

MONDENITATE & CONVENȚIE LA INTERSECȚIA DINTRE EPOCI
THE AESTHETICS OF MONDENITY AND SOCIAL CONVENTION
AT THE CROSSROADS OF EPOCHS

DOI: [10.56177/AUA.PHILOLOGICA.1.26.2025.art.13](https://doi.org/10.56177/AUA.PHILOLOGICA.1.26.2025.art.13)

Asist. univ. drd. SMĂRÂNDIȚA-ELENA COSTIN
Universitatea „Alexandru Ioan Cuza”, Iași

Abstract: *This study aims to analyze the significance of certain gestures and behavioral codes that individuals sought to adopt from those who held power capital and who, consequently, were perceived by the broader population as agents of modernization. By promoting a new lifestyle, these elites systematically left their mark on Romanian civility. Whether it involved French fashion – mediated through Russian channels – or, later in the century, the etiquette and protocol of the royal court, the sociability of individuals in this era evolved in relation to what was considered “fashionable.” During this period, a series of cultural gestures emerged, deeply rooted in the desire to construct a desirable public image aligned with the highest standards of Belle Époque society. The aspiration to be associated with the elite, with the so-called prestige group, led citizens – as observed by Constanța Vintilă-Ghițulescu and Nicoleta Roman – to enter a different (symbolic) order of social life. The transformation of dress codes, especially among women and youth, the pursuit of various forms of luxury (sophisticated tailoring, expensive clothing, unique jewelry, holidays in exclusive parts of the country), and the emergence of new forms of leisure (outings to the theatre, dance soirées, and visits to cafés or confectioneries), all contributed to a dislocation between the old world – marked by Phanariot influence – and the new world, defined by royalty and open to European cultural spaces. This shift facilitated the rise of a consumer-oriented individual. This new form of civility unfolded within symbolic spaces that must be examined not only as venues for sociability but also as subversive arenas.*

Keywords: *mondernity, 19th century, social norms, etiquette, civilizational borrowings*

1. Însemnele modei – un pas vizibil spre modernizare

Stendhal considera, după cum am menționat anterior, că noua viziune asupra lumii – cea romantică – reprezintă esența modernității, pe care o sintetizează prin simbolul Parisului¹, așa cum va face, în secolul următor, și Pascale Casanova, a cărei concepție despre modernitate este similară celei stendhaliene, corelând-o cu

¹ În *Istoria picturii italiene*, Stendhal pune în oglindă Parisul și Atena, simbolizând civilizația modernă, respectiv cea antică: „Soarele este destul de palid în Franța; există mult spirit, ești tentat să cercetezi expresia pasiunilor (...). Pentru cele ce țin de sentiment, poate că la Paris se găsesc judecătorii cei mai rafinați. De aceea, la Paris a fost cel mai bine descrisă iubirea delicată, s-a făcut cel mai bine simțită influența unui cuvânt, a unei ochiri fugare, a unei priviri.” Citatul este preluat din *Oeuvres complètes*, ed. de Georges Eudes, Larive, Paris, 1953, p. 226 *apud* Matei Călinescu, *Cinci fețe ale modernității. Modernism, avangardă, decadență, kitsch, postmodernism*, traducere de Tatiana Pătrulescu și Radu Țurcanu, Editura Polirom, Iași, 2017, p. 357.

capacitatea literaturilor produse de diverse spații culturale de a se racorda la canoanele prezentului, al cărui centru de iradiere îl reprezintă, indubitabil, capitala Franței. Parisul nu este un simbol doar din perspectiva calității sale de epicentru artistic și cultural, ci și grație faptului că, dinspre acesta, iradiază și moda, pe care Victor Hugo o atașează apanajului modernității, în volumul *Paris-Guide*: „Cărțile lui, ziarele, teatrul, industria sa, arta, știința, filosofia, rutinele sale ce fac parte din această știință [...] toate acestea frământă națiunile și le conduc.”² În cartea de memorii *Paris-France*, publicată inițial în 1940, Gertrude Stein, scriitoare de origine americană, stabilită, la începutul secolului al XX-lea, la Paris, unde este amfitrioana unui salon literar frecventat de personalități precum Pablo Picasso, Ernest Hemingway, F. Scott Fitzgerald, Ezra Pound, oferă aceeași imagine a Parisului – simbol artistic, vestimentar și cultural suprem al începutului de secol XX:

„Paris was where the twentieth century was. It was in Paris that the fashions were made, and it is always the great moments when everything changes that fashions are important, because they made something go up in the air or go down or go around that has nothing to do with anything [...] They needed the background of tradition of profound conviction that men and women and children do not change, that science is interesting but does not change anything [...] that is the background that everybody needed in 1900. It is funny about art and literature, fashions being part of it.”³

Aflându-ne în plină epocă a imaginii, în miezul secolului al XIX-lea – care, deși nu este cel care a inventat imaginea *per se* sau asocierea dintre literatură și diversele adjuvante figurative, este cel care propune o reinterpretare inedită a relației dintre cele două tipuri de discursuri (scris și vizual) – ceea ce îi șochează pe cei care văd în noua modă un păcat este nepotrivirea socială dintre spațiul public și cel privat. Deși urmează imitativ modele occidentale, oamenii încep să aibă propriile rațiuni din perspectiva cărora aleg să își manifeste individualitatea⁴, aspect despre care vom discuta în următoarea parte a referatului. Renunțarea la materialele greoaie în favoarea mățăsurilor franțuzești produce o dizlocare fundamentală la nivelul percepției dintre „clișeu” și „instantaneu”. Prin termenii evidențiați denumesc, în siajul terminologic propus de scriitorul francez Jean-Benoît Puech, două modalități distincte de a surprinde, de către alteritate, aceeași realitate – una premeditată, care scoate în evidență cadrul general, public, aferent „au monde public”, conformă cu expectanțele fotografului, alta spontană, intimă, care trimite

² Victor Hugo, *Paris-Guide. Par les principaux écrivains et artistes de la France*, Paris, 1867, p. XXX apud Pascale Casanova, *Repubblica Mondială a Literelor*, traducere din limba franceză de Cristina Bîzu, Editura Art, București, 2016, p. 111.

³ Gertrude Stein, *Paris-France*, Charles Scribner's Sons, New York, 1940, pp. 11-12.

⁴ Într-un studiu recent, am scris despre corespondența privată ca mijloc de exprimare și descoperire a individualității: Smărăndița-Elena Costin, „Intimitatea în spectrul regalității. Corespondența ca (pre)text al unei noi paradigme de existență”, în *Annales Universitatis Apulensis*, no. 25/ tom 1/ 2024, series PHILOLOGICA, Universitatea „1 Decembrie 1918 din Alba Iulia”, pp. 118-130, http://philologica.uab.ro/upload/41_415_12.pdf.

„au monde privé”⁵, care, de cele mai multe ori, s-ar putea să șocheze ochiul celui care fotografiază, tocmai din pricina elementului-surpriză – individualitatea subiectului. Cu alte cuvinte, întregul amestec de oriental și occidental, peste care se suprapune și imixtiunea comportamentelor care încep să fie cernute prin sita modelelor noi, moderne, de civilizație, produce, în rândul celor care încă poartă anterie din cintarea și işlice, o mare nepotrivire, confirmând afirmația criticului structuralist Philippe Hamon, care vorbește despre impactul pe care îl are corpul (în calitate de construcție vizual – artistică) asupra oamenilor din secolul al XIX-lea: „D’autre part on ne peut l’isoler du corps – image et de ses manifestations esthétiques et socialisées, de la pantomime, art de la mimique, art de produire des « tableaux vivants », de la mode, art de transformer le corps en enseigne, ou de la littérature, art de produire hypotyposes, ekphrasis, et images à lire”⁶ (subl. ns.).

Fără îndoială, manierele vestimentare constituie una dintre coordonatele esențiale ale sociabilității secolului al XIX-lea. Ca forme de legitimare la normele societății salutare schimbărilor specifice tranziției sau ca etichete menite să indice poziția socială a indivizilor care le poartă sau practică, hainele, cutumele împrumutate și perpetuate, ritualurile personale și sociale – toate acestea fac parte din ceea ce, *grosso modo*, denumește *moda*, pe care sociologul Alina Duduciuc o încadrează astfel: „De-a lungul timpului, ideea de modă în istorie, literatură și filozofie a cuprins, în principal, două sensuri. Primul, generic, de fenomen cultural care reflectă modernitatea sau aculturația, iar cel de-al doilea, ca aspect exterior al individului – înfățișarea ilustrată de îmbrăcăminte și înfrumusețarea corpului.”⁷ În lucrarea de sociologie vestimentară a Alinei Duduciuc, *Sociologia modei. Stil vestimentar și dezirabilitate socială*, autoarea realizează o serie de încadrări ale conceptului de „modă”, având în vedere teoriile pertinente din domeniu. Trei dintre acestea ne interesează în mod deosebit, deoarece, prin intermediul conceptelor propuse, pot fi configurate câteva observații importante referitoare la relația dintre modernizare și modă în secolul al XIX-lea.

O primă abordare de interes este cea a sociologului german Georg Simmel, care, în 1904, vorbește despre modă în termenii teoriei *trickle down*. Simmel consideră că moda reprezintă un fenomen ambivalent, astfel că individul, cu ajutorul vestimentației, aderă la o normă colectivă, pe care o particularizează în funcție de propria viziune, mediind cele două tendințe – de individualizare, respectiv conformare⁸. Moda poate fi înțeleasă și ca un factor catalizator al procesului de modernizare, întrucât pătrunderea sa în societate dinamizează vizibil raportul claselor sociale, prin intermediul procesului de imitare, necesar în primele etape ale modernizării. Astfel, „clasa de sus recrează permanent semne distinctive, ca expresie a unității simbolice a statusului și a diferențierii de clasa de jos, iar

⁵ Jean-Benoît Puech, „Du vivant de l’auteur”, în *Poétique*, no. 63/ 1985, p. 286.

⁶ Philippe Hamon, *Imageries. Littérature et image au XIX^e siècle*, Librairie José Corti, Paris, 2001, p. 17.

⁷ Alina Duduciuc, *Sociologia modei. Stil vestimentar și dezirabilitate socială*, cuvânt-înainte de Septimiu Chelcea, Editura Institutul European, Iași, 2012, p. 16.

⁸ G. Simmel, *Cultura filosofică: despre aventură, sexe și criza modernului: culegeri de eseuri*, traducere de N. Stoian și M. Popescu-Marian, Editura Humanitas, București, 1998, pp. 51-57.

aceasta din urmă imită și adoptă moda clasei de sus, distrugând limitele fixate de aceasta.”⁹ Aceasta ar fi, în linii mari, esența teoriei *trickle down*, propusă de Georg Simmel, care consideră că, pentru a putea vorbi serios despre existența unei mode, trebuie să fie îndeplinite două condiții – respectarea normei colective și asigurarea individualizării.

Având în vedere aceste glisări teoretice aplicate la contextul tezei de față, apare întrebarea dacă, în secolul al XIX-lea, putea fi vorba despre modă ca factor structurant al societății, care să satisfacă cele două condiții postulate de sociologul neamț. Revenind la contribuțiile consistente ale Constanței Vintilă din lucrarea *Lux, modă și alte bagatele politicești în Europa de Sud-Est. Secolele XVI–XIX*, capitolul „Luxul este și scump, și ieftin” ar putea oferi un răspuns afirmativ. Către mijlocul secolului al XIX-lea, luxul începe să fie turnesolul care separă clasele sociale unele de altele. Mătășurile mai fine, bijuteriile înțesate cu diamantele cele mai voluminoase, blănurile excentrice sau țesăturile mai fistichii – toate acestea devin mărcile distinctive ale elitei care își permite să investească în propria imagine. Păturile sociale inferioare adoptă aceleași modele de piese vestimentare, însă calitatea acestora e îndoielnică. La fel se întâmplă și în ceea ce privește domeniul alimentar sau al băuturilor. Cafeaua de calitate, vinul de specialitate sau brânzeturile fine nu ajungeau decât în bucătăriile bogaților. Dacă mâncarea de bază a țăranului este compusă din mămăligă, fasole, praz, usturoi – pentru zilele de lucru pe câmp, boierul se răsfăță cu spată de oaie, creier de vițel, icre, felurite dulciuri, fiind, în calitate de reprezentant al elitei, preponderent „carnivor, având un comportament asemănător cu cel al aristocrației din Europa.”¹⁰ Abia spre mijlocul secolului se produce o estetizare a actului culinar, după model occidental.

Individualizarea modei se petrece nu doar la nivelul bunurilor vizibile, ci și la nivelul posesiunilor asociate sferei intime și, implicit, adjuvantelor acesteia. De pildă, cămașa de noapte croită după moda franțuzească, care complimentează silueta feminină și nu o uniformizează, așa cum se întâmpla cu cea otomană, este „un bun de lux, un obiect de prestigiu cu funcție mondenă”¹¹, întrucât doar boieroaicele mai înstărite dețineau o asemenea piesă delicată, dedicată exclusiv corpului pe perioada nopții, în timp ce oamenii de la baza ierarhiei sociale, indiferent de gen, purtau universala cămașă, aceeași și pentru zi, și pentru noapte.

Din instrumentarul care delimitează elita de vulg fac parte și obiecte precum ibricul, batista sau săpunul, obiecte deținute de ambele părți, dar ale căror întrebuințări și calitate diferă considerabil în funcție, desigur, de gradul de implicare în *procesul de civilizație* a posesorilor. Întrucât „gesturile intime, gesturile jenante, trebuințele firii nu mai aparțin publicului” și „nu au ce căuta în comportamentul omului civilizat”¹², utilizarea batistei devine mandatorie pentru toată lumea, atunci când sunt implicate diversele secrete ale corpului uman. Există

⁹ *Ibidem*, p. 34.

¹⁰ Constanța Vintilă-Ghițulescu, *Patimă și desfătare. Despre lucrurile mărunte ale vieții cotidiene în societatea românească (1750-1860)*, Editura Humanitas, București, 2015, pp. 25-37.

¹¹ *Ibidem*, pp. 189-190.

¹² *Ibidem*, pp. 195-196.

mai multe tipuri de „batiste”, destinate, desigur, diferitelor clase sociale: *gevreaua*, cu țesătura sa fină, lucrată în filigran de aur, nu este un obiect de igienă personală, ci o parte valoroasă din zestrea mirilor de la începutul secolului al XIX-lea. Basmăua, în schimb, făcută din materiale obișnuite, se pretează întrebuințării în scop igienic, voalând gesturi care, altfel, ar putea fi considerate grobiene, conform tratatelor/ manualelor de civilitate, cum este cel al lui Anton Pann, *Christoitie sau Scoala moralului care învață toate obiceiurile și moravurile cele bune* sau al lui Iordache Golescu, *Povățuiri pentru buna cuviință*.

Deși, după cum am observat, decalajele între clasa superioară și cea inferioară sunt semnificative, acest fapt nu înseamnă că, în interiorul aceleiași clase, nu există diverse ruperi de ritm sau, dimpotrivă, tendința de imitare între straturile sale. Din acest punct de vedere, secolul al XIX-lea se remarcă și prin favorizarea apariției clasei de mijloc, odată cu reformele sociale impuse de revoluția industrială. Apariția burghezului ca tip uman în societatea românească din a doua jumătate a secolului al XIX-lea produce efecte și în planul concurențial al societății de consum. Inclusiv în interiorul acestei clase apar sciziuni de putere între marea burghezie, din care fac parte bancherii, comercianții, marii proprietari, acționarii și mica burghezie, alcătuită, în principal, din funcționari, muncitori, angajați și micii proprietari, care încearcă să deprindă modelele comportamentale ale marilor burghezi. Despre principiile care stau la baza acestei clase în spațiul românesc scrie Mihail Manoilescu, gânditor politic important din perioada interbelică românească, cunoscut pentru intervențiile în politica externă a României din jurul anului 1940. În lucrarea *Rostul și destinul burgheziei românești*, Manoilescu vorbește despre două serii de valori pe care se fundamentează burghezia românească – „valori egoiste” (rangul, confortul, securitatea) și „valori ideale” (familia, patria, religia). Analizând dinamica primului set de valori, autorul conchide: „burghezia românească nu este burgheză în una din trăsăturile cele mai esențiale; pe când Occidentul pune preț pe agonisire, siguranță și viitor, burghezia noastră pune preț pe cheltuială, pe satisfacții și prezent”¹³, ducând o viață care, în Occident, este specifică boemilor, artiștilor. Ascensiunea burgheziei a însemnat, prin însuși specificul ei, o nouă intervenție asupra planului concurențial, care a favorizat prosperitatea consumului în a doua jumătate a secolului.

2. Victorianul – un cetățean consumator

În economia simbolică a comportamentelor specifice societății de consum care se cristalizează în spațiul românesc, spre finalul secolului al XIX-lea, odată cu revoluția industrială și cristalizarea burgheziei, apar gesturi¹⁴ care încep să

¹³ Mihail Manoilescu, *Rostul și destinul burgheziei românești*, Editura Athena, București, 1997, p. 376.

¹⁴ Utilizez termenul de „gest” ca act simbolic, așa cum apare definit de Emma Bigé, doctor în filosofie, coregrafă și inițiatorea unor expoziții și instalații artistice pe tema motricității corporale, în articolul „Note sur le concept de geste”, *La Manufacture*, Lausanne, 2018, www.pourunatlasdesfigures.net: „En effet, si nos gestes portent avec eux des projets sur le monde, s'ils ne sont pas seulement des manières de faire, mais qu'ils emportent avec eux des manières de percevoir et de penser, alors les gestes ont aussi un potentiel d'apprentement : les gestes que nous

definească o nouă categorie a individului *dixneuvièmist* – consumatorul: răsfoirea gazetelor care anunță noutățile în materie de modă, frecventarea magazinelor în vogă, achiziționarea fardurilor menite să corecteze orice imperfecțiune, luarea lecțiilor de dans pentru a nu se face de răs la seratele dansante, vizitarea cafenelelor și, nu în ultimul rând, organizarea balurilor și petrecerilor pline de fast, lux și teatralitate. În lucrarea colectivă dedicată fastului caracteristic epocii de tranziție¹⁵, Nicoleta Roman menționează câteva dintre gazetele care fie anunțau deschiderea unui magazin care aduce suflul nou al capitalelor europene (de exemplu, *À la Ville de Lyon* pentru dame sau magazinul lui Iosif Korbuly pentru domni, aflat în proximitatea afacerii fraților Capșa), fie găzduiau reclamele, pe care proprietăresele unor astfel de magazine le făceau mărfurilor propuse spre vânzare (este consemnat cazul Polixeniei Villacrosse, care transformă zestrea primită de la tatăl său, un spațiu cu potențial mercantil, într-un butic de haine franțuzești). Cel mai adesea sunt menționate gazeta *Albina Românească*, revista *Boabe de grâu* și ziarul *Românul*. Indiferent de mijlocul de propagare a anunțurilor comerciale, un fapt e cert: construirea și menținerea unei imagini, a unei *posturi*, presupune investiții inevitabile (de resurse financiare, temporale, umane, informative, *inter* și *intrapersonale*, întrucât e nevoie de o anumită disponibilitate sufletească, greu de dobândit dacă nu e înăscută, aplicată spre plăcerea de a fi în centrul atenției, de a intra în dialog sau, printr-o sintagmă cuprinzătoare, de a fi „om de lume”).

Despre ceea ce înseamnă „a fi om de lume” ne oferă o imagine sugestivă scriitorul Gheorghe Sion, care face un inventar al preocupărilor pe care trebuie să le aibă orice domn, pentru a fi acceptat în cercurile de influență: cunoașterea limbii franceze, a literaturii la modă (de bună seamă, a romanelor foileton, care cultivau gustul pentru senzational și indiscreție), stăpânirea elementelor necesare unei conversații cu ștaif și a bunelor maniere, pasiunea pentru jocul de cărți, precum și posesia unui costum la modă¹⁶ (din care nu pot lipsi fracul și pantalonii mulați pe talie). La toate acestea, Costache Negruzzi adaugă următoarele activități mandatorii din arsenalul *domnului*:

„să fie abonat la un cabinet de lectură; să bea șampanie; să fie încușmat, încălțat și înmănușat după jurnal; să poarte baston rococo și pumnar cerchezesc; să scrie cu condee de oțel și să-și pecetluească biletele cu buline cu levize; să joace șah și să danseze polca; să aibă pe masa din cabinetul seu cel puțin o duzină de albomuri caricaturale și de cărți ilustrate.”¹⁷

faisons sont propitiatoires. Comme on dit des danses de la pluie qu'elles préparent la terre et le monde à recevoir l'eau du ciel, nos gestes nous préparent à recevoir certaines idées, certains concepts, certaines perceptions.”

¹⁵ Constanța Vintilă, Giulia Calvi, Maria Pakucs-Willcocks, Nicoleta Roman, Michał Wasiucionek (coord.), *Lux, modă și alte bagatele politicești în Europa de Sud-Est. Secolele XVI–XIX*, Editura Humanitas, București, 2021.

¹⁶ Gheorghe Sion, *Suvenire contimpurane*, Editura Polirom, Iași, 2013, p. 407.

¹⁷ Costache Negruzzi, în *Albina Românească*, 3 februarie 1846 *apud* Constanța Vintilă-Ghițulescu, *Patimă și desfătare. Despre lucrurile mărunte ale vieții cotidiene în societatea românească (1750-1860)*, ed. cit., p. 361.

Toate aceste schimbări în comportamentul oamenilor din a doua jumătate a secolului al XIX-lea se datorează, în cea mai mare parte, influențelor care au pătruns în spațiul românesc odată cu ocupațiile armatelor străine, așa cum menționa și Violeta-Anca Epure¹⁸, în concordanță cu constatările Constanței Vintilă-Ghițulescu:

„Rușii, austriecii, francezii, englezii sau prusacii aduc cu ei la București o altă lume. Însemnele acestei lumi le etalează pe străzile orașului, când își fac vizite sau când ies pur și simplu la plimbare, când organizează baluri și petreceri, când participă la petrecerile boierilor sau ale domnilor. Și femeile, și bărbații se lasă contaminați de această nouă lume atât de diferită de a lor: femeile cu avânt și exuberanță, tinerii plini de curiozitate, bătrânii cu reticență.”¹⁹

Dacă domnii și tinerii în formare se supun anumitor cutume civilizatoare, e de la sine înțeles că și doamnele și domnișoarele trebuie să se preteze noilor forme de sociabilitate. Apar, în această perioadă, pensiunile care promet să ofere o educație aleasă tinerelor ce le pășesc pragul, instruindu-le atât din perspectiva atitudinilor morale pe care trebuie să le aibă o femeie de societate (cumpătarea, moderația, simțul candorii și al bunului gust), cât și din perspectiva uzanțelor epocii. Se pune accent pe deprinderea anumitor tipuri de dans, pe învățarea unor instrumente, cum ar fi pianul, clavierul sau „ghitara” și, bineînțeles, este obligatorie studierea limbii franceze. Toate aceste coordonate esențiale ale individului care încearcă să țină ritmul cu schimbările de sorginte occidentală reprezintă cărțile de acces necesare obținerii prestigiului social.

Tot din apanajul cetățeanului *imagofag* fac parte balurile și seratele dansante, care oferă domnilor și doamnelor, tinerilor și tinerelor, prilejul de a-și afișa toate achizițiile dobândite, până la momentul crucial al evenimentului, cu scopul de a epata. Rochiile și costumele cele mai frumoase, sala cea mai dichisită, porțelanurile cele mai fine, accesoriile cele mai alese – toate aceste aspecte descriu atât interesul oamenilor față de noile cutume legitimize, cât și comportamentul consumatorului de bunuri materiale. Dincolo de oportunitatea creării unei imagini publice, balurile îndeplinesc o serie de funcții importante care contribuie la cristalizarea sociabilității specifice secolului al XIX-lea. Despre implicații evidente și mai puțin evidente ale unor astfel de manifestări mondene vorbește Dan Dumitru Iacob, cercetător la Institutul de Cercetări Socio-Umane din Sibiu, absolvent al Facultății de Istorie a Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, în lucrarea *Elitele din Principatele Române în prima jumătate a secolului al XIX-lea*, în care analizează viața cotidiană a celor din clasele superioare, de la vestimentație, obiceiuri, tabieturi, până la modul de asimilare și adaptare la tot ceea ce înseamnă

¹⁸ Pentru detalii: Violeta-Anca Epure, „Vestimentația moldovenilor și valahilor în viziunea consulilor și călătorilor francezi din perioada prepașoptistă”, în: *Cercetări Istorice* (serie nouă), XXXIV, Iași, 2015, pp. 206-207.

¹⁹ Constanța Vintilă-Ghițulescu, *Patimă și desfătare. Despre lucrurile mărunte ale vieții cotidiene în societatea românească (1750-1860)*, ed. cit., pp. 338-339.

procesul modernizării, accelerat de influențele occidentale cu care indivizii intră în contact. În capitolul „Baluri, teatru și concerte”, Dan Dumitru Iacob face următoarele observații cu privire la bal ca spațiu exclusiv al socializării și al comportamentelor protocolare, dar care, aproape în toate cazurile, are în spate și rațiuni politice:

„*Balul este un univers al socializării*, unde cozeria obișnuită interferează cu discursul elegant și subtil. Subiectele de conversație sunt variate, multe însă generate de atmosfera balului: se admiră și se critică vestimentația și bijuteriile, componența perechilor și măiestria sau stângăcia dansatorilor, se trece în revistă cronica mondenă și cancanurile zilei, se inventariază aventurile galante și se disecă aspectele matrimoniale.”²⁰ (subl. ns.)

3. Palimpsest pentru o critică de contrast

Pentru omul contemporan, prins în ritmul accelerat al „erei vitezei”, universul mentalitar al *secolului lung* se conturează totalmente diferit. Gesturi altădată considerate esențiale pentru prestanța socială – precum sărutarea mâinii doamnelor sau păstrarea discreției conjugale – au dispărut aproape complet, pierzându-și încărcătura simbolică. La fel, elemente vestimentare (rochiile ample, jobenul sau mănușile) nu mai fac parte din codurile cotidiene și nu mai au un rol esențial în conturarea statutului social, a rafinamentului sau a apartenenței culturale. În locul acestor semne de diferențiere, societatea actuală se îndreaptă tot mai vizibil spre uniformizare, în vreme ce eticheta, vitală în lumea victoriană, se reduce astăzi la un simplu clișeu. *Lumea dispărută* gravita în jurul unor repere de esență nobilă – politețea, eleganța (intelectuală, comportamentală, vestimentară) și bunele maniere, transformându-le într-o veritabilă filosofie a unei *ars vivendi*, estetica vieții fiind valorizată la fel de mult, dacă nu mai mult, decât pragmatismul cotidian, în spiritul conceptului de „scenografie” propus de José-Luis Diaz²¹, atât de prolific în epoca romantică²².

Pentru a nuanța mai intens valorile lumii victoriene, prin artificii de contrast, amintim eseul lui Mario Vargas Llosa, *Civilizația spectacolului*²³, în care scriitorul descrie un univers dominat de imagine și de cultura *light*, construită pe criteriul accesibilității și al cantității, mai degrabă decât pe cel al calității. Într-o

²⁰ Dan Dumitru Iacob, *Elitele din Principatele Române în prima jumătate a secolului al XIX-lea. Sociabilitate și divertisment*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2015, p. 216.

²¹ V. José-Luis Diaz, *L'écrivain imaginaire – scénographies auctoriales à l'époque romantique*, Honoré Champion, Paris, 2007.

²² Despre câmpul variat al posturilor pe care îl oferă secolul romantic, am scris un studiu amplu, în care am abordat problematica paradoxului dintre public și privat la finalul veacului al XIX-lea: Smărăndița-Elena Costin, „Correspondența intimă ca loc al memoriei colective. Posturi & comerț de imagine în textele epistolare ale scriitorilor români din a doua jumătate a secolului al XIX-lea”, în *Revista de istorie și teorie literară*, anul XVIII, ianuarie-decembrie 2024, Institutul de istorie și teorie literară „G. Călinescu”, Editura Academiei Române, pp. 168-182, <https://ritl.ro/pdf/2024/RITL2024.pdf>.

²³ Mario Vargas Llosa, *Civilizația spectacolului*, traducere din spaniolă de Marin Mălaicu-Hondrari, Editura Humanitas, București, 2018.

astfel de paradigmă, cultura este subsumată sferei divertismentului, artele și cinematograful devin simple forme de consum, iar politica se transformă într-un pact artificial între imagine și retorică. Această viziune contrastează puternic cu perspectiva junimistă, dominantă în cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea, care asocia politica unui „joc superior” rezervat elitelor și dependent de maturitatea gândirii. Privite comparativ, epoca lui Carol I²⁴ și lumea simulacrului descrisă de Llosa ilustrează două ipostaze distincte ale termenului „spectacol”: pe de o parte, avem de-a face cu nostalgia după *spectacolul* unei civilizații; pe de alta, suntem martorii taciți ai civilizației *spectacolului*.

Bibliografie

1. Primară

SION, Gheorghe, *Suvenire contimpurane*, Editura Polirom, Iași, 2013.

2. Critică

CASANOVA, Pascale, *Republica Monidală a Literelor*, traducere din limba franceză de Cristina Bîzu, Editura Art, București, 2016.

CĂLINESCU, Matei, *Cinci fețe ale modernității. Modernism, avangardă, decadență, kitsch, postmodernism*, traducere de Tatiana Pătrulescu și Radu Țurcanu, Editura Polirom, Iași, 2017.

COSTIN, Smărăndița-Elena, „Intimitatea în spectrul regalității. Corespondența ca (pre)text al unei noi paradigme de existență”, în *Annales Universitatis Apulensis*, no. 25/ tom 1/ 2024, series PHILOLOGICA, Universitatea „1 Decembrie 1918 din Alba Iulia”, http://philologica.uab.ro/upload/41_415_12.pdf.

COSTIN, Smărăndița-Elena, „Correspondența intimă ca loc al memoriei colective. Posturi & comerț de imagine în textele epistolare ale scriitorilor români din a doua jumătate a secolului al XIX-lea”, în *Revista de istorie și teorie literară*, anul XVIII, ianuarie-decembrie 2024, Institutul de istorie și teorie literară „G. Călinescu”, Editura Academiei Române, <https://ritl.ro/pdf/2024/RITL2024.pdf>.

COSTIN, Smărăndița-Elena, “The Salon, the Café, and the Art of Cards: Configurations of Late-Century Social Life”, in *Journal of Humanistic and Social Studies*, vol. 16, no. 1 (31)/ 2025, <https://www.jhss.ro/en/articles.php?vol=31>.

DIAZ, José-Luis, *L'écrivain imaginaire – scénographies auctoriales à l'époque romantique*, Honoré Champion, Paris, 2007.

HAMON, Philippe, *Imageries. Littérature et image au XIX^e siècle*, Librairie José Corti, Paris, 2001.

IACOB, Dan Dumitru, *Elitele din Principatele Române în prima jumătate a secolului al XIX-lea. Sociabilitate și divertisment*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2015.

²⁴ Impactul definitoriu pe care l-a avut imaginea monarhului asupra civilității și sociabilității românești a fost analizat într-un alt studiu de dată recentă: Smărăndița-Elena Costin, “The Salon, the Café, and the Art of Cards: Configurations of Late-Century Social Life”, in *Journal of Humanistic and Social Studies*, vol. 16, no. 1 (31)/ 2025, pp. 75-85, <https://www.jhss.ro/en/articles.php?vol=31>.

MANOILESCU, Mihail, *Rostul și destinul burgheziei românești*, Editura Athena, București, 1997.

VINTILĂ-GHIȚULESCU, Constanța, *Patimă și desfătare. Despre lucrurile mărunte ale vieții cotidiene în societatea românească (1750-1860)*, Editura Humanitas, București, 2015.

3. Teoretică

BIGÉ, Emma, „Note sur le concept de geste”, *La Manufacture*, Lausanne, 2018, www.pourunatlasdesfigures.net.

BOERESCU, Dan-Silviu, Carmen Sylva. *Regina cu suflet de artist. Docu-drame și mituri istorice controversate, însoțite de consemnări din presă și din alte surse legate de poveștile primei Regine a României, precum și de cele ale personajelor cu care s-a intersectat destinul ei*, Editura Neverland, București, 2023.

DUDUCIUC, Alina, *Sociologia modei. Stil vestimentar și dezirabilitate socială*, cuvânt-înainte de Septimiu Chelcea, Editura Institutul European, Iași, 2012.

EPURE, Violeta-Anca, „Vestimentația moldovenilor și valahilor în viziunea consulilor și călătorilor francezi din perioada prepașoptistă”, în: *Cercetări Istorice* (serie nouă), XXXIV, Iași, 2015.

PUECH, Jean-Benoît, „Du vivant de l’auteur”, în *Poétique*, no. 63/ 1985.

SIMMEL, G., *Cultura filosofică: despre aventură, sexe și criza modernului: culegeri de eseuri*, traducere de N. Stoian și M. Popescu-Marian, Editura Humanitas, București, 1998.

STEIN, Gertrude, *Paris-France*, Charles Scribner’s Sons, New York, 1940.

VARGAS LLOSA, Mario, *Civilizația spectacolului*, traducere din spaniolă de Marin Mălaicu-Hondrari, Editura Humanitas, București, 2018.

VINTILĂ, Constanța, CALVI, Giulia, PAKUCS-WILLCOCKS, Maria, ROMAN, Nicoleta, WASIUCIONEK, Michał (coord.), *Lux, modă și alte bagatele politicești în Europa de Sud-Est. Secolele XVI–XIX*, Editura Humanitas, București, 2021.