la Otopeni. „Doamna Aslan era foarte exigentă, rafinată și foarte umblată. A trăit ca o prințesă.”

Doctorița Monica Bârsan face parte din



Ana Aslan, medic specialist în gerontologie, academician din 1974, director al primului Institut Național de Geriatrie și Gerontologie din lume.

vechea gardă a Institutului și se numără printre persoanele care au lucrat alături de Ana Aslan. Vorbește despre ea cu respect, utilizând tot timpul apelativul „Profesoara”. „Profesoara era foarte drăguță. În primul rând, avea umor. În al doilea rând, știa să fie foarte dură când trebuia și-ți era apropiată când erai numai cu ea. Trebuia să menții totuși o distanță, altfel te domina și ajungea să te anihileze cu totul. Pe de altă parte, Profesoarei nu-i plăcea să fie lingusită.” Doctorița este nostalgică după anii respectivi: „Marea majoritate a pacienților se întorceau anual pentru cure, tratamente și investigații. Totul era combinat cu fizioterapie și gimnastică. Existau programe sociale, cu plimbări la Sinaia și vizite la mănăstiri. Era altfel decât acum. Și, desigur, la mijloc era mâna Profesoarei, care proteja toată această atmosferă de lucru. O mână de fier, dar, în același timp, protectoare.” Elegantă, cu maniere ireproșabile și o ținută distinsă, în ciuda vârstei înaintate, Ana Aslan era un exemplu pentru pacienți, își amintește doctorița Bârsan. „Purta mereu tocuri înalte, savura o cupă de șampanie în fiecare dimineață și făcea vizite în saloane de trei ori pe săptămână.”

Hectarele de pădure pe care se întinde Secția clinică Otopeni alcătuiesc un decor pitoresc și o surprinzătoare oază de liniște aflată în imediata vecinătate a Capitalei. Pe cărările care se afundă printre copaci se plimbă agale oameni vârstnici. Treptat, mitul miraculosului leac împotriva îmbătrânirii s-a transformat într-o afacere, iar locurile în care se ofereau tratamente revoluționare au devenit secții clinice obișnuite, care nu se mai adresează exclusiv cetățenilor străini. Motivul este simplu, aceștia renunțând să mai vină în România, când în alte părți există oferte mai atractive și condiții mai bune. Partea bună a lucrurilor este că, în prezent, terapia cu *Gerovital*, combinată cu fizioterapie, hidroterapie, masaj și kinetoterapie, atrage numeroși pacienți români, care sunt nevoiți să-și facă programări cu cinci luni în avans. Dar chiar și



Prin brandul Gerovital, compania „Farmec” se implică și în proiecte de responsabilitate socială, printre cele mai importante fiind cea de susținere a României la Jocurile Olimpice din 2012, ca sponsor principal.

asa, prezentul este prea puțin strălucitor la Otopeni, de aceea legătura cu trecutul este păstrată cu sfințenie. Albușele cu poze care o înfățișează pe Ana Aslan și articolele din publicațiile vremii alcătuiesc o colecție impresionantă. În corpul principal, la parter, se află apartamentul patru, care i-a aparținut Profesoarei. Așa i-a și rămas numele. „Apartamentul Profesoarei.”

Ana Aslan și *Gerovitalul* sunt nume care aduc în continuare mulți bani, mai puțin statului român și mai mult companiilor, firmelor și centrelor de tratament private, cum ar fi un centru de spa și tratament situat la Eforie-Nord, plasat pe poziții de concurență cu *INGG*, care a preluat numele Ana Aslan ca parte a strategiei de marketing. Doamna Aslan a încredințat producția produselor cosmetice pe care le-a brevetat firmelor *Farmec* din Cluj-Napoca și *Miraj*, acum *Gerovital Cosmetics* din București, iar drepturile pentru fabricarea produselor farmaceutice marca *Gerovital* i-au revenit puternicului grup farmaceutic *Zentiva*.

Gerovital H3 s-a produs prima oară la *Farmec*. De atunci, producția nu a fost întreruptă niciodată, iar produsul a evoluat față de cum arăta în 1967. Doamna Mariana Schenker, cercetător principal la *Farmec*, declară: „*Gerovital H3* este o invenție extraordinară în domeniul cremelor anti-rid. În același timp nu putem să ignorăm faptul că, între timp au apărut ingrediente mai eficiente, care pot să ducă mai departe performanța *GH3*-ului original. De aceea, am considerat de datoria noastră să nu lăsăm *GH3*-ul prizonier al timpului în care a fost inventat.”

Odată cu dezvoltarea pieței de cosmetice și diversificarea gamelor de produse, brandul *Gerovital* a evoluat, sub umbrela lui aflându-se astăzi numeroase produse noi care se adresează unor consumatori foarte diferiți atât din punct de vedere al vârstei, cât și ca nevoi. Atuul lor pe piața autohtonă este cu siguranță tradiția, *Gerovitalul* fiind un brand autentic românesc, care a reușit să intre în grațiile românilor prin confirmarea calității promise. „Consumatorii produselor de îngrijire, fie că vorbim despre îngrijirea feței, a corpului sau a părului, sunt din ce în ce mai informați, mai educați și mai selectivi atunci când achiziționează un produs”, observă Ioana Borza, Marketing Manager la *Farmec*. „Pe de altă parte, dincolo de cifre și de bugete, produsele noastre sunt create special pentru persoanele care trăiesc, consumă și au un stil de viață specific României, trăsături care determină și anumite caracteristici aparte ale pielii, părului și unghiilor.” Mai mult, *Gerovitalul* profită de avantajul de a-și cunoaște foarte bine consumatorii, înțelegându-le cerințele și necesitățile, întâmpinându-i astfel în mod constant cu produse inovatoare.



DOSAR

Regal de Topoloveni

**Avem și noi, ca țară, un brand prote-
jat în Uniunea Europeană. Unul sin-
gur. Din 8 aprilie 2011, „Magiunul de
prune Topoloveni” are Indicație Geo-
grafică Protejată (IGP). Și ce facem
noi, ca țară, cu asta? Păi, conform
tradiției, mai nimic, în cel mai fericit
caz. De obicei, mai punem niște bețe în
roate. Și, când e cadru festiv, ne
agățăm tricolorul – și frunza – de bor-
canele premiate, în draci, la Bruxelles.**



Dulceata de topinambur "Topoloveana"

Este un produs 100% natural,
fără adaos de zahăr, obținut
prin fierberea topinamburului
în suc de măr

High Quality

Fără adaos de zahăr
fără E-uri

Ingrediente: preparat cu 70% din topinambur, 30% din suc de măr pentru 100 g de produs final (tabelul de valori nutritive); topinambur din România, suc de măr din România.

Produs pasteurizat, sterilizat, conservat.

Valori energetice:	248 kcal (1034 kJ)	100 g
Proteine:	4,4 g	100 g
Grăsimi:	0,1 g	100 g
Carbohidrați:	54,4 g	100 g
Alte componente:	24,4 g	100 g

Conținut de apă:
Indicăm berea ambalată în recipientele de sticlă.
A se păstra la rece după deschidere.
A se consuma după preferință.
Valoarea de Aprilie 2014

e 270g

Topolovea
Fără adaos de zahăr

Ingrediente: preparat cu 70% din topinambur, 30% din suc de măr pentru 100 g de produs final (tabelul de valori nutritive); topinambur din România, suc de măr din România.

Produs pasteurizat, sterilizat, conservat.

Valori energetice:	248 kcal (1034 kJ)	100 g
Proteine:	4,4 g	100 g
Grăsimi:	0,1 g	100 g
Carbohidrați:	54,4 g	100 g
Alte componente:	24,4 g	100 g

Conținut de apă:
Indicăm berea ambalată în recipientele de sticlă.
A se păstra la rece după deschidere.
A se consuma după preferință.
Valoarea de Aprilie 2014

e 270g

Fără adaos de zahăr
fără E-uri

Ingrediente: preparat cu 70% din topinambur, 30% din suc de măr pentru 100 g de produs final (tabelul de valori nutritive); topinambur din România, suc de măr din România.

Produs pasteurizat, sterilizat, conservat.

Valori energetice:	248 kcal (1034 kJ)	100 g
Proteine:	4,4 g	100 g
Grăsimi:	0,1 g	100 g
Carbohidrați:	54,4 g	100 g
Alte componente:	24,4 g	100 g

Conținut de apă:
Indicăm berea ambalată în recipientele de sticlă.
A se păstra la rece după deschidere.
A se consuma după preferință.
Valoarea de Aprilie 2014

5 94157200074

Ca magiunu' nu-i nici unu'!



Mă așteptam la o vilă cu elemente de arhitectură tradițională. Sau, mă rog, o clădire modernă, din sticlă, chestie de gust. Eventual îmbrăcată în decorațiile brand-ului: *Protected Geographical Indication*, *Superior Taste Award*, Furnizor oficial al Casei Regale a României, Ambasador al produselor tradiționale românești, produs recomandat de *Bio România*, certificat NATO, certificat *Kosher*... Nici vorbă de toate acestea! Sediul *Sonimpex Serv Com*, producătorul *Magiunului de prune Topoloveni*, se află într-un apartament modest, de două camere, într-un bloc vechi, la etajul patru, undeva prin Titan.

Mă așteptam la o prosperă femeie de afaceri, plină de fițe, uitându-se, așa, ca din întâmplare, la ceasul ei *Doxa*, să zicem, semn că nu prea are timp de întrebările ziariștilor. Nici vorbă de așa ceva! Doamna Bibiana Stanciulov, proprietarul brand-ului *Topoloveni*, este chiar la muncă. Și asta înseamnă că are timp de toate, de la credite europene până la vânzări, bănci sau presă. Doar că pare cam tristă și obosită. Nu de treburile, evident, ci de cei care le încurcă. Trăiește și dumneaei în România și, știți cum se spune, asta îi ocupă tot timpul. Deci n-am găsit o ditamai *Business Owner*, cum scrie pe cartea de vizită, care se bucură, în tihnă, de succesele răsunătoare ale produselor sale, ci, mai degrabă, o femeie îngrijorată de problemele financiare, de concurența neloială, de anomalii legislative și de nepăsarea statului român, așa, în general. La o cană de ceai și o dulceață de nuci verzi, depănăm povestea.

Dintre cele 3.850 de produse tradiționale românești, doar „Magiunul de prune Topoloveni” a obținut protecția brand-ului în Uniunea Europeană.



Bibiana Stanciulov a îmbogățit piața conservelor cu 16 produse de top.

Noutățile anului 2012 sunt dulcețurile de topinambur, cătină, caise, mure și coacăze. Fabrica de la Topoloveni are 25 de muncitori angajați permanent și, în sezon, în jur de 100 de zilieri.



Așadar, a fost odată, pe la începutul anilor '90, un sociolog, de profesie, „deghizat” în realizator de emisiuni la *Radio România*. Și cum salariul de ziarist la stat nu-i ajungea să-și crească fiica, soțul murise, doamna Stanciulov s-a apucat de afaceri. Un SRL în zona comerțului de conserve: „Nici nu știam unde este Topoloveniul pe hartă, la geografie n-am strălucit, aveam nota nouă. Dar s-a întâmplat să iau de acolo niște pate de ficat. Mostrele au fost bune, dar lotul livrat, un dezastru. Produsele erau pentru Armată, deci vă dați seama că nu mă puteam juca! Am luat pate din altă parte, dar am jurat să mă răz-bun, să cumpăr fabrica din Topoloveni, într-o zi. Și, culmea, prin 2001, chiar am văzut că-i de vânzare. Prin lichidare judiciară, era falimentată de câțiva ani. Am dat peste trei miliarde de lei vechi, bani împrumutați de la bancă, fără să știu ce iau, doar din ambiție. Și m-am pomenit pe un morman de fiare vechi și betoane. Nu se deschidea nici poarta de la intrare, am tăiat lacătul. Nimic nu funcționa, nu mai existau nici pruni, că i-au pus pe foc, oamenii erau în șomaj. Ce să fac? M-am apucat de treabă, după cum m-am priceput. Am făcut investiții, am căutat foștii beneficiari ai fabricii, am luat-o lângă mine pe Cecilia Găgeanu, fosta șefă de secție, acum directorul de producție, am reangajat oameni. La un moment dat, s-a întâmplat să refacem un magiun stricat de alții și așa s-a produs declicul. Da, asta facem, e un produs bun, sănătos, natural, tradițional. Dar să-i respectăm rețeta, adică îl facem din prune, nu din cozi de mai-muță, fără zahăr, conservanți și alte adaosuri de economie de piață”.

Prima șarjă de magiun de prune de la Topoloveni a însemnat și prima recunoaștere a calităților acestui produs: premiul de excelență *Marca de aur* acordat de Uniunea Națională a Industriașilor din România, în

Magiunul de Topoloveni

100% natural, fără conservanți, aditivi alimentari, E-uri sau zahăr adăugat

Ingrediente. Un singur ingredient, prune proaspete românești, netratate chimic. Un kilogram de magiun se obține din cinci kilograme de prune, din cel puțin patru soiuri.

Metoda de preparare. Tradițională, atestată documentar din 1914. Pentru a păstra integral calitățile nutritive ale prunelor proaspete, magiunul de prune Topoloveni este preparat în cazane cu pereți dubli, sub temperatură controlată de maximum 68 de grade Celsius, timp de 12-14 ore, astfel încât să se evapore toată apa. Datorită acestei metode de preparare, nu este nevoie de conservanți.

Conținut: Fibre alimentare naturale, 27,97%; glucide, 54,6 g/100 g; fier, 6,09 mg/100 g; bor, 3,5 mg/100 g; potasiu, 825,5 mg/100 g; calciu, 38,30 mg/100 g; magneziu, 22,83 mg/100 g

Valoare energetică: 214 kcal/100 g

Indice glicemic: 39

Prof. univ. dr. Gheorghe Mencinicopschi

„Produsul nostru tradițional, magiunul de prune, este obținut din fruct integral. Susținem acest produs care, în perioada de extrasezon al fructelor, este necesar. El conține, pe lângă zahăruri naturale, și niște îndulcitori mai speciali – sorbitol și xylito, tot naturali, dar care au pe jumătate calorii cât glucoza, fructoza sau zaharoza și au capacitatea de a preveni cariile-dentare. Dacă o prună are, spre exemplu, o capacitate antioxidantă unu, magiunul are cinci. Deci procesul acesta de fabricație este atât de menajant încât nu distruge substanțele biologic active din prune, iar pruna se găsește în mod integral în acest produs. Pruna are fibre, bor, esențial atât pentru sănătatea sistemului osos, dar și pentru sănătatea sistemului endocrin, în special pentru secreția de hormoni estrogeni, dar și testosteron. Pruna are seleniu, apoi o cantitate foarte mare de potasiu, astăzi deficitar în alimentația noastră și lipsa lui duce la boli cardiovasculare grave, în special la aritmii. Sper că v-am convins că acest produs merită să fie promovat și, mai ales, mâncat, pentru calitățile lui deosebite, pentru faptul că este unul dintre foarte puținele alimente care păstrează aproape integral calitatea unui fruct excepțional – pruna”.





Pentru dulceața de nuci verzi, fiecare nucă este curățată cu mâna, ca acasă. Un muncitor nu poate curăța mai mult de trei kilograme de nuci, într-o zi.



2002. De aici până la singurul brand românesc protejat în UE n-a mai fost decât... multă muncă. Bibiana Stanciulov, cu mâna ei dreaptă, fiica Diana, jurist, au făcut cât o armată dintr-o multinațională, de pildă. Ele se ocupă cam de tot, de la producătorii de prune, până la credite, vânzări, promovare sau reprezentare internațională. Rețeta succesului? „Un produs foarte bun care, în primul rând, trebuie să-mi placă mie. Așa cum Anghel Saligny a stat sub podul făcut de el, cu toată familia, până a trecut locomotiva, eu cred că fiecare producător de alimente ar trebui obligat să mănânce, cu toată familia lui, ceea ce produce. Câți credeți că ar face asta? Din păcate, se gândește altfel: hai să le dăm să mănânce cât mai multe prostii, să moară cât mai repede, să nu mai plătim pensii, să nu mai deranjăm statul”.

După magiun, *Sonimpex* și-a diversificat producția, începând cu 2010, când a înscris la OSIM marca proprie *Topoloveana* de dulcețuri din fructe, petale de flori și zacuscă. Tot 100% naturale, fără zahăr adăugat, fără aditivi alimentari și conservanți. Alte delicatese, alte premii! Adevărul este că *Topoloveni* a ajuns, într-un fel, spaima industriei europene de conserve. Cum scoate un produs nou pe piață, cum încep să curgă diplomele și medaliile. Magiunul de prune și dulcețurile de cireș

negre, cătină, afine ecologice și prune umplute cu migdale au fost recompensate, deja, la Bruxelles, cu distincțiile *Superior Taste Award*.

În spatele acestei povești strălucitoare, însă, am găsit, cum spuneam, o femeie mai degrabă tristă: „Ca marcă protejată în Uniunea Europeană, am și niște drepturi. Toți s-au cățărât pe brand-ul *Topoloveni*, când a fost cazul, dar de sprijin nici vorbă. Și măcar de nu m-ar încurca! Acum am trecut de la producție la... procese, ca să vă dau un exemplu. O rețea de supermarket-uri a scos pe piață un magiun de prune sub marcă proprie, *Sympathica*, un fals, evident, ei procesează o pastă de prune. Prețul e derizoriu, ca să mă înjure lumea pe mine că vând scump. Sigur că pasta aia nu se compară cu magiunul nostru, dar, știți, în vremuri de criză și în lipsă de informație, mai ușor dai șapte lei pe o prostie decât 22 de lei pe un produs autentic. Credeți că mă protejează statul de concurența neloială? Nici vorbă, trebuie să mă apăr eu, în instanță. Apoi, pentru o marcă protejată, ar trebui să mi se asigure cât mai multă materie primă românească. Sigur că nu-i așa, vin bulgarii să-mi vândă prune de trei ori mai ieftin și eu mă lupt să cumpăr din România, în pierdere. Ca să nu mai vorbesc de rețele de distribuție! Toate țările își promovează mărcile protejate în Europa, noi nu și nu. Ați văzut prin supermarket-uri vreun stand care să mă reprezinte? Se tot laudă că avem stand de produse românești, dar eu nu exist acolo, deși sunt singurul produs tradițional protejat ca marcă în Europa. Vedeți vreo logică în asta? Știu că multora nu le convine, știu că deranjez industria conservelor, dar, asta e, n-am ce vă face, sunt etalon, trebuie să țineti cont și de mine!”

Anul 2012 nu a fost grozav nici pentru *Topoloveni*. Din motive gen secetă, criză ori imposibilitate de accesare a unor fonduri europene, borcanele cu delicatese s-au împuținat. Doar 300 de mii, de magiun, și 20 de mii din fiecare sortiment de dulceață, respectiv cam un sfert din capacitate. Cifra de afaceri – 1,5 milioane de euro. Priorități? Promovarea în afara spațiului comunitar, printr-un program inițiat de Uniunea Europeană, în țări precum Elveția, Finlanda și Japonia. Vise? „E visul vieții mele să-mi deschid un magazin doar cu produsele noastre, să scap de mafia supermarket-urilor”, mărturisește Bibiana Stanciulov. Dezamăgiri? „Da, uneori, din 2001 tot bag bani, sunt îngropată în credite, cam asta e ajutorul statului român. Dar nu mă las! Seara, când mă apucă tristețile, îmi spun: stai, nu mai plânge, că, totuși, tu ești Stanciulov, ai indicație geografică protejată!”

Jos pălăria!, din partea noastră. Și ce dacă?, dinspre statul român.

FII TU ÎNSUȚI. URMEAȚĂ PLANUL

Ballantine's®



www.consuma-responsabil.ro
Consumă Ballantine's responsabil.

LEAVE AN IMPRESSION

Vă mai amintiți de ciocolata „Kandia“, batonul „ROM“ sau prăjiturica „Măgura“ din copilărie? Dulciurile anilor '70-'80? Românii le plăceau aceste bunătăți atunci, dar ele par să se afle și astăzi în topul 50 al așa-numitelor „lovemarks“. Am mers la „Kandia Dulce“ pentru a afla povestea din spatele acestor branduri atât de iubite de români.

text Alice-Claudia Gherman
foto Octavian Tibăr și arhiva
„Kandia Dulce“

Kandia, povestea dulce a succesului



Sediul *Kandia Dulce* din șos. Viilor, dimineața la ora 10.00. Intrăm pe poarta fabricii ultra-modernizate – nimic nu mai amintește de halele pe care le avea aici *Întreprinderea de produse zaharoase București* înainte de '89 – pentru a ne întâlni cu dna. Gabriela Munteanu, director de marketing *Kandia Dulce*. Este o liniște aparentă, întreruptă în fundal de zumzetul unei ventilații. Oamenii sunt la muncă, se lucrează la foc continuu fiindcă este în pregătire seria de dulciuri

„Kandia“ are un gust special, care o diferențiază și o face iubită.

pentru sărbători. La recepție suntem întâmpinați cu un raft mare de dulciuri din portofoliul companiei, iar în sala de consiliu un afiș imens cu bucăți de ciocolată *Kandia*, cum altfel? Ne aflăm aici fiindcă vrem să vorbim despre brandurile autentic românești produse în companie și despre momente dulci pe care le oferă ele fiecăruia dintre noi.

De curând, revista *Showbiz* a dat publicității, pentru al treilea an consecutiv, un Top 50 al celor mai puternice branduri românești. Da, avem și noi brandurile de care putem fi mândri, nu doar tot ceea ce vine din Occident este bun și ideal de cumpărat. Cele mai puternice branduri autohtone au fost privite nu din perspectivă financiară sau corporatistă, ci sub aspectul încrederii și afectivității pe care le generează ele în rândul românilor. Mai exact, un top al ceea ce Kevin Roberts, CEO-ul de la *Saatchi&Saatchi* numea cu ceva ani în urmă: *Lovemarks*. Branduri care au un trecut măreț, un prezent O.K. și un viitor promițător, au acel soi de senzualitate dată de gust, aspect sau culoare, și care generează pasiune și empatie.

În Top 50 pe 2012, cei de la fabrica de dulciuri *Kandia Dulce* ocupă cinci poziții din 50, cu cinci produse românești deosebite. Este vorba despre ciocolata *Kandia* care se află pe locul 8 (deci și în Top 10 al celor mai iubite branduri românești), în timp ce locul 25 revine ciocolatei *Primola* (intrată anul acesta în portofoliul *Kandia Dulce*), locul 27 – batonului *ROM*, locul 34 – prăjituricii *Măgura*, iar locul 40 ciocolatei *Laura*. Dintre toate aceste mărci ale producătorului *Kandia-Dulce*, *Kandia*, *ROM* și *Măgura* sunt unele dintre cele mai longevive și mai cu tradiție branduri din România. Batonul de ciocolată *ROM* a fost prezent anul acesta și în top 10 cele mai fascinante mărci, ocupând un frumos loc opt după *Ferrari*, *Jack Daniel's*, *Axe*, *Durex*, *Stella Artois*, *Heineken*, *Harley-Davidson* și înainte de *Porsche* și *Zara*. Cu un așa palmares nu se putea să omitem *Kandia* din discuția despre brandurile românești, cu tot ceea ce înseamnă ea astăzi pentru noi.

Înainte de a vorbi despre brandurile 100% românești ale companiei care au urcat în 2011 și 2012 în topul preferințelor naționale și internaționale, trebuie spusă povestea întreprinderii care a fost, pe rând, o companie de dulciuri românească, apoi parte a unui concern străin, după cum a evoluat piața, dar a reușit să păstreze ceea ce este autentic și național. Mai întâi, a existat *Întreprinderea de produse zaharoase București*, născută din naționalizarea unei companii private de dulciuri în 1948. În 1991 întreprinderea a devenit compania *Excelent București*. Apoi, în 2003, aceasta a preluat 60% din capitalul *Kandia Timișoara*, o companie românească de tradiție, înființată în 1890 ca atelier de produse zaharoase. În 2004, Bucureștiul a fuzionat



prin absorbție cu Timișoara și a apărut *Kandia-Excelent*. Anul 2007 a însemnat preluarea *Kandia-Excelent* de către *Cadbury Schwepps*, cel mai mare producător de dulciuri la nivel mondial, devenind astfel *Cadbury România*. Achiziționarea de către *Kraft Food* a *Cadbury* la nivel global a dus la vânzarea *Cadbury România* fondului de investiții austriac *Oryxa Capital*, ceea ce a dat posibilitatea companiei bucureștene de a își lua un nou nume: *Kandia Dulce*. Dar să revenim la mult râvnita ciocolată *Kandia* și povestea ei de după revoluție.

„Am relansat *Kandia* în 2003, dar din 2004 au început primele campanii de comunicare către public. Au fost niște campanii foarte îndrăznețe și atipice pentru că au avut curajul, la vremea respectivă, să vorbească despre latura senzuală a ciocolatei. În felul acesta ciocolata noastră a fost percepută ca un produs special, care are o doză de îndrăzneală, dar și una de mister și astfel ne-am diferențiat de ceilalți. Ciocolata *Kandia* are gust mai intens, pe care nu-l veți găsi la alte mărci internaționale de profil, am recurs la o rețetă care s-a îmbunătățit de-a lungul anilor odată cu modernizarea liniei tehnologice”, ne-a explicat Gabriela Munteanu, directorul de marketing *Kandia Dulce*.

„Ciocolata cu lapte *Kandia* are mai multă cacao decât celelalte sortimente de pe piață – 33% cacao. Sigur, la restul varietăților de ciocolată de tipul amăruie avem ca și ceilalți 75%, 55%, 45%, dar la cel cu lapte nu suntem la fel. De asemenea, noi am fost primii din piață care am introdus biscuiții în ciocolată, avem *Kandia* cu biscuiți. La *Kandia* am introdus fie ingrediente deosebite, precum biscuiții, fie dacă avem ciocolată cu alune, atunci am încercat să fim mai generoși și să punem mai multe alune decât restul competitorilor noștri. Suntem foarte mândri de produsele noastre și vrem să demonstrăm că și noi, românii, avem capacitatea de a fi inovativi și de a livra produse de foarte bună calitate.” Și

Rețeta pentru batonul „ROM” e top secret, fiind o combinație inedită între gustul amăruiei al ciocolatei și esența tare de rom, cea care dă, vorba reclamei, „Senzații tari, din 1964”.



Kandia chiar a reușit: în 2011, brandul a fost pe locul III, în topul preferințelor, iar anul acesta pe locul VIII. Mai mult, românii continuă să iubească batonul de ciocolată ROM și prăjitura ambalată Măgura, fiecare dintre cele două produse fiind prezente în piață și înainte de 1989.

„ROM s-a născut în 1964, ca primul baton de ciocolată din România și un produs cu care am crescut noi toți. Când eram mici și mergeam în tabără, prin galantare nu se găseau decât batoanele cu rom. E o marcă față de care există un atașament foarte puternic din partea tuturor și, de aceea, poate, este unul dintre cele mai bine vândute batoane din România – vindem anual milioane de batoane – în condițiile unei piețe din ce în ce mai puternic concurențiale, în care au intrat o serie de branduri internaționale valoroase. ROM reușește într-un mod absolut original să țină pasul cu toate aceste schimbări și să rupă practic orice fel de competiție. Din 1964 până astăzi batonul ROM a fost produs fără întrerupere după aceeași rețetă, cu același gust puternic, de rom. Sigur, a existat după revoluție senzația că ar fi ieșit din piață. Fals! A fost doar o impresie generată de brandurile internaționale mult mai căutate atunci, și de faptul că noi, românii, eram fascinați de tot ceea ce venea din Vest. Vizibilitatea produselor românești nu mai era atât de mare în perioada 1990-2000. ROM e un produs autentic, original, sunt tot felul de copii după el în piață, dar nu a reușit nimeni să surprindă esența lui și, din acest considerent, ROM e o categorie el însuși în piața de dulciuri. Noi nu am schimbat rețeta, ci am venit cu inovații doar la nivel de dimensiune fiindcă piața o cere, avem batonul clasic, apoi ROM *cel mare* și ROM *cel dublu*, iar anul acesta a apărut și ROM *cu biscuiți*. ROM nu are concurenți, nu există un produs asemănător. Sigur, putem spune că *ne batem* în segmentul batoane cu branduri ca *Snickers*, *Bounty*, *Mars*, *Kinder Bueno*, *Bounty*, dar fiecare dintre toate aceste branduri reprezintă câte un produs unicat și foarte specific”, a mai spus directorul de marketing *Kandia Dulce*.

„Alături de ROM am trăit un moment extrem de simpatic și drăguț care ne-a evidențiat cât de important este atașamentul oamenilor față de valorile tradiționale. Mă refer la campaniile noastre pentru acest baton prin care am încercat să conștientizăm românii asupra valorii lucrurilor simple. Dacă vă mai amintiți, am avut în cursul campaniei dedicate ROM un scurt *intermezzo* în care am schimbat steagul lui ROM cu steagul american. Ideea era că îți dai seama cât de mult ții la un lucru în momentul în care nu mai ai acel lucru. Ei bine, când am schimbat ambalajul cu steagul SUA a fost o revoltă la



„Kandia e o poveste românească frumoasă, cu gust diferit de toate celelalte mărci din piață”, spune Gabriela Munteanu, directorul de marketing „Kandia Dulce”.



nivel național, fiindcă oamenii și-au dorit ROM înapoi. Chiar și în interiorul companiei – nu știau decât cinci-șase oameni despre adevăratul scop al modificării ambalajului ROM pentru scurt timp – colegii din producție nu ne mai răspundeau la telefon sau la salut, fiindcă ei au crezut că am schimbat ambalajul și am vândut americanilor batonul. Nu mai spun de ostilitatea distribuitorilor, a partenerilor: *cum îndrăzniți să schimbați ambalajul, atât aveam și noi, un produs autentic 100% care să ne reprezinte și acum l-ați terfelit și pe asta!* Deznodământul a venit destul de repede, ROM a reapărut în ambalajul său. Oamenii au iubit ROM fiindcă e un produs al lor care vorbește despre ei. E foarte onest, nu a pretins că e altceva decât un baton cu cremă de rom și a vorbit despre România și români cu toate tulburările pe care le-am traversat noi de-a lungul timpului. De asta cred că are succes.”

Cel de-al treilea brand cu tradiție produs de Kandia Dulce, prăjitura ambalată Măgura, are povestea sa de succes. Acum în piață Măgura se bate cu Seven Days, Ferrero Rocher, Kinder Delice. „Măgura a apărut în 1979. Ca și în cazul lui ROM, a fost prima prăjiturică ambalată. O perioadă prăjiturica se făcea manual, se cocea blatul, se tăia cu cuțitul, se adăuga crema. Odată cu fabrica nouă care s-a construit în 2006, Măgura a beneficiat de un proces de fabricație modern și rapid. Măgura are blat, cremă și glazură de ciocolată. Sunt mai multe sortimente, am diversificat gama în contextul concurenței brandurilor internaționale încercând să ne adaptăm la schimbările comportamentului de consum ale românilor.

Prin anii 2004-2006 am început să comunicăm în același fel ca și brandurile străine, prin campanii de presă scrisă, internet, radio și tv, făcându-ne auziți și văzuți în piață prin ceea ce aveam noi special: Kandia, ROM și Măgura. Iar românii și-au modificat percepția despre produsele românești, care exista imediat după '89 și anume: numai ce vine din Occident este bun.”

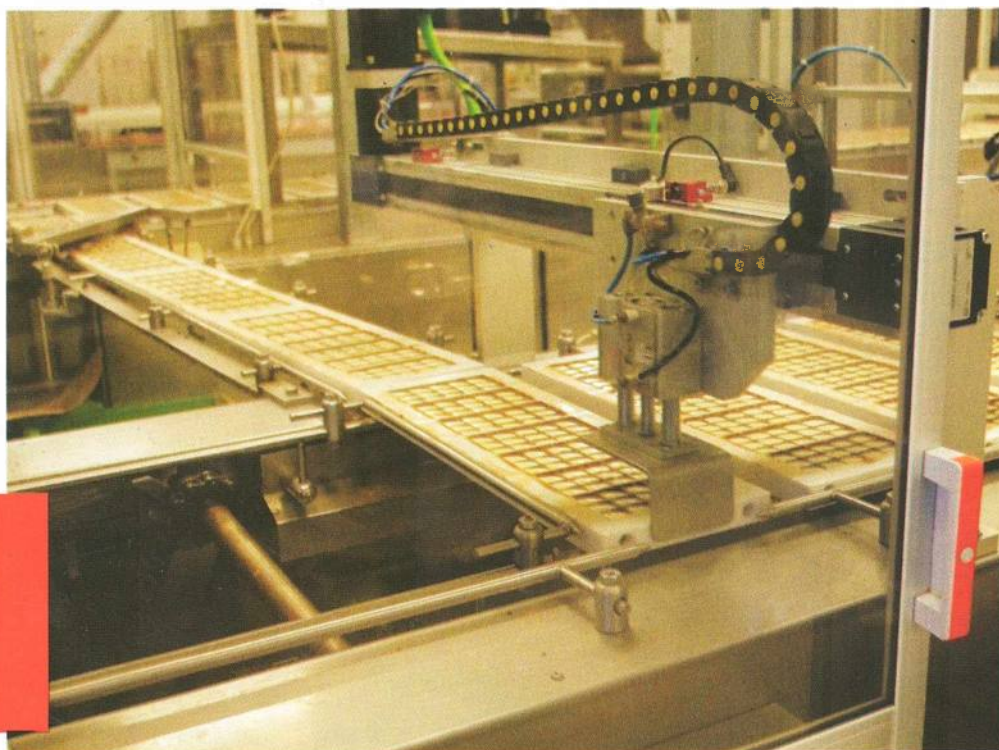
În portofoliul Kandia Dulce, gama de produse este mult mai variată, brandurile Laura,



Pentru ciocolata „Kandia”, batonul „ROM” și prăjitura „Măgura” cacaua este importată din Indonezia și Malayezia, iar laptele provine din România.

Silvana și Sugus achiziționate de la Kraft Food, dar și Primola, biscuiții Ulpio etc. de la Supreme Chocolat au diversificat mult oferta companiei. Totuși, Kandia, ROM și Măgura reprezintă tradiția și longevitatea dulciurilor produse la compania din Capitală. Aceste trei mărci nu au cucerit doar piața autohtonă, dar ele încep să prindă teren și în afara țării.

„În ultimul an am înregistrat o deschidere din ce în ce mai mare către piețele din exterior și, surprinzător pentru noi, deși sunt mărci autentice românești, dezvoltate pe gusturile românilor, Kandia, ROM și Măgura au un grad de atractivitate foarte mare și pentru exterior. Vindem în țările balcanice, dar există interes și în Asia și Orientul Mijlociu”, ne-a asigurat Gabriela Munteanu, director de marketing Kandia Dulce.



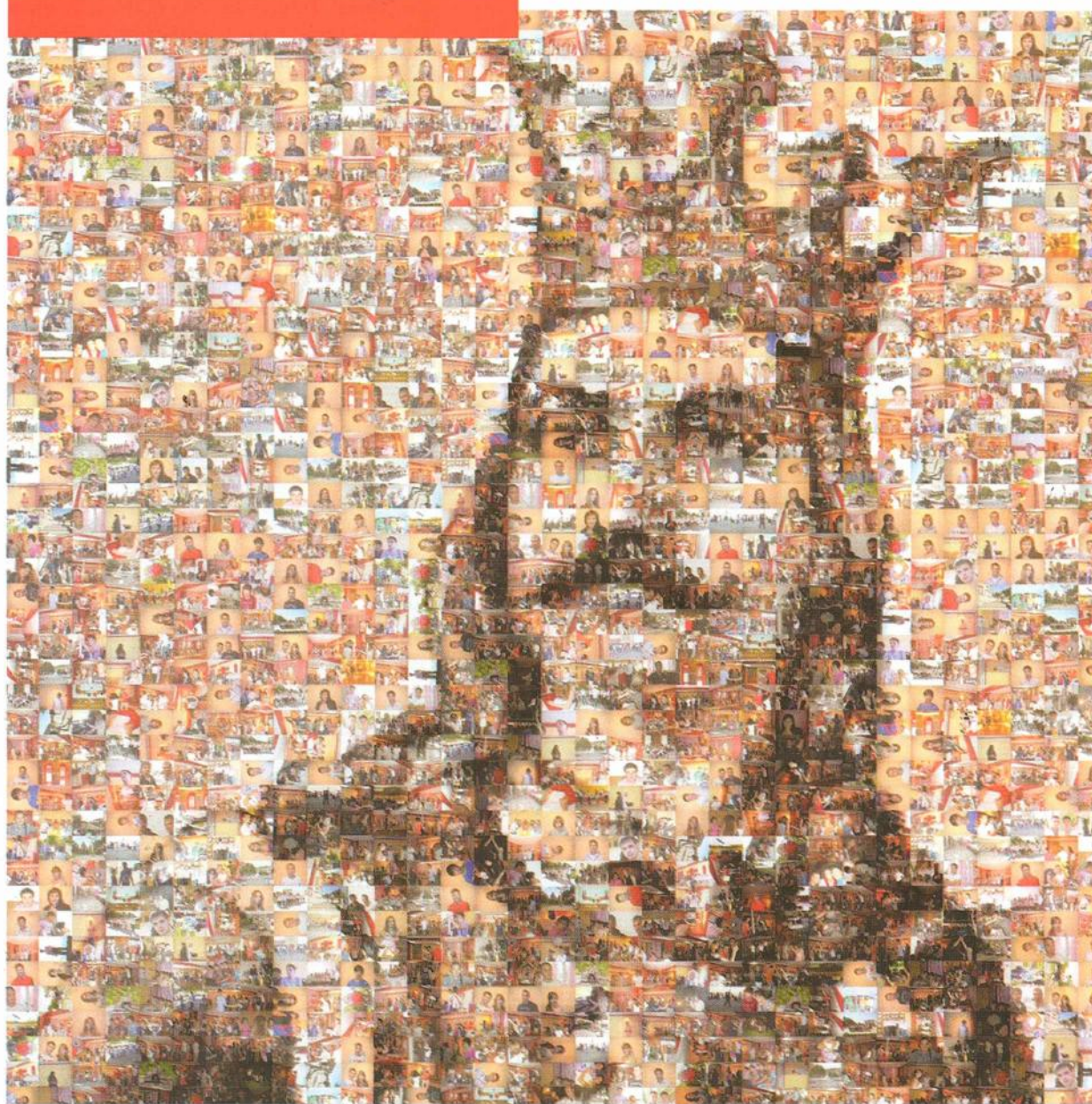
Modernizarea fabricii „Kandia Dulce” a însemnat introducerea de noi tehnologii de preparare a ciocolatei.

Un studiu recent al „Result Development” arată calitățile, limitările și aspirațiile românului. Spiritul de familie, independența și inteligența sunt umbrite de dorința de putere și de laudă, de tendința spre bârfe și trădare. Dar ne dorim un comportament civilizat și simț civic, valori morale puternice și standarde personale înalte.

text Corina Anghel
foto Octavian Tibăr
și arhiva ASIRYS

Românul, un brand

care încă se mai caută pe sine



„Românii sunt eroi, dar cu deosebire când sunt în grup. În front, la război, la revoltă, curajul românului nu are pereche... Dar românul izolat este blând ca mielul. Când îi bate cineva din picior, el tace. Capul plecat, sabia nu-l taie.” – Constantin Rădulescu-Motru, 1937.



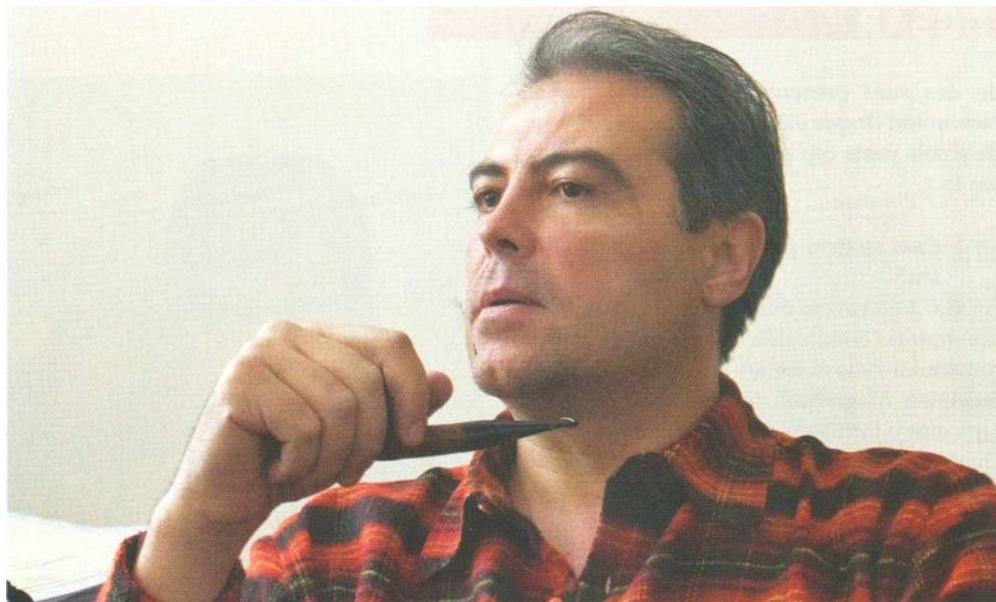
În urmă cu șase ani, televiziunea publică a organizat un amplu sondaj de public, pentru stabilirea unui top al Marilor Români. Cele aproape 370.000 de voturi au desemnat 100 de personalități (a fost propus telespectatorilor un singur criteriu: valoarea), primii zece fiind: Ștefan cel Mare, Carol I, Mihai Eminescu, Mihai Viteazul, Richard Wurmbrand, Ion Antonescu, Mircea Eliade, Alexandru I. Cuza, Constantin Brâncuși și Nadia Comăneci. Ce spune acest clasament despre setul de valori ale românilor? Că, înainte de orice, ne mândrim cu conducătorii noștri apărători de țară, cu valorile artistice și spirituale, într-o reprezentare nu foarte deosebită de a altor nații. Diferențierile și paradoxurile viit abia în eșalonul secund, în care Mirel Rădoi (fotbalist, parcă) e pe poziția 21, devansându-i, în ordine, pe Titulescu, Regele Ferdinand I, Regele Mihai I și Decebal. Aflat într-o poziție de top în audiențe, la vremea aceea, Traian Băsescu ocupă abia locul 27. Cu Gigi Becali pe 13 și Gregorian Bivolaru pe 20. I-am rugat pe prof. univ. dr. Adrian Cioroianu, istoric, politician, jurnalist și scriitor, și pe conf. univ. dr. Dumitru Borțun, sociolog, președintele Juriului de Onoare al Asociației Române de Relații Publice, să ne deslușească mecanismele psihologice și sociologice, coordonatele istorice pe care s-au născut și se (mai) creează, intrând în conștiința publică, personalitățile marcante ale nației române, ca parte a brand-ului de țară.

■ Acest top este un clasament al modelelor?

Adrian Cioroianu: Eu cred că brandurile acestea, ce țin de personalități, se construiesc într-o manieră total diferită de cele comerciale. Un brand istoric are de-a face cu educația, forma primară a ei, în sensul bun al termenului, de educație elementară. Afli de la o vârstă relativ fragedă despre Ștefan cel Mare și Mihai Viteazul. N-am însă deloc impresia că sunt bine folosite aceste branduri. Chiar dacă teoretic ele sunt în mintea oricărui român, de cele mai multe ori se află într-o relație mai curând distantă. Nu-mi explic de ce și, ca profesor de istorie, sufăr pentru asta. Nu mai au calitatea de modele. De 20 de ani, noi nu mai predăm în școală modele. Iar la nivel de societate, ideea de model a fost înlocuită cu aceea de vedetă. Și asta face să ne trezim, în sondaje, cu Gigi Becali, între Vlad Țepeș și Henri Coandă. Admit ideea că în comunism s-a vorbit excesiv de mult despre modele, dar acum nu se mai vorbește deloc. Ba chiar se face confuzie între reputație și popularitate.

■ Vine cumva și din matricea culturală?

A.C.: Nu, nu! Matricea noastră culturală este foarte solidă, dar, într-adevăr, se fragili-



„Carol I este un brand extraordinar de puternic, o personalitate inspirațională, un străin care a devenit mai român decât mulți români. Așa se explică poziția lui în top, după Ștefan cel Mare.” – Adrian Cioroianu

zează din ce în ce mai mult. N-aș acuza societatea în ansamblu, mă tem că asta are legătură cu școala, care e dominată de media. Este pentru prima oară în istoria noastră și, probabil în istoria societăților occidentale, când media domină școala. Până acum era invers. În al doilea rând, noi, românii, nu avem o relație cu brandurile în genere, nu numai cu cele personale. Vă dau un exemplu, pe care l-aș putea studia și din punct de vedere istoric: țigările *Carpați*. Este o enigmă pentru mine dispariția acestui brand național, după '90. Pierderea acestor artefacte, care trecuseră dincolo de comercial, deveniseră parte culturală, mă face să cred că suntem un popor foarte schimbător. Ceea ce uneori e bine, că nu ne atașăm de lucruri și asta ne asigură o dinamică, o capacitate de adaptare care explică adesea miracolele supraviețuirii noastre ca popor. Revin la brandurile naționale: noi consumăm foarte repede o tradiție. Deși ne laudăm cu tradiții seculare și milenare...

■ De ce Ștefan cel Mare și nu Mihai Viteazul, pe primul loc?

A.C.: În opinia mea, brandurile la nivel de persoane țin exclusiv de prezența lor în discursul public dominant la un moment dat în societate. Poziția lui Ștefan cel Mare în conștiința românilor se datorează în principal Bisericii, fiind adesea invocat ca unul dintre părinții ortodoxiei românești, măcar prin numărul mare de biserici construite. Or, asta îi aduce o notorietate, cel puțin în Moldova, la el „acasă”, pe care Mihai Viteazul n-o are în Oltenia lui. Ștefan cel Mare este sanctificat la propriu în inima multor moldoveni, înainte de a fi sanctificat de Biserică. Din acest punct de vedere cred că un brand cu șanse mari în viitor este Ceaușescu, pentru că este foarte prezent în discursul public. Uitați-vă cum a intrat în industria de publicitate, de la ciocolată la telefonie mobilă! Așadar, brandurile de persoană, cel puțin cele istorice, țin de invocarea lor, de cât

de des sunt prezente în discursul public. Nevorbind despre ele, vor dispărea, oricât s-ar da școala peste cap și oricâte sesiuni științifice am face.

I Cum suntem și cum ne vede străinătatea?

A.C.: Aici avem mult de lucru. Fiecare țară are strategia ei culturală. Turcia, spre exemplu: românul îl vede în fiecare seară la televizor pe Suleiman Magnificul, într-un serial care, de fapt, este o formă de propagandă foarte bună. Dă de altfel și în Franța, Germania, ba chiar și în țări în care nu sunt turci. Filmele cu Mihai Viteazul, Mircea cel Bătrân, epopeea cinematografică din anii comunismului, n-a fost deloc o idee rea. Sigur, a fost mai bine sau mai prost făcută, dar ca propagandă națională a avut logica ei, și-a jucat rolul foarte bine, acolo unde cărțile de istorie nu ajung. N-ar trebui să aruncăm toate lucrurile din comunism. BBC-ul face în continuare filme despre istoria Angliei, a regilor ei. La fel și americanii. Nu e o rușine să faci filme despre istoria ta. La noi, de 20 de ani nu s-a mai făcut nimic. Nu poți lăsa totul pe seama școlii, nici o țară nu face asta.

Dumitru Borțun: De ce nu am putut avea până acum o strategie eficace a imaginii de țară? Răspunsul e simplu: fiindcă nu am avut nici măcar o strategie a dezvoltării sociale, un proiect de societate. Noi, românii, ne-am fi născut poeți, nu știu, dar sigur nu ne-am născut manageri; noi nu gândim strategic, de unde și zicala „Dă-mi, Doamne, mintea românului cea de pe urmă”, care vrea să spună că suntem foarte inteligenți, analitici și înțelepți, dar numai după ce ne-am lovit cu capul de pragul de sus. Nu știm să evităm pragul, să gândim anticipativ. În fiecare an, prima zăpadă ne prinde nepregătiți, parcă am fi o țară tropicală! Inundațiile ne prind tot nepregătiți, deși primele inundații catastrofale au avut loc în 1970, s-au repetat în 1975 și tot așa, cu o anumită regularitate. Pe de altă parte, de fiecare dată când aud de o inițiativă legată de „brandul de țară” mă tem că se va transforma din nou într-o afacere à la roumaine: sunt cheltuiți mulți bani, prea puțini bani sunt folosiți pentru atingerea obiectivelor, iar obiectivele sunt ratate...

I Investim, la nivel afectiv, într-o personalitate iconică, pentru că ne regăsim în valorile ei?

A.C.: Nu chiar. O identificăm mai degrabă cu aspirațiile noastre. Cred că are șanse să devină brand nu o personalitate în care te regăsești, ci aceea care e așa cum ai dori să fii tu însuși. Constat la studenții mei, și nu numai, că, dintre oamenii politici, imaginea Regelui Mihai a crescut în ultimii 20 de ani cel mai mult, fără să joace un rol politic. În timp ce alții, care au fost foarte sus, au și căzut dramatic. E cazul lui



„Dacă extindem discuția la brand-ul România, nu există atribute pozitive sau negative în sine.

Decisiv este scopul: de pildă, înapoierea noastră în planul civilizației materiale este «negativă» dacă vrem să atragem mari investitori străini, dar poate fi «pozitivă» dacă vrem să atragem mai mulți turiști: sunt turiști străini care spun că o călătorie în România este o experiență fascinantă, echivalează cu o «călătorie în timp», în propriul lor trecut.” – Dumitru Borțun

Bănescu; da, s-au regăsit în el patru, cinci ani, după care s-au săturat, și-au dat seama că nu de un președinte jucător au nevoie, ci de un arbitru. Adică neutru și credibil. Românii sunt un popor certăreț, au nevoie ca acolo, sus, la primul nivel, să fie o entitate capabilă să mențină echilibrul. În ciuda a ceea ce se crede, românii își doresc un personaj regal. Poate să fie și un președinte, dar să aibă o statură. Francezii, la fel. Mitterrand părea un rege socialist, Sarkozy a îmbărbătat nația doi, trei ani, după care a căzut, că devenise prea activ.

I Cum percepeți românul, ca brand?

A.C.: Nu mi se pare foarte bine configurat. E în construcție și Dumnezeu știe cum va evolua – v-aș putea vorbi mai ușor despre trecut decât despre viitor. Asta și pentru că noi suntem foarte tineri, ca stat. Da, avem mii de ani, dar ca popor, nu ca stat. Trăim într-o cu totul altă paradigmă decât bunicii noștri. Și avem de construit o altă realitate. Or, românul ca model, azi, e o noțiune care băjbăie. Băjbăie și în mintea noastră, ea nu se poate întrupa de la sine, noi trebuie să-i dăm consistență.

I Portretul psihologic făcut de Rădulescu Motru poporului român, acum aproape 80 de ani, nu e foarte diferit de cel din relatările călătorilor străini prin Țările Române ale secolului XIV și nici departe de ceea ce suntem azi, în esența noastră genetică.

A.C.: Fără îndoială. Numai că asta nu ține de genă, ține de cultura politică. Se spune despre noi că nu avem cultură politică. O prostie! Orice popor are, chiar și un trib din Polinezia. Și, da, cultura politică e aceeași de pe vremea lui Rădulescu Motru, dar vor urma schimbări fundamentale. Problema noastră e că suntem foarte individualiști, de-asta nici nu reușim să facem echipă. Ne lipsește solidaritatea... Deși suntem ospitalieri. Doar că suntem ospitalieri cu cel de la care așteptăm ceva, învățăm ceva... Nu suntem un popor de samariteni. Să nu se supere, nici unul, nici altul, dar într-un fel primim un italian și în altul, un pakistanez. Suntem individualiști, ca și italienii, grecii, portughezii. Nici ei nu fac echipe. În schimb, nemții fac echipe admirabile.

I Ni se potrivește democrația?

A.C.: Cum să nu?! Suntem foarte asemănători popoarelor de tip levantin și latin. Foarte certărețe între ele. Or, popoarele certărețe, de regulă, se simt bine în democrație. Acum 2.600 de ani, armata persană, care asculta orbește de un singur om, a vrut să intre în Europa și a ales cel mai scurt drum. Prin niște văi și coclauri locuite de niște popoare certărețe, strămoșii grecilor de azi. Iar grecii rebeli de atunci au învins uriașa armată disciplinată și au oprit

invazia. Faptul că azi vorbim limbi europene și nu persana, acestor certăreți li se datorează. Europa s-a născut din rezistența unor certăreți în fața altora care ascultau orbește. Iar democrația în ceartă se naște. De-asta au pierdut și Hitler, și Stalin... Povestea asta că la noi mămăliga nu explodează este o aiureală, nimeni nu o poate justifica în istorie, e o notă depreciativă, lansată de noi înșine la adresa noastră. De fapt, avem o istorie foarte sângeroasă, am supraviețuit (și) printr-o cruzime pe care nu vrem să ne-o recunoaștem.

D.B.: Supraviețuire, da... Într-o carte splendidă, istoricul George Brătianu vorbea de poporul român ca despre „o enigmă și un miracol”: enigma este însăși formarea lui, iar miracolul – supraviețuirea sa, în condiții istorice dintre cele mai potrivnice. În aceste condiții, noi am dezvoltat o cultură a supraviețuirii și, corespunzător, comportamente de supraviețuire. De ce n-am face din această trăsătură un *brand* de națiune? Românul – un „Rambo” al Europei! Sigur, îmi puteți replica: „Dar nu este o calitate în sine, ea poate fi ușor transformată de adversarii noștri într-un defect”. Depinde numai de noi ca acest lucru să nu se întâmple, este scopul campaniei de imagine ca acest „item” să fie semnificat în favoarea obiectivelor noastre. Îl și aud pe șeful statului român vorbind de la tribuna Parlamentului European: „Timp de 2.000 de ani, noi, românii am fost ocupați cu supraviețuirea, ne-am tot adaptat. De astăzi înainte, vom participa activ la istorie!”.

I Deci brandul românesc e totuși un loz european câștigător...

D.B.: Puțini specialiști se întreabă cât de pregătiți sunt românii pentru integrarea țării

lor la Uniunea Europeană. Că o vor, se știe. Dar cât de pregătiți sunt, nu știm. Mă tem, însă, că dacă am putea să știm ce este în mintea românilor, am afla că opt din zece își imaginează că vor privi integrarea României în Uniunea Europeană la... televizor. Nu există implicarea personală în acest proiect, nu prea văd în jurul meu oameni care să-și re-gândească proiectul de viață sau planul de carieră profesională în funcție de viitorul european al țării lor. Celor mai mulți, acest viitor le rămâne exterior; el nu este însușit ca viitor personal. În schimb, văd oameni care fraudează proiectele europene, îi văd pe alții care nici nu-și propun să deruleze astfel de proiecte, fiindcă au înțeles că din fondurile Uniunii Europene nu se poate fura. Fondurile europene nu seamănă cu fondurile primăriei! Soluția stă la mână instituțiilor și a legislației, care au și ele, acum, o imagine de reparat.

A.C.: Cu siguranță! Dar trebuie să ne treacă pasiunea asta de a ne vorbi de rău. Vorbim despre România ca și cum ar exista, ca despre o femeie pe care o vezi pe stradă, prost îmbrăcată. România e un puzzle, alcătuit din noi toți, nu pot fi eu bun dacă toți ceilalți sunt canalii. Dacă îi vorbesc pe toți de rău, ce valoare mai am eu? Suferința mea cea mare e jena cu care românii își prezintă pașaportul. Nu vezi așa ceva la nimeni. Avem noroc, totuși, că am stat mereu cu fața către Occident și, cât timp le-am copiat modelele, am făcut pași mari înainte. De-asta am și avut o eurofilie absolută, nu s-a opus nimeni aderării la UE. Credeți că am intrat în NATO ca să trimitem soldați în Afganistan? Nu! Noi am vrut să facem parte dintr-un club. Cum spune Țoiu într-un roman: „Românii sunt europeni prost plasați (geografic, n.r.)”. Noi nu ne simțim

bine în zona noastră, vrem mai la vest. Și pentru că nu ne putem „muta”, iată că vine vestul spre noi.

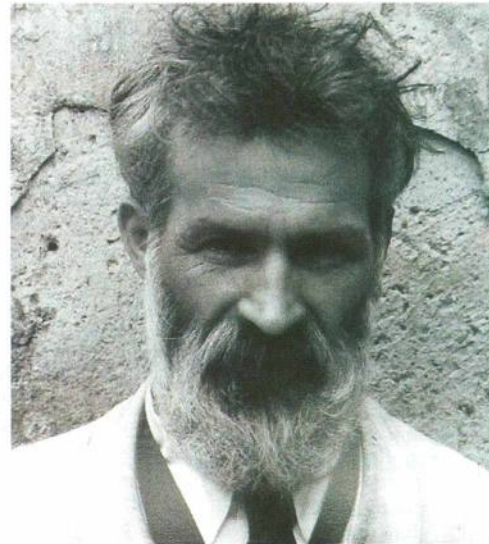
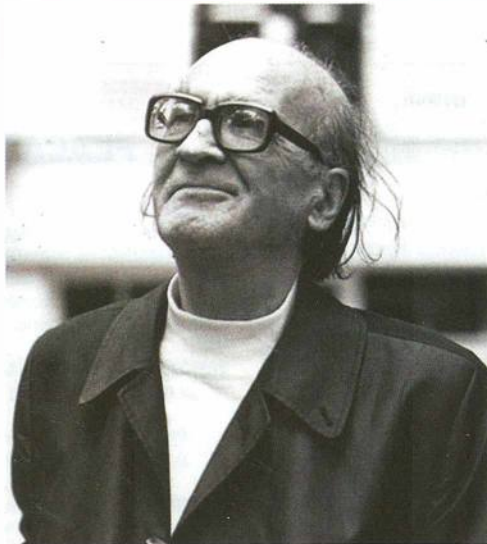
I Aveți o imagine a brandului de țară, peste 50 de ani?

A.C.: Da. Un brand regal. Nu sunt convins că vom mai avea republică. Și încă mai devreme de 50 de ani. Ține de tradiție. Când 2.000 de ani ai avut voievozi, domni, domnișori, ideea de republică e artificială. Pentru că, certăreți fiind, avem nevoie de arbitru. Ca la meciuri, când aduci arbitri din afară. De-asta merge prost republica italiană, la fel cea greacă. În timp ce Spania regală se simte bine, chiar dacă regele mai face și prostii.

D.B.: Am deocamdată o imagine a ceea ce e de făcut ca să construim un brand consistent de țară. Scopul campaniei nici nu ar trebui să fie făcut public. El ține de rețeta bucătarilor, este un secret de producție; dacă îi faci publicitate, nu mai are efectul scontat. Pe dumneavoastră ce vă interesează mai mult, să aveți în farfurie o mâncare bună sau să-i cunoașteți rețeta? Eu, unul, prefer să las rețeta în grija bucătarilor! Dacă ar fi să proiectez o campanie pentru promovarea României, aș evita să vorbesc despre o Românie a trecutului. Mai ales că nu tot trecutul nostru este „utilizabil” în raport cu obiectivele prezentului (de pildă, atitudinea față de aliați sau antisemitismul din perioada interbelică). De aceea, aș viza anumite categorii de public, împărțite după criterii diferite: *cultural* (spațiul germanofon, francofon, anglofon – britanic și nord-american etc.); *economic* (investitori, turiști, studenți internaționali etc.); *generațional* (copii, tineri, adulți, bătrâni etc.). M-ar interesa mai ales adolescenții, căci ei sunt mai aproape de viitor și vrem să-i păstrăm în țară.

Trei oameni de cultură în „Top 10 Mari Români”:

Mihai Eminescu, Mircea Eliade și Constantin Brâncuși



DOSAR

Cu brandul la vedere...

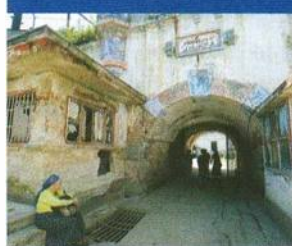
p. 04



- Brandul și memoria 06
- Gerovitalul – elixir internațional cu cetățenie română 10
- Regal de Topoloveni 14
- Kandia, povestea dulce a succesului 20
- Românul, un brand care încă se mai caută pe sine 24

ZOOM

p. 32



Legionarii printre noi?

PEOPLE

p. 52



Râsul izbăvitor al lui Geo Saizescu

CULTURĂ

p. 58



Gaudeamus 19

FLACĂRA Nr. 12
decembrie 2012

DOSAR

- Cu brandul la vedere..... 04
- Brandul și memoria 06
- Gerovitalul – elixir internațional cu cetățenie română 10
- Regal de Topoloveni 14
- Kandia, povestea dulce a succesului 20
- Românul, un brand care încă se mai caută pe sine 24

ZOOM

- Legionarii printre noi? 32
- Medicamentele: pro și contra 38
- Sănătate pe căi naturale 44
- USLașii & AR(en)Dașii 46

PEOPLE

- Visul italian al Kristinei Cepraga 48
- Râsul izbăvitor al lui Geo Saizescu 52

CULTURĂ

- Gaudeamus 19 58
- Film 62
- Teatru 64
- Moshe & Mordechai, un blog politic cu „poezie” 66
- Cărți proaste, de ieri și de azi 70

LIFESTYLE

- Auto 72
- Turism 74
- Gadgets 76
- Un tabiet numit „Caffe” 78
- Food & drink 79

DIVERTISMENT

- 82

foto coperta 1: Octavian Tibăr

FLACĂRA®

Fondată în 1911 de Constantin Banu
www.revistaflacara.ro



Biroul Român de Audit al Tirajelor a eliberat Certificatul de Audit pentru revista Flacăra în conformitate cu Standardele Internaționale de Audit. Publicație ce beneficiază de rezultate de audiență, conform Studiului Național de Audiență FOCUS, măsurate în perioada Ian. 2010 – Ian. 2011

PUBLISHER – Alexandru Arion
alexandru.arion@publicatiileflacara.ro

CONSILIER EDITORIAL – Bogdan Hrib
bogdan.hrib@publicatiileflacara.ro

REDACTOR-ŞEF – Liliana Petruş
liliana.petrus@revistaflacara.ro

SENIOR EDITOR

Radu Pocovnicu
radu.pocovnicu@revistaflacara.ro

EDITORI

Alice Gherman
alice.gherman@revistaflacara.ro

Pompiliu-Laurențiu Dumitrescu
COLEGIUL REDACȚIONAL:

Andrei Ioan Dimulescu, Claudia Golea Sumiya,
Andrei Ichim, Mugurel Mărgărit,
Steluța Năstase, Tudor Călin Zarojanu

SENIOR EDITOR FOTO – Octavian Tibăr
octavian.tibar@revistaflacara.ro

TEHNOREDACTOR – Laura Tibăr
laura.tibar@revistaflacara.ro

CONCEPT GRAFIC:
Alexandra Bardan

PUBLICAȚIILE FLACĂRA

Societate comercială înmatriculată la Oficiul Registrului Comerțului București sub nr. J. 40/5888/1991 din 04.07.1991 Cod Unic de Înregistrare RO1582276 S.C. PUBLICAȚIILE FLACĂRA S.A. este membru al Biroului Român de Audit al Tirajelor – BRAT

PREȘEDINTE DIRECTOR GENERAL: George Arion
george.arion@publicatiileflacara.ro

VICEPREȘEDINTE: Alexandru Păsărin
alexandru.pasarin@publicatiileflacara.ro

DIRECTOR COMERCIAL: Gabriel Bumb
gabriel.bumb@publicatiileflacara.ro

DIRECTOR RESURSE UMANE: Manuela Ruxandra Arion
manuela.arion@publicatiileflacara.ro

DIRECTOR VÂNZĂRI PUBLICITATE: Emil Dumitru
emil.dumitru@publicatiileflacara.ro

DIRECTOR MARKETING-COMUNICARE: Corina Anghel
corina.angel@publicatiileflacara.ro

PUBLIC RELATIONS SPECIALIST: Monica Ramirez
ŞEF DEPARTAMENT PRODUCȚIE – Petruț Stoian

petrut.stoian@revistaflacara.ro
SECRETARIAT: Anca Velîu

Tel: 021.317.91.42; 021.317.91.44
Fax: 021.317.91.43

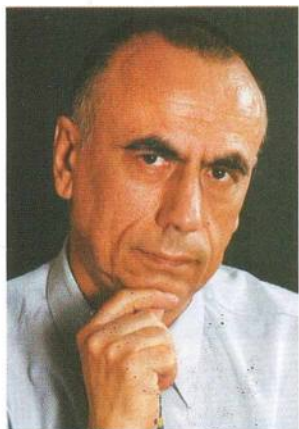
E-mail: office@publicatiileflacara.ro

Adresa: București, sectorul 1, Piața Presei Libere nr. 1, cod 013701, O.P. 33, C.P. 12

Cont IBAN RON: RO64BRMA0720072654400000,
Banca Românească Băneasa

Cont IBAN USD: RO14BRMA0720072654430000,
Banca Românească Băneasa

Cont IBAN EUR: RO02BRMA0720072654495400,
Banca Românească Băneasa



ALTCEVA

Mulți străini care ne vizitează țara se întreabă de ce românii au o viziune sumbră asupra existenței.

Hai să fim optimiști!

Prin urmare, hai să nu-i mai contrariem și să avem o altă abordare a vieții.

Să ne închipuim, așadar, că în urma alegerilor din această lună, clasa politică românească își va schimba radical comportamentul. Să ne spunem că, din decembrie, vom avea în Parlament, în Guvern, doar oameni interesați, zi și noapte, de binele obștii, și nu de propria lor căpătuială.

Hai să ne imaginăm că tinerii care s-au avântat în politică au uitat la umbra căror „modele” au crescut și nu se vor transforma în niște „lupi tineri”, și mai lacomi, și mai lipsiți de caracter, decât predecesorii lor.

Ce ne costă să fim încrezători de acum înainte în verticalitatea oamenilor noștri politici, care nu se vor mai pleca slugarnici, după cum bate vântul, de la Est, de la Vest?

E prea greu să sperăm că, ori de câte ori vom avea de-a face cu un funcționar al statului, ni se va vorbi pe un ton politicos și vom fi ajutați în orice problemă am avea, deoarece se află în slujba cetățenilor care-i plătesc salariul?

Dar la câte n-ar trebui să visăm pentru ca surâsul să ne revină pe buze și ochii noștri să scruteze cu seninătate realitatea din jur!

Scriu aceste rânduri într-un apartament dintr-un bloc „anvelopat” de curând. Motiv de bucurie, nu-i așa? Însă când privesc la geamurile zgâriate și murdărite cu un adeziv care nu se va mai lua niciodată, când văd mizeria lăsată de „vrednicii” muncitori în orice ungher au trebăluit, când constat deficiențele costisitoare lucrări, mai pot să fiu optimist?

Dar nu, nu trebuie să mă las copleșit de tristețe și pesimism. Dimpotrivă, trebuie să-mi impun să am o mină veselă, să-mi bombez pieptul, să pășesc sprinten pe trotuare. Străinii sunt tot timpul cu ochii pe noi. Dacă mă va întâlni vreunul pe stradă vreau să exclame încântat și invidios: „Ce tonic arată omul ăsta! Ce energie pozitivă emană! Ferice de el c-a văzut lumina în cea mai bună dintre lumile posibile!”

George Arion



Fundația
„Premiile Flacăra România”
Președinte: George Arion

Director al publicațiilor de divertisment:
ALEXANDRU PĂSĂRIŢ

REBUS

Publicație auditată BRAT
Redactor-șef: MIHAI ZGUBEA

REBUSACHE

Redactor-șef: DANIEL POPA

Redactor artistic: Aurel Ștefan Alexandrescu

Tehnoredactare computerizată:

Alexandru Coman
Mihaela Damian

Culegere computerizată: Elena Florescu

Corectură: Ramona Elena
Constantinescu

PUBLICITATE ȘI MARKETING:

office@publicatiileflacara.ro

Telefon, fax: 021.317.91.38, 021.317.91.42

ȘEF DEPARTAMENT DISTRIBUȚIE:

Nicoleta Predescu

Distribuție: (021.317.91.37):

Laurențiu Marian Celcan, Victor Celcan,
Constantin Epure, Ion Mihail, Mihai Daniel
Năstase, Camelia Neagu

ADMINISTRATIV:

Constantin Balica, Cristian Viorel Radu
Cititorii din țară și din străinătate se pot
abona prin SC „Publicațiile Flacăra” S.A.,

Abonamente: Camelia Neagu,

abonamente@publicatiileflacara.ro;

telefon: 021.224.60.53

Flacăra, Almanah Flacăra, Flacăra Bis,
Flacăra Focus, Rebus, Almanah Rebus,
Rebusache, Rebus Bis sunt mărci
înregistrate ale SC Publicațiile Flacăra SA

Potrivit art. 206 CP, responsabilitatea
juridică pentru conținutul articolului
apartine autorului. De asemenea, în
cazul unor agenții de presă și
personalități citate, responsabilitatea
juridică le aparține.

ISSN: 1220-773x

Tipar: Megapress SA,
tel./fax: 021/461.08.08/09



Revista
FLACĂRA

Ballantines®
Ballantines®
Ballantines®



S-a stins Șerban Ionescu

Actorul Șerban Ionescu s-a stins din viață, la vârsta de 62 de ani, după ce ultimul an și l-a petrecut prin spitalele din țară și din străinătate. S-a născut pe 23 septembrie, 1950 în Corabia. A absolvit *Institutul de Artă Teatrală și Cinematografică* din București, la clasa regretatului Amza Pellea, iar la terminarea facultății a fost repartizat la teatrul din Petroșani. A mai jucat la *Teatrul Mic*, *Teatrul de Comedie*, *Teatrul Odeon*. De asemenea, Șerban Ionescu a făcut roluri remarcabile și în cinematografie, rămânând în memoria spectatorilor cu *Ion*. A jucat și în *Atac în bibliotecă*, după romanul scriitorului George Arion, unde a interpretat rolul lui Andrei Mladin. A primit *Premiul de excelență al UCIN* pe 2002 și *Ordinul Național Serviciul Credincios în Grad de Cavaler*, 2002.



Așa-i la ei

David Petraeus este un ofițer american în retragere, general cu patru stele, multi-decorat pentru meritele sale militare excepționale. 37 de ani în armată, din care în ultima perioadă a fost comandantul *International Security Assistance Force (ISAF)* și al *U.S. Forces Afghanistan (USFOR-A)*. Un om de care SUA aveau nevoie și în continuare, drept care ulterior a fost numit director al CIA. Nu pentru mult timp, însă, întrucât a călcat pe bec în viața personală, încurcându-se – deși era însurat – cu Paula Broadwell, absolventă și ea a prestigioasei academii militare *West Point* și a Universității *Harvard*, dar și... campioană de fitness, model pentru un producător de mitraliere și biograf al lui Petraeus! Când adulterul a devenit public, generalul a demisionat. O chestiune de onoare. C-așa-i la ei.



Fost jurnalist

Acum câțiva ani, Bogdan Chirieac a fost silit să părăsească redacția ziarului *Gândul* după ce s-a descoperit că publicase anchete dure la adresa unei firme... cu care se afla în concurență. Atunci, toată lumea a închis ochii și după o vreme Chirieac a reapărut ca „analist” imparțial prin talk-show-uri. După o vreme s-a aflat că participase la o operațiune de interceptare audio a unui prieten (!), în folosul lui Sorin Roșca Stănescu. De data asta, *Asociația Ziariștilor Români* a cerut televiziunilor să nu-i mai invite pe cei doi. Ceea ce nu s-a întâmplat. Acum, au apărut documente din care ar reieși că Bogdan Chirieac era tovarăș cu Cristian Sima într-una dintre cele două firme prin care brokerul a pierdut banii a 60 de clienți. Fostul jurnalist a negat acuzația. A rămas ca-n gară. Și probabil așa va rămâne în veci.



Rețeaua

22 de milioane de euro. Un fleac. La atât s-ar ridica frauda pusă la punct de către o rețea de funcționari bancari – 33 de persoane, printre care un vicepreședinte al unei mari bănci, un fost general al *Direcției de Informații Externe* (iar anterior, nici mai mult nici mai puțin decât șeful *Oficiului ARGUS*, din cadrul Securității, care opera angajările pentru cetățenii români desfășurând activitate în comerțul exterior, pe vremea lui Nicolae Ceaușescu) și șeful unei instituții a statului însărcinate cu garantarea (ce ironie!) creditelor pentru întreprinderile mici și mijlocii. „Înșelăciune și spălare de bani” este acuzația oficială, iar suma menționată are toate șansele să fie provizorie. Este cel mai mare scandal bancar de după epoca fraudării și falimentării de bănci, la sfârșitul anilor '90.



La vârfuri

„Economia noastră își revine! Ne-ați ales să ne concentrăm pe locurile voastre de muncă, nu pe ale noastre.” Un mesaj mai mult decât încurajator! Din păcate, n-a fost rostit în România, ci în Statele Unite, de către realusul (la mustață) Barack Obama.

Aproape simultan s-a petrecut schimbarea la vârf în China, ceea ce aici se întâmplă o dată la zece ani. Xi Jinping i-a succedat lui Hu Jintao la conducerea *Partidului Comunist Chinez*, urmând ca anul viitor să preia de la acesta și funcția de președinte al statului. În prima sa conferință de presă, el le-a mulțumit jurnaliștilor, ceea ce pare să probeze o inteligență poziționare față de presă.

Dacă victoria lui Obama a fost transmisă live și în România, ce se întâmplă la Beijing nu pare să intereseze prea mult presa noastră, deși probabil e mai important:



O lovitură

Primarul Constanței, Radu Mazăre, e pe cale de a da cea mai mare lovitură a vieții lui: 51% din cele 10 milioane de euro pe an, profitul *Administrației Porturilor Maritime Constanța (ARMC)*, ceea ce o așază în coasta *Loteriei Române* în topul celor mai profitabile companii de stat. Până acum, acest profit mergea, cum e și normal, la stat. Pe viitor, conform unei inițiative legislative, ar urma ca două treimi să revină administrației locale, pe motiv că porturile sunt ale orașelor respective. Pasul logic următor ar fi partea leului din profitul tuturor firmelor care exploatează într-un fel sau altul Marea Neagră. Generos, Mazăre vrea doar 51%, 24% fiind dedicate celorlalte consilii locale portuare (Năvodari, Agigea, Mangalia) și... Consiliului Județean Constanța. Statul ar rămâne acționar minoritar cu 5%, iar Fondul Proprietatea ar urma să dețină 20%. Foarte tare.

VAYA CON DIOS

Turneul de adio



PRIMATV



15 MARTIE 2013 / SALA PALATULUI

BILETE: Eventim.ro, magazinele Germanos, Orange, Vodafone, librăriile Humanitas, Cărturești, sau în rate prin CARD  AVANTAJ  la sediul Eventim.

eventim.ro

DIGI
24
HD

MONEY

SAPTE SERI

adevărul
Ziarul complet

pețeavă
play me



DILEMA

OK!

be where!

ROL.ro
ROMANIA ONLINE

Ziare.com

SUNETE

COCOR
MEDIACRASH

thelight
CINEMA

FLACARA DiConcert.ro

INFO
MUSIC

PORT.ro
cinema & teatru

COMUNICATE DE PRESA RO

media
image

The background image is a photograph of a weathered, multi-story building. The walls are covered in peeling paint and exposed brick. A woman with a blue headscarf, wearing a bright yellow long-sleeved shirt and a dark patterned skirt, is sitting on a concrete ledge in the lower foreground. She is looking towards the right. Above her, there is a window with a metal grille and a small, colorful, cylindrical object hanging from the roof. The overall scene suggests a historical or urban setting in Romania.

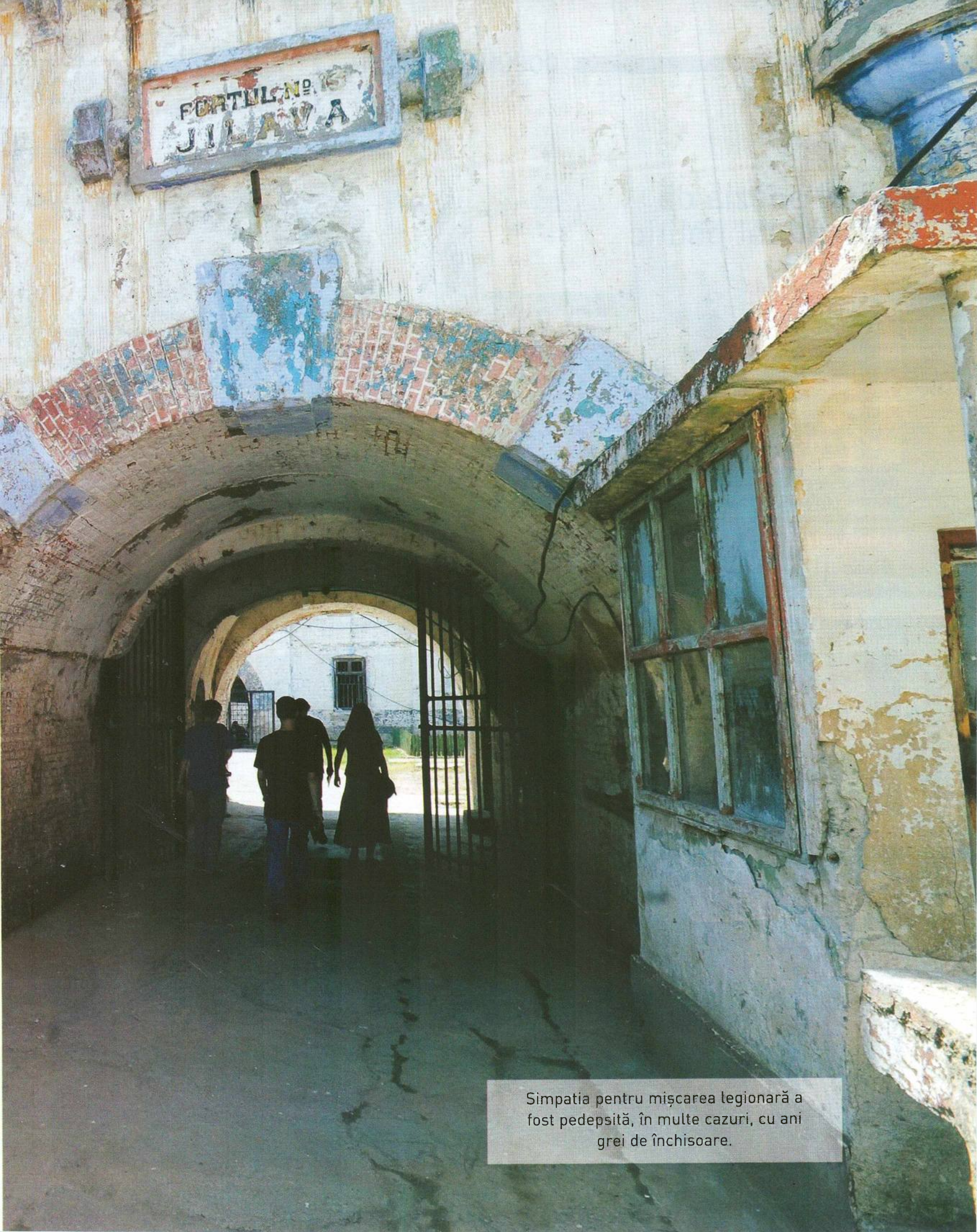
ZOOM

Legionarii printre noi?

DOCUMENTAR

Mircea Eliade, Nichifor Crainic, Petre Țuțea, Radu Gyr, Mircea Vulcănescu, Eugen Ionescu, Nae Ionescu, Vintilă Horia. Ce au în comun aceste nume de prim rang ale culturii românești? Sunt, firește, filosofi, oameni de știință și scriitori excepționali – dar în afară de valoare îi mai leagă faptul că au avut simpatii legionare.

Nu e o contradicție în termeni? A fi om de valoare, în domeniile acestea, nu exclude apetența pentru o ideologie care a dus la crime? Răspunsul nu poate fi laconic – dovadă tocmai exemplele amintite. Iar problema este dintre acelea despre care se vorbește în șoaptă sau deloc – și asta de vreo trei sferturi de secol –, drept care în legătură cu ea există încă numeroase confuzii. Din fericire (nu și pentru el!), recent, un tânăr om politic, în curs de afirmare, a reușit să provoace o discuție națională pe acest subiect. Să profităm.



Simpatia pentru mișcarea legionară a fost pedepsită, în multe cazuri, cu ani grei de închisoare.

Când poezia dă în scandal politic

Mihai Neamțu a recitat public o poezie de Radu Gyr și sala l-a aplaudat frenetic. Vorbim despre o poezie patriotică – în cel mai curat sens al cuvântului – și anticomunistă, scrisă de un poet care a înfundat pușcăria (nu numai sub comuniști, de altfel) pentru apartenența sa la Mișcarea Legionară. Ultima oară a fost condamnat la moarte tocmai pentru această poezie. A scăpat prin comutarea în 25 de ani de muncă silnică, urmată de amnistia din 1964.

Concluzia: Mihai Neamțu confirmă faptul că e legionar. Anterior fusese etichetat pentru că, la vârsta majoratului, colaborase la o revistă cu presupuse tendințe în acest sens. Interasant

de observat e că o mare parte dintre acuzații au venit nu de la adversarii politici ai lui Mihai Neamțu, ci de la o serie de jurnaliști și comentatori pe internet despre care se știe – sau afirmă ei înșiși – că simpatizează cu dreapta, din care face parte Mihai Neamțu. Ei s-au declarat indignați și dezamăgiți că, în acest fel, politicianul subminează șansele drepte, coagulate sub sigla ARD. E de mirare că acești observatori nu au acuzat de legionarism cele câteva sute de oameni prezenți la lansarea candidaților ARD, care au aplaudat!

Ce spune istoria? Legiunea Arhanghelului Mihail, alias Mișcarea Legionară, a fost înființată la 24 iunie 1927 de Corneliu Zelea Codreanu, „Căpitanul”, urmare a rupturii dintre acesta și A.C. Cuza. Legionarii aveau orientare naționalistă-fascistă, iar ideologia lor era

mistic-religioasă, anticomunistă, antisemită și antimasonică. După asasinarea lui Codreanu în aprilie 1938, conducerea a fost preluată de Horia Sima, iar în 4 septembrie 1940 Legiunea s-a aliat cu Ion Antonescu, formând „Statul Național-Legionar”, în al cărui guvern legionarii constituiau principala forță politică. Atunci când au avut semnale că se încearcă înlăturarea lor de la putere, în ianuarie 1941, au declanșat „Rebeliunea legionară”, o lovitură de stat eșuată împotriva lui Antonescu și a armatei române, soldată între altele cu Pogromul de la București: peste o sută de evrei uciși, unii atârnați în cârlige la abator, unde cadavrele le-au fost pângărite și mutilate. Abia acum Mișcarea a fost scoasă de la guvernare și practic dizolvată, iar Horia Sima și alți lideri s-au refugiat în Germania. De atunci și până în 1990 legionarii au rămas un fel de legendă

Mihai
Neamțu
a recitat
public
o poezie de
Radu Gyr:
„Ridică-te
Gheorghe,
ridică-te
Ioanel!”



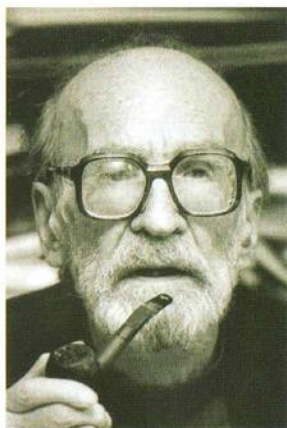
amenințătoare, întreținută de propaganda comunistă, care avea interesul să pună semnul egalității între defuncta Mișcare și orice formă de manifestare anticomunistă, în special rezistența din munți, în anii '50.

Ironia sorții: „Căpitanul” debutase în viața publică publicând, alături de Constantin Pancu, „Crezul socialismului național-creștin”. Tot el, la primul congres al studenților din România Mare, a impus decizia de eliminare a evreilor din organizațiile studențești. În octombrie 1923 a mers mai departe, convocând o grupă de colaboratori care a decis să-i pedepsească pe cei care „au trădat interesele țării în favoarea evreilor”, prin „împușcarea politicianilor trădători și a plutocraților evrei”. Participanții la „Complotul din Dealul Spirii” au fost arestați și încarcerați la închisoarea Văcărești, dar procesul care a avut loc în 1924 i-a achitat. În închisoare, Codreanu, înființase „Legiunea Arhanghelului Mihail” și „Frăția de Cruce”, cea de-a doua organizație fiind dedicată celor până la 18 ani. În 1930 a creat „Garda de Fier”, cu program anticomunist, iar în 1933 partidul „Totul pentru Țară”, fascist, antisemit și antioccidental, drept care premierul liberal I. G. Duca, însărcinat de Carol al II-lea cu organizarea alegerilor, a scos Garda de Fier în afara legii. Reacția legionarilor a fost asasinarea lui Duca, în gara Sinaia. Cei trei asasini aveau să primească numele de „Nicadori”.

Cum azi sunt la mare preț afiliările internaționale, să amintim și că, în 1934, la Congresul Fascist de la Montreux, în Elveția, Ion I. Moța a determinat adunarea să voteze în unanimitate „combaterea acțiunii destructive a evreilor”.

Cu toate acestea, la alegerile din 1937 legionarii au ieșit pe locul al treilea după PNL și PNȚ, cu 15,5% din voturi. În anul următor, totuși, C.Z. Codreanu a fost arestat, închis și apoi ucis de jandarmi, împreună cu mai mulți legionari, într-o înscenare de evadare.

Ca pedeapsă, sub conducerea înlocuitorului său, Horia Sima, a fost asasinat premierul Armand Călinescu. Istoria este însă complicată, astfel încât, pe fondul pactului Ribbentrop-Molotov, în guvernul Ion Gigurtu din 1940 regăsim câțiva miniștri legionari. După Dictatul de la Viena din 4 septembrie, Carol al II-lea l-a adus la putere pe generalul Ion Antonescu, demisionat din armată și aflat în domiciliu forțat la Mănăstirea Bistrița, care a încheiat o alianță cu Horia Sima pentru constituirea unui „Stat Național-Legionar”. Cum partidele istorice au refuzat să participe la guvernare alături de legionari, Antonescu s-a trezit cu totul în mâinile acestora, acceptând inclusiv aderarea oficială la Mișcare, apariții publice în uniformă legionară, jurământul, salutul etc. A urmat anularea Constituției, dizolvarea Parlamentului și abdicarea forțată a regelui în favoarea fiului său, voievodul Mihai,



aflat la vârsta majoratului.

Ajunsă stat în stat, Legiunea a trecut la legi antisemite, jaf, arestări, schingiuri și asasinate. Vizați au fost nu doar evreii, ci și românii suspectați de homosexualitate sau pur și simplu victime ale unor răfuieli personale.

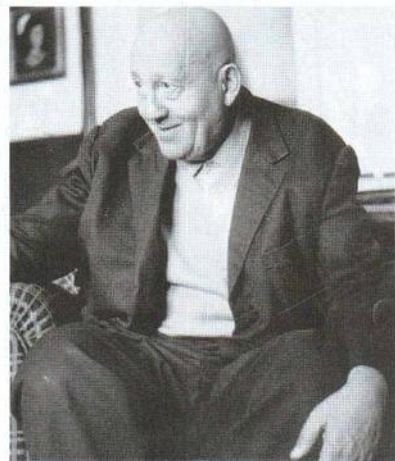
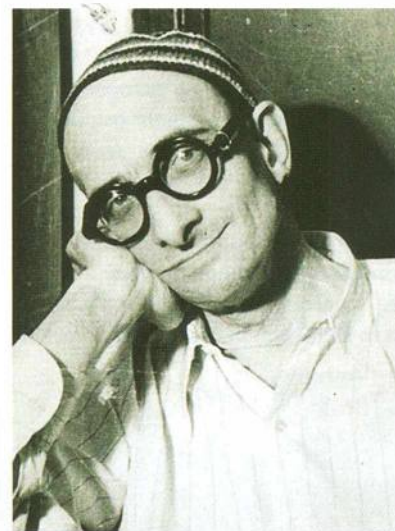
64 foști demnitar români au fost asasinați de Poliția Legionară în penitenciarul de la Jilava, iar Nicolae Iorga și Virgil Madgearu au fost torturați și uciși la rândul lor. Interesant este că în subsolul închisorii se aflau numeroși deținuți comuniști, de care însă legionarii nu s-au atins. După ce inițial Antonescu închisese ochii pentru că printre cei asasinați se aflau și dușmani de-ai lui, în trei zile a oprit războiul civil. Mișcarea s-a rupt în două și, lipsită de putere, s-a stins de la sine, supraviețuind doar prin câțiva veterani refugiați peste graniță.

Să tragem linie. Nimeni nu contestă crimele legionare, nici nu încearcă să le justifice. În privința motivației apariției Mișcării, însă – și implicit în ceea ce privește simpatiile legionare ale unor oameni de cultură din epocă –, părerile sunt împărțite. Unii comentatori subliniază contextul internațional, dar și cel național, considerând că Mișcarea Legionară a apărut ca o reacție la răspândirea accelerată a comunismului. Ciuma verde versus ciuma roșie. Halal alternativă a istoriei!

Alții susțin, în schimb, că anticomunismul legionar era un pretext de fațadă, adevărata țintă fiind de la bun început evreii, pe care – în radicalismul lor religios – îi considerau vinovați în veci de crucificarea lui Iisus Hristos (vezi prefața lui Nae Ionescu la romanul *După două mii de ani* al lui Mihail Sebastian, o argumentație cu atât mai înfricoșătoare cu cât era făcută în limbaj academic și pe un ton aproape politicos!).

Orice judecată, însă, mai ales atunci când poate atrage punerea la zid (simbolică) a unui om trebuie făcută cu prudență și nuanțat. În primul rând, trebuie stabilit, de la caz la caz, dacă simpatizantul și-a construit simpatia ÎNAINTE sau DUPĂ ce obiectul acesteia a comis vreo faptă reprobabilă. În al doilea rând, trebuie văzut CE anume simpatiza, dintr-un set de idei, și în

Printre simpatizanții mișcării legionare se află nume mari ale culturii românești, între care Mircea Eliade, Nae Ionescu, Nichifor Crainic, Radu Gyr, Petre Țuțea.



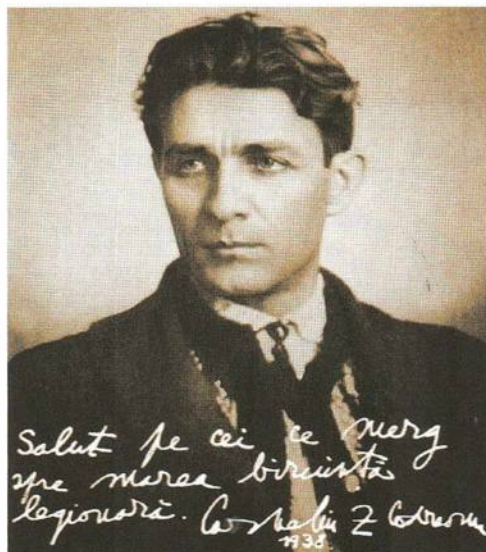
ce fel s-a implicat (sau nu) în materializarea acestora.

Și asta dintr-un motiv elementar, care îndeamnă la moderație în judecată: crime s-au comis în numele aproape oricărei ideologii și oricărei religii.

A-i lega pe Radu Gyr, Nichifor Crainic, Mircea Vulcănescu, Petre Țuțea, Eugen Ionesco, Mircea Eliade, Vasile Militaru sau Vintilă Horia de crimele legionare e exact același lucru cu a-i lega de crimele comuniste pe toți cei 4,6 milioane de membri PCR, plus familiile lor! Ba mai mult, căci majoritatea acestora au intrat în partid DUPĂ ce comuniștii comiseră o adevărată hecatombă. Ar însemna să legăm toți creștinii, deci o treime din locuitorii planetei, de crimele Inchiziției și baia de sânge a Cruciadelor; sau să punem semnul egalității între Islam și terorismul de tip Al-Qaeda; sau, de ce nu?, între evrei și atentatele sinucigașe ale UNORA dintre ei împotriva ocupantului britanic, în zorii existenței statului Israel.

Înapoi la zi. Pentru a evalua corect eventualul pericol legionar în zilele noastre și posibilele simpatii contemporane, trebuie mai întâi subliniată credința legionarilor că lumea creștină este victima unei „agresiuni rabinice”, în forme precum: francmasoneria, freudianismul, ateismul, marxismul, bolșevismul și... războiul civil din Spania. În plus, specificul Mișcării Legionare față de suratele sale europene constă în fundamentalismul ei creștin-ortodox. În fine, o altă dimensiune-cheie a fost cultul morții, așa cum îl exhibă și actualele organizații teroriste actuale.

Să le luăm pe rând. În afară de fidelii Teoriei conspirației, nimeni nu mai vorbește azi despre francmasonerie. Deși psihanaliza încă e rară în România, în orice caz nu e privită



drept ceva malefic. Ateismul, e drept, este din ce în ce mai la modă – vezi mânia... sfântă împotriva predării religiei în școli –, dar n-am băgat de seamă să fie contraccarat de ceva, nici măcar pașnic, cu atât mai puțin violent. Marxismul și bolșevismul nu se simt prea bine, războiul civil din Spania s-a terminat de mult și nu prea e cazul de fundamentalisti creștini-ortodocși. Cât despre cultul morții – românii sunt mai doritori de viață ca oricând. Pe scurt, legionarismul n-are șanse.

Prima lui „apariție” postbelică s-a petrecut în iunie 1990. Nu în realitate, e drept, ci în discursul lui Ion Iliescu: legionari în uniformă și cu steagul verde (vă dați seama cum le păstraseră, vreme de o jumătate de secol!) au fost

Marea manifestație a Mișcării Legionare din 18 decembrie 1940



văzuți pe stradă. Da' au dispărut repede, slavă Domnului, dovadă că n-a mai venit vorba despre ei, până când Mihai Neamțu și-a descoperit talentul de recitator. Având în vedere trecutele acuzații, s-ar putea – e numai o supoziție – s-o fi făcut intenționat, ca un gest de frondă: M-ați făcut legionar? Uite o poezie de Radu Gyr!

Dar o gafă nu scuză o cascadă de aberații! Mai ales că jurnaliștii, dar și simplii cetățeni, se consideră superiori politicienilor. Altfel spus, atunci când critici trebuie să fii mult mai riguros decât a fost cel criticat.

Dar, la urma urmei, incidentul de la Operă (!) a fost util, pentru că a adus în discuție câteva confuzii:

- confuzia dintre a fi avut simpatii pentru ideologia legionară și a fi fost legionar; majoritatea celor pomeniți mai sus nu au fost membri ai Mișcării, fiind atrași doar de componenta națională și cea religioasă a ideologiei, într-un context care nu poate fi neglijat: Marele Frate de la Răsărit începuse să șteargă de pe fața Pământului și religia, și naționalismul;

- confuzia dintre membrii Mișcării Legionare și autorii crimelor. E ca și când ai identifica un membru PCR cu torționarii pușcăriilor comuniste;

- s-a subliniat că Radu Gyr nu era un membru de rând, a fost comandant județean. Deci toți foștii primi-secrețari PCR de județ sunt responsabili pentru crimele comunismului?;

- dubla măsură cu care judecăm și acționăm: chiar dacă am reține din legionarismul românesc numai crimele, vorbim despre câteva sute de victime, în numele cărora – iată – nu se poate recita o poezie fără a ieși scandal național. Comunismul a făcut câteva milioane de victime, dar reprezentanții lui la vârf sunt bine, mersi (pensionari, oameni de afaceri, demnitari), iar poezii care l-au proslăvit – inclusiv după 1989 – li se ridică busturi prin parcuri.

Să tragem linie din nou.

1. Mihai Neamțu trebuia să evite momentul, dar n-a comis nimic ilegal sau măcar imoral. Nu este simpatizant legionar, nici antisemit.

2. Poezia *Ridică-te, Gheorghe, ridică-te, Ioane* este frumoasă, emoționantă, și nu este expresia vreunei ideologii.

3. Radu Gyr a fost legionar, dar n-a comis nici o crimă. Până la proba contrarie, nu există vreo mărturie că ar fi tras măcar o palmă cuiva. Din contră, există dovada că a încercat să împiedice asasinarea lui Nicolae Iorga (care, de altfel, îl invitase la Văleni să țină o cuvântare!).

4. Dacă a fi fost legionar este, în sine, o infracțiune, Gyr a ispășit-o cu vârf și îndesat, ceea ce nu se poate spune despre foștii demnitari și poeți comuniști, care vorbesc – respectiv sunt citați – fără nici o reacție publică indignată.

MAGAZINUL VERDE

SĂNĂTATE DIN NATURĂ



Magazinul Verde, această nouă revistă, își propune să vă reamintească sfaturile mamei natură, într-un „rețetar” lunar de formule de viață și remedii. Vom vorbi despre terapii mai vechi sau mai recente, mai de la noi sau mai de la alții, despre leacurile cunoscute sau doar uitate, daruri ale naturii-care nu ne cer decât efortul de a gândi altfel. De a ne schimba obiceiuri devenite pe alocuri aproape năravuri și de a ne reechilibra stilul de viață, de a reînvăța să ne hrănim trupul și mintea, să prevenim sau să tratăm bolile, să ne îngrijim de frumusețea corpului și sufletului nostru, cât mai sănătos. Cât mai... verde.



La toate
chioscurile
de presă

RTV omânia

Noi dăm știrea exactă!

Dacă vesticii au retras unele medicamente din piață, când specialiștii lor au constatat că au efecte nocive pentru sănătatea pacientului, de ce nu le-am retras și noi? Pentru a lămuri lucrurile, ne-am interesat la Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale – ANMDM – de ce și, mai ales, când se retrage un medicament din piață.

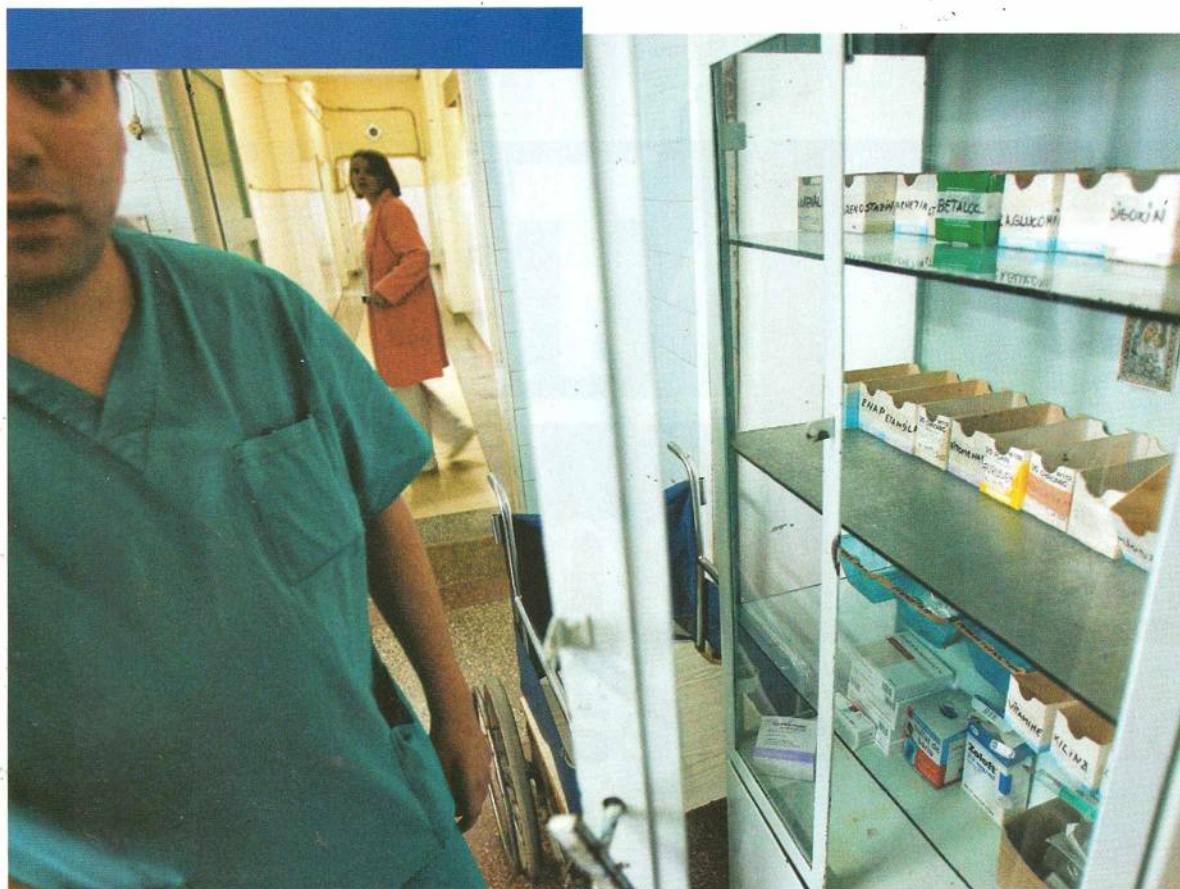
text Alice-Claudia Gherman
foto Intact Images și arhiva

Medicamentele: pro și contra

De curând, în Franța a apărut un scandal legat de prezența unor numeroase medicamente nocive pe piața farmaceutică din Hexagon. În consecință, francezii au retras din piață o serie de medicamente. Între ele: *Actos*,

un antidiabetic, prezent și pe piața noastră farmaceutică. Specialiștii francezi susțin că antidiabeticul este responsabil de apariția unor forme de cancer. Această știre a inflamat imediat presa românească. De ce, la noi, nu a fost retras *Actos*? Mi-au revenit rapid în minte numeroasele articole ale jurnaliștilor privind efectele nocive și ale altor medicamente precum *Ketotifen*, *Mabcampath*, *Methotrexat*, *Izoniazidă* aflate pe lista de medicamente apro-

bate de ANMDM. Nu mai spun de banalul și românescul *Algocalmin*, incriminat și înfierat de numeroși ziariști sau bloggeri, chiar și după ce a fost trecut pe lista medicamentelor care se dau numai pe bază de rețetă. Aprofundând problema, am descoperit un teren minat cu numeroase păreri pro și contra. În funcție de medicament și de cât de nocive sunt efectele acestuia constatate în unele țări ale UE. În funcție de interesul celor care trimit



De la intrarea României în UE, volumul cererilor de autorizare de punere pe piață, prin procedurile europene primite de ANM/ANMDM a crescut exponențial. Dacă în 2007 s-au înregistrat 70 de cereri, în cursul anului 2010 s-au eliberat 600 APP-uri prin proceduri europene.

mail-uri de avertizare privind x, y, z medicament în vederea scoaterii lui din piață sau a menținerii acestuia la vânzare. Și, discutând cu farmaciști, am mai înțeles un lucru: unele medicamente, chiar dacă au efecte adverse, se mențin în piață pur și simplu fiindcă la ora actuală nu există altceva mai eficient pentru tratarea anumitei afecțiuni, iar beneficiile sunt mai importante decât reacțiile adverse. Este cazul *Izoniazidei*, care tratează, pare-se cu succes, tuberculoza, iar medicamentul se află în farmaciile românești în ciuda faptului că, după unii, ar cauza probleme grave ficatului.

Dar să revenim. Am întrebat la ANMDM pentru a ști cu exactitate când se scoate un medicament din circuitul farmaceutic. Am aflat, prin vocea dnei farmacist specialist Anca Crupariu, ofițerul de presă al ANMDM, că există patru cazuri în care un medicament se retrage de pe piață: atunci când Comisia Europeană emite o decizie de suspendare temporară sau de retragere definitivă a Autorizației de Punere pe Piață (APP) a unui medicament pe întreg teritoriul Uniunii Europene ca urmare a recomandărilor în acest sens formulate de experții Comitetului pentru Medicamente de Uz Uman (*Committee for Medicinal Products for Human Use – CHMP*) al Agenției Europene a Medicamentului (*European Medicines Agency – EMA*); în urma unor Alerte Rapide referitoare la calitate și venite la ANMDM prin Sistemul de Alertă Rapidă – SAR al țărilor care fac parte din *European Economic Area* și alte două organisme de inspecție farmaceutică; în urma inspecțiilor de supraveghere a calității medicamentelor efectuate pe teritoriul României de către inspecții ANMDM, atunci când se constată neconformități față de parametrii de calitate cuprinși în specificația medicamentului de uz uman și, în al patrulea caz, în condiții de retragere voluntară realizată de către firma deținătoare de APP, prin autosesizare sau ca urmare a anumitor sesizări din partea pacienților. Cu alte cuvinte, dacă un medicament este scos de pe piață doar de către una sau două țări membre ale UE, cum e cazul *Actos*, retras din Franța, iar această decizie este una locală și nu este o decizie emisă de CE la sugestia EMA, atunci România prin ANMDM nu are obligația să retragă acel medicament din farmaciile autohtone. Dna farmacist Anca Crupariu ne-a precizat, de asemenea, că: „Orice medicament autorizat de punere pe piață poate produce reacții adverse, fapt cunoscut și acceptat pe plan internațional. Apariția și manifestarea reacțiilor adverse într-un grad mai mic sau mai mare de gravitate este și o problemă de reactivitate individuală, ca de altfel și apariția altor reacții adverse decât acelea semnalate în prospect. Reacțiile adverse la medicamente sunt monitorizate și după autorizarea de punere pe piață. În acest context, în prospectul medicamentului se menționează: *Este necesar*

să informați medicul despre orice altă reacție adversă nemenționată în acest prospect.” Întrebările care se nasc aici sunt: câți pacienți români se mai duc și spun medicului despre reacțiile adverse? Am cunoscut cazuri de pacienți care, dacă s-au simțit rău, pur și simplu nu au mai luat medicamentul și au schimbat medicul. Câți dintre medici, preluând informațiile de la pacient, le transmit mai departe Centrului Național de Farmacovigilență – cel care colectează datele privind reacțiile adverse și evaluează din punct de vedere științific aceste informații corelându-le cu consumul de medicamente din teritoriu și datele privind întrebuințarea greșită și abuzul de medicamente la nivel național?

Pe site-ul ANMDM există chiar două rubrici unde pot fi trimise sesizări cu privire la reacțiile adverse sau la probleme legate de calitatea medicamentelor, sunt ele suficiente? Greu de răspuns. Cert este că pentru *Ketotifen*, *Mabcampath*, *Methotrexat*, *Izoniazidă* sau chiar și *Actos* nu au existat raportări de reacții adverse în România care să determine o relație clară de cauzalitate între efectul advers și vreunul dintre medicamentele administrate și enumerate mai sus care să determine ANMDM să le elimine din lista medicamentelor aprobate în piața de la noi.

Dacă în cazul medicamentelor sus-menționate, România nu s-a luat după ceea ce fac alții – și poate că este un lucru bun – în ceea ce privește analgezicele lucrurile au stat altfel, ne-am aliniat la UE. Este cazul seriei de medicamente a cărei cap de afiș este *algocalminul*, urmat de *quarelin*, *fabocalm*, *metamizol solacium*, *algiotop*, *algbloack*, *algozone*, *alindor*, *algoremin*, *metamizol farmacon*, *novocalmin*, *sintocalmin* și *centralgin*. Toate conțin *metamizol* – *algocalminul* conține 500 mg de metamizol per comprimat –, substanța incriminată în apariția *agranulocitozei* – fenomen alergic de tip anafilactic caracterizat prin scăderea numărului celulelor din sânge numite granulocite și apoi duce la distrugerea măduvei osoase. Riscul apariției *agranulocitozei* a determinat multe state membre UE să restricționeze utilizarea medicamentelor pe bază de metamizol, iar România a aderat și ea impunând eliberarea numai pe bază de prescripție medicală. Imediat, o parte a ziariștilor de la noi au salutat decizia de trecere a *algocalminului* și a tuturor comprimatelor pe bază de *metamizol* de la OTC-uri la medicamente eliberate numai cu rețetă. S-au consumat tone de cerneală și de spațiu virtual în care, sprijiniți de opiniile unor medici, ziariști sau simpli bloggeri au trecut *algocalminul* la categoria „otrăvuri”. Toți au uitat un lucru: restricționarea din România nu a avut loc pe baza înregistrării unor cazuri de *agranulocitoză* în țara noastră. Unele voci care susțin *algocalminul* – medicamentul emblemă al industriei farmaceutice românești până la scoaterea lui din categoria

Medicamentele intră în piața românească pe baza a trei proceduri:

Procedura centralizată, adică autorizare de către Agenția Europeană a Medicamentului – EMA, recunoscută de oricare dintre statele membre, Procedura națională și Proceduri europene. Dosarul de autorizare cuprinde date referitoare la: calitatea medicamentului, demonstrată prin documentația chimico-farmaceutică și biologică trimisă, eficacitatea și siguranța în administrare, demonstrate prin studiile clinice pe subiecți umani, prin monitorizarea adecvată a reacțiilor adverse în timpul studiilor. Apoi documentația este evaluată în conformitate cu ghidurile europene în domeniu, permanent actualizate. Sunt două proceduri europene de autorizare: Procedura de Recunoaștere Mutuală (MRP) și Procedura Descentralizată (DCP). MRP este urmată dacă un medicament a fost deja autorizat într-un stat membru, deținătorul de APP poate solicita recunoașterea acestei autorizații și în alte state ale UE declanșând MRP. Procedura descentralizată (DCP) este valabilă în cazul unui medicament care nu a mai fost autorizat până la acel moment în UE, iar aplicantul dorește obținerea unei autorizații de punere pe piață în mai multe state membre în același timp. Toată activitatea de autorizare prin proceduri europene la acest moment reprezintă aproximativ 2/3 din activitatea de evaluare-autorizare desfășurată în cadrul ANMDM.





„Nici un medicament nu este lipsit de reacții adverse, important este ca raportul beneficiu pentru pacient – risc de reacții adverse grave să rămână pozitiv.” – Anca Crupariu, farmacist specialist, ofițer de presă al ANMDM.

OTC – cred chiar că întreaga campanie împotriva *algocalminului* s-ar datora, de fapt, încercării de a detrona un medicament autohton ieftin și a înlocui medicamente analgezice străine, mult mai scumpe.

Indiferent de ceea ce spun adversarii sau susținătorii *algocalminului*, un lucru este clar: povestea restricționării medicamentelor pe bază de *metamizol* este cel puțin ciudată. De ce? Fiindcă riscul apariției agranulocitozei nu este același în toate țările, fiind determinat și de caracteristicile populației din anumite zone geografice. Așadar, ceea ce e bun pentru unii s-ar putea să fie rău pentru alții. De aceea, dacă într-o țară sau în mai multe se scoate un medicament din circuitul farma, nu neapărat medicamentul trebuie scos din piață de tot. Și nu este numai cazul *metamizolului*, ci și a altor substanțe active, inclusiv al unor vaccinuri. În plus, cred că industria farmaceutică românească are și ea medicamentele sale care-i fac într-adevăr cinste. O să spuneți că sunt mult prea pro-medicamente românești. Nu e adevărat! Subsemnata a primit chiar numeroase mail-uri care avertizau asupra „medicamentelor careucid”, pe lista neagră aflându-se atât medicamente românești – spre exemplu, *Algocalmin* cât și străine – de pildă, *Aulin*.

Anca Crupariu, ofițerul de presă al ANMDM, ne-a explicat că: „*Metamizolul* este un analgezic antipiretic, fiind un derivat de pirazolonă. La mijlocul secolului XX s-a constatat că derivații pirazolonici se asociază cu cazuri de agranulocitoză, cele mai multe fiind asociate aminopirinei. *Metamizolul*, cu o structură chimică asemănătoare aminopirinei, a fost asociat, de asemenea, cu raportări, rare, de agranulocitoză, dar potențial fatale. Primele raportări au apărut în literatura de specialitate în 1946, 1952, 1963. Drept urmare, în SUA, Australia s-a restricționat utilizarea *metamizolului*, iar țările din nordul Europei, Danemarca, Suedia și Norvegia au interzis chiar acest medicament. În perioada 1980-1986 s-a efectuat un studiu internațional pentru agranulocitoză și anemie aplastică (*Studiul Boston*), pe 107 milioane persoane din Germania, Italia, Spania, Suedia, Ungaria, Israel. S-au semnalat 257 cazuri, ceea ce însemna per global 2,4 cazuri la un milion de subiecți înrolați în studiu. În Germania s-au raportat 1,1 cazuri la 1.000.000, în timp ce în Ungaria, Bulgaria și Italia nu s-a raportat nici un caz. Nu se cunoaște explicația pentru diferențele de ordin geografic privind riscul *metamizolului*.

La noi, indicațiile terapeutice aprobate pentru *Rezumatul Caracteristicilor Produsului* sunt: durere acută severă, când alte medicamente nu sunt indicate, combaterea febrei, când este refractară la alt tratament. Aceste indicații terapeutice sunt în conformitate cu

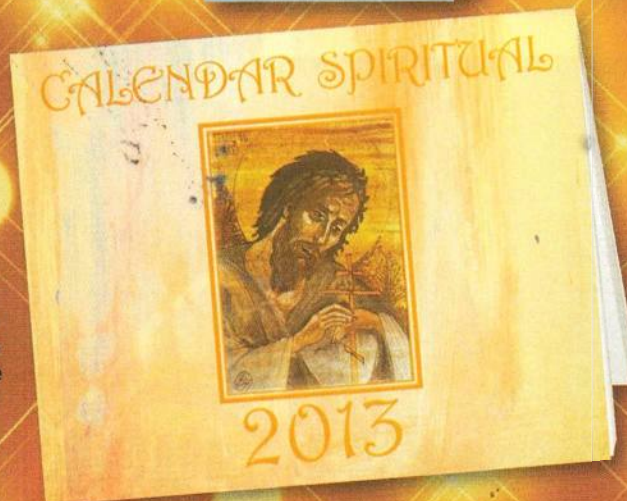
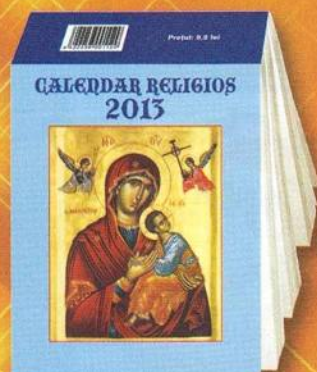
cele aprobate în alte state UE. În România nu s-au semnalat niciodată la Centrul Național de Farmacovigilență al ANM/ANMDM cazuri de agranulocitoză. Pentru alinierea la măsurile de precauție luate și de celelalte state europene, prin Hotărârea Consiliului Științific al ANM nr. 7 din martie 2010 s-a decis schimbarea modului de eliberare de la OTC la P-RF (prescripția rămâne în farmacie). Atragem însă atenția, încă o dată, că în România nu s-au semnalat cazuri de evenimente adverse grave, de tipul agranulocitozei, la *metamizol*, decizia luată de Consiliul Științific al agenției fiind numai de prevenție și respectiv de micșorare a unui consum exagerat al acestui medicament (în 2009 se afla pe primul loc în vânzări, în 2010 a scăzut la locul doi).” Acesta e un caz clar în care, dacă alții au hotărât că un medicament e periculos, nu înseamnă că trebuie să îi urmărim orbește. Ceea ce nu înseamnă nici să nu ținem cont deloc de experiența negativă a altor state privind efectele adverse ale unor medicamente. Să nu uităm că, în ultimii ani, pe baza deciziei *Committee for Medicinal Products for Human Use – CHMP* al EMA, ANMDM a retras din farmacii medicamentele care conțineau următoarele substanțe active: *Sibutramină* – în ianuarie 2010 – conținută de *Reductil*, *Minimacin* etc., utilizată pentru pierderea greutatei, dar asociată cu un risc cardio-vascular crescut, risc considerat mai mare decât beneficiul scontat; *Rosiglitazonă* – în septembrie 2010 – conținută de antidiabetice *Avandia*, *Avandamet*, *Avaglim*, dar asociată cu un risc crescut de infarct miocardic, de accident vascular cerebral, considerat a depăși beneficiul ca medicament antidiabetic și *Meprobamat* – ianuarie 2012 – substanță activă utilizată de aproximativ 50 de ani ca medicament cu efect sedativ, asociată, în cazul tratamentelor de lungă durată, cu riscul de dependență, de supradozare, risc de comă și deces.

De curând, zece noi cazuri de bebeluși au fost internați la Spitalul de Pneumologie Marius Nasta din Capitală din cauza reacțiilor adverse apărute după ce au făcut vaccinul anti-TBC, un vaccin importat din Danemarca. Medicii spun că problemele apar chiar și după câteva luni de la vaccinare. Copiii internați au între trei și șase luni, unii dintre ei aveau reacții adverse serioase. La Marius Nasta, din martie până acum, alți 50 de bebeluși au fost tratați din cauza unor reacții adverse induse de vaccin. La nivel național au fost raportate 115 cazuri de bebeluși la care au apărut reacții adverse. Autoritățile au retras între timp vaccinul de pe piață pentru a-l supune unei cercetări internaționale, iar părinții copiilor afectați se gândesc să dea statul în judecată.

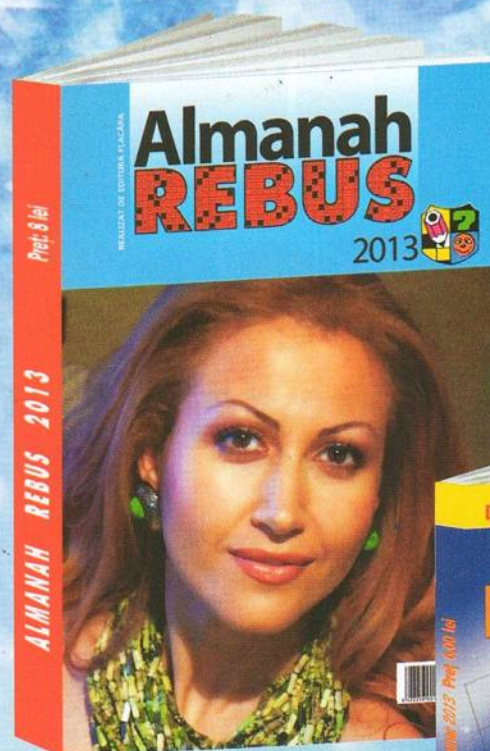
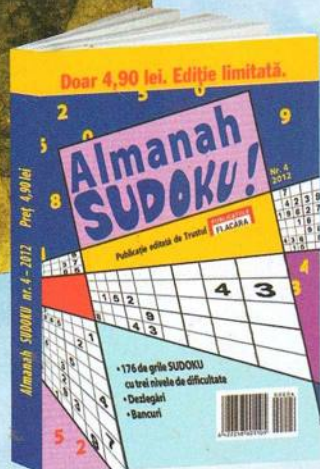
NU RATA CALENDARELE 2013, DE LA FLACĂRA!

Un sfat util, călătorii spirituale, jocuri ale minții, bucate alese, gânduri bune și câte o filă pentru fiecare zi a anului

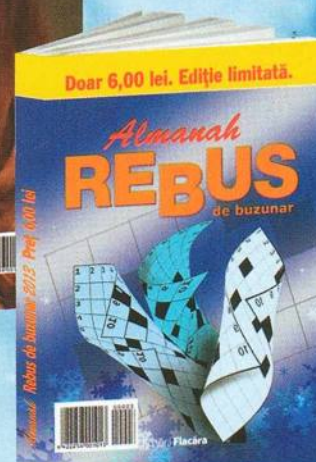
La toate
chioșcurile
de presă



calitate garantată
**PUBLICAȚIILE
FLACĂRA**



La toate
chioșcurile
de presă



calitate garantată
**PUBLICAȚIILE
FLACĂRA**

PENTRU BUCURIA SĂRBĂTORILOR DUMNEAVOASTRĂ

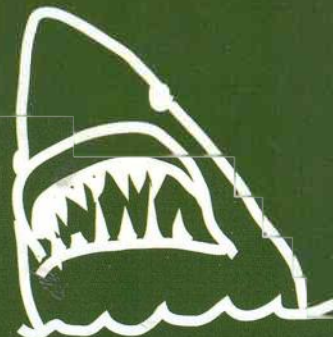


JAMESON

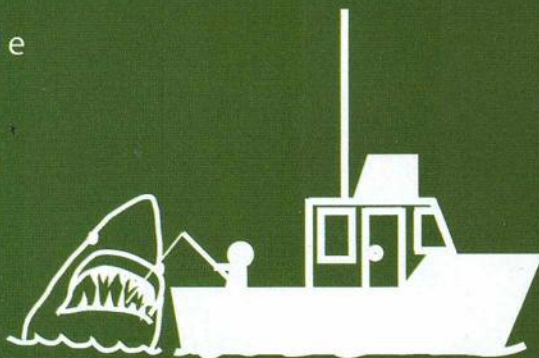
EMPIRE
AWARDS 2013



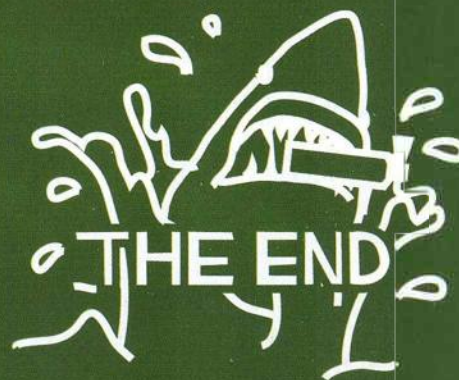
seconde



seconde



seconde



seconde

REC

POTI FACE UN FILM DINTR-UN ALT FILM ÎN 60 DE SECUNDE?

Refă un film în 60 de secunde
și poți fi încoronat marele câștigător
de la Done in 60 Seconds 2013
la Gala Jameson Empire din Londra,
alături de staruri ale filmului.

Pentru înscrieri, intră pe www.JamesonEmpireDISS.com
până pe 20 ianuarie 2013.



JAMESON
IRISH WHISKEY

 / Jameson.Romania

BUCURĂ-TE DE JAMESON ÎN MOD RESPONSABIL®. www.consuma-responsabil.ro

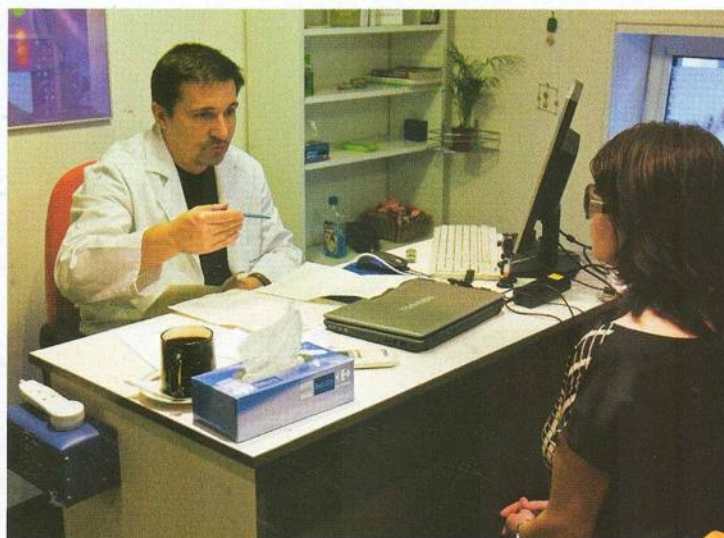
Medici specializați în terapii alternative și remedii naturale, personalizate, non-invazive. Pe scurt, rețeta de succes a Centrului de sănătate și viață O&D.

text Liliana Petruș
foto Octavian Tibăr

Sănătate pe căi naturale



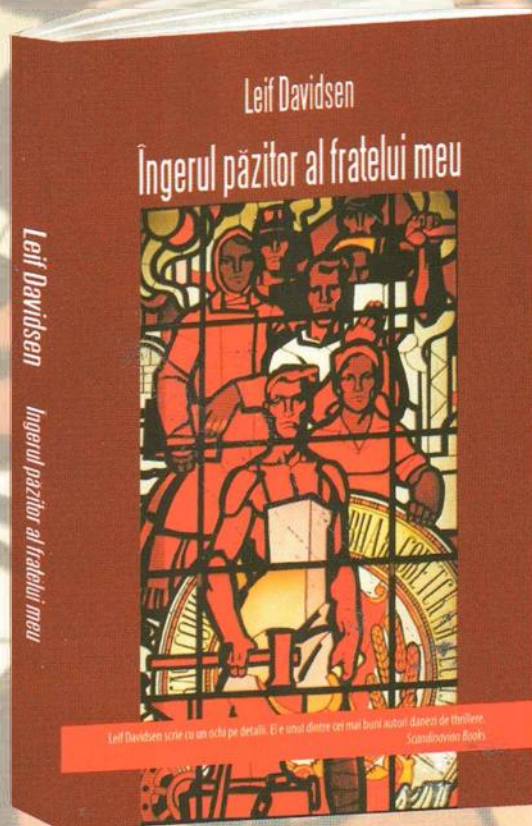
Dacă doriți o programare la Centrul de sănătate și viață O&D, sunați la 0766-298458. Pentru medicul Rareș Simu, însă, trebuie să așteptați vreo două-trei luni.



După oareșce probleme de sănătate, rezolvate destul de traumatizant, ca la noi, Augustina David și Oltea Lesiacu, ambele din zona economică, și-au propus să vindece oameni. Altfel decât în sistemul medical de stat. Adică frumos, cu zâmbetul pe buze, în tihnă, cu tratament natural... Culmea este că au și reușit! Centrul de sănătate și viață O&D a intrat, deja, în topul preferințelor pacienților. Pentru medicul Rareș Simu, de pildă, programările se fac cu câteva luni înainte.

Și care ar fi secretul? Păi, în primul rând, calitatea oamenilor din clinică. Managerii și medicii aleși, pe sprânceană, respectiv pe competențe de medicină naturistă, sunt pasionați, pur și simplu, de sănătatea fizică și psihică a pacienților. E problema lor personală, ca să nu mai zic și de cea profesională. Urmează, desigur, calitatea investigațiilor. Pacienții sunt evaluați pe îndelete, cu tehnici și aparate speciale. Prin biorezonanță, de pildă, se măsoară, în câmpul energetic, toate afecțiunile fizice și psihice ale omului. Iridoscopul „citește”, în iris, unde fiecare organ are un corespondent, toate problemele noastre de sănătate, chiar și în fază incipientă. Odată stabilit diagnosticul, urmează, evident, tratamentul. Doar natural, prin remedii personalizate, multe dintre ele preparate chiar de medicii centrului. Gama de terapii este foarte diversă: homeopatie, apifitoterapie, ayurveda, acupunctură.

Pacienții au numai cuvinte de mulțumire și laudă la adresa Centrului de sănătate și viață O&D: „Remediile homeopate pe care le-am primit sunt ieftine, bune la gust și ușor de administrat. Nu am avut nici un fel de disconfort și vă spun asta pentru că este foarte important faptul că le-am luat cu plăcere și bucurie. De obicei, medicamentele ne induc o stare de disconfort. Cu acestea este altceva. Acum sunt sănătoasă, fericită și simt nevoia să îmi strig bucuria”, susține Lucica Pătrașcu, din Ploiești.



paperback
368 pagini

„Cartea nu e doar investigarea unor crime, ci și o radiografie a unor timpuri deloc binevoitoare cu oamenii. Scrierea sa este și pasionantă și instructivă.”

George Arion

~~25,00~~

25,00 lei

COMANDĂ ACUM

talon de comandă

Doresc să comand cartea „Îngerul păzitor al fratelui meu” la prețul de 25,00 lei

FL.12/2012

nume	prenume				
strada	nr.	bl.	sc.	ap.	sector / județ
cod poștal	localitate			număr de telefon	

Trimiteți talonul la: S.C. Publicațiile Flacăra S.A., Piața Presei Libere nr. 1, cod poștal 013701, sector 1, București, O.P. 33, C.P. 12. Pentru orice detalii legate de comanda dumneavoastră vă rugăm să ne contactați la 004/021/317.91.37, persoană de contact: Camelia Neagu, e-mail: abonamente@publicatiileflacara.ro. Taxele poștale sunt achitate de cititor la ridicarea coletului. Datele dv. personale vor fi folosite de Publicațiile Flacăra SA numai în scopul declarat al acestui talon de comandă. Publicațiile Flacăra SA se obligă să nu facă publice și să nu vândă baza de date referitoare la datele dv.

Orice carte, acum mai simplu, mai rapid și mai ieftin, pe www.librariaflacara.ro

un imprint al grupurilor **FLACĂRA** și **t...**
TRITONIC

crime scene

- CS 1** - Zâmbet ucigaș - Lisa Sottoline - 5 lei
- CS 2** - Dansul morții - Linda Fairstein - 5 lei
- CS 3** - Filiera grecească - B. Hrib - 5 lei
- CS 4** - Crima zen - Oliver Bollini - 5 lei
- CS 5** - În gura presei - Robert B. Parker - 5 lei
- CS 6** - Sunetele morții - Alex Mihalea - 5 lei
- CS 7** - Atac în bibliotecă - George Arion - 5 lei
- CS 8** - Masca Morții Roșii - Edgar A. Poe - 9 lei
- CS 9** - Câinele din Baskerville - Sir Arthur Conan Doyle - 5 lei
- CS 10** - Spada - Bogdan Teodorescu - 5 lei
- CS 11** - Atingerea Sultanului - Hakan Yel - 5 lei
- CS 12** - 3 cu ghinion - Emil Simionescu - 5 lei
- CS 13** - Dreptate fără lege - Edgar Wallace - 5 lei
- CS 14** - Crima Lordului Savile... - Oscar Wilde - 5 lei
- CS 15** - Indicii anatomice - Oana Stoica Mujea - 15 lei
- CS 16** - Ziua Lupului - Carlo Lucarelli - 5 lei
- CS 17** - Casa secretă - Edgar Wallace - 5 lei
- CS 18** - Plăceri nevinovate - VT Morogan - 15 lei
- CS 19** - Fabrica de păcate - Richard Aleas - 15 lei
- CS 20** - Consiliul justiției - Edgar Wallace - 5 lei
- CS 21** - Cameleonul - George Arion - 5 lei
- CS 22** - Padul roșu - Olivier Descosse - 20 lei
- CS 23** - Final Exit - Richard Aleas - 5 lei
- CS 24** - Parfumul văduvei negre - Oana Stoica Mujea - 5 lei
- CS 25** - Strada șobolanilor - François Forestier - 5 lei
- CS 26** - Hoții de timp - Ivona Boliari - 5 lei
- CS 27** - Almost Blue - Carlo Lucarelli - 5 lei
- CS 28** - Justițiarul din Cordoba - Edgar Wallace - 5 lei
- CS 29** - Asasin la feminin - Monica Ramirez - 25 lei
- CS 30** - Greuceanu, roman (cu un) polițist - Stelian Turlea - 5 lei
- CS 31** - Crima de la jubileu - Lucia Verona - 5 lei
- CS 32** - Legea celor patru justițieri - Edgar Wallace - 5 lei
- CS 33** - Necuratul din Colga - George Arion - 15 lei
- CS 34** - Pasiuni primejdioase - VT Morogan - 20 lei
- CS 35** - Criminali în paralel - Denis Georgescu - 20 lei
- CS 36** - Ultimul Papă - Luis Miguel Rocha (vol.1) - 5 lei
- CS 37** - Ultimul Papă - Luis Miguel Rocha (vol.2) - 5 lei
- CS 38** - Identități secrete (I) - Monica Ramirez - 5 lei
- CS 39** - Igluuri în deșert - Dan Scroggins - 5 lei
- CS 40** - A 4-a tintă - Emil Simionescu - 5 lei
- CS 41** - Identități secrete II - Monica Ramirez - 15 lei
- CS 42** - Cei trei justițieri (I) - Edgar Wallace - 5 lei
- CS 43** - Ieși din rând! - Stelian Turlea - 15 lei
- CS 44** - Cei trei justițieri (II) - Edgar Wallace - 5 lei

- CS 45** - Enigma nisipurilor (I) - Erskine Childers - 5 lei
- CS 46** - Enigma nisipurilor (II) - Erskine Childers - 5 lei
- CS 47** - Agentul secret - Joseph Conrad - 5 lei
- CS 48** - Îmi ies din minți - Stelian Turlea - 15 lei
- CS 49** - Patiseria - Constantin Stoiciu - 10 lei
- CS 50** - 39 de trepte - John Buchan - 15 lei
- CS 51** - Memento - VT Morogan - 20 lei
- CS 52** - În brațe străine - Andra Pavel - 20 lei
- CS 53** - Profesionistul - George Arion - 5 lei
- CS 54** - Kimonoul înstelat - Victor Elimi - 5 lei
- CS 55** - Vremea hienelor - Bogdan Ficeac - 5 lei
- CS 56** - Greselile trecutului - Oana Mujea - 5 lei
- CS 57** - Medalionul - Teodor Parapiru - 5 lei
- CS 58** - Sufocare - George Arion - 5 lei
- CS 59** - Balanța puterii - Monica Ramirez - 20 lei
- CS 60** - Negru de corb (vol.1) - Ann Clevees - 5 lei
- CS 61** - Negru de corb (vol.2) - Ann Clevees - 9,9 lei
- CS 62** - Mantia verde (vol.1) - John Buchan - 9,9 lei
- CS 63** - Mantia verde (vol.2) - John Buchan - 9,9 lei
- CS 64** - Martorul - Stelian Turlea - 21 lei
- CS 65** - Departamentul prostituției - VT Morogan - 21 lei



talon de comandă

Menționați pe plic: **CRIME SCENE.** **FL. 12/12**

cod carte	nume	prenume				
	strada	nr.	bl.	sc.	ap.	sector / județ
	cod poștal	localitate			număr de telefon	

Trimiteți talonul la: S.C. Publicațiile Flacăra S.A., Piața Presei Libere nr. 1, cod poștal 013701, sector 1, București, O.P. 33, C.P. 12. Pentru orice detalii legate de comanda dumneavoastră vă rugăm să ne contactați la 004/021/317.91.37, persoană de contact: Camelia Neagu, e-mail: abonamente@publicatiileflacara.ro. Taxele poștale sunt achitate de cititor la ridicarea coletului. Datele dv. personale vor fi folosite de Publicațiile Flacăra SA numai în scopul declarat al acestui talon de comandă. Publicațiile Flacăra SA se obligă să nu facă publice și să nu vândă baza de date referitoare la datele dv.

Orice carte, acum mai simplu, mai rapid și mai ieftin, pe www.librariaflacara.ro

Alegerile actuale sunt tot un fel de „joacă” de-a hoții și vardiștii, adică... de-a (mai curând) USLașii & AR(en)Dașii. Totuși, lucrurile, vorba filosofului bulgar, ar fi simple dacă nu ar fi complicate rău.

text Mihail Gălățanu
foto Intact Images

USLașii & AR(en)Dașii



Ne aflăm în fața unei risipiri. ANTE PONTAS. Mai bine zis, ANTE PONTAS. Ponta, sârmanul, deși e în floarea vârstei, se risipește și el, la fel precum și Băsescuul, ubicuul, cel bruxellian & orwellian. Ambii și-au vădit, cum nu se poate mai bine, limitele, ca să nu mai zică de Crinul nubil al (tuturor) făgăduințelor. Eșichierul politic nu mai are prea multe oferte, iar mai toate dintre cele existente sunt deja vechi/sau „stră”-vechi, vezi cazul lui Sorin Oprescu, reinventat – și el – peste noapte. În plus, cei noi nu sunt îndeajuns de credibili și, oarecum, necopți: cazul unui Mihai Neamțu, o mare promisiune care s-a cam „dezumflat”.

Ambele tabere și-au prezentat candidații. Am avut timp să mă uit pe liste. M-au contrariat îngrozitor unele nume, dar și unele sloga-

Manevra „strălucită”, din punct de vedere politic, a lui Traian Băsescu, din primăvară, cu instalarea „otrăvită” a lui Victor Ponta în funcția de prim-ministru, și-a arătat roadele: PDL, care era, deja – și pe bună dreptate – o gloabă moartă, ca partid politic, și-a revenit din propriile spasme.

nuri. Păi, cum să spui mata, gata, LA DATO-RIE? Poate ai greșit, așa, *din greșală* – și vrei să spui: LA CIOLAN! Mai cred că românul are umor și mai degrabă ar vota pe unul care, cu autoironie, își zice: LA CIOLAN! decât pe unul care își spune „LA DATORIE”. Care DATO-RIE? Păi, nu v-am văzut cum v-ați făcut-o până acum? Ca să nu mai spun că, într-o campanie (generală) de advertising, cuvântul „DATO-RIE” trimite la minus, la polul negativ al lucrurilor. Este un cuvânt nefast, folosit într-o campanie electorală.

Altfel, vedem că românii devin din ce în ce mai lipsiți de obiectivitate/imparțialitate. Îngrozitor de implicați. Cu arme, bagaje și – mai ales – umori. Or, când apar hormonii și fițele, umorile și glandele, în politică, păruiala-i gata. Până și jurnaliștii au ajuns masă de manevră...

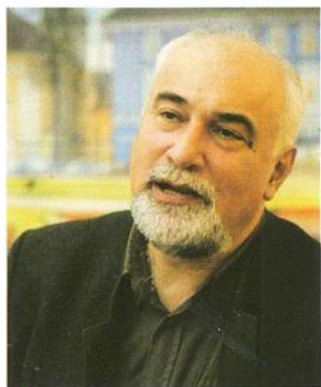
Victor Ponta și-a mai îndulcit tonul la adresa lui Traian Băsescu. Unu: a pierdut locul reprezentării la Bruxelles, în favoarea actualului președinte. Doi: a încercat să îl măgulească pe „președintele-marinar”, afirmând că este un bun „agent de vânzări” pentru România. De vândut România, însă, vindem toți. Cu toții, 19 milioane de ambasadori, cum spune un advertisement. Da, dar unii mai ambasadori decât alții.

Victor Ponta, ca și Crin Antonescu, sunt în pierdere accelerată de popularitate, voturi,

charismă: numai un gong izbăvitor al alegerilor i-ar mai putea salva. Și asta pentru moment.

Vasile Blaga s-a trezit, deodată, că ARD este sub scorul PDL. Păi da, cum să nu fie, că nu voturi aduce ARD. Ci credibilitate. Spălare de creiere. Pur și simplu, celelalte partide din alianță îl spală pe PDL. Asta fac. Și-a închipuit cineva altă ceva? că vor aduce, vezi dragă Doamne, zece ori cinsprezece procente în plus? Nu. Nimeni. Nu și-a făcut nimeni iluzia asta. ARD a fost constituită „în oglindă” cu USL – și nu invers. Altfel spus, USL a fost modelul, iar ARD copia. Sosia. Replica. ARD maimuțărește, politic, USL. Și, atunci, cum să te mai miri că o construcție politică șubredă îți mănâncă voturi, în loc să îți aducă?

Un sondaj pre-electoral dădea USL tot în frunte, cu 60 de procente la activ. ARD rămânea să înnoate greu, ceva mai în spate, ca un lopătar obosit. Eroarea masivă a USL rezidă în acceptarea guvernării, în primăvară/mai 2012 – și, mai apoi, (mai ales!) în tentativa de descăunare a lui Traian Băsescu. Cu alte cuvinte, USL a pierdut teren pentru că a căzut în plasa unui păsărar iscusit: cea a hârșitului Băsescu. Traian nu o fi citit Cărtărescu, o fi el grobian și „hă-hă-hă”, dar știe un singur lucru, ca un țăran șmecher ca moartea: strategia savantă a lui „încurcă-i, drace!”



Scriitori pe calea politicii

Scriitorii nu merg doar pe „calea regală”. Merg, din ce în ce mai mulți, și pe calea politicii. Și bine fac, nimic de zis. Deși, aș socoti eu, sunt printre cei mai „timizi”/cei mai „prizăriți” catindați electorali. Este evident că nu au fondurile mirobolante ale celorlalți „negustori” din politichia românească: fabricanți de chiloți, marafeturi, traficanți de țigete. Mă gândesc, în primul rând, la o figură marcantă, care are, 99% plus 9, un fotoliu asigurat în viitorul guvern: Varujan Vosganian. O voce pregnantă de pe culoarul liberalilor îl dă chiar posibil prim-ministru al unuia dintre viitoarele guverne. Vom vedea dacă așa va fi. Noi doar ne facem datoria de a consemna acest zvon politic. Ca să nu fim acuzați de partizanat politic (și ca să echilibrăm situația), așa (pre)cum cere deontologia jurnalistică, remarcăm și numele, pe listele electorale, ale lui Alex. Ștefănescu și Radu F. Alexandru, care au dus îngenue campanii politice. Unul e (doar) critic literar, celălalt parlamentar cu vechime – și scriitor de finețe – dar amândoi au avut campanii politice originale (nu știu cine s-a ocupat de cea a lui Radu F. Alexandru, pe care l-am întâlnit la lansarea candidaților ARD, unde a fost forțat mare/în Sala Operei Române), însă am fost surprins de curajul ei și de tenacitatea cu care și-a desfășurat segmentul pe „net” și pe noile „social media” (în special pe Facebook).

Cu ani buni în urmă, după ce își făcuse un nume în show-biz, Kristina Cepraga a hotărât să plece din România și să o ia de la capăt în Italia. De atunci s-au întâmplat multe lucruri frumoase, dar actrița încă speră să prindă peștele cel mare.

text Radu Pocovnicu
foto arhivă personală Kristina
Cepraga

Visul italian al Kristinei Cepraga



A lăsat show-biz-ul românesc **pentru o carieră de actriță în Italia.**

D

Bună ziua, Kristina. Ce mai faci, ce proiecte ai în prezent?

– Bună ziua. În afară de viața cotidiană mă ocup cu proiectele artistice în care sunt implicată și cu studiul, în general. Pentru primăvară, pregătim un spectacol la Roma, după Albert Camus.

Sunt ani buni de când ai plecat din țară, cum ți se pare România astăzi? Ca înfățișare, dar și din punct de vedere social, politic...

– O țară cu multe probleme, din toate punctele de vedere, dar mai ales cu o lipsă totală de unitate a populației și cu un simț al patriotismului aproape inexistent.

Presupun că atunci când ai plecat în Italia ai avut anumite așteptări. Poți să tragi o linie după toți acești ani? A ieșit așa cum ai vrut tu, mai e de așteptat?...

– Un om își propune niște targeturi profesionale și sociale dar, odată cu cunoașterea de sine, aceste targeturi, inevitabil, se transformă.

În toată această perioadă ai avut proiecte cinematografice atât în Italia, cât și în România. Unde te simți „mai” acasă, de cine ți-e dor mai mult?

– Am mai spus-o, pentru un artist, definirea geografică nu e neapărat elocventă. Suntem în mare parte nomazi, iar eu sunt cu siguranță un om liber și curios în general, având o ușurință în a mă adapta oriunde și cu oricine. Unde mă poartă destinul, viața, meseria, acolo e casa mea...

Ai jucat în filmul lui Gianni Di Grigorio, Gianni și femeile. Ce a însemnat acest film pentru tine?

– A fost o confirmare a multor ani de muncă și greutate. Filmul a reprezentat Italia la Bienala de la Berlin, așa că pot să spun că a fost, evident, o mare satisfacție.

Ți-a rămas în minte în mod special vreo întâmplare de pe platourile de filmare de la Gianni? O fază memorabilă, poate amuzantă...

– Foarte frumos și interesant mi s-a părut să lucrez cu un actor-regizor-scenarist care în primul rând ne-a dat mână liberă în a ne construi personajele și a improviza, lucru care pentru o categorie de actori e minunat. Drept urmare, la filmări a venit un nou personaj, inventat de mine.

Ce șanse sunt în Italia pentru actorii români?



Kitty a trecut de pe platourile de televiziune pe platourile de filmare.



– Ce șanse sunt pentru un actor oriunde. NOROC, context, dar și muncă și talent, care asociate pot să primeze. Nu am o rețetă, dar dacă o aflu, o să vă spun.

În Gianni joci rolul unei est-europene. E un avantaj sau un dezavantaj de a fi etichetat ca actor imigrant? Nu există riscul de a juca doar acest emploi?

– Există riscul, e adevărat, dar cu studiu și dicție poți să atenuezi accentul nativ. Pot fi și roluri memorabile dacă scenariul e bine scris, chiar și pe *emploi linguistic*. Pe de altă parte, cunosc și actori norocoși care sunt dublați în așa fel încât pot interpreta în orice limbă sau cu *acting coach* pe platoul de filmare care înainte de fiecare dublă îi pronunță de zeci de ori în ureche cum trebuie să spună replica. Vă dau doar câteva exemple de actori care vorbesc încă având un puternic accent al limbii lor, dar care sunt incredibili: Penelopè Cruz, Marion Cotillard, Gerard Depardieu, Giancarlo Giannini și mulți alții... Ceea ce nu îi împiedică în cariera lor. Pe de altă parte, în Italia, scenariile românești perpetuează cam aceleași subiecte și toate sunt destul de nefericite, cu îngrijitoare, prostituate, criminale...

Dacă nu mă înșel, lucrezi cu agenția lui Dragoș Bucur. E mai sigur să ai un agent? În România nu prea se poartă, fiecare se descurcă cum poate...

– E mai organizat, dar de cele mai multe ori actorul însuși își caută roluri și găsește, după noroc, agentul fiind doar cel care se ocupă mai mult de partea administrativă. În cazul lui Dragoș, pe care îl apreciez enorm pentru tot ceea ce face, fiind actor și unul dintre puținii care au reușit să își clădească



La începutul anilor 2000 Kristina era mai tot timpul pe prima pagină a tabloidelor din România.

singuri o carieră impresionantă și în Occident, sper ca lucrurile să stea un pic mai bine pe viitor.

■ Ce părere ai despre noul val al cineaștilor români? Ți se par interesante subiectele filmelor lor – majoritatea tratând despre sechelele societății românești venite din comunism?

– O părere foarte bună. Au reușit să creeze un curent definibil pe scena mondială, extrem de apreciat. De ce să nu folosești această sursă bogată de povești, emoții care ne-au afectat, condiționat, colorat trecutul, viața și istoria?

■ Ți-ar plăcea să joci în mod special la vreunul dintre acești regizori?

– Mi-ar plăcea să lucrez cu oricare dintre ei, evident.

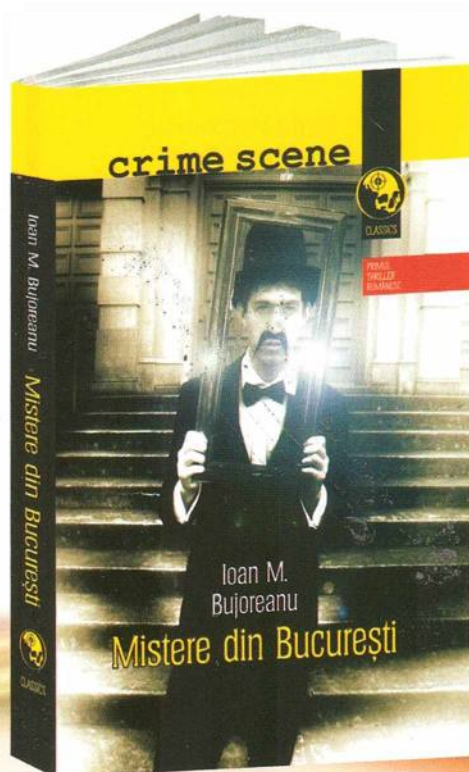
■ În anii 2000 erai una dintre cele mai cunoscute figuri din show-biz-ul românesc. Ai vreun regret față de acea perioadă, când Kristina Cepraga era mai mereu pe prima pagină a ziarelor?

– A fost o etapă a vieții mele diferită față de cea a altor actori de vârsta mea. De când eram mică am început să spun poezii în emisiuni pentru copii, după care am intrat în emisiunea de adolescenți a lui Titus Munteanu. După doi ani am început să lucrez ca prezentator tv și redactor McM, TVR 2, MTV, ulterior Antena 1 și TVR 1, cu show-uri în prime time, cum ar fi *Duminica în familie*, *Eurovision*, *Revelion în direct*, *Karaoke Show*, *Bine ai venit la nunta ta*. Am făcut și teatru de televiziune, e vorba de *Patima roșie*. Toate acestea până la vârsta de 23 de ani, când am decis că vreau să plec din țară. Am ales să fac un curs postuniversitar (eram licențiată în actorie de teatru și film) la *Cinecittà*, Roma. Au fost experiențe care mi-au condiționat mult trecutul, și nu numai. Acum, cu ochii maturității, le văd ca o bogăție, ca artist trebuie să te bucuri de orice experiență în plus, aduni în fișierele tale emoționale. Orice experiență te îmbogățește! Acum mă interesez de scenaristică și regie și vreau să adun noțiuni de montaj și imagine, pentru că mi se pare că o fac din respect pentru meseria mea și oamenii care muncesc cot la cot cu mine pe platoul de filmare. Probabil că dacă nu aș face ceea ce fac, sau ce încerc, aș fi oricum acolo, dar de partea cealaltă a bariadei. Odată ce te contaminează lumea filmului, nu o mai poți abandona prea ușor.

■ Cum ți se par vedetele din România de azi? S-a schimbat ceva?

– Habar nu am, fiecare are sistemul lui de valori.

SUPER OFERTE DE SĂRBĂTORI



hardcover
320 pagini

„Realizarea lui Ioan M. Bujoreanu e mai degrabă un thriller *avant la lettre*, ingenios construit, cu o mare inventivitate epică, frizând uneori neverosimilul.”

George Arion

~~55,00~~

44,00 lei

COMANDĂ ACUM

talon de comandă

Doresc să comand cartea „Mistere din București” la prețul de 44,00 lei

FL.12/2012

nume	prenume				
strada	nr.	bl.	sc.	ap.	sector / județ
cod poștal	localitate			număr de telefon	

Trimiteți talonul la: S.C. Publicațiile Flacăra S.A., Piața Presei Libere nr. 1, cod poștal 013701, sector 1, București, O.P. 33, C.P. 12. Pentru orice detalii legate de comanda dumneavoastră vă rugăm să ne contactați la 004/021/317.91.37, persoană de contact: Camelia Neagu, e-mail: abonamente@publicatiileflacara.ro. Taxele poștale sunt achitate de cititor la ridicarea coletului. Datele dv. personale vor fi folosite de Publicațiile Flacăra SA numai în scopul declarat al acestui talon de comandă. Publicațiile Flacăra SA se obligă să nu facă publice și să nu vândă baza de date referitoare la datele dv.

Orice carte, acum mai simplu, mai rapid și mai ieftin, pe www.librariaflacara.ro

Martorul este, de fapt, un personaj mut, care asistă la un viol în grup asupra unei fete și apoi la uciderea acesteia. Eroul, care are toate atributele unui cocoșat de la Notre Dame, nu poate să dezvăluie lumii cele văzute, din cauza handicapului său.

~~22,00~~

21,00 lei



paperback
176 pagini



Pachet serie de autor
Stelian Turlea

2

~~42,00~~

45,00 lei

COMANDĂ ACUM

talon de comandă

Doresc să comand cartea / pachetul

1

2

FL.12/2012

nume	prenume				
strada	nr.	bl.	sc.	ap.	sector / județ
cod poștal	localitate			număr de telefon	

Trimiteți talonul la: S.C. Publicațiile Flacăra S.A., Piața Presei Libere nr. 1, cod poștal 013701, sector 1, București, O.P. 33, C.P. 12. Pentru orice detalii legate de comanda dumneavoastră vă rugăm să ne contactați la 004/021/317.91.37, persoană de contact: Camelia Neagu, e-mail: abonamente@publicatiileflacara.ro. Taxele poștale sunt achitate de cititor la ridicarea coletului. Datele dv. personale vor fi folosite de Publicațiile Flacăra SA numai în scopul declarat al acestui talon de comandă. Publicațiile Flacăra SA se obligă să nu facă publice și să nu vândă baza de date referitoare la datele dv.

Orice carte, acum mai simplu, mai rapid și mai ieftin, pe www.librariaflacara.ro

La biroul său de la CNC, Geo Saizescu e înconjurat de cărți. Vrafurile de cărți, reviste și scenarii se înalță deasupra capului regizorului, amenințând să cadă de pe birou.

text Radu Pocovnicu
foto Octavian Tibăr

Râsul izbăvitor al lui Geo Saizescu



Maestrul comediei românești, Geo Saizescu a împlinit, în luna noiembrie, 80 de ani.

„Eu având acasă *pagode*, ca și aici, nevas-tă-mea, profesoara de vioară Avi Saizescu, mi-a zis: Poate mai degajezi și tu interiorul. Le-am adus aici. Dar a încurcat-o cu mine. Acum, având loc liber acasă, am încărcat la loc cu alte năzdrăvăanii. Am o fată aici, cică-mi face ordine. Păi nu-mi faci ordine în dezordine, că așa e ordinea mea.”

Pe pereți, zeci de fotografii de arhivă și afișele unor filme ale cineastului. O plasmă tv rupe echilibrul acestui spațiu muzeal. Regizorul se ridică de la birou pentru un scurt tur de trecut-au anii. Fotografii de acum jumătate de secol... „Uite-o pe asta cu Arghezi, vezi ce sfios eram? Omul respecta profesia, mai ales că fiica lui, Mitzura, era actriță. De la statura lui putea să-mi spună, măi, Saizescule, cine eram eu pe atunci?, dar maestrul – deși nu suporta acest apelativ – se adresa cu *domnule Saizescu*. Dar trebuia să fii atent la ce scoți pe gură, pentru că bătrânul bard era necruțător.”

Regizorul Geo Saizescu s-a născut la 14 noiembrie 1932, în comuna Prisăceaua, județul Mehedinți. A învățat la Liceul Traian din Drobeta Turnu Severin și s-a înscris la Facultatea de Filosofie din cadrul Universității București. A fost exmatriculat pentru implicarea în activitatea politică a fraților săi. A studiat apoi muzica la Conservatorul bucureștean și în 1957 a absolvit Institutul de Artă Teatrală și Cinematografică, la secția Regie Film. Din același an a început să lucreze la studioul cinematografic din București.

Periplul continuă. „În poza aia sunt eu jucând Lopahin, la Severin. Aia de jos e o poză cu Birlic, prin '50 și... Asta e cu Orson Welles, la Buftea, iar aici cu Vittorio De Sica. De Sica venise în România să-l plaseze într-un loc de muncă pe fiu-su, care era com-pozitor. A asistat la filmări și a fost foarte încântat să vadă o comedie românească, în stil napoletan...”

Primul film regizat de Geo Saizescu a fost *Aventurile bravului soldat Svejk* (1956), în 1958 a scris scenariul și a regizat filmul *Doi vecini*. Au urmat: *Un surâs în plină vară* (1963), *Dragoste la zero grade* (1964), *La porțile pământului* (1965), *Balul de sâmbătă seara* (1968), *Astă seară dansăm în familie* (1972), *Păcală* (1973), *Eu, Tu și Ovidiu* (1977), *Șantaj* (1980), *Grăbește-te încet* (1981), *Secretul lui Bachus* (1983), *Sosesc*



**Geo Saizescu
împreună cu Tudor
Arghezi (foto sus)
și Grigore Vasiliu Birlic
(foto jos)**



păsările călătoare (1984), *Secretul lui Nemesis* (1986), *Harababura* (1990), *Călătorie de neuitat* (1994), *Păcală se întoarce* (2006), *la care a scris și scenariul, și Iubire elenă* (2012).

De numele său se leagă și înființarea Facultății de Teatru de la Hyperion, primul Cineclub din România, festivalurile internaționale Hyperion Stud Fest, Eco-Etno-Folk-Film, singura revistă de umor din țară, *Harababura*, *Gala Premiilor Păcală* etc...

„Mi-am zis: cum să ajut eu comicii români? Și am inițiat în 2000 *Premiile Naționale de umor...*”

Intră un domn. Preia Geo Saizescu.

– Nelule, fiindcă sunt jurnaliști români contemporani, dă-le și tu o revistă.

– Da, le dau cu cea mai mare plăcere, dar ultimul număr nu mai avem.

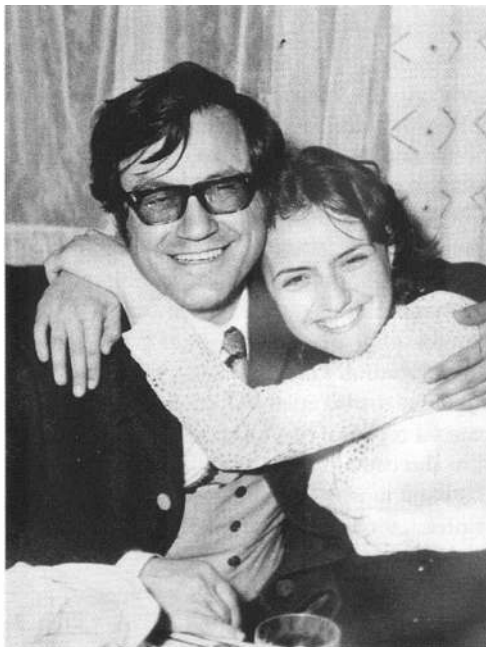
– S-a epuizat? Mă, dar pentru colecție avem, da?

„Ei, și am dat premiile astea, am încercat să fiu consecvent. Dar n-a dat nimeni nici un ban, cu excepția unui generos samaritean, Aurel Popescu, președintele *Rompan*. Statul român, cum aude că e vorba de un ajutor pentru festival, începe să se scarpine pe burtă, că, știți, acum suntem în criză. Am văzut că aveți un titlu în revista *Flacăra*, *Un surâs în plină criză...* Dar *Un surâs în plină vară* (unul dintre filmele sale) a făcut epocă! Toți au luat chestia asta cu un surâs în toate. Și nu poți să pretinzi drepturi de autor. Ca să nu mai zic de *Secretul lui Bachus*, toată lumea îl folosește, a devenit nume de magazin, a fost făcut vinul *Secretul lui Bachus*. Unii dau lovitura cu asta, iar tu, dacă nu ai înscris numele asta la OSIM, *auguri e tante belle cosi!*



„Iubire elenă” –
cu Maia
Morgenstern
și Mircea
Rusu,
un altfel de
film
făcut de Geo
Saizescu

Geo Saizescu a jucat și teatru, în 1950 interpreta rolul lui Lopahin din *Livada de vișini*, de Cehov, la Severin, în 1953 juca în *Baia*, de Vladimir Maiakovski, apoi în 1954 a regizat și jucat rolul principal în *Aventurile bravului soldat Svejk*, în 1955 era *Rajikov*, din Steaguri pe turnuri, de V. Makarenko, a fost Profesorul din *Musafirul de la miezul nopții*, de Horia Lovinescu, a jucat la Teatrul Național în *Tragedia optimistă*, de Vișnevski, spectacol regizat de Ion Cojar, în 1957 a jucat în *Peer Gynt*, de H. Ibsen, în regia lui Dinu Cernescu, la Studioul Cassandra.



**Maestrul Geo Saizescu
împreună cu soția sa
Avi Saizescu**

„Spiritul capitalist” l-a luat pe nepregătite pe maestrul Saizescu. Concluzia e că nu-ți dă nimeni, nimic. Ba, dacă se poate să fie ceva profit de pe urma ta, cu atât mai bine. „Aveam niște bani la bancă. Mă întâlnesc într-o zi cu o olteancă de-a mea și îmi spune că dobânda de opt la sută pe care o luam eu, e mult prea mică. Păi, du-te și bagă-ți banii cu 18 la sută. Se poate? Sigur că da! Și mă duc eu la ăia unde aveam banii, zic că vreau să-i scot. „Vai, maestre, dar de ce îi scoateți, că noi ne mândream cu dv.” Cu banii mei, adică. Zic că pot să iau 18 la sută dincolo. „Păi, nu știți că puteți să negociați și cu noi? Scrie acolo.” Unde scrie, dom’le? Ce să scrie? Că eu n-am văzut nimic. Scrie așa de mic, că nu vezi decât cu lupa. Auzi, eu să negociez cu banca...”

Iubire elenă este ultimul film al cineastului, după piesa omonimă a dramaturgului Kostas Assimakopoulos, și rulează pe marile ecrane din primăvara acestui an. N-a fost ușor, a fost nevoie de ani de zile pentru ca filmul să apară. Cel care i-a făcut pe români să râdă la filmele sale, a abordat de data aceasta nu comedia, ci drama. Geo Saizescu le servește cineaștilor „o romanță de iubire, cu gust dulce-amăru de narghileă, în pași de sirtaki”. Capul de afiș îl deține cuplul artistic Maia Morgenstern – Mircea Rusu.

„Ei, am făcut revista asta, *Harababura*, avea 7.000 de exemplare tiraj, acum am ajuns să scot 3.000 pe an. Cică o să dau lovitura la *Rodipet*. Când, într-o zi, aflu că am de plătit găzduirea revistei. Cum adică să plătesc găzduirea?... Cică depozitarea... Păi, eu v-am dat să o depozitați? Alta. M-am dus la Severin, zic, mă, oltenii mei au cumpărat-o. Și cer la un chioșc să-mi dea o revistă. Aoleu, maestre, zice ăla, să văd dacă oi mai găsi-o, și a început să răscolească într-o ladă veche de zestre după revistă. Era într-adevăr o harababură acolo... În sfârșit, găsește o revistă. Măi, i-o v-o dau să o țineți la fund? Că, „să vezi, întâi distribuim cotidienele județului și ale Craiovei, săptămânalele hihhihi, lunarele, centralele care dau șpagovici, și apoi veniți voi, ăștia, care faceți cultură și umor...”

Tot legat de apariția editorială, regizorul pregătește pentru primăvara anului viitor un alt volum, autobiografic: *Mascatul din Santa Fe*. Un nume sugestiv ales din perioada americană a regizorului, din anii '70, când a fost cu o bursă în Statele Unite ale Americii.

„Dacă veți avea plăcerea să-mi citiți scrierile, mă veți descoperi ca romantic lup-tător, așa cum m-a simțit, străduindu-se, bunul meu prieten, cunoscutul critic de cinema Călin Căliman, doritor să afle resorturile intime ale prezenței mele în lume și în artă, în inspirata sa carte intitulată sugestiv *Secretul lui Saizescu* sau... Un surâs în plină iarnă.”

Domnule Geo Saizescu, care a fost motivul pentru care ați plecat din Oltenia dumneavoastră la București?

„Aspiram mai sus decât minima condiție umană dintr-un biet sat, Prisăceaua de Mehedinți, pierdut în câmpia oltenească. Se năștea în mine o dorință de a arăta că viața nu-i doar o tragedie, ci și o imensă bucurie. Și apoi, orice oltean vrea să fie mai nu știu cum. Așa eram eu. Când am plecat din satul meu la Severin, cu trenul, n-am fost singur. Eram mai mulți băieți, toți câștigătorii lozului. Plecam să cucerim Vestul sălbatic.” Iar ceea ce a urmat n-a fost departe, tânărul Saizescu trebuind să lupte pentru tot ceea ce avea să obțină de la viață. „Se spune că a fost teroare pe timpul lui Ceaușescu; eu zic: teroare a fost și înainte de Ceaușescu. Unul dintre frații mei, care era un fel de comic al satului, a intrat în atenția Securității pentru că a cântat și a spus niște glumițe.” Din această cauză Geo Saizescu nu a putut termina Facultatea de Filosofie. Nu se putea ca un „dușman al poporului” să facă filosofie – pentru comuniști, filosofia era ideologie. Așa a ajuns la muzicologie și canto.

Mai târziu, ca tânăr regizor, Geo Saizescu mărturisește că nu a îndrăznit să facă comedii satirice, ca să nu fie bănuie de regim. „De obicei eram simpatizat când nu făceam nimic. Am avut simțul umorului încă din adolescență. Eu, eu fața mea de soarece de bibliotecă, îi făceam pe toți să râdă, profesori și colegi. Mă puneau să citesc *Di. Goe* și se prăpădeau de râs. Dar nu mai amuzam atât de mult când am început să fac film... În *Un surâs în plină vară*, am militat pentru un destin individual, ca acel băiat să fie el însuși, liber, cu personalitatea lui...”

Dar e greu să mulțumești pe toată lumea, concluzie la care a ajuns și Geo Saizescu. „Unii au zis că *Secretul lui Bachus* face jocul comuniștilor, că, vezi Doamne, e un film care combate corupția. Și cum să-i fi zis? Premiera unui film inspirat din realitățile din România?!” Însă publicul și presa de specialitate au aclamat filmul.

Geo Saizescu nu s-a remarcat doar ca regizor, ci și ca actor film. Primul rol într-o peliculă regizorul l-a jucat chiar în propriul său film, *Astă seară dansăm în familie*. Gheorghe Dinică l-a refuzat atunci, așa că Geo Saizescu a recurs la această soluție. Și n-a fost rău. În *Păcală* a jucat rolul Judecătorului. A fost apoi Foto Bujor, din *Eu, tu și... Ovidiu*. Poetul trăs-nit, din *Secretul lui Bachus*. Regizorul a jucat și în alte filme, precum *S-a furat o bombă*, de Ion Popescu Gopo, în rolul banditului, Avocatul din *Buletin de București*, Tenorul din *Partea ta de vină*, de Mircea Mureșan, în *Figuranții*, *Fram Ursul polar* etc. Filmele lui Geo Saizescu au primit numeroase distincții de-a lungul anilor. Dintre acestea, amintim: *Un surâs în plină vară* (multi-premiat), *Dragoste la zero*

grade (distins la Barcelona), *La porțile pământului* (Edinburgh), *Balul de sâmbătă seara* (Cannes Jeunesse), *Păcălă* (Premiul Asociației Cineaștilor), *Șantaj* (Premiul ACIN pentru Regie), *Secretul lui Bachus* (Gabrovo), *Sosesc păsările călătoare* (Moscova)...

Poate părea foarte distractiv să faci astfel de filme. Comedie, comedie, toată ziua veselie... Așa pare din afară. Puțini știu că, în spatele unei comedii reușite, se ascunde o muncă extrem de serioasă și o detașare din partea regizorului, care presupune chiar asta: să te abții de la râs, pentru a fi în stare să alegi tot ceea ce e mai bun și să-l lași spectatorului plăcerea „râsului homeric”. Geo Saizescu îl dă exemplu pe Dem Rădulescu, actor cu o inventivitate extraordinară. Cu toate că „Bibanu” era o sursă inepuizabilă de râs în fiecare clipă, regizorul trebuia să taie „în carne vie”, cerându-i să continue, să dea tot ce poate din el.

Din seria clipelor „comice” trăite de cineast pe platourile de filmare se numără și unele momente cheie, decisive în controlul asupra filmărilor. Nu de puține ori, Geo Saizescu a trebuit să ia inițiativa, pentru a-și motiva actorii în scenele dificile. Și tot cu Dem Rădulescu are regizorul o amintire. „Actorul se uita cu neîncredere la un armăsar pe care trebuia să-l călărească. „De ce nu-l călărești tu?”, mi-a spus. Ce să fac? M-am urcat pe cal, dar n-a ținut mult, țin minte și acum căzătura. „Poftim, ai făcut-o și pe Gengis Han. Mă bucur că rugăciunea mea a fost ascultată!”, l-a sancționat „Bibanu”, spre deliciul celorlalți. Mai rău a fost la o filmare când a văzut moartea cu ochii. Invitat frumos – de către actorul care trebuia să joace secvența – să se scufunde chiar el în Olt, Geo Saizescu n-a cârtit. Un prag deloc ușor, pentru că râul era adânc și plin de vârtejuri. Regizorul s-a scufundat în apă și presimțirea a fost adevărată: a fost la un pas să se înece, dacă nu l-ar fi tras cineva deasupra din vârtejurile râului.

Despre tinerii regizori români, Geo Saizescu crede că „atacă prea mult lucrurile marginale. Montează camera fixă și pun actorul să se plimbe.” Eu îi răspund că au fost obligați să se descurce ca outsideri. Că nu au fost băgați în seamă de mai-marii cinematografiei, că a trebuit să se descurce cu bani puțini. „Ce, Porumboiu n-a avut bani?” – îmi răspunde el.

Mai e ceva. Acum sunt alte probleme, altă societate, alte accente pe care le găsești în filmele noului val. Cineastul mă contrazice, îmi dă un exemplu din dramaturgia lui Ion Băieșu. „Ce s-a schimbat? Într-o literatură care găsește esența lucrurilor umane, orice

scenariu are valoare perenă. Sunt personaje care trec peste timp. Eu fac filme pentru public, nu fac filme pentru elevați...” Totuși, ce regizori vă plac? „Îmi plac Nae Caranfil, Nemescu, Radu Mihăileanu, Nap Toader și, bineînțeles, Cătălin Saizescu... Cinești care transmit o anumită căldură, umanitate...” De asemenea, atrage atenția că disputele în jurul banilor pentru producțiile de filme au fost dintotdeauna, i s-a întâmplat și lui, de pildă așa cum a fost episodul cu Jean Georgescu, care i-a reproșat că a fost privat de buget la un film din cauza lui.

Până la urmă, Geo Saizescu este și el una dintre „victimele” actualei societăți româ-

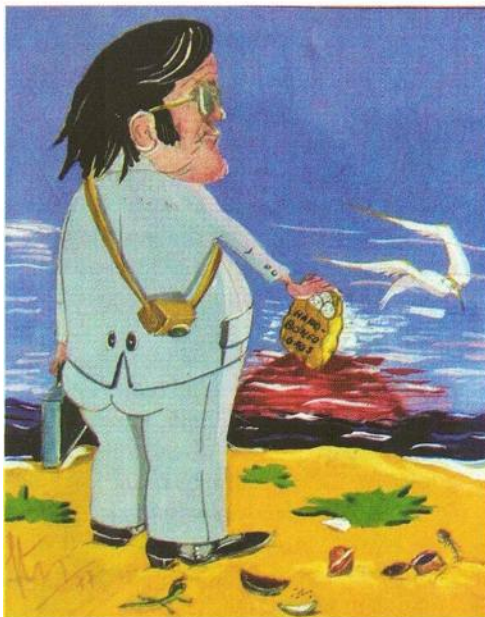
nești, „Credeam că voi fi fericit în regim capitalist. Aveam speranțe. Dar m-am înșelat”, spune el.

Mult mai dur este regizorul etalon al comediei românești cu privire chiar la proprii lui studenți. „Am studenți care nu știu să scrie românește. Nu știu să se exprime, n-au vorbele la ei. Nu înțeleg, ai impresia că toată lumea e fericită. Toată lumea cântă și dansează. Dar, în viață trebuie să lupți ca să obții ceva.” Aveți un fiu, Cătălin, și el regizor. El e un luptător? „Cătălin nu e un luptător în stilul meu, încercat de vremuri. El vrea propria sa experiență” Și ce poate face azi un tânăr regizor pentru a reuși? „Să se lupte. Ca să obții ceva, trebuie să o faci.”

Cercul se strânge, așa cum îl încercuiesc cărțile de pe biroul său, scenariile care se lasă așteptate. Viața începe să se reducă la nucleul ei. Familia – soția Avi, fiul Cătălin și soția sa, și cei doi nepoți, Maria *bucuria* și Matei *flori de tei*, cum îi alintă el, de 7 și 4 ani. Doi nepoți răsfățați de bunicul Saizescu, care și-a făcut un obicei să le mai dea „un ban de buzunar”. Dacă însă fetița, de câte ori primește bani de la bunicul ei, îi dă mamei sale, Matei preferă să-i păstreze pentru el. „I-a băgat în buzunar și s-a bătut cu palma peste el. Ce semn mai clar de proprietate vrei? Gest definitoriu!”, se amuză regizorul... Dar și prietenii – Dumitru Radu Popescu, nașul său Dinu Săraru, și finul Sebastian Papaiani, Temistocle Popa, Dumitru Lupu, Ileana Stana Ionescu, Tamara Buciuceanu, Stela Popescu, pictorul Viorel Mărginean, Florin Piersic... Îl întreb dacă are prieteni tineri? „Nu. Îmi aduc aminte de boema de altădată. Ne adunam la *Katanga*. Atunci, tinerii veneau spre bătrâni. Acum suntem niște dinozauri, expirați. Dar, vezi tu, noi, bătrânii de azi, nu mai suntem ca bătrânii de ieri. Păi, pe unul de 60 de ani îl iei azi foarte ușor la mișto.” Și până la urmă, ce mai înseamnă prietenia? „Un mod de a fi, cu preocupări comune, afinități. Dar, cel mai important, poate, să fii căutat. Trebuie să ai sentimentul ăsta.”

Pe 14 noiembrie, regizorul Geo Saizescu a împlinit 80 de ani, eveniment pe care l-a sărbătorit la *Cinemateca Eforie*. Nu știu de ce mă așteptam să fie puțină lume. Surpriza a fost că, încă de la intrarea în cinematecă, mulți invitați își așteptau rândul să-l ureze pe sărbătorit. Prieteni, cunoscuți, admiratori, oameni de toate vârstele. Chiar și tineri. Cu siguranță, pe 14 noiembrie, maestrul Saizescu a avut acest sentiment: că e căutat și iubit.

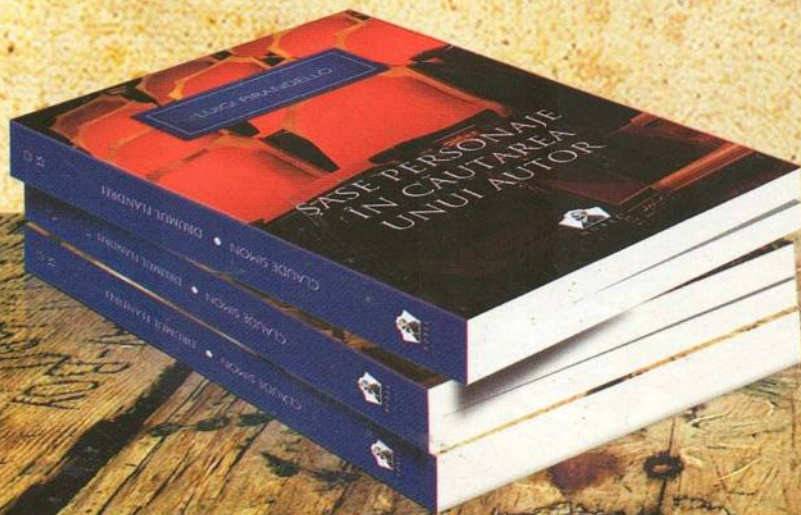
„Râsul este izbăvitor. Cred în el, dar trebuie căutat, cultivat, îngrijit: comedienii, comicii, sunt niște flori rare!” – spune Geo Saizescu.





COLECȚIA NOBEL

numai cu
JURNALUL
NATIONAL



Începută la 25 aprilie 2012, Colecția
Nobel va ajunge la volumul 24!
Cărțile apărute:

- vol.10 - Ospătăria La regina Pédaque - Anatole France
- vol.11 - Nimeni alături de mine - Nadine Gordimer
- vol.12 - Charlotte Lowenskold - Selma Lagerlof
- vol.13 - Toate frumusețile lumii - Jaroslav Seifert
- vol.14 - O experiență personală - Kenzaburo Oe
- vol.15 - Drumul Flandrei - Claude Simon
- vol.16 - Colas Breugnon - Romain Rolland
- vol.17 - Darul lui Humboldt (vol 1) - Saul Bellow
- vol.18 - Darul lui Humboldt (vol 2) - Saul Bellow
- vol.19 - Cele mai frumoase povestiri (vol.1) - Hermann Hesse
- vol.20 - Cele mai frumoase povestiri (vol.2) - Hermann Hesse
- vol.21 - Gora (vol.1) - Rabindranath Tagore
- vol.22 - Gora (vol.2) - Rabindranath Tagore
- vol.23 - Limba Salvată - Elias Canetti

A mai trecut peste noi un noiembrie. Destul de călduros și fără zăpadă. Și a mai trecut peste noi un „Gaudeamus”, cel cu numărul 19. A fost un târg mai lung și mai larg pentru că lansările au început înainte de 21 noiembrie și au continuat și după 25. Cu vizitatorii am stat bine și la această ediție, despre cumpărători însă prefer să fiu mai rezervat...

text Bogdan Hrib
foto Octavian Tibăr

Gaudeamus 19



Am fost tot timpul pe fugă între o strângere de mână cu un autor pe care nu-l mai văzusem de un an și o lansare a unui volum nou. Nu am reușit să scanez târgul așa cum mi-aș fi dorit. Și din această cauză am apelat și la colegii și prietenii care au putut aprecia la firul... mochetei un ultim *Gaudeamus* înainte de... sfârșitul lumii...

Un lucru însă nu am putut să nu-l observ și să mă bucur: a sosit momentul autorilor români. Din motive financiare – e mult mai scump să cumperi un copyright, să traduci și apoi să redactezi, să tipărești un volum – sau, pur și simplu, mirosind valorile, editorii români au început să publice masiv nume autohtone. Și sunt câteva volume care mi-au atras atenția și despre care îmi doresc să am timp și spațiu pentru a le prezenta. Mă gândesc, în primul rând, la un foarte așteptat roman al Florinei Ilis, *Vieți paralele*, lansat cu ocazia târgului și aflat pe primul loc în topul vânzărilor de la Editura Cartea Românească.

Florina Ilis reconstituie, într-un roman-document care sfidează legile timpului, mai mult de 150 de ani din existența lui Mihai Eminescu – antumă și postumă – din secolul al XIX-lea, pînă în prezent, așa cum a fost ea trăită, consemnată, idealizată, maculată, imaginată. Viața, boala și moartea poetului continuă să fie un subiect actual de dispute, de întrebări fără răspuns, de teorii ale conspirației. Poetul a fost un geniu? A iubit? A fost nebun? A existat Marea conspirație? A fost asasinat?

Într-un efort dramatic de a se apropia de adevăr, autoarea recurge la nenumărate documente autentice, foi medicale de observație, surse apocrife, jurnale, legende urbane, mărturii ale contemporanilor, corespondență, manuscrise olografe, dosare și note informative ale Siguranței și ale Securității, dezbateri aprinse în reviste de cultură, cotidiene și bloguri, dar și la jocul subtil al imaginației. (din prezentarea de pe site-ul editurii)

Să nu uităm că un roman *mystery & thriller*, lansat în 2011 și semnat de George Arion, atingea, e drept, mai puțin direct, aceleași mistere legate de viața și dispariția lui Eminescu. În *Fortăreața nebunilor*, apărut la

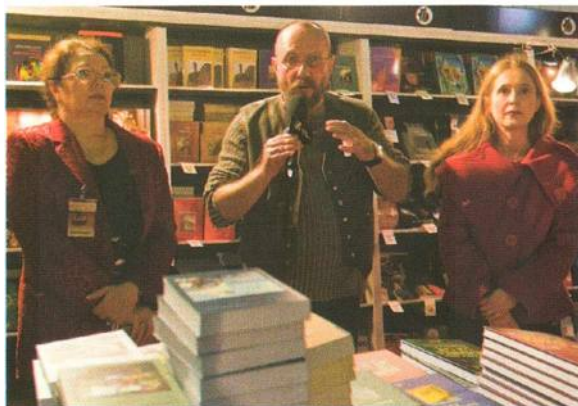


Standul „Publicațiilor Flacăra” și „Crime Scene”, unde cititorii s-au întâlnit cu scriitori deja consacrați ai literaturii *mystery&thriller*.

Poezie de la Sydney, proză din Japonia

Editura Minerva ne propune două noutăți editoriale din zona românilor care trăiesc și scriu în afara granițelor țării. Volumul *Testament – Anthology of Modern Romanian Verse*, ediție bilingvă, este semnat, ca traducere, de Daniel Ioniță, profesor universitar la Sydney. Între poeții traduși regăsim nume sonore ale literaturii române contemporane, precum Ana Blandiana, Nora Iuga, Mircea Dinescu, Lucian Vasilescu, Daniel Bănulescu ș.a.m.d.

Al doilea volum propus, *În numele câinelui*, vine din Japonia și este scris de Claudia Golea Sumiya, colaborator al revistei *Flacăra*, printre altele. Chiar și fapta reală care stă la baza acestui roman a fost subiectul unui reportaj publicat, în urmă cu doi ani, în revista noastră. „În numele câinelui povestește viața unui bărbat japonez care și-a iubit atât de mult câinele, ucis într-o acțiune de ecarisaj, încât l-a omorât pe unul dintre responsabili hingerilor din Japonia, un oficial al Ministerului Sănătății, împreună cu soția sa”, ne-a precizat Claudia Golea Sumiya, cu prilejul lansării volumului, în cadrul Târgului de carte *Gaudeamus*. „Ficțiune 0, realitate 100%”, ne asigură scriitorul Lucian Vasilescu, în prefața cărții: „Cu toate acestea, prin scriitură, meșteșug literar, decupaj, montaj, intervenții din off, Claudia izbutește un roman. Emoționant. Despre care se poate și se va discuta. Care va fi prețuit și contestat. Dar care nu poate fi trecut, în nici un caz, cu vederea”. (L.P.)



Crime Scene, Andrei Mladin, personajul emblematic al lui George Arion, se întoarce după 20 de ani, iar pe copertă o frază scurtă pune o etichetă clară cărții: *Cineva din umbră ne controlează mintea*.

Și acum, o altă premieră – dintre multele de la *Gaudeamus* – primul roman semnat de Adrian Cioroianu, cu un titlu foarte atractiv – mă întreb dacă aparține autorului sau departamentului de marketing-promovare de la *Curtea Veche* – *Adulter cu smochine și pescăruș*, în colecția *Elixir*. Și grupul editorial *Trei* are o premieră – romanul... pentru adulți *Moarte subită*, un thriller după toate regulile genului.

Cel mai bine vândut titlu de la *Polirom*, pe perioada târgului, a fost *Toate bufnițele*, semnat de Filip Florian. *Dacă oamenii, toți oamenii, s-ar sătura într-o bună zi de povești, cred că sufletele s-ar usca, s-ar topi și lumea ar arăta ca un pustiu. O asemenea nenorocire n-o să se întâmple însă prea curând, nici săptămâna viitoare, nici la toamnă, nici peste o mie de ani, așa glăsuiește autorul.*



Lansarea romanului „Departamentul prostituției” de VT Morogan

Crime Scene

Ei bine, mult așteptatul volum al lui Ioan M. Bujoreanu a apărut. După 150 de ani de la prima apariție, primul roman românesc de suspans, sau cum a declarat George Arion – prefațatorul volumului – *primul thriller românesc avant la lettre* este disponibil pentru cititorii pasionați și a fost lansat la târg. *Mistere din București* este o frescă a României de la 1862 și, fără să vreau, mă întreb oare cât de mult s-au schimbat moravurile noastre de atunci până acum? Vă las să descoperiți cumpărând volumul.

În seria *Crime Scene*... numerotată, din nou autori români: Stelian Țurlea cu *Martorul* și cuplul VT Morogan semnând *Departamentul prostituției*. Un alt roman detectivistic, Lucia Verona, *Moartea zboară cu low-cost*, din seria inaugurată anul trecut cu volumul *Crima de la Jubileu*. Așadar, destule mistere pentru vacanțele ce urmează.

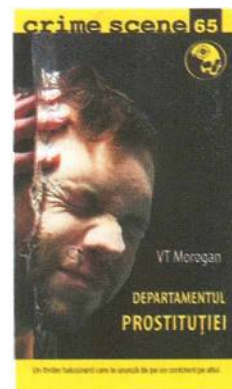
Comunicare – Media

Vineri, 23 noiembrie, a fost ziua unui trio didactic feminin de la Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, din Universitatea București: *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, volum aflat la a treia ediție, de Daniela Roventă-Frumușani, *Introducere în designul de presă* de Alexandra Bardan și *Mass Media și gândire critică* de Aurelia Ana Vasile.

Numitorul comun al celor trei lucrări, diferite prin subiect și mod de abordare, poate fi rezumat în jocul de cuvinte „imaginea discursului și discursul imaginii”, atât cuvântul, cât și imaginea fiind vehicule pentru o largă varietate de sensuri sau înțelesuri. Instrumentalizarea celor două în mass media și publicitate apare, în prezent, ca o tendință accentuată de mediul on-line, ale cărui reguli de funcționare bulversează schemele mentale și vizuale tradiționale. De aceea, este poate mai important decât oricând, chiar și pentru un simplu consumator de media, să poată citi cu ușurință printre rânduri, printre culori sau simboluri și să nu se lase dominat de avalanșa vizuală gata să se reverse din ecranele omniprezente.

Lupta e strânsă: e „care, pe care”.

(Alexandra Bardan)





Început și sfârșit

Dacă week-end-ul care a precedat săptămâna târgului a debutat cu o lansare la Teatrul Odeon – volumul lui Radu F. Alexandru, *Teatru 7*, ocazie la care s-au strâns toate numele sonore ale actoriei și regiei din România, prima zi a săptămânii de după *Gaudeamus* a debutat cu un eveniment la Palatul Șuțu din centrul Capitalei – prezentarea publică a volumului *Istoria jurnalismului*



Un eveniment de mult așteptat, lansarea oficială a volumului „Istoria jurnalismului din România. Enciclopedie cronologică”, coordonat de Marian Petcu.

din România. Enciclopedie cronologică, coordonat de Marian Petcu. O carte mare atât la propriu (1.416 pagini, format A4, cartonată, peste 3 kg!), cât și la figurat. Profesorul Petcu a... recunoscut că a lucrat împreună cu zeci de colaboratori aproape cinci ani. Cred că șocul cel mai mare, emoția aș zice, chiar, m-a cuprins, atunci când am încercat să pătrund în holul muzeului, acțiune aproape imposibilă din cauza mulțimii de oameni care participau la lansare. Și mai emoționat am fost atunci când am văzut tineri studenți cumpărând cartea, strângând-o la piept și așteptând cuminiți, la rând, un autograf. Și uite-așa, după aproape zece zile de plimbare printre cărți și autori, parcă, parcă optimismul începe să-mi răsară din adâncul unei minți prea obosite de scandaluri politico-sociale, extrem de intens mediatizate în toată media noastră de toate tipurile. Așadar, citiți, fraților... vin sărbătorile și aveți timp.

Și după Apocalipsă ce-o să facem? (literatura F&SF la *Gaudeamus* 2012)

Pentru mica, dar vesela comunitate de fani SF, un târg de carte – fie el *Gaudeamus*, fie *Bookfest* – înseamnă acea zi de sâmbătă în care se adună în jur de 70 de inși și se mută cu grămada din stand în stand, conform desfășurătorului lansărilor SF. Pentru că, dacă sunt atât de puțini editori activi, își pot organiza lansările în așa fel încât să nu ne călcăm în picioare unii pe alții și să facă totul în folosul cititorilor-fani.

În nișa F&SF cititorii sunt fani. Asta presupune o mai strânsă legătură a lor cu editorii și autorii, dar și o mai mare responsabilitate din partea acestora din urmă, pentru că fanii SF nu pot fi păcăliți, ei știu exact ce cărți se publică în lume și își doresc să le vadă și în românește.

La Târgul de Carte *Gaudeamus* din acest an, pe bulevardul sefeului au defilat *Tracus Arte* (vineri și duminică, pierzându-se astfel câteva zeci de participanți), *Tritonic*, *Millennium Books*, *Art*, *Nemira* (sâmbătă).

Avanpremierea a făcut-o *Tracus Arte*, vineri, cu lansarea noii colecții de F&SF, coordonate de Cătălin Badea-Gheracostea. Colecția se cheamă *Bendis*, iar volumul de vineri a fost *Guerillă* (sic!) *în câmpul cu maci*, de Radu-Iarion Munteanu, căruia i-a urmat, tot vineri, romanul *Citadela de fier*, de Adrian Buzdugan (în afara colecției SF, însă).

Sâmbătă au intrat în scenă actorii principali din ultimii ani. *Tritonic* a lansat ediții noi ale volumelor *Marilyn Monroe pe o curbă închisă*, de Dănuț Ungureanu, și *Razzar*, de Alexandru și Ovidiu Pecican. Alături de ele, în rafturile editurii s-a găsit o noutate, romanul *Dacic-Parc*, de Bogdan Teodorescu. Așa că pot să mă întreb dacă nu cumva la *Tritonic* s-a sunat adunarea, cu intenția revigorării colecției de SF-fantasy-horror.

Millennium Books a venit cu titluri puține, dar consistente: un debut de excepție, despre care se va vorbi mult și multă vreme de-acum înainte, e vorba despre Narcisă Stoica și romanul ei *Taxidermie*, o antologie de Ștefan Ghidoveanu, *Cele 1001 de scorneli ale moșului SF*, poate cea mai bună antologie de SF românesc din ultimii ani, un volum nou (cu texte vechi) de Michael Haulică, *Transfer*, și noul volum de critică/publicistică semnat de Cătălin Badea-Gheracostea, *Aducerea la zi*. Lor li s-a adăugat cel de-al cincilea număr al revistei *Galileo*, îndelung așteptat de cititori.

O noutate a constituit-o Editura *Paladin*, un imprint al Grupului Editorial *Art*, care și-a anunțat ambițiosul program printr-o listă de 13 autori intrați deja în portofoliul editurii. Printre ei, Arthur C. Clarke, China Miéville, Gene

Wolfe, Lois McMaster Bujold, Robert Silverberg, Michael Chabon ș.a. Primul volum al editurii, care s-a lansat la *Gaudeamus*, a fost *O piatră pe cer*, de Isaac Asimov, într-o nouă traducere, semnată de Horia Nicola Ursu. Urmează, până la finele anului, volume de Robert Holdstock (*Mitago*), Lois McMaster Bujold (*Cioburi de onoare*) și Arthur C. Clarke (*Orașul și stelele*).

Fără îndoială, unul dintre momentele așteptate cu sufletul la gură de sefiști a fost lansarea editurii *Anticipația*, ca imprint al *Nemirei*, cu ediția 2013 a celebrului *Almanah Anticipația* și cu apariția unei noi serii a revistei *CPSF Anticipația*. Noua editură a venit și cu două volume, *Antologia viitorului*, de Henry Gee, și *Știința viitorului*, de Max Brockman. Un program care pare interesant, coerent și bine direcționat pe publicul-țintă. Ultimele lansări ale *Nemirei* au fost ale unora dintre cei mai buni autori români de F&SF ai momentului: Liviu Radu – *Armata moliilor*, și Marian Truță – *A doua venire*.

Cu toate că nu a organizat un eveniment la târg, Editura *Trei* a oferit fanilor F&SF încă trei titluri: *Prefectul*, de Alastair Reynolds, *Mileniu*, de John Varley, și *Războiul Z*, de Max Brooks, toate în colecția *Epsilon*, coordonată de Mihai-Dan Pavelescu.

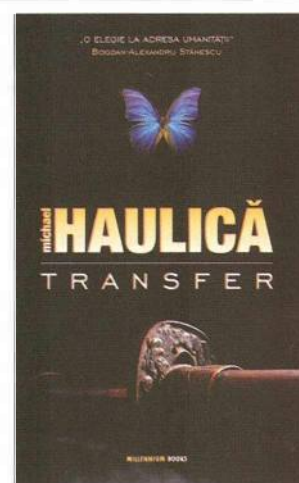
Închiderea festivalului F&SF a avut loc tot la standul *Tracus Arte*, cu ediția a doua a romanului *Anul terminal*, de Florin Pâtea, apărută în proaspăta colecție *Bendis*.

După cum s-a văzut, plină de evenimente această ediție de *Gaudeamus*. Două imprinturi noi dedicate literaturii F&SF, plus încă o colecție. Iar *CPSF Anticipația* este cea de-a opta revistă de F&SF de pe piață, alături de *Helion*, *Helion Online*, *Galileo*, *Galileo Online*, *SRSFF*, *Gazeta SF*, *Nautilus* (și fanii SF încă nu știu, dar în luna decembrie va mai apărea o revistă, *Argos*).

Cum va arăta anul SF 2013, cel de după sfârșitul lumii? Cu 9 reviste pe piață, cu aproximativ 60 de cărți publicate, cu un târg de carte dedicat genului în primăvară, cu un festival în vară...

Ce e neclar aici? Apocalipsa din 2012? Fiți, domnilor, serioși! Avem treabă, avem de publicat reviste, cărți, avem de scris...

(Michael Haulică)



text Andrei Ichim

După dealuri



Nu m-am numărat printre fanii lui 432. Mi s-a părut un film solid, bine realizat, dar cam atât. M-am întrebat de ce nu a fost recompensată cu *Palm d'Or* mai degrabă pelicula lui Porumboiu, *A fost sau n-a fost*. M-am gândit la diferite conspirații, dar se pare că m-am înșelat, însă, dacă 432 nu merita un asemenea premiu, *După dealuri* îl merită cu prisosință. Ba mai mult, este probabil cel mai bun film românesc realizat vreodată.

Producția lui Cristian Mungiu pornește de la romanele non-ficționale ale Tatianeii Niculescu Bran, care tratează celebrul caz al exorcizării de la Tanacu. Regizorul a precizat că nu dorește o reconstituire a evenimentelor, ci pornește de la ele pentru a spune povestea lui. Este foarte tentant să devoalez întâmplările din film, dar mai bine vă las să-l gustați. Vă pot spune, în schimb, că nu veți putea atribui vinovățiile cu ușurință. Nici preotului, nici nimănui. Pare că nimeni nu este vinovat

e, cel mult, o vină împărțită. Nu veți găsi în film nici vreo condamnare a obscurantismului de tip ortodox. E vorba doar de o provincie sărăcită, care încearcă să facă față unei situații oribile cu mijloace extrem de limitate – o problemă binecunoscută în România. Birocrația, fie ea administrativă sau medicală, este de cele mai multe ori incapabilă, așa că rămânem pe cont propriu și ne descurcăm cum putem. Dincolo de toate acestea, filmul ne vorbește și despre o prietenie puternică. *După dealuri* este o peliculă unde toate componentele s-au îmbinat perfect: o idee extraordinară de scenariu, un regizor extrem de capabil, actori ireproșabili, o cinematografie de excepție (producătorii au fost ajutați și de iarna năprasnică din februarie 2012, care a contribuit mult la conturarea atmosferei). Actorii sunt, în mare parte, necunoscuți publicului din România, dar asta nu e un dezavantaj. Nu doar cele două actrițe premiate la Cannes trebuiau recompensate, ci întreaga distribuție: preotul, maica stareță, celelalte măicuțe. Filmul trebuie văzut pentru că reușește să spună multe lucruri adevărate despre noi, despre felul în care funcționează societatea noastră. La vizionare am fost cu o perso-

nă care a stat o perioadă în mănăstire și era familiarizată cu lumea monastică. A fost impresionată până la lacrimi, iar pentru mine acest fapt arată cât de bine și-a construit universul Cristian Mungiu. Trebuie să spun în final și despre reacția unor preoți față de film. După o vizionare realizată la Vaslui, un preot ortodox a declarat că filmul este o rușine. Trebuie să ne obișnuim să nu mai tratăm evenimentele în bloc, dar ce mi se pare mai frapant este că preotul nu a înțeles filmul. Deoarece, din punctul meu de vedere, preotul și măicuțele nu sunt puse într-o lumină negativă.

Recomandare: Este foarte greu să vii cu o recomandare după un asemenea film. Cel mai bine ar fi să citiți și cartea Tatianeii Niculescu Bran.

Un film de Palm d'Or



Regizor:
Cristian Mungiu
Actori:
Cosmina Stratan, Cristina Flutur, Valeriu Andriuță
Durată: **150 de minute**
Mobra Film, România

Între două lumi

Magia înșelătoare a cinematografului



Regizor: **Juan Solanas**

Actori: **Jim Sturgess, Kirsten Dunst**

Durată: **95 de minute**

Jouror Productions, Canada

Martin Scorsese a realizat anul trecut *Hugo*, un film despre poveștile de început ale cinematografiei. Atunci se punea accentul pe spectacolul vizual și se conta pe impresionarea publicului spectator, care descoperea lumi noi, aproape ca într-un roman de Jules Verne. De ce spun toate astea? Foarte simplu, *Între două lumi* repetă într-o bună măsură această strategie. O călă-

torie într-o lume fantastică, în care două lumi stau una în capul celeilalte. Din păcate, substanța filmului este foarte firavă pentru că această producție nu este o poveste de dragoste de tip Romeo și Julieta frumos ambalată. Aici ești mai mult impresionat de ambalajul producției decât de povestea și protagoniștii ei. Trebuie, totuși, să dăm Cezarului ce este al Cezarului și să spunem că partea vizuală e fabuloasă. Avem și birouri din anii '60, dar și săli de dans din epoca victoriană. Oricum, tre-

buie văzut filmul pentru a înțelege acest festin al simțurilor. Dar poate că Scorsese ar fi trebuit să fie mai sincer cu spectatorii fiind, în esență, nu un film, ci o experiență senzorială. Este atât de puternică partea aceasta încât povestea și actorii cad în plan secund. Subiectul este destul de alambicat, fără prea multă substanță. Realizatorii au creat un univers distopic, în care o lume profită de resursele celeilalte, fără a-i plăti prețul cuvenit. Lumea de sus a prosperat, în timp ce aceea de jos a ajuns o văgăună. Pe un vârf de munte se întâlnesc doi tineri. Evident, povestea lor de dragoste nu poate continua prea mult și este împiedicată de autorități. La toate acestea se mai adaugă și o amnezie a protagonistei, ceea ce complică mult lucrurile. Filmul este și un pic siropos, dar la ce ne putem aștepta atunci când personajele principale se numesc Adam și Eden?...

Recomandare: Jim

Sturgess, cel care îl interpretează pe Adam, a jucat într-o comedie romantică mai reușită, „O singură zi”.

Ralph Strică-Tot

Un film ca acesta ne arată că jocurile video au devenit din ce în ce mai populare. Mai există oare cineva pe lumea asta care nu a auzit de *Mario*, mascota japonezilor de la *Nintendo*? Probabil că nu, am citit pe undeva că *Mario* este mai cunoscut ca *Mickey Mouse*. Expansiunea jocurilor video a fost fulminantă în ultimii 25-

30 de ani. *Ralph Strică-Tot* reușește să împace și capra și varza, cum reușesc multe producții americane. Pelicula este destinată fanilor jocurilor video (mai vechi sau mai noi), dar e adaptată și pentru gustul publicului larg. Combinația este de succes. Cel puțin pentru cineva ca mine, care a jucat *Mario*, dar care știe și lumea jocurilor de azi, filmul își face treaba. Referințele la *Metal Gear Solid* sau *Call of Duty* vor face deliciul fanilor jocurilor video. Pentru cineva care are habar de acest mediu virtual va

fi interesantă și tranziția pe care o fac jocurile, de la drăgălașele *Mario* și *Sonic* la ultraviolentele *Call of Duty*, *Medal of Honor*. Tranziția se face pe ritmuri de *dubstep*, oferite de ultra-cunoscutul *Skrillex*. Un personaj negativ dorește să iasă din rolul care i-a fost dat și de aici pornesc toate necazurile lui. *Ralph* crede că dacă obține o medalie va fi acceptat de ceilalți. În drumul lui o întâlnește pe *Vanellope*, o eroare dintr-un alt joc. Faptul că nu sunt acceptați de ceilalți îi va apropia și vor forma o echipă. Personajul *Vanellope* este formidabil și este interpretat de Sarah Silverman, o cunoscută a show-urilor de *stand-up comedy*. De asemenea, trebuie să-l menționez și pe Jack McBrayer, cunoscut din *30 Rock*, care îl interpretează pe *Felix*, un fel de *Mario*. *Ralph Strică-Tot* este o comedie de familie care poate fi apreciată și de cei care joacă jocuri video dar și de către ceilalți.

Un pic de „Shrek” și de „Toy Story”



Regizor: **Rich Moore**

Actori: **Sarah Silverman, John C. Reilly**

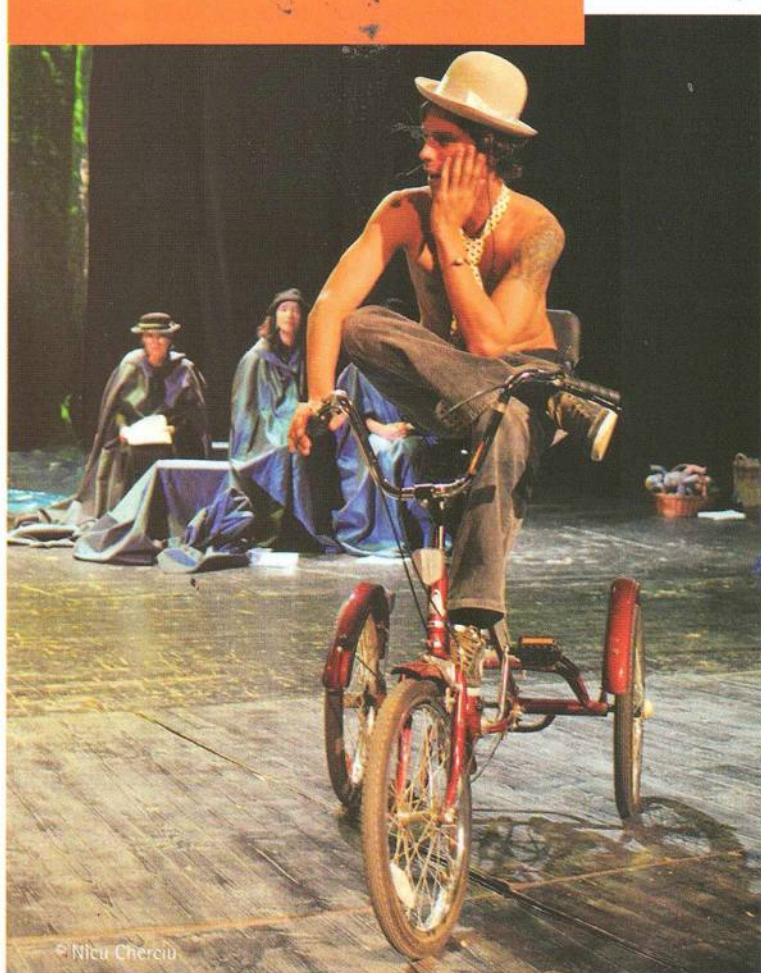
Durată: **101 minute**

Walt Disney Animation Studios, SUA

Recomandare: Și dacă tot am amintit de „Shrek” vă recomandăm să-l revedeți.

Unul dintre cele mai bune spectacole din cadrul „Festivalul Național de Teatru” din acest an a fost „Insula”. Așa că vă invităm să-l vedeți, chit că e la Cluj – aviz amatorilor de teatru din Ardeal, și de... oriunde.

Insula



Ada Milea creează o insulă supra-realistă cu situații comice și tragice deopotrivă.



Insula, după Gellu Naum
Cu: Cristian Rigman, Silviu Iorga, Ramona Dumitrescu...
Regia: Ada Milea
Teatrul Național Cluj

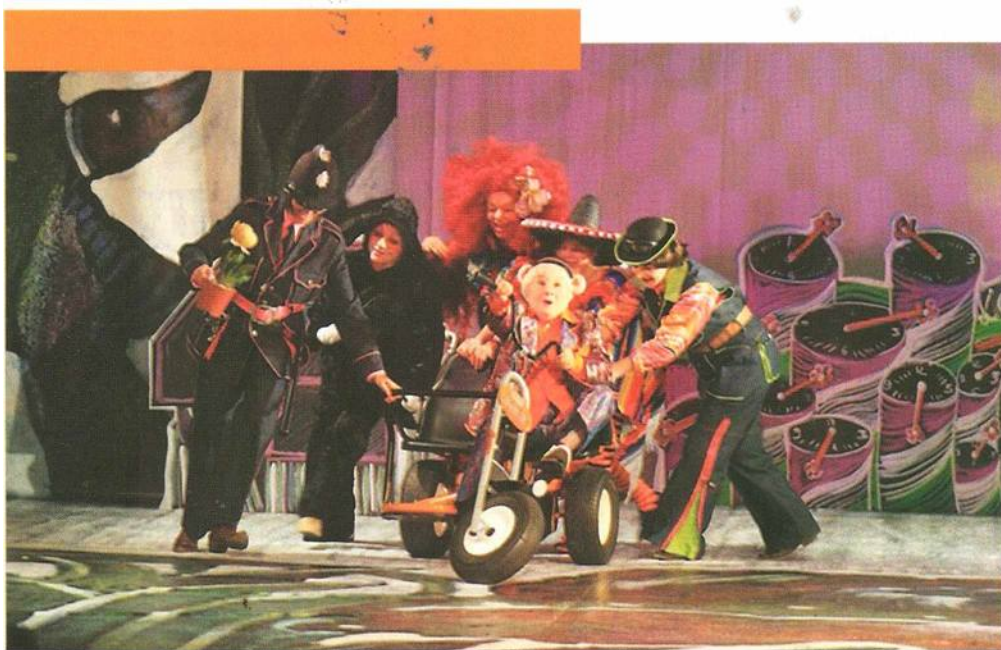
text Radu Pocovnicu
foto Nicu Cherciu
și arhivă foto spectacole

Insula, după textul cu același nume al poetului și dramaturgului Gellu Naum, are ca punct de plecare romanul lui Daniel Defoe, *Robinson Crusoe*. În adaptarea sa, Naum păstrează câteva elemente originale – insula pe care naufragiază Robinson, Vineri, sclavul care se transformă în camarad, și eforturile de supraviețuire ale eroului principal. La toate acestea adaugă personaje noi care se înfruntă în situații comice și tragice deopotrivă. *Insula* este o piesă în două acte, în care limbajul contribuie la întreținerea comicului situațiilor, personajele fiind marcate, în stilul lui Gellu Naum, de simbolistica suprarealistă a unor teme precum visul, somnul, călătoria, erosul sau moartea. Un puzzle de întâlniri și situații cu personaje exotice, precum o sirenă, un pirat, un beduin, dar și numeroși membri ai familiei pierdute a lui Robinson. Căutările, urmărirea, regăsirile și, din nou, despărțirile, toate rapide și aproape mecanice, au în comun singurătatea, la rândul ei pierdută și apoi regăsită. Ada Milea construiește, astfel, un concert al singurătăților aduse împreună de Gellu Naum, aducând împreună, la rândul ei, vocile și prezența actorilor Teatrului Național din Cluj, într-un concert 100% teatral. Există și o variantă inițială a spectacolului, realizată de Ada Milea împreună cu Alexandru Bălănescu, în Marea Britanie. Un spectacol care a cucerit publicul londonez. „Când mi s-a propus să lucrez la Cluj pe un text din Gellu Naum, mi-am dorit *Insula* pentru că aveam ocazia să păstrez cât mai mult din textul piesei de teatru și din personaje. Sunt foarte mulți actori minunați aici și lucrez foarte bucuroasă cu unii dintre ei. *Insula engleză* e construită împreună cu un mare muzician, dl. Alexander Bălănescu, sub forma unui jurnal, mult mai înspre muzică decât cea de acum. Nu am reluat absolut nimic în această *Insulă*. Nici nu mi-am permis, dar nici nu cred că era posibil, având în vedere *scheletul* complet diferit al celor două *insule*.”

Recent, *Insula* a mai bifat un succes: a obținut Marele Premiu al Festivalului de Dramaturgie Contemporană de la Brașov.

Regretatul regizor, și director de teatru, Cornel Todea, a lăsat un spirit bun la Teatrul Ion Creangă. Recent, a avut loc premiera unui nou spectacol pentru copii, „Noddy”, în regia lui Attila Vizauer.

Noddy



**Noddy, după
Enid Blyton**
Cu: **Camelia
Andriță,
Alexandrina Halic,
Mihaela Bețiu**
Regia: **Attila
Vizauer**
**Teatrul Ion
Creangă**



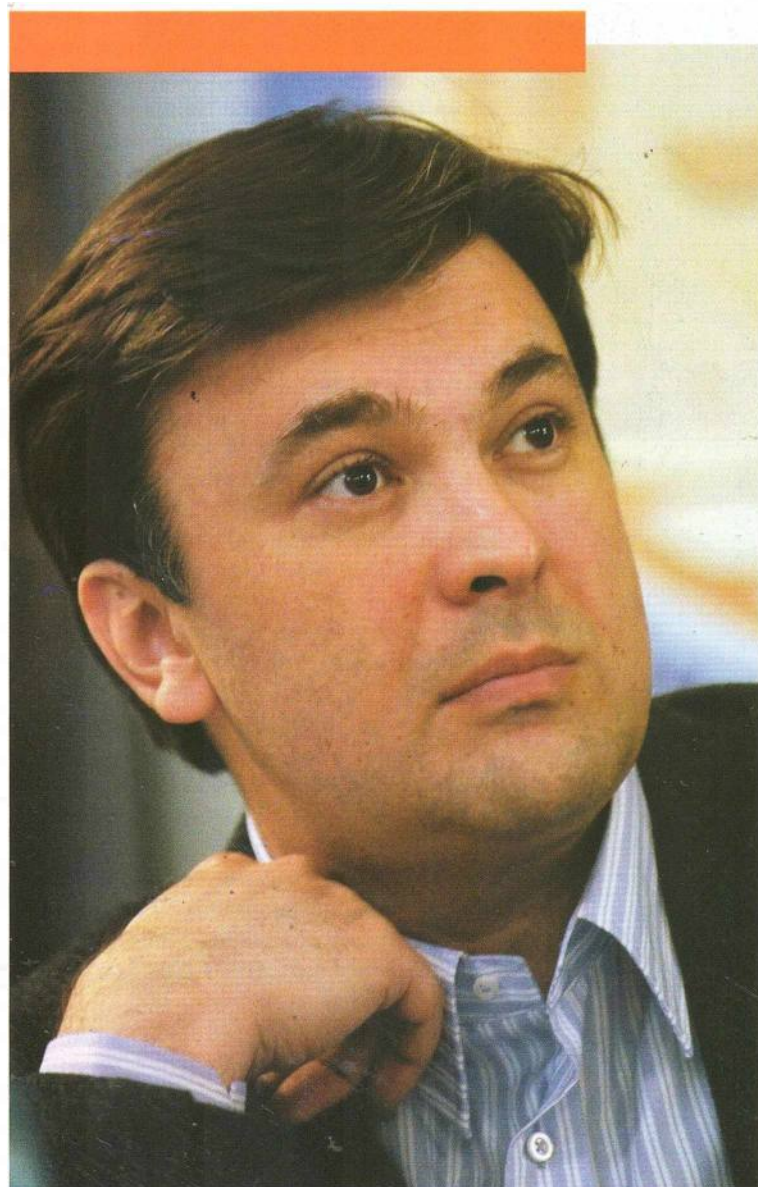
Fiecare păpușă își are rolul și rostul ei în Orașul Jucăriilor, acolo unde singurele limite permise sunt cele ale imaginației, iar nepoștii sunt doar cei care și-au neglijat dreptul la visare. Este ceea ce descoperă Noddy, celebrul personaj de poveste al anilor '50, creat de scriitoarea Enid Blyton, atunci când pășește sfios pe un târâm pe care nu îl bănuia până atunci posibil, cel al libertății de a fi tu însuși, de a (te) cunoaște, printre prieteni gata oricând să-ți vină în ajutor. Transformând scena Teatrului Ion Creangă în terenul de joacă al unei fantezii muzicale inspirate de Beatles și de spiritul flower-power, spectacolul Noddy propune, într-o distribuție exclusiv feminină, un firesc al imaginarului, în care realitatea concretă, a regulilor sociale, se contopește cu născocirile pline de viață ale minții unui copil-păpușă care-și permite să(-și) inventeze lumea după propriul plac. „Pentru ei, copiii, desigur, isprăvile lui Noddy sunt cele care contează. Pentru noi (părinți, bunici), pe lângă atenția și grija ca ei să fi înțeleși, să le fi plăcut povestea, spectacolul poate naște și un strop de nostalgie. Îmi imaginez, la sfârșitul spectacolului, un domn care iese din sală de mână cu o fetiță de numai câțiva ani. Ea fredonează melodia din final despre Orașul Jucăriilor, iar el murmură, doar pentru sine, versurile Beatles-ilor: *Is there anybody going to listen to my story / All about the girl who came to stay?*”, declară Attila Vizauer, regizorul spectacolului. Reprezentația este dedicată copiilor cu vârsta de peste 5 ani și a fost susținută, în avanpremieră, de Teatrul Ion Creangă, în cadrul Festivalului Internațional de Teatru pentru Copii „100, 1.000, 1.000.000 de povești” din acest an.

Un spectacol pentru copii,
în spirit flower-power

„Moshe & Mordechai” a luat doi ani la rând premiul pentru „Cel mai bun site politic”, la roblogfest. O merituosă distincție, pentru forța și expresivitatea scriiturii lui Daniel Octavian Bejan.

text Radu Pocovnicu
foto arhivă Daniel Octavian Bejan

Moshe & Mordechai, un blog politic cu „poezie”



„Nu caut
respectul
altora,
vreau să
mi-l păstrez
pe al meu”,
spune
Daniel
Octavian
Bejan.

Cum și când a început povestea Moshe & Mordechai?

– Cândva pe la sfârșitul lui 2007. E o poveste! Scriam pe atunci într-un alt blog, de cu totul altă factură, alt registru, alte preocupări. Există, printre cei care mă citeau, un comentator statornic, care de cele mai multe ori reușea, în comentariile sale, să eclipseze ceea ce scriam eu în articol, prin elocință și umor. Ne-am împrietenit și, după o vreme bună, în care, ca doi morocănoși bătrâni, ne pierdeam vremea mormăind la toate cele care se întâmplă în lume, am decis că am putea scrie un blog împreună. Așa a început. În primele luni blogul a fost scris în doi. Apoi, din motive care nu au nici o legătură cu noi, colegul meu a fost nevoit să renunțe și am rămas singur. Am rămas singur și de atunci încerc să mă descurc singur. Ar mai trebui povestit ceva aici: am rămas prieteni și, anul acesta, în sfârșit, am reușit să ne și cunoaștem. Adică ne-am întâlnit față în față, pentru prima dată, și ne-am strâns mâinile. Pentru că, vă vine să credeți sau nu, până în primăvara aceasta, nu ne-am întâlnit niciodată – locuim în orașe diferite.

Dacă dai search Google, afli despre Daniel Octavian Bejan că e scriitor; parcă doar una sau două referințe sunt legate de site...

– Mă bucur că așa stau lucrurile. Știu că trăim într-o vreme în care ești măsurat în funcție de ceea ce mărturisește sfântul Google despre tine, dar mă sâcăie ideea că motorul de căutare ar putea ști despre mine mai mult decât știu eu însumi. Nu sunt un tip extrem de sociabil, aș spune că dimpotrivă. Dacă vorbim despre blog, nu mă interesează decât într-o foarte mică măsură traficul, nu simt nevoia de a mă promova; de fapt, evit în mod programatic toate lucrurile care descriu rețeta succesului în blogosferă. Mulți dintre colegii sau prietenii mei din blogosferă cheltuiesc resurse importante pentru a câștiga respectul celorlalți. Eu, dimpotrivă, încerc doar să-mi păstrez respectul de sine. Vreau să discutăm idei, stări, principial, nu simt deloc nevoia de a-mi folosi

prezența on-line ca o platformă de auto-promovare, nici ca un alibi pentru eventualele neîmpliniri din viața reală. Ca să o scurtez, habar nu am ce știe Google despre mine. Nu m-a interesat niciodată să aflu. E paradoxal, știu, pentru cineva care funcționează, cu o anume stăruință, în on-line.

Am citit o postare a unui domn, care spunea că sunteți... Mircea Badea.

– Am mai auzit teoria asta. Mai are rost să spun că, evident, nu sunt Mircea Badea? De fapt, chestia asta mi se pare fără sens. Mircea are propriul blog, nu se sfiește să spună ce are de spus acolo sau la televizor, fără a simți nevoia unui pseudonim. Am povestit la început de ce eu am optat pentru un pseudonim.

Se mai fac și alte confuzii în ceea ce vă privește?

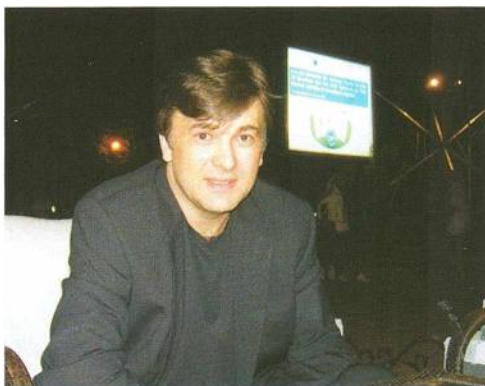
– Frecvent. Deși nu am ascuns niciodată cine se ascunde sub pseudonim, nu am găsit potrivit să transfer relativa notorietate a „personajului Mordechai” către cel care sunt cu adevărat, nici nu am folosit pseudonimul pentru a mă ascunde. Am auzit teorii dintre cele mai năucitoare în ceea ce privește prezumtiva identitate a lui Mordechai. Ba că ar fi Cărtărescu, într-o bizară, dedublare, ba Cristian Tudor Popescu, Adrian Năstase, Toni Greco sau Ioan Groșan. Elvis nu a fost încă introdus între ipoteze. A existat un text de al meu care a avut o teribilă circulație pe net, atribuit fiindu-i lui Cristian Tudor Popescu. La acel moment domnul Cristian Tudor Popescu a fost pus în situația de a preciza public că nu are nici o legătură cu textul respectiv. O agenție de presă i-a cerut scuze de presă, acuzându-mă pe mine de fals, dacă vă puteți imagina! În fine, o întreagă nebulie.

Aveți stil, o scriitură percutantă. Aveți vreun regret că nu publicați și pe hârtie? (Din documentarea mea firavă, nu știu să o faceți.)

– Public și pe hârtie. Nu atât de des pe cât mi-aș dori. Nu depinde numai de mine, totuși. Ține în bună măsură și de bunăvoința editorilor, dar și de exigențele pe care mi le impun. Am făcut greșeala de a trimite spre tipar texte de care nu eram pe deplin mulțumit și n-aș repeta-o. Dacă recitesc acum *Poveștile unui mizantrop*, îmi dau seama că aș rescrie două treimi din ceea ce e acolo, iar o altă treime nu ar mai exista în carte. Scriu mult, am aproape gata materia pentru trei noi cărți care vor apărea atunci când voi crede că sunt gata de tipar. Desigur, cu condiția de a găsi și un editor potrivit.

Care sunt, după dv., virtuțile de a fi un editorialist on-line?

– Cred că indiferent dacă e vorba de on-line sau print, condiția e aceeași: onestitatea. Asta e, din perspectiva mea, condiția fundamentală.



„On-line-ul e mai direct, mai accesibil, evident, dar și mai volatil. Tocmai de aceea, de cele mai multe ori, on-line-ul îngăduie o formă de libertate care în tipăritură ar fi inacceptabilă. Mă tem, totuși, că nu prea știm ce să facem cu libertatea asta pe care ne-o oferă on-line-ul și o irosim pe lucruri de nimic, pe exclamații perisabile, indignări irelevante și reverii frivole.”

Sigur, putem vorbi despre stilistică, inteligență analitică și alte accesorii, dar în lipsa onestității nu ești altceva decât un țarcovnic îngânând pomelnicul recitat de altul.

Nu aveți decât un banner pe site, cu Universitatea București... Unii bloggeri fac bani din publicitate pe site...

– Foarte bine că fac. E și normal. Eu nu am făcut până acum publicitate. Nu mi-am propus, cel puțin până acum, să fac bani din ceea ce scriu acolo. Poate că asta se va schimba, dar până acum n-am găsit potrivit să fac asta, deși nu au lipsit ofertele. M-am implicat (de cele mai multe ori fără a fi solicitat) în câteva cauze umanitare, pentru că am simțit că așa trebuie să fac. Probabil, în viitorul apropiat voi accepta publicitate pe site, dar doar în anumite condiții. Și, cu certitudine, nu am să transform blogul într-un avizier pentru negustori. Rămâne, totuși, de văzut, dacă și cine pot fi cei interesați de asociere cu ceea ce scriu eu acolo.

Știți cine sunt cititorii dv.?

– Într-o anume măsură. Primesc, cu o anume frecvență, comentarii care încep cu „Te citesc de mult, dar nu am comentat...” Există o disproporție teribilă între numărul de cititori și

numărul de comentatori, pe care multă vreme nu mi-am explicat-o. Am ajuns, apoi, să îi cunosc pe unii dintre cititori și am găsit mai multe explicații pentru asta. Sigur, m-aș bucura să-i cunosc pe mai mulți dintre ei, dar nu văd cum s-ar putea întâmpla asta. Oricum, mi-ar plăcea să îi pot socoti pe toți prieteni.

Cunoscutul blogger Chinez se „enerva” că nu scrieți mai mult.

– Știu la ce se referea Cristi și reproșul lui e măgulitor, dar suntem prieteni, așa că îl înțeleg. Cred că scriu atât cât trebuie. Unele lucruri se și văd public imediat, altele au de așteptat. Nici nu simt nevoia, cel puțin în privința blogului, de a scrie doar pentru a fi prezent acolo. Mulți fac așa. Au un blog în care scriu că ei sunt bloggeri și au un blog în care scriu despre faptul că ei sunt bloggeri și au un blog în care... și așa mai departe.

Unii vă admiră. Enervați, pe bune, pe careva?

– Fără îndoială, îi scot pe destui din sărite. Și au ei grijă să îmi dea de veste despre asta. Le cer scuze. Am spus-o și mai devreme: nu caut respectul altora, vreau să mi-l păstrez pe al meu. Nu se întâmplă doar pe blog, numai în on-line. Oamenii simt nevoia asta teribilă de a-și impune punctul de vedere, simpla enunțare a opiniei nu-i satisface. Au nevoie să te convingă că e așa cum cred ei, ideea că poți supraviețui confortabil în spațiul propriilor tale opinii îi incomodează. Argumentele nu își propun să demonstreze, ci să convertească, să impună. Uneori cu violență. Există categoria asta de cititori, care te aplaudă câtă vreme găsec în ceea ce spui lucrurile cu care rezonază. Apoi își imaginează că ai obligația de a scrie și de a gândi numai în felul acela. Respectul pe care ți-l acordă depinde de asta. Dacă, la un moment, ieși din teritoriul în care te-au repartizat ei, atunci neapărat e datoria lor să te sancționeze. Sunt oameni care nu vor neapărat să citească, nu sunt interesați de opinii, au doar nevoie de a-și valida propriile opinii. Or, nuanțele în care te pierzi tu, pot zgândări convingerile lor – situație deloc reconfortantă. Cum pe blog vorbesc destul de mult despre politică, e limpede că stârnesc multă enervare. Mai ales în condițiile în care mă încapățânez să mă raportează la un set de principii și nu să mă așez sub flamura vreunei formațiuni. Doi ani la rând blogul meu a fost desemnat, de către cei de la *roblofest*, cel mai bun blog politic. Ei bine, asta a fost singura categorie la care, pentru premiu, nu a existat sponsor. Sugestiv, nu?

Credeți că pot influența cu ceva formatorii de opinie din blogosferă soarta unei nații?

– Cred că da. Nu sunt însă convins că noi suntem, totuși, una dintre acele nații.



George Arion – premiul Editurii M.A.I.

În perioada 7-10 noiembrie, Editura Ministerului Administrației și Internelor a organizat la Centrul Cultural al Ministerului Administrației și Internelor cea de-a XVI-a ediție a Salonului de carte juridică, civică, polițistă și administrativă al M.A.I. Scriitorul George Arion, regele romanului polițist autohton, a primit premiul „pentru creația emblematică în literatura de gen”, acordat de Editura Ministerului Administrației și Internelor. Premiul i-a fost acordat celebrului autor al personajului Andrei Mladin de către secretarul de stat, Bogdan Tohăneanu.

În contextul manifestărilor prilejuite de Salonul de carte juridică, civică, polițistă și administrativă al M.A.I., vineri, 9 noiembrie, s-a desfășurat dezbateră cu tema „Romanul polițist românesc – un gen literar cu viitor incert?”. La dezbateră a participat, în calitate de invitat, Anghel Andreescu, secretar de stat, șeful Departamentului Ordine și Siguranță Publică. Evenimentul, moderat de scriitorul Petre Crăciun, i-a numărat printre participanți pe scriitorii George Arion, Nicolae Rotaru, Traian Tandin, Tudor Negoită și Monica Ramirez, precum și pe realizatorul TV Doru Dumitrescu. Au fost identificate două mari probleme: lipsa criticilor avizați, precum și nepromovarea în mass-media a romanelor polițiste românești de calitate. Concluzia acestei dezbateri a fost că romanul polițist autohton merită să fie citit și cerut de public, acest gen de roman având încă multe de spus cititorilor români.

[M.R.]



O nouă expoziție Cristina Țurlea

La Banca Națională a României, arhitectul Cristina Țurlea a deschis a treia expoziție personală de pictură, intitulată *Joc de culori* (4-20 decembrie 2012). Sunt peste 40 de tablouri, în general peisaje, prezentate într-un succint catalog de Ovidiu Pecican și Daniel Nicolescu. „O admirabilă colecție de călătorii îndepărtate, în inimă și sub frunte, acolo unde transpunerea locurilor pe care le străbăteam devine un abur dens și persistent, cu posibilități de amplasare în azur”, scrie criticul de artă Ovidiu Pecican. „Cristina Țurlea pictează cu plăcere și dezinvoltură și scoate din «cuțit» uluitoare «stări de spirit». E un exercițiu care înseamnă (...) re-scriere a vizibilului în termenii unei alchimii interioare”, este de părere Daniel Nicolescu. Precedenta expoziție a pictoriței a avut loc în decembrie 2011, la Centrul de Cultură Arhitecturală a Uniunii Arhitecților, și s-a numit *În Semne în Culoare*.

Cristina Țurlea a obținut în 2007 titlul științific de doctor în arhitectură. Este autorul volumelor *Arhitectura și spațiile publice*, *Cronica restaurării Palatului Vechi BNR*, *Centrul istoric financiar-bancar al Bucureștilor*, toate apărute la Editura Cadmos.

[G.A.]



Ultima fotografie

Proaspăt laureat al Asociației Scriitorilor București – premiul special pentru volumul *Uciideți generalul!* – Bogdan Hrib ne amenință cu un nou succes, romanul *Ultima fotografie*, editura *Cartea Românească*, lansat la târgul de carte *Gaudeamus*. Primii critici care s-au pronunțat, respectiv Alex Ștefănescu, Michael Hăulică și Horia Gârbea, anunță o trecere spectaculoasă a autorului de la genul *crime, thriller, mystery*, „frecventat cu succes”, la romanul de dragoste, „cu o nuanță ușor exotică”: „Expert al suspansului, al neprevăzutului, al stilului alert și palpitant, Bogdan Hrib vine în romanul psihologic cu toate aceste calități care se dovedesc fertile și manevrează cu siguranță destine verosimile, dar și incitante. Pariez că își va cuceri și de data asta cititorii”, susține Horia Gârbea, chiar pe ultima copertă a cărții. Un pariu deja câștigat, se pare, pentru că *Ultima fotografie* se află în topul celor mai vândute cărți ale editurii *Cartea Românească*, la *Gaudeamus*.

Dacă vreți și părerea unui cititor, mă ofer voluntar: o lectură antidepresivă, deși personajele se joacă, inteligent, de-a depresiile. Un fost fotoreporter și proprietar de agenție de publicitate, o criză de mijloc al vieții, 50 de ani, o croazieră pe o navă de lux, amintiri, deznădejdi, imposibila iubire. Și o scriitură captivantă, te prinde de nu te vezi!

Gata, nu vă mai zic, puneți mâna și citiți!

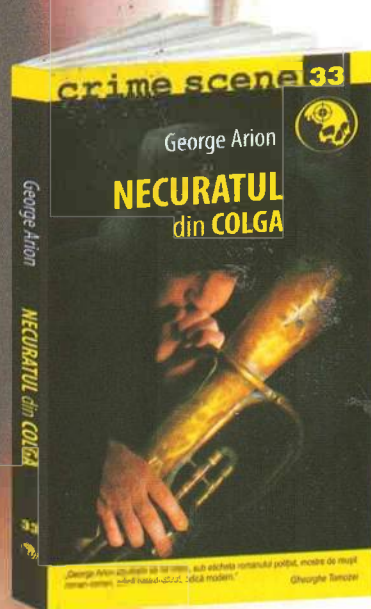
[L.P.]

SUPER OFERTĂ DE SĂRBĂTORI

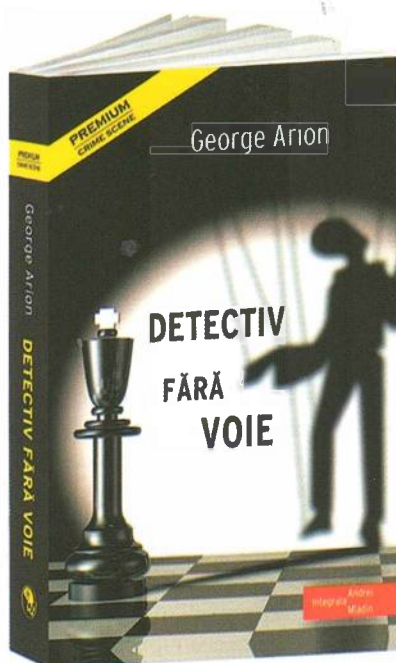
pachet premium GEORGE ARION

paperback
204 pagini

hardcover
416 pagini



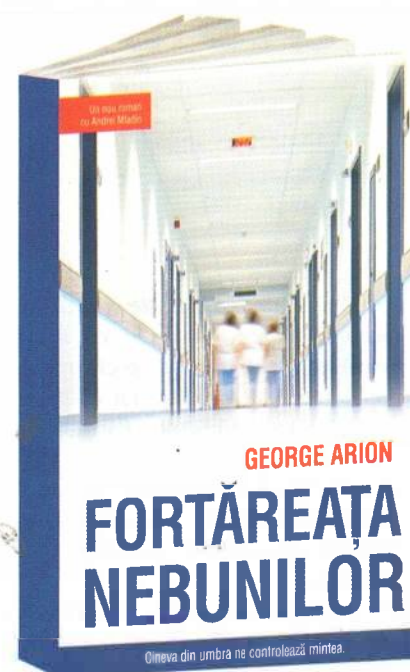
O serie de crime neelucidate, într-un orașel de provincie. Un agent special trimis să investigheze cazurile. O tabără de antrenament camuflată în pădure. Piste false, răsturnări de situații, suspans. Și foarte mult umor. O acțiune extrem de credibilă în primul thriller românesc scris după atentatele de la 11 septembrie, care au schimbat fața planetei.



O serie de crime cu mobil misterios generează panică în București. Singura conexiune între victime este participarea acestora la emisiunea "Stea norocului", realizată de Alma Soran, care primește ea însăși amenințări cu moartea.

~~98 lei~~
49,90 lei

hardcover
307 pagini



În "Fortăreața nebunilor" sunt mai multe romane – unul are în centru lupta pentru averea unui miliardar octogenar. Al doilea descrie universul de coșmar al "sanatoriilor" în care comuniștii spălau creierele disidenților. Ultimul dezvoltă teoria suprimării marelui poet al românilor. Toate, legate de o misterioasă societate suprastatală, *Atharic*, care și-a propus eliminarea adversarilor incomozi din politică, afaceri, presă, cultură.

COMANDĂ ACUM

talón de comandă

Doresc să comand pachetul premium
GEORGE ARION la prețul de 49,90 lei

FL.12/2012

nume	prenume				
strada	nr.	bl.	sc.	ap.	sector / județ
cod poștal	localitate			număr de telefon	

Trimiteți talonul la: S.C. Publicațiile Flacăra S.A., Piața Presei Libere nr. 1, cod poștal 013701, sector 1, București, O.P. 33, C.P. 12. Pentru orice detalii legate de comanda dumneavoastră vă rugăm să ne contactați la 004/021/317.91.37, persoană de contact: Camelia Neagu, e-mail: abonamente@publicatiileflacara.ro. Taxele poștale sunt achitate de cititor la ridicarea coletului. Datele dv. personale vor fi folosite de Publicațiile Flacăra SA numai în scopul declarat al acestui talon de comandă. Publicațiile Flacăra SA se obligă să nu facă publice și să nu vândă baza de date referitoare la datele dv.

ofertă limitată

Orice carte, acum mai simplu, mai rapid și mai ieftin, pe www.librariaflacara.ro

În literatură, tot ce e tendențios devine fals și hilar. Dorința impură de a „demonstra” ceva (că ai o cultură întinsă, că ești devotat unui regim politic etc.) scoate textul din regimul de gratuitate care i-ar fi dat noblete.

Fals și hilar

Mai mulți editori americani au declarat recent, în legătură cu proiectele lor, că intenționează să publice în mod special romane de dragoste, întrucât au constatat că genul este din nou pe placul publicului. Parcă intuind ce tendință se manifestă pe piața cărții, un tânăr de 19 ani, Ion Vasiliu, a debutat cu un voluminos roman de dragoste (aproape 400 de pagini), intitulat dramatic și grandilocvent *Împotriva destinului*.

Protagonistul cărții, Andrei Negureanu, elev în ultimul an de liceu, se îndrăgostește de profesoara sa de limba română, Eliza Sorescu, care este pe punctul de a se căsători cu un important om de afaceri. Andrei, deși este pasionat de informatică, hotărăște să participe la Olimpiada de limba și literatura română, numai și numai pentru a face parte din grupul de elevi de pregătirea cărora se ocupă Eliza. El îi explică patetic unui prieten:

„— Pentru ea fac orice sacrificiu. De o săptămână n-am mai deschis calculatorul și în fiecare seară, până noaptea târziu, citesc cărți de literatură.”

Este amuzant să aflăm că, pentru un tânăr de azi, este un sacrificiu să citească literatură. La început am crezut că autorul își ironizează personajul, dar ulterior am înțeles că de fapt îl compătimește sincer.

La orele de pregătire pentru Olimpiadă, Andrei încearcă să o uimească pe profesoară, dovedind că a citit tot ce i-a recomandat ea. Și, într-adevăr, profesoara îl remarcă, angajându-se cu el în dialoguri pe care autorul le consideră probabil sublime:

„— Poți să-mi spui, Andrei, care sunt elementele cognitive din trama epică a ascensiunii spre transcendență pe care o configurează poetul?

— Da, doamna profesoară, identificăm întâi un excurs intuitiv-gnoseologic, cu actanți din mai multe zone ale cunoașterii. Apoi, o percepție duală, recuperând atât teluricul, cât și spiritualitatea evanescentă. În sfârșit, nu putem ignora suprasemnificarea intenționată din finalul poemului, cu o conotație tanatică.”

Protagoniștii romanului cad în extaz schimbând asemenea replici. Culmea este că și când ajung, după 200 de pagini de tribulații asemănătoare, în pat, ei vorbesc în același stil prețios:

„— Nu e vorba de sex, Andrei, e o conectare la energia cosmică.

— Da, Eliza, exact la asta mă gândeam și eu, la o transsubstanțiere...”

Îndrăgostiții nu se pot însă împotrivi la nesfârșit destinului. După mai multe momente de conectare la energia cosmică și de transsubstanțiere, Eliza se mărită cu omul de afaceri, iar Andrei devine studentul unei facultăți de informatică.

Înainte de a fi moralistul mizantrop și sarcastic din volume ca *Hanibal* sau *Arma secretă*, Eugen Jebeleanu a glorificat, în versuri împiedicate, chinuite, regimul comunist. În 1952 a publicat volumul de versuri *În satul lui Sahia*, reportaj versificat de mare întindere și, în același timp, odă închinată unor imaginare realizări ale noului sistem politic.

Alexandru Sahia, scriitorul pro-sovietic de o valoare modestă, mort la 29 de ani, și supreevaluat post-mortem, în scop propagandistic, este evocat în treacăt în cartea lui Eugen Jebeleanu. Pelerinajul în satul lui este doar un pretext pentru ridicarea în slăvi a schimbărilor din România.

Poetul îl întreabă pe un sătean unde se află „gospodăria de stat”, iar săteanul îi răspunde

cu o mândrie teatrală.

„«Vezi acolo steaua aia?/ (Omul m-a cuprins de spate)/ Aia roșie ca văpaia/ De le-acoperă pe toate...»// (Am zărit-o). — «Păi, atunci.../ Cum să n-o vezi, frate dragă./ Doar un ochi să vrei s-arunci./ Uite-o! Scânteie, de bagă/ Toate stelele-n dășagă.»”

Steaua roșie de la intrarea în „gospodăria de stat”, inspirată de steaua roșie de la Kremlin, bagă așadar toate stelele de pe cer în dășagă!

Autorul compară în repetate rânduri ceea ce vede în sat cu ceea ce a fost înainte de 1947, când pământul era proprietatea casei regale. În mod mecanic-tendențios, el pretinde că prezentul este infinit superior trecutului.

Cu imaginația lui precară, el încearcă să ne convingă că în scaunul eliberat de rege stă acum un muncitor studios, care concepe o inovație la batoze. Scena este hilară:

„E târziu. Dar nu e gol/ Scaunul legănat. // Unde ieri căscău domol/ Boieroaicele cu grație,/ Șade-acum un muncitor/ C-un creion și o carte-n mână. // Uite-așa, de-o săptămână,/ După muncă,/ Ochii-n carte și-i aruncă./ Chibzuiește-o inovație/ La batoze.”

*Simplist și fals, amplul poem *În satul lui Sahia* ar fi putut fi intitulat *Folosirea mai eficientă a scaunelor*.

text Alex. Ștefănescu
ilustrație Linu





Programul Operei Naționale București în luna decembrie 2012

sâmbătă, 1 decembrie, ora 18.30, Sala Mare

Oedipe de George Enescu

spectacol de operă în limba franceză

duminică, 2 decembrie, ora 11.00, Sala Studio

Crăiasa Zăpezii după Hans Christian Andersen

poem coregrafic pentru copii

duminică, 2 decembrie, ora 19.00, Sala Mare

La Traviata de Giuseppe Verdi

spectacol de operă în limba italiană

miercuri, 5 decembrie, ora 19.00, Sala Mare

Corsarul de Adolphe Ch. Adam

spectacol de balet

Festivalul de Dans Clasic ONB 2012

joi, 6 decembrie, ora 19.00, Sala Mare

Rigoletto de Giuseppe Verdi

spectacol de operă în limba italiană

joi, 6 decembrie, ora 19.30, Sala Studio

Lumea privită prin ochii unui copil

conferință interactivă cu tema **Spărgătorul de nuci**

de Piotr Ilci Ceaikovski, organizată

în parteneriat cu Fundația Calea Victoriei

vineri, 7 decembrie, ora 18.30, Sala Mare

Aida de Giuseppe Verdi

spectacol de operă în limba italiană

sâmbătă, 8 decembrie, ora 18.30, Sala Mare

Anna Karenina

spectacol de balet neoclasic

duminică, 9 decembrie, ora 11.00, Sala Studio

Cutia cu jucării de Claude Debussy

spectacol muzical – coregrafic pentru copii

duminică, 9 decembrie, ora 18.30, Sala Mare

Carmen de Georges Bizet

spectacol de operă în limba franceză

miercuri, 12 decembrie, ora 19.30, Sala Studio

Le cantatrici villane (Cântărețele parvenite)

de Valentino Fioravanti

spectacol de operă în limba italiană

joi, 13 decembrie, ora 19.30, Sala Studio

Nijinski – cealaltă față a geniului

spectacol de teatru – dans

vineri, 14 decembrie, ora 19.30, Sala Studio

Rita de Gaetano Donizetti

spectacol de operă în limba română

sâmbătă, 15 decembrie, ora 11.00, Sala Studio

Crăiasa Zăpezii după Hans Christian Andersen

poem coregrafic pentru copii

sâmbătă, 15 decembrie, ora 19.30, Sala Studio

Crăciunul Felicie

concert cu ocazia sărbătorilor de iarnă

duminică, 16 decembrie, ora 19.00, Sala Mare

PREMIERĂ ABSOLUTĂ!

O scrisoare pierdută de Dan Dedi

spectacol de operă în limba română

Miercuri, 19 decembrie, ora 19.00, Sala Mare

Il Barbiere di Siviglia (Bărbierul din Sevilla)

de Gioacchino Rossini

spectacol de operă în limba italiană

joi, 20 decembrie, ora 19.00, Sala Mare

Spărgătorul de nuci de Piotr Ilci Ceaikovski

spectacol de balet

vineri, 21 decembrie, ora 18.30, Sala Mare

Aida de Giuseppe Verdi

SPECTACOL EVENIMENT realizat cu susținerea acordată

de **Viorel Cataramă și Gabriel Marin**

spectacol de operă în limba italiană

sâmbătă, 22 decembrie, ora 19.00, Sala Mare

O scrisoare pierdută de Dan Dedi

spectacol de operă în limba română

duminică, 23 decembrie, ora 11.00, Sala Mare

Spărgătorul de nuci de Piotr Ilci Ceaikovski

spectacol de balet

duminică, 23 decembrie, ora 19.00, Sala Mare

La Bohème de Giacomo Puccini

spectacol de operă în limba italiană

vineri, 28 decembrie, ora 19.00, Sala Mare

Spărgătorul de nuci de Piotr Ilci Ceaikovski

spectacol de balet

sâmbătă, 29 decembrie, ora 11.00, Sala Mare

Magazinul de păpuși

spectacol al Școlii de Balet Studio M

duminică, 30 decembrie, ora 11.00, Sala Studio

Camera copiilor de Modest Petrovici Musorgski

spectacol muzical – coregrafic pentru copii

luni, 31 decembrie, ora 18.00, Sala Mare

Maratonul Revelionului la Opera Națională București

Liliacul de Johann Strauss

spectacol de operetă în limba română

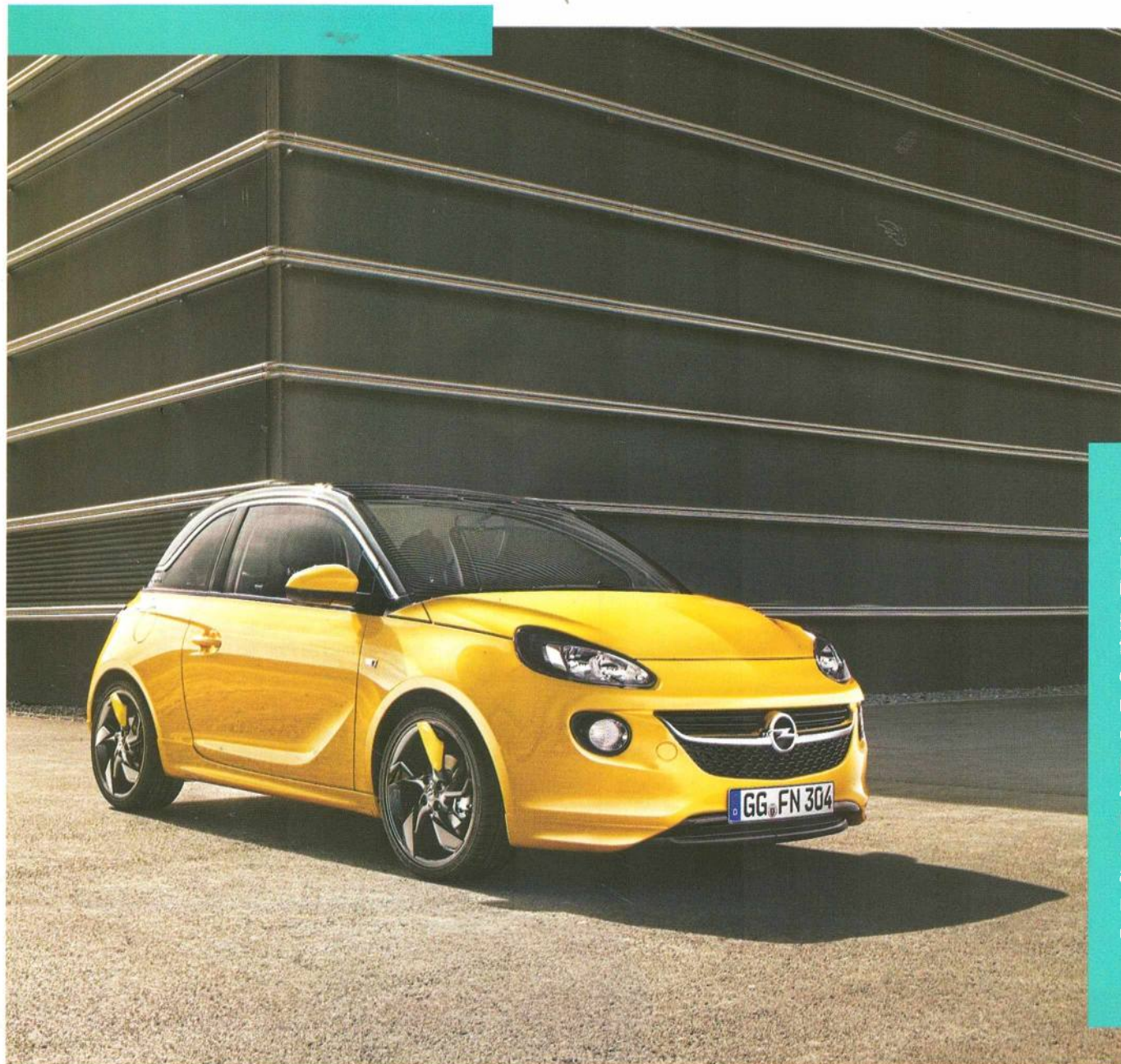
pentru programul complet al Operei Naționale București accesați www.operanb.ro

Casa de bilete: 021 313.18.57 | www.operanb.ro

O nișă auto nouă, dedicată mașinilor „la modă”, s-a conturat în ultimii ani, iar „Opel” a prezentat în această toamnă modelul „Adam” pentru sezonul primăvară-vară 2013.

text Mugurel Mărgărit-Enescu

După ultima modă



„Opel” nu se lasă mai prejos față de celelalte mărci care au pus accentul pe „mini” și a scos o mașină de „fiță”.

I

Inițial a fost VW care a readus la viață modelul *Beetle*. Apoi, *BMW* și-a făcut curaj cu noul *Mini*. *Fiat* nu s-a lăsat mai prejos și l-a readus pe micuțul *500*. Și, când toată lumea spunea: *e moda retro*, *Citroën* a lansat *DS3* și i-a spus *anti-retro*.

Opel s-a inspirat de la fiecare, inclusiv de la noul *Audi A1*, care tot aici se încadrează, și a pus în practică un design simpatic, plin de viață și de culoare.

Cu noul *Adam*, *Opel* se integrează în acest curent și propune o mașină urbană perfect adaptată la nevoile și imaginea cotidiană. În plus, ea integrează tehnologiile premium de la mașinile din clase superioare printr-un sistem multimedia care conectează *smartphone*-ul posesorului mașinii (cu *Android* sau *iOS*) și aduce aplicațiile de pe internet pe sistemul *on-board*.

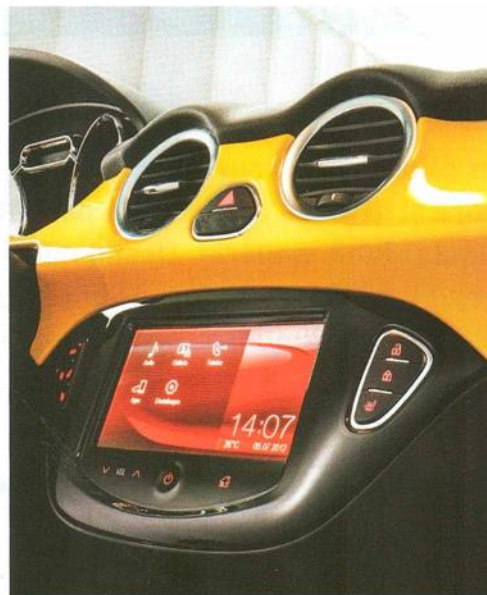
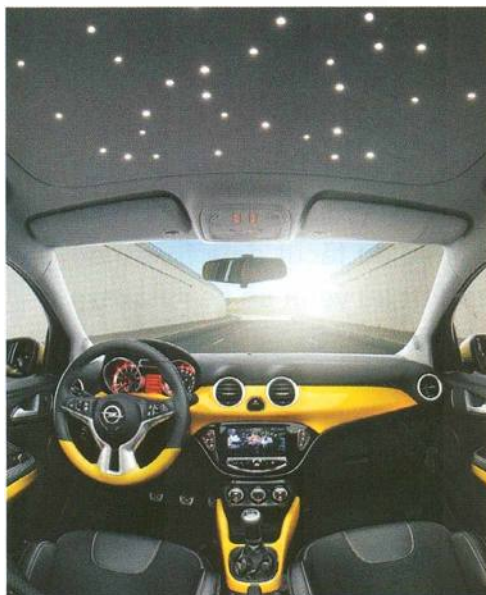
Cu o lungime de doar 3,7 metri și o lățime de 1,72 metri, automobilul cu trei uși este agil și adaptat la mediul urban. La interior, spațiul este potrivit pentru patru persoane care se bucură de o atmosferă primitoare și un aer de inspirație premium.

„Noul *Opel Adam* oferă un potențial important de creștere pentru marca noastră. Suntem foarte mândri că această mașină mică și cochetă vine la pachet și cu excelența germană în domeniul ingineriei auto. De fapt, *Adam* este singura mașină din acest segment ce se va produce exclusiv în Germania”, declară Karl-Friedrich Stracke, CEO *Opel*.

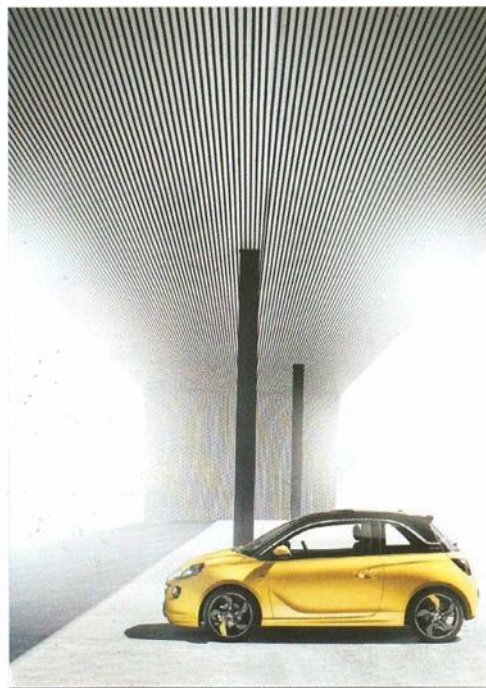
Micuțul *Adam* o să fie inițial motorizat de trei propulsoare pe benzină (1.2 l 70 CP, 1.4 l 64 CP și 1.4 l 100 CP) combinate cu o transmisie manuală cu cinci rapoarte. Toate vor fi disponibile cu tehnologii de reducere a consumului precum *Start/Stop*. Ulterior, pe *Adam* va debuta un nou motor de dimensiuni reduse cu injecție directă de benzină și turbină. El o să fie combinat cu o nouă cutie manuală cu șase rapoarte.

Adam inovează și introduce o abordare cu totul nouă în alegerea variantei de echipare. În locul ierarhizării cunoscute, clienții pot alege din trei variante extrem de individualizate: *Jam* este neconvențional, la modă și plin de culoare, *Glam* oferă un decor mai elegant, rafinat și sofisticat, iar *Slam* face apel la cei cu energie și atitudini sportive. Aceste trei opțiuni pun bazele pentru un potențial practic nelimitat de personalizare, cu o gamă largă de culori exterioare, trei culori de acoperiș, diferite culori interioare, decoruri și plafon, inclusiv plafon luminat cu LED-uri „*Starlight*” și alte elemente distinctive de design inspirate din clasa premium.

Mark Adams, Vicepreședinte Design *Opel*, explică: „Noi oferim un potențial de combina-



Mașina integrează un design nou și îndrăzneț cu potențial pentru o personalizare aproape nelimitată, care dă unicitate fiecărui model comandat.



ții între culorile exterioare, interioare, tapiterie, țesături și elemente de caroserie aproape nelimitat. E puțin probabil ca unul dintre clienții noștri să mai vadă o mașină la fel ca a sa.”

Odată încheiată etapa de personalizare a culorilor, clienții pot alege și un sistem media care se ridică la nivelul tehnologic al ultimilor ani. Tot mai multe *smartphone*-uri dispun de tehnologie GPS și hărți foarte bine actualizate. *Opel* promite că *Adam* o să transfere imaginea de pe telefon pe ecranul său tip *touch-screen* de 18 cm și astfel navigația nu se va mai face de pe ecranul mic al telefonului. Mai mult, pe acest sistem vor putea fi redat muzica, imaginile și filmele din telefon. Ultimele două, doar atunci când mașina staționează. Conexiunea se realizează prin *bluetooth* sau cablu și mașina e compatibilă atât cu telefoanele și tabletele *Apple* cât și cu *device*-urile ce rulează *Android*.

Alte tehnologii moderne care aduc un plus de confort au fost puse pe lista de opționale, iar printre acestea se numără sistemul de parcare automată, detecția vehiculelor în unghiul mort, asistența la plecarea din pantă, volanul încălzit etc.

Noul *Opel* o să fie disponibil în *showroom*-urile europene din ianuarie 2013, iar declarațiile oficialilor vorbesc despre o mașină cu adevărat modernă și nu doar „la modă”. Posibilitățile de personalizare individualizează puternic fiecare automobil, dar ele atrag și o parte mai puțin plăcută în achiziția unui automobil: timpul de așteptare. Să sperăm că oferta de mașini pe stoc de la dealeri o să fie suficient de bogată pentru a individualiza fiecare achiziție. Prețurile în Germania (în România încă nu au fost comunicate) pleacă de la 11.500 de euro pentru o versiune fără pretenții și dotări simple și de la 13.400 pentru *Adam JAM* cu motor 1,2 litri și 70 cai putere.

În spatele design-ului și culorilor se ascunde tehnologia germană, iar *Opel* ar face bine să nu dezamăgească în acest moment foarte dificil din istoria sa.

În plină iarnă, tour-operatorii se gândesc deja la vacanța ta de vară și îți oferă reduceri de până la 50% pentru rezervări până la finalul lunii ianuarie. Destinațiile propuse au făcut deja furori de când Lady Gaga, Angelina Jolie și Brad Pitt au venit să se relaxeze și să simtă ritmul distracției din insulele grecești.

Trei destinații care dau startul petrecerilor de vară



text Steluța Năstase
www.besttourism.ro

Mykonos – petreceri interminabile și plaje fără inhibiții

În Mykonos, totul începe cu imaginea drumurilor labirintice care te conduc spre cluburile de noapte, doar ești în capitala distracției, care concurează cu succes Ibiza. Lounge Bar, de la Hotel Belvedere, oferă priveliști uluitoare către apus și te ademenește cu meniuri delicioase pe care le poți servi în decorul special creat de renumitul designer de nuntă, Colin Cowie. *Sunset Central* sau *Kastro*, aflat lângă biserica Paraportiani, este renumit pentru muzica clasică și pentru cocktail-urile *daiquiris* cu rom, lămâie, zahăr și alte bunătăți. În *Astra* te și distrezi, te și relaxezi în spațiile amenajate modern, fie că e vorba de locuri interioare sau în aer liber. Canapelele sunt foarte confortabile, iar dacă ți se face poftă de dans, DJ-ii de top din Atena îți satisfac toate capriciile muzicale. Chiar la intrarea în oraș dinspre vechiul port, restaurant-bar-clubul *El Pecado* îți oferă o mare varietate de tapas, sangria, băuturi pe bază de rom, pe care le poți servi pe ritmuri latine. Trebuie doar să urmezi muzica cu stil! Pentru reduceri, nord-europencele iau cu asalt *New Faces*, unde *happy hour* se extinde de la ora 21 până la miezul nopții. În timpul zilei, unora le place plaja de nudiști *Paradise Beach*, aglomerată și cu atmosferă de club aproape în fiecare după-amiază. Berea curge, majoritatea petrecăreților, de toate vârstele, dansează complet nud și, în plus, pe parcursul sezonului estival se organizează petreceri la fiecare lună plină.

În Mykonos găsești de toate pentru toți, iar petrecerile sunt cu stil.



Corfu, distracție la Palatul Roz

Cufundată în parfum de pin și de lămâie, stațiunea Agios Gordios oferă o priveliște ireală asupra unui mic golf din Marea Ionică. Se cuibărește la poalele unor dealuri acoperite de pini și te îmbie cu apa caldă numai bună pentru relaxare. Plaja, păzită de două promontorii împădurite este ca un covoraș din nisipuri și pietricele însoțite, și te ademenește să te revigorezi la surf, să descoperi adâncurile exotice și apoi să-ți potolești foamea la tavernele care servesc calamari umpluți cu brânză și usturoi, sardine la grătar și bere rece ca gheața. Seara trebuie să te găsească la Palatul Roz, cel mai petrecăreț hotel din zonă, unde începe *toga party*: toată lumea dansează pe ritmuri grecești, iar gazdele sparg farfurii și oferă ouzo gratis. Au loc petreceri în pijamale, competiții de ping-pong pentru socializare, seri karaoke și confruntări în piscina cu jelu. Tot de aici pleci și în croaziere spre plajele retrase ale Mării Ionice, cu opriri pentru sărituri spectaculoase de pe stânci. La bordul ambarcațiunilor se dansează, e voie bună și sunt ore fericite cu băuturi la jumătate de preț.

Atmosferă tropicală în cluburile din Santorini

Cele mai animate pub-uri și discoteci sunt chiar pe calderă așa că poți admira apusul în timp ce dansezi pe hiturile verii. Pulsul social al insulei este *Town Square* din capitala Fira, unde îți poți da întâlnire cu petrecăreții de pe insulă pentru distracție și socializare până în zori. Aici vei găsi terase care servesc bere rece, *gyros* (un sandviș cu pită, carne, roșii, *tzatziki*) și clătite. Oprește-te neapărat la Barul Tropical, care oferă o priveliște spectaculoasă. Barmanul, plin de viață, venit din California,

este foarte mândru de *margarita* lui (tequila cu suc de lămâie). Cei mai mulți turiști dansează pe bar în *Two Brothers* și scena este exact așa cum îți imaginezi viața de noapte din Grecia. Dansezi, ți se fac fotografii, iar DJ-ii știu cum să te mențină în picioare și să te distreze. *Koo Club* te atrage cu terasa mare din grădina tropicală care contrastează cu scena dance plină de energie, iar în *Franco's Bar* muzica liniștită, priveliștea frumoasă creată de apusul de soare și șezlongurile creează un cadru romantic.

În cluburile din Santorini este așa cum îți imaginezi viața de noapte din Grecia.



Atunci când soarele se topește în mare ca o înghețată de portocale, e momentul să dai startul distracției.



Oferte

Christian Tour,
www.christiantour.ro,
tel. 021.211.11.39

Vacanță în Corfu cu reducere early booking de 50%, Hotel Jason* – de la 80 euro/pers. (reduc de la 159 euro/pers.), transport cu autocarul, 7 nopți cazare cu mic dejun, asistență turistică. Reducerea este valabilă până pe 31 ianuarie 2013.

Pegas Holidays,
www.pegasholidays.ro tel. 021/313.32.22

Vacanță în Mykonos cu reducere early booking de 25%, Psarou Beach Hotel 3* – de la 299 euro/pers. (reduc de la 399 de euro/pers.), transport cu avionul, transferuri, 7 nopți cazare cu mic dejun, asistență turistică. Reducerea este valabilă până pe 31 ianuarie 2013.

Europa Travel, www.europatravel.ro
tel. 021.311.55.20

Vacanță în Santorini cu reducere early booking inclusă de 15%, Hotel Blue Sea 3* – de la 336 de euro/pers., transport cu avionul, transferuri, 7 nopți cazare, asistență turistică. Reducerea este valabilă până pe 30 aprilie 2013.

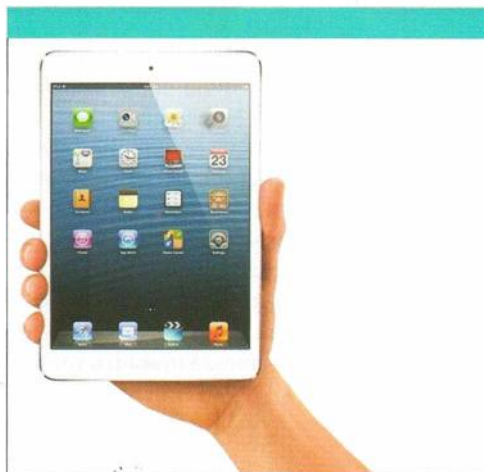


În luna decembrie Moșul vine cu gadgeturi noi. Că tot e luna cadourilor...

text Radu Pocovnicu

iPad Mini

Cred că sunt foarte puține persoane care nu apreciază designul produselor Apple. *iPad Mini* nu face excepție de la această regulă, reușind să capteze priviri încă din prima secundă. Pentru versiunea mai mică a *iPad*-ului, Apple a decis să rescrie complet regulile care au condus ultimele trei iterații ale tabletei mai mari. Avem de-a face cu o tabletă foarte ușoară, care cântărește puțin peste 300 de grame, cu un display sensibil mai mic, de 7,9 inci în format 4:3, care folosește aceeași rezoluție ca și *iPad 1* și *2* (1024x768), însă într-o carcasă complet regândită. Marginea laterală este mult mai îngustă decât în cazul „fraților” mai mari, iar forma carcasei metalice de pe spate este acum mult mai rotunjită, de unde vine și confortul sporit în utilizare. Pe margine, de jur împrejurul display-ului, aluminiul a fost șlefuit, asemeni *iPhone 5*, iar culoarea tabletei influențează acum și partea din spate, nu doar sticla protectoare. Controlul de volum și butonul de blocare a orientării ecranului de pe



laterală se regăsesc în același loc, însă acum avem de-a face cu trei butoane separate. Mufa jack și butonul de power sunt ca și până acum în partea de sus a tabletei, alături de microfon, însă în partea de jos avem cele mai multe schimbări: noul conector *Lightning*, alături de o premieră pentru seria de tablete *iPad*: boxe stereo.



Mini PC de la Intel

Compania Intel vrea să ne arate că și PC-ul desktop poate evolua, oferind flexibilitate și performanțe competitive fără a ocupa întreaga masă de birou. *Mini PC*-ul concept, primul din seria *Intel Next Unit of Computing*, este mult mai mic decât un desktop obișnuit, putând să stea fără probleme în spatele monitorului sau al televizorului. Chiar dacă nu este primul dispozitiv de acest gen, mulți producători hardware lansând în ultimii ani variante proprii de mini PC-uri, prototipul Intel diferă prin nivelul de performanță oferit, comparabil unui PC de mărime normală. În cutiuța cu dimensiuni 10 x 10 cm și nu foarte groasă, Intel a reușit să acomodeze un procesor *Ivy Bridge ULV* din gama *Core i3-3217U* (dual-core la 1.8 GHz + *Hyper Threading*), montat prin lipire pe o placă de bază cu chipset *QS77 PCH*. Aceasta acomodează două module *SO-DIMM DDR3* în configurație *dual-channel*, pentru un total de 16 GB memorie RAM. Spațiul de stocare este asigurat de un dispozitiv *SSD* cu interfață *mSATA*, iar slotul mini *PCIe* permite instalarea unei plăci de rețea *WiFi*. Interfața grafică *Intel HD 4000* poate gestiona două ecrane atașate prin conexiune *HDMI*, sau *HDMI* + conector *Thunderbolt*.

Nokia Asha 205

un featurephone cu integrare Facebook și tastatură hardware

De curând, familia de terminale mobile accesibile Asha a finlandezilor de la Nokia s-a îmbogățit cu două noi modele, versiunea Asha 205 și Asha 205 Dual. Cele două modele sunt practic identice, singura diferență între acestea fiind suportul *Dual SIM*, care însă nu oferă *Dual Standby* ci doar posibilitatea de schimbare din mers a cartelei și memorarea a cinci profiluri pentru operatori. Bazat pe platforma *S40*, terminalul este prezentat de producător ca o soluție pentru amatorii de socializare virtuală, acesta oferind o tastatură *QWERTY* pentru introducerea comodă a textului și un buton dedicat pentru activarea aplicației Facebook. O altă noutate software este *Slam*, o metodă de partajare prin intermediul adaptorului *Bluetooth* între două terminale care nu mai necesită împerecherea prealabilă. Pe lângă aplicația Facebook, Asha 205 va veni preinstalat și cu



clienții Twitter și eBuddy, precum și cu 40 de jocuri de la Electronic Arts care vor putea fi descărcate separat. Dincolo de aceste noutăți, Asha 205 este un featurephone modest la fel ca restul membrilor acestei numeroase familii. Ambele versiuni vor fi lansate în acest trimestru și vor avea un preț de 62 de dolari.

Seniorii, sărbătorii toamnei la BRD

Toamna trecută, Banca Română pentru Dezvoltare—Groupe Société Générale a lansat promoția *BRD Senior*, desfășurată până la sfârșitul lui noiembrie, oferind pensionarilor care au ales să-și încaseze pensia în cont deschis la *BRD* șansa de a câștiga unul dintre zecile de premii oferite de bancă: 19 premii a câte 500 de lei și 45 de pachete de vacanță.

În promoție au fost incluse carduri de debit, precum și două produse de economisire — *Depozitul 1000* și contul de economii *Atucont*. De asemenea, clienții beneficiază de dobânzi speciale la creditele de nevoi personale și descoperitul autorizat de cont.

Facilitățile aferente cardului au cuprins gratuitatea retragerilor de numerar de la orice bancomat sau *POS BRD* și reducerea cu 50% a comisionului anual de administrare a cardului. *Depozitul 1000* le a fost oferit clienților seniori la o dobândă preferențială, mai mare cu 0,5% pentru depozitele în lei și cu 0,25% pentru sumele depuse în euro. De asemenea, contul de economii *Atucont* a beneficiat de un bonus de 0,25% față de dobânda standard.

Clientela de seniori putea astfel avea acces la creditele pentru nevoi personale *Expresso* cu o reducere la dobândă de 5%, indiferent de suma împrumutată și de perioada finanțării, precum și la un descoperit autorizat de cont la o dobândă preferențială.

În timpul promoției, în toate zonele țării, *BRD* i-a premiat pe cei mai vârstnici clienți din categoria *Super-Senior*. Caravana *BRD Senior* a trecut, de la începutul campaniei, pe la Suceava, Baia Mare, Cluj-Napoca, Tg. Mureș, Sibiu, Brașov, Ploiești, Constanța, Brăila, Iași, Pitești, Craiova și alte mari orașe. La București, premiații au fost domnii Ilarion Olan (foto) și Titus Livius Vancea, clienți ai unităților Aviației, respectiv Baba Novac. „Dorim în acest fel să ne recompensăm clienții de vârstă venerabilă, să le mulțumim că ne-au ales și, mai ales, să îi asigurăm că vom face tot posibilul să le oferim permanent servicii de cea mai bună calitate”, a declarat Doina Tiriachiu, Directorul Direcției Promovare și Distribuție Retail din cadrul *BRD—Groupe Société Générale*.



HOSPICE CASA SPERANTEI
PREȚUIM FIECARE CLIPĂ DE VIAȚĂ

**NU 8 MAI SUNT
MULTE DE FĂCUT.**

**NU 8 ÎN SITUAȚIA
DUMNEAVOASTRĂ**

DIFICILĂ. 3
REGRET. 8

Acesta este primul lucru pe care îl aud pacienții după ce au primit diagnosticul unei boli incurabile.

La HOSPICE Casa Sperantei, putem schimba această sentință.

Oferă-le clipe fără durere.

Oferă **2 Euro**
prin **SMS*** la **8838**

Sună la 0900900260 pentru a dona 5 euro
Sună la 0900900262 pentru a dona 10 euro**

**Campanie susținută de Romtelecom.
Nu se percepe TVA.

www.hospice.ro/hospicebucuresti
www.facebook.com/HospiceCasaSperantei

*Valoarea unui SMS este 2 Euro. Campanie susținută de Cosmote, Orange, și Vodafone. Nu se percepe TVA.



Toți avem tabieturile noastre legate de petrecerea primelor momente ale dimineții. Unii servim cafeaua la o țigară, alții bem un fresh de fructe exotice, alții luăm doar o pătrăciță de ciocolată și un espresso. Mai totdeauna, tabieturile de dimineață includ servirea cafelei, iar de aici până la apariția „Caffe Tabiet” nu a mai fost decât un pas.

text și foto
Alice-Claudia Gherman

Un tabiet numit „Caffe”

Dorești espresso, cappuccino sau caffè latte? Sau, poate, un frappé? Cei de la *Caffe Tabiet* îți pot oferi o cafea etiopiană cu gust de piersică Michigan sau un espresso din cafea originală din Honduras, care este mai dulce, în timp ce unul din cafea braziliană are ceva din savoarea nucii și a ciocolatei amăruie. Dacă vrei note de condimente în cafea atunci poți alege o cafea indiană. Toate aceste bucurii ale dimineții le descoperi și le deguști la cel mai nou *Caffe Tabiet* din Pache Protopopescu, deschis de curând aici, al treilea *Caffe Tabiet* după cel din Avrig și Herăstrău. Și încă ceva! Beneficiezi de liniște, în atmosfera unui spațiu intim, decorat

în stil *art deco*, unde poți petrece câteva ore citind ziarul în timp ce savurezi o cafea aromată. Conceptul locației este bine pus la punct, oferind clienților care îi trec pragul, nu doar energie și optimism, ci și un cadru potrivit pentru o discuție cu un partener de afaceri sau o întâlnire între colegii de serviciu.

Caffe Tabiet este mai mult decât o cafenea, este *coffee shop*, punct *take-away* non-stop la parter și cafenea la etaj. În *coffee shop* poți să îți alegi singur boabele de cafea din sortimentul pe care ți-l dorești și apoi să le macini singur, ducând cu tine acasă prospețimea unei cafele de calitate. De la punctul de *take-away* îți cumperi o cafea de origine la orice oră din zi și din noapte, iar pentru relaxare și savurarea unei cafele preparată după diferite rețete și cu diverse echipamente profesionale, merită să te retragi în salon. Tot aici, Traian Ispasiu, deține-

torul brandului *Caffe Tabiet* și a acestui nou concept de cafenea, a pus la dispoziția clienților posibilitatea de a servi o supă a zilei cu crutoane, sandvișuri, salate și produse de patiserie franțuzești sau fresh-uri de fructe și legume.

„Vrem să fim cât mai aproape de natură, de aceea oferim oamenilor activi o bucăciță din natură prin preparate bazate îndeosebi pe legume și fructe proaspete, care să nu treacă printr-un proces complicat de fierbere și prăjire”, ne-a explicat Traian Ispasiu, cu ocazia lansării noii cafenele. La *Caffe Tabiet* nu numai că te bucuri de gustul unei cafele deosebite, dar ea îți este servită cu un design aparte, astfel încât să descoperi arta în fiecare ceașcă de cafea. Inimi, flori, desene și modele abstracte încântându-ți privirea, papilele gustative, dar și mintea.



În afară de cafea, „Caffe Tabiet” îți îndeplinește toate tabieturile legate de preparatele proaspete din legume, fructe sau brânzeturi, dulciuri și produse de patiserie.

rețetă Viorel Copolovici
www.pranzuldincaserola.ro
recomandare vin
Cosmin Zidurean

Chifteluțe de vită cu sos



Ingrediente

- carne de vită tocată – 400 g;
- cartof – unul mic;
- usturoi – doi căței;
- ceapă – două mici sau una mai mare;
- ouă – două;
- sos de soia – două lingurițe;
- pătrunjel proaspăt – câteva frunze;
- cimbru uscat – o jumătate de linguriță;
- roșii cherry – vreo zece;
- ardei capia – unul mic;
- zahăr – o linguriță;
- suc de roșii – aprox. 300 ml;
- sare;
- piper;
- mărar proaspăt tocat;
- frunză de dafin.



Din capul locului carnea de vită cere vin roșu. Felul de preparare ne duce însă cu gândul la un roșu mai moale, mai aromat, mai catifelat. Cred că alegerea ideală este o Fetească Neagră, din Gama Măiastru, de la Crama Oprișor.

Pasul 1. Cureți cartoful, ceapa și usturoiul. Le tai în bucăți mai mici și le pui într-un vas mai adânc, împreună cu carnea tocată. Pui sosul de soia, piper, cimbru uscat, strivit între degete, ouăle și frunzele de pătrunjel.

Pasul 2. Transformi totul în pastă, cu blenderul vertical de mână. Amesteci bine, până ce toată compoziția e omogenă. Pui cartoful doar pentru a mai „afâna” consistența dură a cărnii de vită.

Pasul 3. Formezi mici sfere din compoziția pentru chiftelute. Nu le tăvălești prin făină, nu le pui nimic altceva în afară de ceea ce am trecut la ingrediente.

Pasul 4. Prăjești chiftelutele pe toate părțile, în nu foarte mult ulei de măsline. Le scurgi apoi într-un castron în care așezi câteva șervețele duble.

Pasul 5. Cureți a doua ceapă și ardeiul capia. În altă tigaie decât cea în care ai prăjit chiftelutele, încălzești două linguri de ulei de măsline și călești ceapa și ardeiul capia tăiate fin, împreună cu o foaie de dafin, un praf de cimbru uscat și câteva boabe de piper. Nu le ții mai mult de două minute.

Pasul 6. Pui zahărul și amesteci repede, până s-a caramelizat și s-a omogenizat cu restul de sos lăsat de ceapă și de ardei. Nu durează mai mult de un minut, pe foc nu foarte puternic.

Pasul 7. Speli roșiile cherry, le tai pe jumătate și le arunci în tigaie. Dai focul mai mare și plimbi roșiile prin sosul deja existent, vreme de vreo două minute.

Pasul 8. Pui sucul de roșii și continui să amesteci. Lași focul mare, astfel încât sucul să fiarbă repede, să se îngroașe la fel de repede și să fiarbă cât mai puțin roșiile cherry. Poți pune două frunze de busuioc proaspăt, dar merg și câteva degete de mărar proaspăt tocat. Amesteci chiftelutele răcorite cu sosul fierbinte și le lași câteva minute.

Ne plângem că nu vindem la preț bun merele, perele, prunele sau strugurii. Culturile de fructe locale pot fi, însă, înlocuite cu plantații aclimatizate de baby kiwi, curmal chinezesc, banana nordului sau goji, plante noi, dar cu un preț mult mai bun la piață.

Plante exotice în livada USAMV din București



Baby kiwi
(*Actinidia arguta*) este originară din estul Chinei, dar s-a adaptat foarte bine la clima din România.

În condițiile schimbării climei în România și pe mapamond, integrându-se totodată în lumea științifică și universitară internațională, *Facultatea de Horticultură, Catedra de Pomicultură*, din cadrul *Universității de Științe Agronomice și Medicină Veterinară din București* s-a aplecat cu interes asupra cercetării în domeniul aclimatizării unor specii pomicole exotice. Profesorii facultății au introdus astfel în țara noastră noi specii pomicole precum: baby kiwi (*Actinidia arguta*), banana nordului (*Asimina triloba*), curmalul chinezesc (*Ziziphus jujuba*) sau goji (*Lycium barbarum*).

Astfel, în livada USAMV din București putem astfel întâlni culturi de **baby kiwi**, plantă originală din estul Chinei, de unde s-a extins în Noua Zeelandă, prima țară care a promovat această cultură. Recent s-a răspândit în Coreea, Japonia, Europa, America de Nord și Sud. *Actinidia* preferă zone plane și colinare (0–350 m altitudine), climat cu ierni blânde (temperaturi medii anuale 9,5–10,0° C) și precipitații cuprinse între 500 și 700 mm anual. În timpul iernii, plantele adulte, cu lemn matur, rezistă foarte bine și la temperaturi care coboară sub –25° C, deci pot fi cultivate în zonele unde sunt plantații de prun sau păr. Fiind o plantă de climat umed, necesită valori ridicate ale umidității relative a aerului realizată cu ajutorul udării prin picurare sau microaspersie. Fructele de baby kiwi conțin vitamina C, apă, zaharuri, fier, calciu etc.

Banana nordului este o plantă originară din partea de est a Americii de Nord, întâlnindu-se din zona Golfului Mexic până în Canada, de aceea poate fi cultivată cu succes în regiunile temperate. Iarna rezistă până la –25,

–30° C și crește bine în zone cu 700–800 mm precipitații/an. Se adaptează bine la diferite tipuri de sol, dar preferă totuși solurile afânate, bine drenate, bogate în substanță organică. Planta a fost adusă pentru prima oară în România în 2000. Specialiștii USAMV din București spun că fructele bananei nordului au cel mai mare conținut de potasiu, săruri minerale, vitamine și aminoacizi dintre toate fructele de pe Terra. Fructele de *Asimina triloba* se recoltează eșalonat pe măsura coacerii fructelor în luna septembrie. Acestea sunt coapte când pulpa se înmoaie și cad din pom. Culesul se face exclusiv manual, fructele fiind extrem de sensibile la manipulări. Se pot păstra în condiții frigorifice la 1-2° C, timp de trei-patru săptămâni, sau câteva luni prin congelare. Pe parcursul păstrării pielea fructelor se brunifică, iar pulpa își modifică gustul de la cel de cremă de vanilie, spre cremă de caramel sau cafea. Pe lângă consumul în stare proaspătă, fructele pot fi folosite în diferite preparate culinare. Fiind rezistentă la boli și dăunători, *Asimina triloba* nu necesită tratamente fitosanitare speciale. Din acest punct de vedere este o specie care se poate cultiva în plantațiile „ecologice”.

O a treia specie pe care o studiază cadrele didactice de la Facultatea de Horticultură este **curmalul chinezesc** (*Ziziphus jujuba*), plantă provenită din China și adusă în Europa încă din vremea împăratului roman Octavian Augustus. Un biotip al acestei plante se găsește în Dobrogea, la Ostrov – cetatea Păciul lui Soare respectiv la Jurilovca, Cetatea Argamum, semn că grecii au adus planta și pe meleagurile noastre. În Dobrogea este cunoscută sub numele de *măslinul de Dobrogea*. Zonele favorabile pentru cultura curmalului chinezesc sunt reprezentate de toată partea de sud a țării, dar și de Banat și Câmpia de Vest. Datorită rusticității deosebite, poate crește și pe terenuri sărăturate.

Curmalul chinezesc se poate cultiva în zone plane și colinare (0–350 m altitudine), într-un climat cu ierni blânde (temperaturi medii anuale 9,0–11,0° C) și precipitații cuprinse între 400–600 mm anual. Valorifică foarte bine solurile sărace, ușoare, terenurile sărăturate și zonele cu secetă pronunțată și temperaturi excesive în timpul verii care nu sunt pretabile culturii altor specii pomicole. Fructele se recoltează începând din luna septembrie până în octombrie, eșalonat, pe măsură ce fructele se



Curmalul chinezesc (*Ziziphus jujuba*), soiul Dinte de cal



Fructele de goji (*Lycium*) sunt ideale în ceaiuri, prăjituri, sucuri și lichioruri.

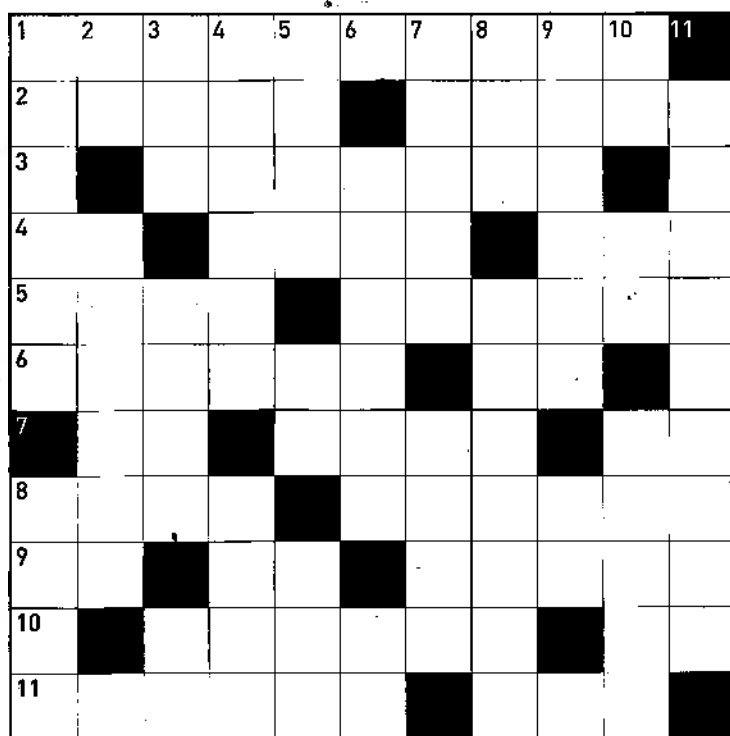
coc. Au utilizare multiplă: de la consumul în stare proaspătă sau deshidratată până la prelucrarea acestora sub formă de siropuri, marmelade, dulciuri, făină, cidru etc. În medicina populară, fructele sunt neîntrecute în uz extern ca antiinflamatoare și calmante, iar pentru uz intern sunt faimoase pentru efectul emolient și expectorant.

Goji este originar din China și Tibet. Una dintre zonele de cultură este provincia Ningxia din China, de unde *Lycium* s-a răspândit în întreaga Asie, în Europa, America de Nord, Africa de Nord și Australia, respectiv Noua Zeelandă. Goji este un arbust care se cultivă relativ ușor. Planta preferă zonele foarte însorite și este foarte rezistentă la secetă. Productivitatea plantei este maximă în solurile bine drenate. Rezistă cu succes la geruri de până la –28°C și la temperaturi ridicate de peste 38°C.

Fructele sunt bace mici, alungite sau ovoidale, de culoare portocalie. Conțin 4-20 de semințe mici. Perioada de coacere este eșalonată din august până în noiembrie. Fructele sunt dulci și se pot consuma proaspete, uscate, ca ingrediente în salate, supe, ceaiuri, prăjituri, ciocolată, înghețată, sucuri, cidru, lichior etc. Fructele de goji sunt extrem de bogate în vitamina C (de 400 de ori mai multă vitamină C decât portocalele), conțin mai mult beta caroten decât morcovii și sunt cel mai eficient antioxidant. Mai au în compoziție 18 aminoacizi care formează un bloc de proteine și conțin opt aminoacizi esențiali printre care izoleucină și tritofan, conțin 21 de minerale: zinc, cupru, fosfor, calciu, seleniu, inclusiv germaniu, un element chimic foarte rar găsit în mâncare. Au un puternic efect energizant și antiinflamator fiind recomandate în artrită și psoriazis, conferă imunitate bacteriană, virală și contribuie la întărirea sistemului imunitar. Goji se cultivă relativ ușor și se poate dirija ca arbust sau ca gard viu liber.

„Avem câteva proiecte de cercetare privind înmulțirea acestor plante *in vitro* și prin altoire, fiindcă doar așa le putem transfera pepinierelor interesate. În clipa de față câteva soiuri de baby kiwi, de curmal chinezesc și un soi de banana nordului sunt depuse la Institutul de Stat pentru Testarea și Înregistrarea Soiurilor în România spre a fi incluse în catalogul oficial, a precizat pentru *Flacăra* prof. dr. Florin Stănică, prorectorul USAMV din București.

Un artizan al zâmbetului – Geo Saizescu



ORIZONTAL: 1) Comună în județul Mehedinți, unde, la 14 noiembrie 1932, s-a născut regizorul, scenaristul și actorul român Geo Saizescu. 2) Nu acesta – Bubuit. 3) Poet român după a cărui schiță „Doi vecini”, Geo Saizescu a realizat, în 1958, filmul omonim, semnând scenariul și regia (Tudor). 4) În vază! – Titlu de noblete britanic – Talaz. 5) Blana oilor – Stomac musculos la unele păsări (pl.). 6) Bogății – Scoase din sticlă! 7) Ode! – Mine de sare – Primele la sosire! 8) Serial TV din 1983, în care Geo Saizescu a fost prezent ca actor – Atmosferic. 9) În tain! – Plantă textilă – Neplăcut la atingere. 10) A treia parte dintr-un întreg (pl.) – Aluminii (simb.). 11) Film din 1980 în care Geo Saizescu este prezent ca regizor, actor și coscenarist alături de Rodica Ojog-Brașoveanu și Mihai Opreș – Conci.

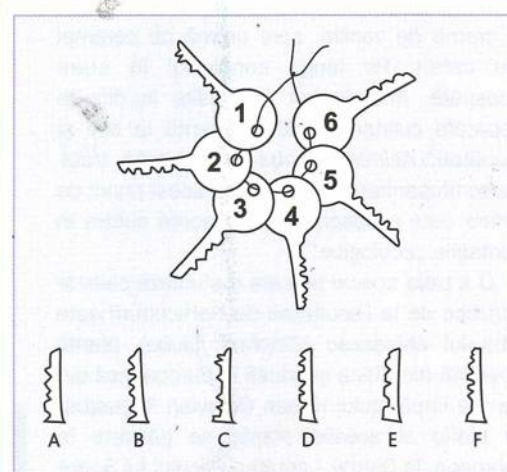
VERTICAL: 1) Film pentru care Geo Saizescu primește, în 1974, Premiul ACIN, semnând regia și scenariul (alături de Dumitru Radu Popescu) – Neadevărat. 2) Rele! – A fereca. 3) Cadru de război – Lipsită de haine – Ten! 4) Dărămat – Arbust decorativ parfumat. 5) Plantă de apă – În cioc! – Omăt. 6) Referitoare la cai – Sfârșit de vertij! 7) Combinații organice obținute din alcoolii sau fenoli – Popor. 8) Simțul urechii – Cunoscut actor român alături de care Geo Saizescu a jucat sub bagheta regizorului Dinu Cernescu, în piesa „Peer Gynt” (Florin). 9) Care are un singur sens – În pipă! 10) Capete de axe! – Regizat la final! – Calic. 11) Film românesc din 1992, regizat de Elisabeta Bostan, în distribuția căruia se află și Geo Saizescu.

careu realizat de Dan Popa

Găsiți cheia potrivită

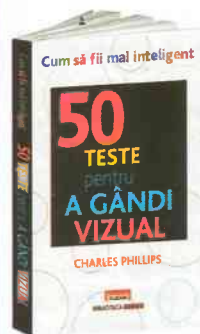
La Garden Hotel, Tai este promovat în funcția de director pe tura de noapte și le pregătește subordonaților săi Tanika și Tan-yi o versiune a testului său cu chei. Aceștia trebuie să găsească dintre amprentele prezentate mai jos perechile cheilor de pe inel.

Îi puteți ajuta pe Tanika și Tan-yi?

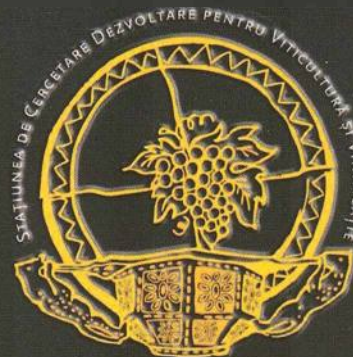


cum să
gândim
INDICIU

Începeți cu cheile 6 sau 1 – acestea sunt poziționate aproape vertical și se pot compara mai ușor cu amprentele de mai jos.



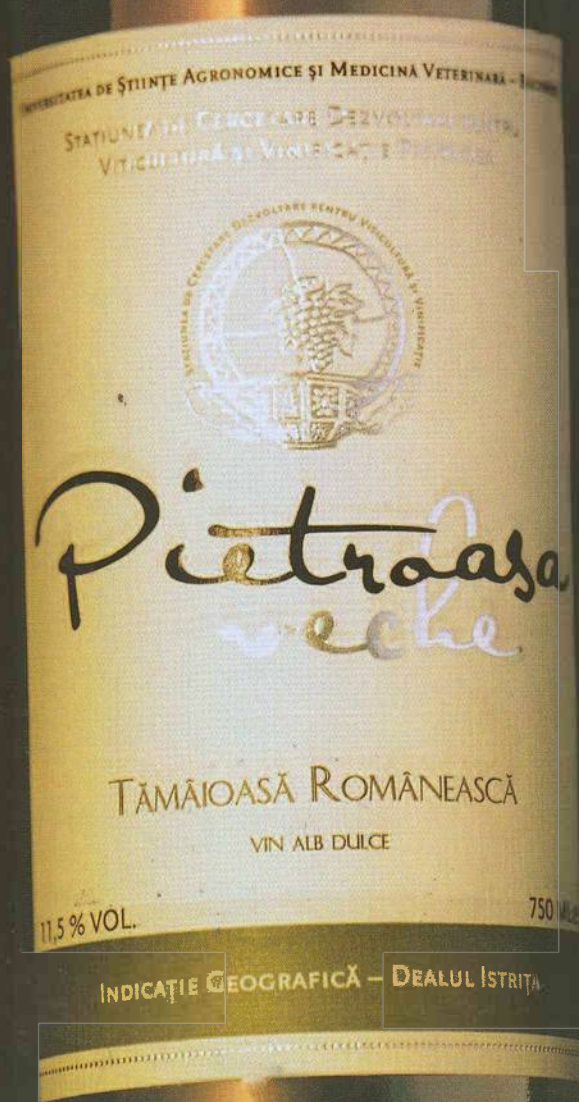
Seria de cărți CUM SĂ FII MAI INTELIGENT (teste pentru gândirea rapidă, creativă, logică, vizuală, tactică și laterală) se poate comanda on-line pe www.libriafiacara.ro



Pietroasa

Singurul vin... universitar din România!

Aromă de tezaur



UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRONOMICE
ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ – BUCUREȘTI



S.C.D.V.V. Pietroasa
Pietroasele – 127470, jud. Buzău
telefon +40(238)512317 fax +40(238)512318

www.usamv.ro

Card SMURD



**Raiffeisen
BANK**

Reușim împreună.



Și tu poți salva vieți!

**Îa-ți cardul și poți susține
Fundația pentru SMURD cu:**

- 0.5% din valoarea plăților efectuate cu cardul la comercianți și pe internet
- 50% din taxa anuală a cardului



 **0800 802 02 02** www.raiffeisen.ro

Cardul Raiffeisen Bank SMURD este un card de debit ce poate fi atașat oricărui cont curent și poate fi utilizat ca orice card de debit normal.