

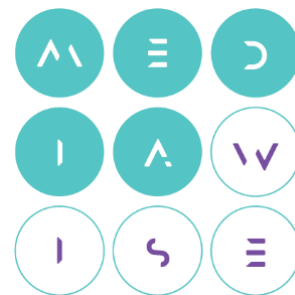
Afacerea merdeneaua, o analiză media și culturală

de Nicoleta Fotiade - București, 04.09.2026

N-am cumpărat merdenele în semn de protest și nici nu am contribuit la reacțiile din social media pe subiectul generat de postarea lui Edmond Niculușcă (E.N.) din 21 august 2026. Pentru a-și promova produsele patiseriei al cărei co-fondator este, acesta a ales, în mod nefericit, să minimalizeze importanța margarinei în patiserie, dând exemplu merdenelele vândute de Nea Mihai în Piața Amzei și numind consumatorii de merdenele cu margarină o „specie”.

Așadar, n-am acționat, doar am observat. Pentru că rar se întâmplă să vezi, în timp real, cum un clip de doar câteva minute reușește să scoată la suprafață, într-un singur weekend, mai multe lucruri despre o societate decât ar reuși luni de sondaje. Uneori, un context „mic” precum acesta poate deveni un instrument de măsurare mai bun decât unul „mare” (un sondaj, de exemplu) pentru că activează reflexe culturale nefiltrate de prudența, pe care oamenii o pot avea față de subiecte cu miză importantă pentru ei. Publicul se autocenzurează mai puțin atunci când vorbește despre unt și margarină decât ar face-o într-o dispută electorală, de pildă. De aici și valoarea analitică a cazului.

Cum au ajuns oamenii să acorde să acorde o importanță așa de mare acestui subiect, chiar și pentru un weekend? Sper că analiza de mai jos va răspunde măcar parțial la această întrebare. Folosindu-mă de teorii din studiile media și culturale, am încercat să înțeleg și să-mi explic pârghiile prin care o postare a declanșat atât de mult interes. Care a fost dinamica și motivele care au dus mai departe și au întreținut reacțiile din sfera publică? Cât a fost reacție emoțională autentică și cât au fost reacții calculate? Desigur, să nu uităm de rolul algoritmilor în toată această poveste. Care, pe fondul emoțiilor puternice generate, au împins și ei mai departe subiectul pe platformele de socializare online. Sfârșitul de săptămână a oferit oamenilor timp și disponibilitate să ia atitudine - fie că au făcut-o online sau fizic, dar, cu siguranță, a oferit presei online și TV un subiect numai bun pentru agenda media de weekend. De altfel, în săptămâna care a urmat, subiectul pare că s-a stins la fel de repede cum s-a aprins.



Faptele, pe scurt

21 august, dimineața: E. Niculușcă (co-fondator „La Mița Biciclista”), în episodul 6 din seria „Istoria Gastronomiei” / „Galeria mâncătorilor”, filmează în fața Patiseriei Amzei: „Toți cunoaștem tipul acesta de om: e super convins că cea mai bună patiserie din lume e la nea Mihai, la colțul blocului. Pare că toată viața a gustat doar margarină și spărtură de brânză” (HotNews). Și adaugă „până nu guști untul, margarina rămâne adevărul absolut”, numind consumatorii de merdenele cu margarină „o specie”.

21 august, spre seară: presa online preia clipul; subiectul trece din media sociale în media tradiționale (radio/TV)

21-22 august: reacții negative, „mișcarea merdenea”: coadă la Nea Mihai, local gol la Mița Biciclista. Apar evenimente Facebook (#JeSuisNeaMihai), meme, „Je suis merdeneea avec le margaran, mais cu bun simț” (Jurnalul).

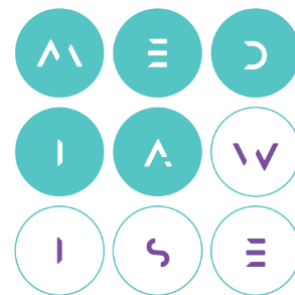
21 august, seara/noaptea: E.N. și Alberto Groșescu, și el co-fondator la Mița Biciclista, transmit scuze publice; controversa intră în fază de damage control. Niculușcă îl numește pe Nea Mihai „un simbol al pieței”.

22 august: coada mare la merdeneaua lui „Nea Mihai” continuă; revine viral clipul cu Nicușor Dan mâncând merdenele în campania 2025; intervin Loredana Groza, Mihai Bendeac, Dan Teodorescu, Alina Gorghiu; un senator (Clement Sava) scrie „Imnul merdenelei” (EVZ); primarul Ciprian Ciucu intervine cu „E loc și pentru croissant” (Antena 3); surse disponibile în bibliografie

23-24 august: incident de ordine publică la coadă: spray cu piper, intervenție Poliție și Salvare (Gândul). Cauza imediată relatată în presă a fost un conflict interpersonal separat între alte persoane aflate la coadă. Mobilizarea a creat densitatea și contextul (aglomerație, căldură, așteptare) în care incidentul a apărut, nu a fost neapărat cauza lui directă. Comercianții din zonă raportează beneficii economice colaterale; comentariul public trece și prin meta-reflecție (ex. Monica Stroe - Hotnews).

Anatomia unui discurs: ce dezvăluie retorica gustului

Discursul lui E.N. din clipul devenit viral introduce câteva elemente retorice distincte, care ar putea explica reacția în masă. Din perspectiva lui Roland



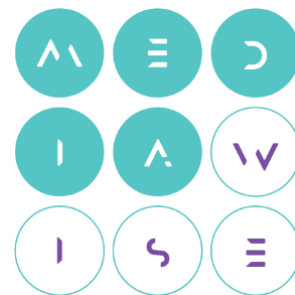
Barthes și a conceptului său de mit (1957), de pildă, termenul „specie” folosit în materialul video normalizează o diferență de clasă. Adică, E.N. prezintă drept „de la sine înțeles” ceva ce e construit social. Și criticul cultural francez Pierre Bourdieu (1979) spunea că gustul nu e neutru, ci social: „Taste is first and foremost distaste, disgust and visceral intolerance of the taste of others”. Pentru Bourdieu, gustul funcționează ca instrument de clasificare socială, adică oamenii „se disting” prin ceea ce le place, iar această preferință reflectă poziția lor în spațiul social. Așadar, din perspectiva celor doi, discursul lui E.N. și termenul de „specie” folosit face exact asta: transformă o preferință culinară într-o categorie de oameni.

Opoziția unt/margarină funcționează aici ca metonimie a distincției de clasă. E.N. nu compară două tipuri de grăsimi, două tipuri de abordări gastronomice, ci două lumi. Verbul „a judeca” apare chiar în clipa în care acesta judecă: „nu îl judec... dar până nu guști untul, margarina rămâne adevărul absolut”. Negația își contrazice propriul conținut din start. Referința la Brillat-Savarin, „spune-mi ce mănânci și îți spun cine ești” funcționează și ea ca ancoră de legitimare culturală, căci citatul erudit girează tot ce urmează.

Citind toate astea, m-am gândit la observația lui John Storey (1993): distincția dintre „cultura înaltă” (en. high culture) și „cultura de masă” (en. mass culture) nu ține de conținut, ci de un raport de putere, care se auto-legitimează prin discurs. E.N. folosește exact acest mecanism, cel mai probabil, involuntar, dar cât se poate de transparent, când spune: „Toți cunoaștem tipul acesta de om: e super convins că cea mai bună patiserie din lume e la nea Mihai, la colțul blocului” (Edmond Niculușcă, HotNews, 21 august 2026).

Eșec de codare

În fine, cadrul lui Stuart Hall encoding/decoding explică foarte bine eșecul de comunicare: E.N. a codat o lectură preferată („educație gastronomică, rafinament”), sperând să obțină complicitate din partea publicului. Publicul însă, în majoritatea lui, a citit mesajul ca fiind un atac de clasă. E un caz de manual pentru ceea ce Hall numește „eșec de codare”. Se întâmplă atunci când emițătorul supraestimează (sau subestimează) cât de mult publicul său împărtășește codul cultural, pe care autorul îl presupune universal. Rezultat: publicul, în cea mai mare parte a sa, a venit cu o interpretare proprie, în opoziție cu textul inițial. Nu numai că a respins mesajul lui E.N.,



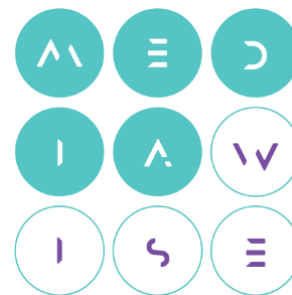
dar a și creat un fel de răspuns propriu la text. Adică, l-a preluat, l-a reinterpretat, i-a dat un sens nou dincolo de ceea ce intenționase autorul și l-a redistribuit. „Specia” a fost recuperată ironic ca marker de identitate pozitivă în meme („specia se adună”). Au existat și poziții de apărare, de sinteză și chiar unele meta-critice (vezi detalii [AICI](#)).

Rămân câteva lecții operaționale și transferabile dincolo de acest caz. Orice mesaj comparativ gândit să acționeze ca un argument la ceva și care cere publicului să accepte o anumită ierarhie devine insultă dacă publicul nu împărtășește deja acea ierarhie. În această situație, viteza și registrul scuzelor contează mai mult decât conținutul lor. Detensionarea calmă bate provocarea și ajută la reputație. De exemplu, mesajele lui Nea Mihai au funcționat mai eficient decât ar fi putut să o facă orice contraatac. Iar mărturia dată pe loc este cea mai puternică monedă. Dar aceasta nu se poate cumpăra, ci se merită. Nea Mihai n-a făcut nimic activ ca să atragă pe Loredana Groza în discuție sau viralul cu președintele. Ba aș putea spune că Loredana a avut propriile interese comerciale de a se autoinvita în discuția publică (vezi [AICI](#)).

Critica a dominat, dar n-a fost unanimă

NOTĂ . Ceea ce urmează nu este o tipologie validată statistic, ci un eșantion calitativ ilustrativ, util analitic, dar nu reprezentativ în sens riguros (limitele exacte, în nota metodologică de la final).

Am coroborat rezultatele a două căutări AI independente ca să pot obține o imagine cât de cât clară a ceea ce s-a spus/scriș online pe acest subiect în primele 3 zile după postarea mesajului inițial. Cercetarea direcționată - interogări punctuale pe surse de presă și postări pe Facebook selectate de algoritm la căutarea după cuvinte-cheie relevante „merdenea”, „Niculuscă” etc. - a identificat cinci axe de poziționare discursivă: (1) opoziția gust/clasă, cu margarina și untul ca proxy pentru „popor” și „elită”; (2) separarea omului de mesaj, cu vocea care spune „nu gastronomia e problema aici, ci elitismul de împrumut purtat ca personalitate” (economy.ro); (3) captura politică/ideologică a disputei, vizibilă la Realitatea.net („Progresiștii atacă tradițiile românești”) și OrtodoxINFO („neomarxist”); (4) ironia „hipstereală de ambele părți”, la adresa solidarității clasei de mijloc cu „merdeneaua proletară”; și (5) vocile de sinteză, care refuză explicit polarizarea.



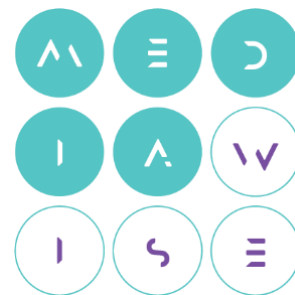
Monitorizarea automată (Duck.AI, eșantion mai larg) a ajuns separat la identificarea a șase narrative: „anti-elitism”, „apărarea tradiției”, „clasă vs. gust”, „suspiciunea de ragebait (en.)”, „solidarizare ironică”, „damage control” și patru contra-narative: „nu era atac la Nea Miha”, „merdenea ca produs banal”, „hipstereală de ambele părți”, „critica e justificată”.

Cele două eșantioane converg pe majoritatea temelor centrale, cu o singură excepție notabilă: suspiciunea de „ragebait” - adică postare construită special să provoace furie sau indignare, cu scopul de a genera cât mai multă interacțiune și vizibilitate online” - a apărut în comentarii. Ideea că episodul ar fi fost, parțial, un mecanism deliberat de vizibilitate comercială, nu doar o gafă, a apărut doar în monitorizarea automată, deși o variantă a aceleiași suspiciuni fusese formulată și în căutarea direcționată - „persoane care suspectează că totul este doar un joc de marketing” (Profit.ro). În ambele cazuri, rămâne o suspiciune, un narativ documentat în circulație, nu un fapt stabilit documentat.

Vocile de sinteză - cele care au refuzat explicit polarizarea și au încercat să integreze mai multe perspective într-o interpretare mai nuanțată a evenimentului, fără să se alinieze nici cu tabăra care acuză, nici cu cea care apără - au rămas slab reprezentate în monitorizarea automată pe cele trei zile. Posibil pentru că pozițiile nuanțate, mai puțin memorabile, sunt subreprezentate în ceea ce alege presa să citeze în general. Cel mai probabil, de același tratament va avea parte și acest material. 😊

Concluzia care rezultă din ambele căutări: lectura critică a fost dominantă, dar nu exclusiv acuzatoare. Apar voci care contestă, nuanțează sau resping cadrul „elitism vs. popor/masă”.

O observație pentru acuratețe. Dat fiind că ambele căutări au fost făcute cu AI: convergența dintre ele arată consistență între două instrumente, și nu neapărat validare independentă. Amândouă rămân filtrate prin ce a publicat și a considerat relevant presa română, deci moștenesc aceleași limite structurale de sursă, discutate în nota metodologică.



Cum obiectul disprețuit a devenit simbol identitar pozitiv

Dacă aplicăm explicit și două dintre categoriile lui John Storey (1993) cu care acesta definește cultura populară, se remarcă două lecturi opuse ale disputei:

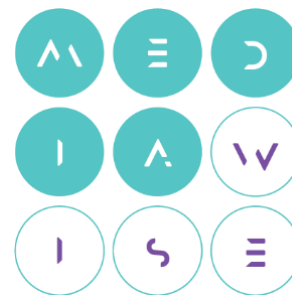
(a) Prima este lectura „culturii de masă ca degradare” - poziția implicită a lui E.N.: merdeneaua și margarina echivalează cu gustul needucat, iar croissantul cu unt marchează rafinamentul. E o poziție veche în teoria culturală, care tratează cultura populară drept o cădere de la un standard superior.

(b) A doua este lectura culturii populare ca teren de luptă hegemonică, concept dezvoltat de Antonio Gramsci în Caietele din închisoare (scrise între 1929 și 1935) și preluat de Storey în cartea sa. Pentru Gramsci, hegemonia nu se impune doar prin forță, ci și prin consimțământ cultural. Iar, acesta din urmă poate fi contestat, nu doar acceptat pasiv. Reacția publicului la postarea lui E.N. este un caz de o asemenea contestare: o mișcare de contra-hegemonie, o revendicare simbolică a unui spațiu cultural pe care emițătorul îl considerase deja câștigat, o răsturnare de situație, transformarea obiectului disprețuit (merdeneaua) în simbol identitar pozitiv.

Coadă la merdenele, evenimentele Facebook, „imnul merdenelei” (în care distincția elită vs. popor este folosită în sens invers - elita este ironizată), toate sunt ceea ce sociologii numesc acte performative de resemnificare. Mai simplu spus, nu este vorba doar despre a spune „nu sunt de acord cu ce a spus E.N.”, ci și de a face ceva, chiar cu propriul corp, ceva care să schimbe înțelesul unui simbol. Când sute de oameni stau la coadă, public și vizibil, tocmai pentru produsul disprețuit, ei nu doar resping verbal discursul, ci îl răstoarnă prin acțiune. Merdeneaua, prezentată ca semn al gustului needucat, devine, prin acest gest colectiv, simbol de mândrie și apartenență. Sensul unui obiect nu se schimbă prin argument, ci prin ce fac oamenii cu el în văzul tuturor, de aici „act performativ”.

Profilul emițătorului, parte din (contra)narativ

Acumularea de capital cultural (patrimoniu, ARCEN) și capital politic (proximitate de putere locală, o numire din trecut a lui E.N. într-o poziție publică fără concurs câștigat) pare să fi alimentat narativul „privilegiat care se erijează în judecător de gust”, care a însoțit reacția publică.



Capitalul cultural ridicat al lui Niculușcă - cunoștințele de patrimoniu, gastronomie franceză, tot ce a acumulat ca resursă de statut în spațiul public - a devenit, paradoxal, un handicap comunicațional atunci când a fost afișat în mod deschis. Publicul nu a perceput gestul ca „educație gastronomică”, ci ca dispreț de clasă. După Pierre Bourdieu (1979), asta s-ar numi un caz de manifestare a habitus -ului. Unde habitus este ansamblul de gusturi, reflexe și dispoziții de durată dobândite și interiorizate prin poziția socială/de clasă a cuiva. De obicei, funcționează discret, „firesc”, dar care, arătat prea direct, fără modestie, devine vizibil ca ceea ce e de fapt: un marker de privilegiu, nu un adevăr universal. Este diferența dintre a avea gust rafinat și a spune cu voce tare că gustul tău e singurul valid. Al doilea gest expune astfel mecanismul de putere pe care primul îl ascunde de obicei.

Un contrapunct la acuzații: „Poți să acuzi de snobism, dar contribuția lui e reală [...] de oameni care nu au făcut nici 0,01%”

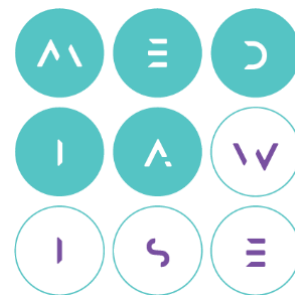
Meta-critica poziției enunțiative (distinctă de critica de clasă): „Să revendici mereu autoritatea culturală supremă [...] toate aceste ofensive [...] sunt de fapt fix anti-eleganță culturală”.

O parte din reacție a depășit însă critica legitimă a mesajului și a alunecat spre atacuri la persoană. Comentarii despre aspectul fizic, despre ținută, speculații care nu mai vizau discursul, ci omul. Oricât de întemeiată ar fi indignarea față de un ton clasist, hărțuirea online rămâne o problemă în sine, distinctă de meritul criticii. Și merită numită ca atare, nu trecută cu vederea doar pentru că vine „de partea corectă” a disputei.

Recuperarea simbolică a merdenelei: solidaritate sau oportunism?

O componentă distinctă, care a contribuit vizibil la viralizarea subiectului, a fost reacția persoanelor publice cunoscute, mai ales a celor din industria divertismentului. Întrebarea care rămâne deschisă: cât a fost solidaritate și cât oportunism de vizibilitate?

Pe 22 august, Loredana Groza scria pe contul său de social media: „Am zis dintotdeauna că face cele mai bune merdenele din lume! [...] Cei mai tari, se știe, au



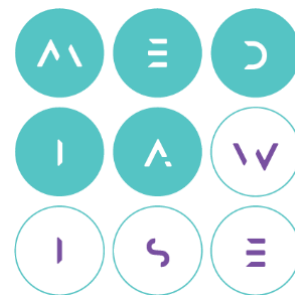
crescut cu margarină" (Adevărul). A doua zi, la SAGA Festival (Arena Națională, eveniment plătit), a împărțit merdenele publicului, cu echipă de securitate dedicată, moment filmat și promovat oficial de festival: „LOREDANA, SHOW CA ÎNTOTDEAUNA. Dar de data asta... cu merdenele pentru toată lumea”.

Alte prezențe publice s-au manifestat diferit. Mihai Bendeac a publicat un sketch mai vechi în care interpretează un vânzător de patiserie, însoțit de comentariul „Cum a început de fapt scandalul «Merdeneaua»”. Dan Teodorescu (Taxi) a transmis un mesaj ironic, amestecând franceza cu referințe la merdeneaua lui Nea Mihai și s-a așezat la coadă la merdenele spunând că a venit „de nervi și de poftă”. Un clip mai vechi cu Nicușor Dan mâncând o merdenia la patiseria lui Nea Mihai, filmat în campania electorală din 2025, a fost recirculat de alți utilizatori. Alina Gorghiu, într-un demers mai mult sau mai puțin inspirat, a mers și ea la coadă la patiserie în și a publicat fotografii de acolo.

În treacăt fie spus, fiecare dintre aceste persoane a ales gestul cu cel mai mic risc reputațional pentru cel mai mare acces la o conversație deja validată. Nimeni, din câte am observat, nu a susținut public poziția lui Nicușcă, toți s-au atașat de tabăra deja majoritară. Odată ce o tabără devine vizibil dominantă, asocierea cu ea costă puțin și oferă vizibilitate garantată.

Dincolo de merdenia, ce a întreținut viralitatea și ce putem afla despre noi ca public

S-a pornit de la o frază despre unt și margarină și, trei-patru zile mai târziu, s-a ajuns la conținuturi în care o societate întreagă reacționează la ierarhii de gust nespuse cu voce tare. Ce a întreținut, de fapt, intensitatea? Un mesaj care naturaliza o diferență de clasă ca diferență de gust „firesc” (R.Barthes, P.Bourdieu). Un public, care nu doar că a respins mesajul, ci l-a răsturnat activ, transformând obiectul disprețuit în simbol de apartenență (de exemplu, actul performativ prin care au reinterpretat semnificația merdenelei - coadă la Amzei). Vedete și instituții care s-au atașat, cu costuri minime, de tabăra deja câștigătoare. Poate și contextul de weekend, care a oferit oamenilor mai multă disponibilitate de a re/acționa, și presei posibilitatea de a adăuga subiectul pe agendă. Și, în paralel, o parte din reacție care a alunecat dincolo de critica legitimă, spre hărțuire - un preț pe care nimeni nu ar trebui să-l plătească, oricât de justificată ar fi indignarea inițială.



Ce rămâne, dincolo de scandal, e o întrebare mai incomodă decât o simplă gâlceavă despre unt vs. margarină: cât de ușor acceptăm ca gustul cuiva să devină un verdict despre valoarea lui ca om și cât de rar observăm mecanismul ăsta când nu vine ambalat într-o merdenea?

Notă metodologică

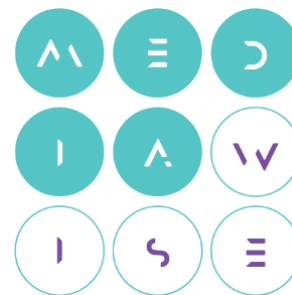
Materialul combină două căutări automate independente: o căutare web direcționată cu AI assistant, cu citare directă a articolelor de presă, și o monitorizare mai largă de presă și social media, realizată separat cu un al doilea instrument AI (Duck.AI).

Ambele căutări se bazează exclusiv pe conținut public: articole de presă, postări redistribuite sau citate în articole, capturi incluse în materiale jurnalistice. Niciuna nu are acces la postările private, la fluxul complet Facebook/Instagram/TikTok, la date de engagement reale (like-uri, distribuiri, demografia comentatorilor) sau la un eșantion aleatoriu reprezentativ al discuției online.

Ambele căutări sunt filtrate prin ce a considerat presa demn de citat - un dublu strat de selecție editorială (ce a devenit viral + ce a ales presa să citeze din ce a devenit viral). Vocile minoritare sau cele care nu s-au viralizat pot fi subreprezentate structural.

Fereastra temporală acoperă zilele 21-24 august - dimineața; evoluții ulterioare nu sunt reflectate în analiză.

Convergența dintre cele două căutări independente (aceleași narrative-cheie identificate separat, inclusiv suspiciunea de PR/marketing) oferă un grad util de triangulare, dar nu rezolvă limitarea structurală de bază: dacă presa română, în ansamblu, a favorizat un anumit tip de citat, ambele instrumente moștenesc aceeași distorsiune de bază. Fiind ambele bazate pe AI, convergența arată consistență între instrumente, nu neapărat validare independentă în cel mai riguros sens al termenului.



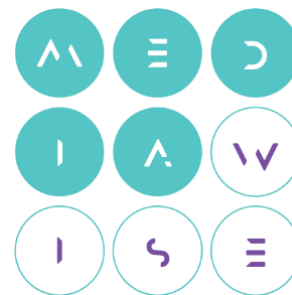
Bibliografie:

Surse teoretice / academice:

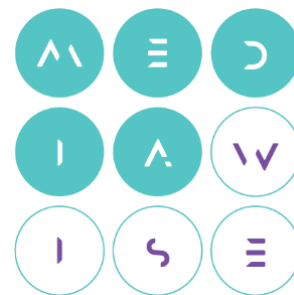
- Barthes, R. (1957) *Mythologies*. Paris: Éditions du Seuil. (Trad. engleză: Barthes, R. (1972) *Mythologies*. Tradus de A. Lavers. New York: Hill and Wang.)
- Bourdieu, P. (1979) *La Distinction: Critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit. (Trad. engleză: Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Tradus de R. Nice. Cambridge, MA: Harvard University Press.)
- Gramsci, A. (1971) *Selections from the Prison Notebooks*. Editat și tradus de Q. Hoare și G. Nowell-Smith. Londra: Lawrence & Wishart. (Scrise 1929–1935; ediția italiană originală, *Quaderni del carcere*, publicată postum începând din 1948, Torino: Einaudi.)
- Hall, S. (1980) 'Encoding/decoding', în Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. și Willis, P. (eds.) *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. Londra: Hutchinson, pp. 128–138.
- Jenkins, H. (1992) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Storey, J. (1993) *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.

Surse din presa românească online identificate prin căutare automată (selecție):

- HotNews.ro: relatarea inițială: <https://hotnews.ro/nea-mihai-atacat-de-co-fondatorul-mita-biciclista-edmond-niculusca-2330096>
- HotNews.ro: „Mișcarea merdenea”: <https://hotnews.ro/miscarea-merdenea-bucuestenii-cumpara-merdenele-de-la-nea-mihai-si-le-mananca-in-fata-la-mita-biciclista-am-locul-perfect-in-care-sa-mergem-sa-o-mancam-2330395>



- HotNews.ro: scuzele publice: <https://hotnews.ro/la-mita-biciclista-isi-cere-scuze-dupa-atacul-co-fondatorului-la-patiseria-amzei-nea-mihai-e-un-simbol-al-pietei-2330414>
- Gândul.ro: profilul lui Nicușcă: <https://www.gandul.ro/social/cine-este-edmond-niculusca-frantuzitul-de-la-mita-biciclista-care-a-declansat-razboiul-merdenelelor-20986034>
- Gândul.ro: escaladarea (spray cu piper): <https://www.gandul.ro/exclusiv/razboiul-merdenelelor-a-escaladat-bataie-cu-spray-cu-piper-la-coada-de-la-patiseria-din-amzei-au-intervenit-politia-si-salvarea-20987187>
- Adevărul.ro: Loredana Groza la SAGA: <https://adevarul.ro/stiri-interne/societate/loredana-groza-a-impartit-merdenele-la-saga-2551660.html>
- Adevărul.ro: Nicușor Dan, clipul viral: <https://adevarul.ro/stiri-interne/evenimente/videoclipul-devenit-viral-cu-nicutor-dan-mancand-2551482.html>
- Jurnalul.ro: „Je suis merdeneea”: <https://jurnalul.ro/stiri/observator/razboiul-merdenelelor-amzei-edmond-niculusca-patiseria-nea-mihai-1042175.html>
- EVZ.ro: „Imnul merdenelei” în Parlament: <https://evz.ro/scandalul-merdenelelor-ajunge-si-in-parlament-un-senator-a-scris-imnul-merdenelei.html>
- Antena3.ro: Ciprian Ciucu, „E loc și pentru croissant”: <https://www.antena3.ro/actualitate/ciprian-ciucu-intervine-in-scandalul-merdenelelor-e-loc-si-pentru-croissant-800375.html>
- Antena3.ro: cozile la patiserie: <https://www.antena3.ro/actualitate/bucurestenii-stau-la-coada-pesto-o-ora-la-patiseria-amzei-dupa-scandalul-merdenelelor-mesajul-loredanei-groza-pentru-nea-mihai-800396.html>
- Realitatea.net: „Progresiștii atacă tradițiile românești”: <https://www.realitatea.net/stiri/actualitate/razboiul-merdenelei-progresistii-ataca-traditiile-romanesti-hhhkt1>
- OrtodoxINFO.ro: cadrul „neomarxist”: <https://ortodoxinfo.ro/2026/08/22/un-neomarxist-de-al-lui-harpalet-ataca-merdeneaua-romaneasca-cum-au-reactionat-bucurestenii/>



- Economedia.ro: „elitismul de împrumut purtat ca personalitate”: <https://eonomedia.ro/video-unt-vs-margarina-cu-edmond-niculusca-romanii-aleg-merdenelele-iar-roumains-aleg-croisantele-un-clip-viral-de-pe-pagina-mita-biciclista-a-ironizat-patiseria-cu-traditie-de.html>
- G4Food.ro: reconstituirea integrală a discursului lui Niculușcă: <https://g4food.ro/val-de-reactii-in-online-dupa-ce-edmond-niculusca-a-catalogat-drept-specie-oamenii-care-mananca-merdenele-croissantul-cu-unt-de-la-mita-biciclista-versus-merdeneaua-de-la-nea-mihai/>
- G4Media.ro: critica la adresa Loredanei Groza (comentariu de cititor, nu poziție editorială): <https://www.g4media.ro/intr-o-tinuta-care-i-expunea-aproape-complet-corpul-loredana-a-impartit-merdenele-publicului-de-la-festivalul-saga.html>
- Profit.ro: suspiciunea de marketing coordonat: căutare directă, articol despre prima reacție Nea Mihai

Notă despre folosirea AI

Pentru documentarea acestui text am folosit asistență AI în două etape: căutare și centralizare de surse jurnalistice și de conținut public din social media cu Claude (Anthropic), completată de o monitorizare separată, mai amplă, de presă și social media cu Duck.ai. Ambele instrumente au servit la strângerea și organizarea materialului brut. Verificarea datelor, interpretarea, editarea și concluziile îmi aparțin.