Nu doar despre modă. Despre preocupările mai puțin cunoscute ale lui Mircea Vulcănescu

Ionuț BUTOI

Universitatea din București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării
University of Bucharest, Faculty of Journalism and Mass Communication
Personal e-mail: ionutbutoi@yahoo.com

Not just about fashion. Some considerations about the lesser known writings of Mircea Vulcănescu

Between July and October 1933 Mircea Vulcănescu held, under the pseudonym «Ivy», the fashion section on the economic weekly magazine, Index. Most of his 13 articles, representing all the contributions of „Ivy", were dedicated to women's fashion and were written in the first person feminine. In this study I will frame the context of these articles locating them among other concerns of Vulcănescu in the short historical term stated, I will try to explain the meaning of role play made by „Ivy", linking it to the author's attitude towards the role of women in society. I will also try to bring forward the possible origins of his interest in fashion and, of course, I will analyze the content of the articles written for Index, showing their philosophical and economic substrate. I will also make a link between Vulcănescu's theoretical concerns about fashion and what the clothing style of the young interwar generation can say about their social condition. Through these articles we have the first ever sociological considerations on fashion made in Romania.

Keywords: modern Romanian culture, sociology of fashion, interwar sociology, Mircea Vulcănescu.

Între iulie și octombrie 1933 Mircea Vulcănescu a ținut, sub pseudonimul „Ivy", rubrica despre modă a săptămânalului economic *Index*.[1] Marea parte a celor 13 articole ce reprezintă totalul contribuțiilor lui „Ivy" sunt dedicate modei feminine și sunt scrise la persoana întâi feminin. În studiul de față voi încadra contextual aceste articole, localizându-le printre celelalte preocupări ale lui Vulcănescu în scurta durată istorică precizată, voi încerca să explic sensul jocului de rol făcut de „Ivy", legându-l de atitudinea autorului față de rolul femeii în societate, voi prezenta posibile origini ale interesului pentru modă și, desigur, voi analiza conținutul articolelor pentru *Index*, arătând substratul lor filosofic și economic. De asemenea, voi face legătura dintre preocupările teoretice ale lui Vulcănescu despre modă și ceea ce ne poate spune stilul vestimentar al tinerilor interbelici despre condiția lor socială. Prin aceste articole avem primele considerații sociologice asupra modei făcute în România.

O rubrică de vară

Perioada 1932-1933 este una de hiperactivitate publicistică pentru Vulcănescu, corespunzător preocupărilor sale diverse, acțiunilor colective ale grupurilor de tineri intelectuali în care activa și evenimentelor curente. Pe lângă contribuțiile semnate în calitate de expert pentru revistele de specialitate (*Tribuna Financiară*), Vulcănescu poartă polemici și semnează contribuții în periodice lansate de „tânăra generație" (*Axa, Dreapta*) sau mai consacrate (*Dimineața*) și participă la simpozioanele Criterion. Teme acoperite sunt cele religioase, economice, sociologice, iar Vulcănescu activează în cercuri intelectuale care se suprapun, dar nu se confundă – monografiștii, „năiștii", criterioniștii. În altă parte, am caracterizat această etapă drept una a „afirmării publice", efervescente, deschise și eteroclite a „tinerei generații". Fără a avea un contur distinct, în cadrul

acestor grupări diverse se regăsește și un segment despre care nu s-a scris prea mult: tinerii economiști.

Index-ul *(Hebdomadar de informații economice, financiare, comerciale editat de Oficiul de Informații și Publicitate Index*, cum îi este denumirea pe larg) a fost una din publicațiile acestor tineri economiști, aflându-se „sub conducerea domnilor Paul Sterian și Alex Stelescu", după cum se precizează în primul număr. Paul Sterian era un vechi prieten al lui Vulcănescu și, ca și el, va face carieră de expert în diverse instituții ale statului român. Au fost amândoi membri ai ASCR (Asociația Studenților Creștini Români), colaboratori la *Cuvântul* lui Nae și participanți la campaniile monografice ale lui Gusti.

Printre cei care semnează în prima serie a publicației (care se întrerupe în toamna lui 1933) se numără, printre alții, Mircea Eliade, Mihail Sebastian, Ion Călugăru, iar dintre monografiști Roman Cresin. *Index*, încă de la prima apariție (2 iulie 1933), își definește aria de interese îndeosebi în jurul problematicii țărilor Blocului Agrar, propunând să aducă analize relevante despre fiecare țară din Europa Centrală și de Sud-Est relevantă în speță. În paginile sale se pot citi articole bine informate despre proiecte regionale de uniune vamală bulgaro-română, despre capacitatea producției autohtone de armament, despre politicile protecționiste ale statelor liberale și importanța statelor agrare. Paul Sterian semnează articole în care caută să definească principii de doctrină economică pe baze agrare, având o viziune diferită substanțial de cea promovată de Virgil Madgearu și, de altfel, de Mircea Vulcănescu (Sterian e agrarian în sens fiziocrat, adică individualist, anti-etatist și liberal, spre deosebire de agrarienii țărăniști).

Într-o astfel de publicație în care ambițiile de afirmare ale tinerilor economiști sunt vizibile și în care se discută teme actuale ale epocii și de maxim interes pentru el însuși, Vulcănescu a ales să întrețină ...rubrica de modă. Pare un fel de joacă, o preocupare de vară. De altfel, majoritatea contribuțiilor sale sunt publicate în lunile de vară și unele subiecte sunt legate tocmai de sezonul vacanțelor. Totuși, dacă este o joacă, este bine făcută. Dacă am ignora semnatarul, rubrica pare a fi întreținută de un fin cunoscător care dă recomandări precise, de detaliu. În plus, în bună parte a articolelor apar comentarii cu o puternică tentă sociologică, lucru care indică, pe de o parte, motivația reală a interesului arătat de Vulcănescu subiectului și, pe de altă parte, o mai clară legătură editorială cu specificul *Index*-ului.

Despre femei

Așa cum am precizat anterior, articolele din rubrica de modă a *Index*-ului sunt scrise la persoana întâi feminin. Ca și cum rubrica ar fi scrisă de o femeie. În plus, cititorul imaginat de autor este tot feminin, ceea ce face ca articolele să pară a fi scrise pentru femei. Rubrici de modă sunt întâlnite destul de des în presa interbelică, destinate, evident, femeilor, însă mai degrabă în cotidiene sau săptămânale „generaliste", nu în săptămânale de profil financiar-economic. Moda este tratată, în plus, în special caricaturile epocii, cu destul de mult sarcasm. „Ivy", în schimb, o ia în serios, o tratează cu respect, iar tonul pe care sunt scrise articolele arată o persoană care încearcă să fie empatică și inclusivă față de nevoile femeii.

Jocul de rol făcut de „Ivy" poate avea și o semnificație mai largă. Arată locul și rolul social al femeii în optica lui Vulcănescu. Dacă moda nu este un subiect prea derizoriu pentru a fi tratat într-o revistă financiar-economică, rezultă că publicul acestei reviste nu poate fi și nici nu trebuie limitat doar la cel masculin. Despre rolul femeii în societate Vulcănescu avea opinii ferme, așa cum reiese din răspunsurile pe care le dăduse, în 1924, la drafturile chestionarului Seminarului de Sociologie realizat pentru studiul vieții studențești din București. Astfel, la secțiunea „Politică" a chestionarului, la întrebarea: „Sunteți pentru acordarea drepturilor politice la femei, și de ce?", Vulcănescu răspunde scurt: „Da. Și de ce n-aș fi?", iar la următoarea întrebare, aflată în prelungirea primeia: „Unde credeți că ar fi rodnică și mai necesară energia și activitatea femeii?", răspunsul e la fel de scurt și concis: „Peste tot". Într-o altă variantă a aceluiași draft, răspunsurile la întrebări sunt similare, cu mici diferențe. Astfel, la prima întrebare Vulcănescu răspunde: „Da. Pentru că nu e nicio rațiune care să se împotrivească", iar la a doua: „Pretutindeni".

În plus, în mediile studențești, fie religioase, fie științifice, Vulcănescu face parte din colective în care prezența femeii este apreciabilă și participarea la sarcini importante, inclusiv de responsabilitate, o practică mai des întâlnită decât în restul societății urbane din România interbelică. Atât în ASCR, cât și în Școala monografică, se regăsesc exemple de femei implicate în funcții sau/și roluri de responsabilitate.[2]

Dincolo de aceste chestiuni oarecum colaterale, pseudonimul însuși poate fi inspirat din numele de alint al primei sale fiice, din prima sa căsătorie, căreia familia și prietenii îi spuneau Vivi (Victoria). O explicație pentru folosirea unui pseudonim ar fi, pe lângă tema strict urbană, preferințele sale pentru moda de inspirație franceză, europeană. O semnătură cu numele propriu l-ar fi expus ironiilor polemice ale celor care îi contestau, deja, opțiunile sale „ruraliste" din paginile altor publicații ale tinerilor interbelici. În fine, este foarte posibil ca parte din sfaturile pe care Vulcănescu le dă în articolele sale din *Index* să fi fost inspirate de soția sa, Ioana-Mărgărita, care, ca toate doamnele în societatea înaltă a Bucureștiului, avea propria sa modistă. Dar, cel mai probabil, motivul „feminizării" autorului e dat chiar de subiect, care, în percepția lumii

sociale bucureștene, era unul prin excelență dedicat și circumscris femeilor.

Despre modă

Răspunsul la întrebarea care ar putea fi originea interesului intelectual al lui Vulcănescu pentru modă e posibil să se regăsească în cursurile de istorie a metafizicii susținute de Nae Ionescu între 1930-1931, așadar nu foarte departe de momentul colaborării sale cu *Index*. În prima parte a cursului, Nae Ionescu abordează tema „modei în filosofie".[3] În fapt, această introducere a cursului este o polemică dusă cu alte somități ale lumii intelectuale și universitare bucureștene, care îi reproșau profesorului că temele sale filosofice cu care își făcuse o faimă printre tineri ar fi devenit o modă „neconvenabilă".[4]

Abordând tema modei în filosofie, Nae Ionescu face câteva afirmații despre fenomen în general. Argumentul de bază al acestuia este că, departe de a fi „o atitudine superficială în fața realității", moda se constituie în „cartea de vizită de fiecare moment a istoriei", iar a fi la modă era echivalat cu a fi în actualitatea istorică.[5] Filosoful continuă făcând trimitere chiar la sensul curent din lumea interbelică urbană a termenului de modă: „în același fel în care se schimbă rochiile cucoanelor de la an la an, în același fel se schimbă atitudinea noastră, felul nostru de a valorifica în genere existența".[6]

De fapt, Nae Ionescu avea în vedere o temă mai degrabă de sociologie decât de filosofie: moda ca tendință, curent, mișcare, ca fenomen cu substrat și, totodată, impact social. În acest sens, moda ca tendință „nu este propriu-zis modă", ci este „o formă specifică de viață impusă de condițiile generale".[7]

Desigur, legătura dintre lecția introductivă a lui Nae Ionescu din cursul de istorie a metafizicii din 1931 și atenția lui Vulcănescu pentru modă este doar o supoziție. Dar acesta nu ar fi singurul exemplu de temă care, odată abordată de filosof, să îl fi inspirat și pe fostul său student în a o analiza pe cont propriu. În orice caz, deși intențiile retorice ale lui Nae Ionescu erau altele, definirea modei ca fenomen social care spune ceva foarte relevant despre dinamica societății respective, care nu ține doar de „gusturi", „creativitate", ci și de condițiile sociale și economice date, se regăsește, implicit, și în articolele semnate pentru *Index*.

Modă, globalizare, ideologie

Din cele 13 articole despre modă, am putea spune că primele 7 sunt recomandări vestimentare („Căldura", „La mare", „Moda și ei", „Moda și noi", „Ploi și arșiță", „Spre toamnă", „Automobilismul"), adică modă „pură", pe când celelalte 6 articole conțin observații sociologice („Comerțul și moda I", „Comerțul și moda II", „Comerțul și moda III", „Comerțul și moda IV. Mode naționale", „Comerțul și moda V. Lucrul manual", „Comerțul și moda VI"). Practic, prin contribuțiile sale despre comerț și modă avem, în Vulcănescu, primul sociolog al modei din România.

Recomandările și preferințele vestimentare făcute de „Ivy" se înscriu în linia modei franceze și a celei americane (influențate deja de Hollywood) și corespund întru totul tendințelor începutului anilor 1930. Astfel, dacă în „deceniul furtunos" al anilor 1920, în vestimentația pentru femei predominau liniile „tubulare"[8], care încadrau nediferențiat silueta, dând un aspect oarecum băiețesc, în deceniul următor este preferată o ținută mai degrabă „glamour", în care vestimentația pune în evidență formele, silueta. De asemenea, în ciuda dificultăților provocate de Marea Criză, moda anilor 1930 este influențată tot mai mult de răspândirea cinematografului[9]. Se dezvoltă, însă, inovațiile aduse de moda de după primul război mondial, cum ar fi, de pildă, apariția și folosirea pantalonilor la femei în contexte sociale cotidiene și își fac apariția noi elemente, cum ar fi tricoul. Aceste tendințe se regăsesc în articolele lui Vulcănescu, după cum se poate observa și după ilustrațiile grafice care însoțesc articolele. Chiar din primul articol, în care discută ținute potrivite pentru sezonul de vară, Vulcănescu laudă moda americană, care ar fi „sinteză a tot ce bunul gust și eleganța europeană produc mai ales."[10] În cel de-al doilea, în care discută ținutele potrivite pentru vacanțele petrecute la mare, recomandă „rochii de soare ajustate pe corp și pantalonul de jersey cu tricou de bumbac."[11]

Prima observație, făcută doar în treacăt, care depășește cadrul strict al modei este făcută într-un comentariu despre moda afișată de soțiile delegaților marilor puteri întruniți la Londra. De altfel, ideea în sine de a comenta moda la un eveniment ce ține de politica internațională este inovatoare pentru epoca de care vorbim și este un semn al transformărilor sociale aduse de noile raporturi existente între elite și opinia publică și de intermedierea acestui raport realizată de mass-media. Evenimentele *high life* devin, pe de o parte, reprezentative pentru ultimele tendințe din modă, reproducându-le și, pe de altă parte, le reinventează, impunându-le prin noutățile care vor „da tonul" și se vor transfera, din modă a de lux, în modă de masă. În acest articol, odată în plus, Vulcănescu își arată preferința pentru moda europeană, mai exact cea franceză: întâlnirea ar fi fost un „concurs din care triumfătoare a ieșit, se pare, simplicitatea, nelipsită de rafinament, inimitabilă, a franțuzoaicei."[12] Și remarcă un stil nou impus de comportamentul delegatelor: „a nu se farda în public." În fine, o primă observație cu caracter social: „femeile au demonstrat că înțeleg

să prețuiască luxul tocmai ca un factor social și economic".[13] Într-adevăr, moda devenise deja o industrie care făcea posibilă existența altora, temă la care Vulcănescu va reveni. Ideea că luxul care este perceput, eufemistic vorbind, dintr-o perspectivă morală, drept problematic, iar dintr-o perspectivă socială, drept semn vizibil al inegalităților, dar și cauză a acestora, are și efecte pozitive asupra colectivității, se înrudește cu concepțiile filosofilor anglo-saxoni ai sec. XVII pe care Vulcănescu îi cunoștea și îi folosea în seminariile sale de etică, concepții conform cărora viciile private aduc beneficii colectivității prin mecanismele puse în mișcare pentru satisfacerea lor.[14]

După ținute de sezon și de gală, „Ivy" trece la moda vestimentației adaptate la „motoring", adică la folosirea automobilului. Automobilul în interbelicul românesc nu mai era nici produsul exotic și de lux de odinioară, dar nu devenise, încă, nici produsul de masă de mai târziu. Folosirea sa, dincolo de semnul unui status social, oscila undeva între nevoi strict instrumentale de deplasare și pasiune sportivă. De altfel, justificarea unei astfel de atenții acordate vestimentației purtate în automobil pleacă de la această constatare: „odată cu marea răspândire pe care a luat-o motoringul la noi, o serie de probleme vestimentare în legătură cu acest sport dătător de emoții curate și de un sentiment de nesfârșită libertate au luat ființă."[15] Vulcănescu însuși știa să conducă și a și deținut un automobil, prin urmare interesul față de această latură a modei nu este surprinzător. Altceva atrage atenția, însă, în acest scurt comentariu: accentul pus pe emoții și sentimentul de libertate produs de folosirea automobilului.

Începând cu primul articol al rubricii din seria „Comerțul și moda", Vulcănescu reia și dezvoltă observațiile legate de efectele economice ale modei: „o serie de industrii îi datorează existența, cum i-o datorește și o bună parte din comerțul lumii."[16] De această dată, accentul cade nu pe utilitatea sau efectele benefice ale modei, ci pe importanța acesteia într-o economie care funcționează integrat la nivel mondial: „rotiță cu rost bine definit în mașina complicatei economii mondiale, moda nu poate fi alfel privită decât cu atenție și, uneori, cu încântată bunăvoință. Numeroase industrii ale tuturor țărilor și cea textilă, în primul rând, sunt în funcție de modă (schimbare). (...) Laboratorii nenumărate de studii, experiențe și perfecționări în arta îmbrăcămintii și a decorațiunilor împânzesc globul, comandă plantații, crescătorii și uzine, împart pâine și încântare".[17] Este o imagine plastică a ceea ce astăzi numim globalizare, adică o economie care funcționează interdependent. Interesant este că aceste observații sunt făcute în 1933, adică în anii imediat următori Marii Crize, în care debutează politicile protecționiste care limitează comerțul liber. Vulcănescu, de altfel, cu un an mai devreme, vorbise într-o conferință despre tendințele structurale contradictorii ale capitalismului, care pendulează dialectic între răspândirea mondială a practicilor economiei industrializate și dificultățile stârnite de restrângerea debușeelor. El arăta că, prin dezvoltarea „comunicațiilor", atât cele fizice, care țin de transport, cât și cele care țin de circulația informațiilor, „pământul întreg, sub acest raport, devine o singură piață."[18] Moda, așadar, pentru a reveni la subiect, se industrializează. Departe de a mai fi „capriciu", element frivol al realității cotidiene, este un proces complex de raționalizare și planificare a producției și desfacerii. Favorizată de fenomenul de globalizare, ea este și rămâne, totodată, un factor activ al acesteia, chiar și în contextul frământat al anilor 1930: „în ciuda marilor frământări politice și economice de cari sunt cuprinse continentele, moda își urmează cuminte cercetările ei – inventând mereu surse de activitate și câștig pentru omenire."[19] Pentru a doua oară, așadar, Vulcănescu remarcă faptul că industrializarea modei presupune, pe lângă funcționarea sa în ritmul globalizării, dezvoltarea acesteia pe bază de expertiză (laboratoare, studii, cercetări). Așadar, consumul produselor acestei industrii devine o practică premeditată, stimulată artificial, nu o chestiune de simplă imitație sau de obicei social: „această dorință nu există în noi ca o obișnuință datorită vicioasei mode, ci ca o nevoie hotărâtă pentru stimularea dispoziției noastre și de muncă, și de recreere."[20]

Într-un alt articol pe aceeași temă a comerțului și modei, Vulcănescu remarcă o tendință nouă în procesul de producție specific industriei menționate: re-apariția „lucrului manual" sau a produselor *hand made*, cum am spune astăzi. Cum șocul Marii Crize a lovit și în capacitățile de profit ale producției în serie, industrializate, răspândirea produselor făcute de mână sau a artizanatelor prezintă avantajul de a folosi o forță de muncă anterior ne-necesară din cauza automatizării: „cu felurite reveniri, inovații și edicte vine și moda într-ajutorul șomerilor recurgând, acum mai mult decât oricând de la război încoace la lucrul manual și artizanat".[21] Oglindind aceleași reflecții amintite deja din conferința sa despre „noul medievalism economic", Vulcănescu vede în artizanat o tendință structurală de revenire la un mod de producție care să nu fie dominat de mașină: „după ce a dat producției în serie, mașinii, partea ei, omenirea a primit de la criză o lecție de economie, ordine și răbdare care se pare că i-a înlesnit să guste din nou încântarea de a se apleca cu interes asupra lucrurilor unice pe care însăși stângăcia pune pecetea momentului artistic viu."[22] Tonul fusese dat, și în acest caz, tot de Franța, unde ministrul educației încuraja pe cale oficială școlile de feronerie, făcând apologia produselor care sunt valoroase tocmai pentru că poartă imperfecțiunile lucrului de mână, spre deosebire de cele produse industrial, dar identice: „Franța cea dintâi s-a revoltat împotriva excesului de mașinism care amenință să acapareze domenii unde

întotdeauna numai mâna omului înfăptuise gândul creator".[23] Tema mașinismului și a mecanizării vieții societății umane, cu efectele sale ambivalente, pe de o parte, de împuternicire a oamenilor în raport cu natura, pe de altă parte cu crearea unor noi dependențe și a unei „robii" mai puternice chiar decât cea față de natură[24] este întâlnită de Vulcănescu la Nikolai Berdiaev, filosof rus audiat de român în cercurile religioase de la Paris din anii 1920. Spre deosebire, însă, de Berdiaev, Vulcănescu nu consideră mașinizarea producției un fenomen ireversibil, ci dependent de condițiile sociale: „noi suntem mai radicali decât Berdiaev, în sensul că socotim că și mașina e o formă condiționată (de producție-n.m.), care poate da-napoi, ca orișicare alta."[25] Astfel, pentru Vulcănescu o formă de „regresiune" în economie și în viața socială ar fi posibilă dacă există factorii necesari. O asemenea regresie ar fi, în ceea ce privește moda, producția artizanală care are dublul avantaj că respectă tradițiile locale și previne șomajul.

Standardizarea și uniformizarea modei nu proveneau, însă, doar sub influența industrializării, ci și a ideologiilor politice. Interbelicul cunoaște apariția regimurilor totalitare, fascist, nazist și comunist, care au folosit din plin moda pentru a-și construi și imprima, în cotidian, identitatea politică.[26] Departe de a se reduce doar la uniformele militărești, vestoanele sau șepcile tovărărești sau cămăși nerge (sau, pentru varianta locală, verzi), tipurile de vestimentație imaginate politic în perioada frământată a anilor 1930 surprind o varietate de teme, linii și motive selectate în funcție de scopurile politice ale regimurilor sau mișcărilor în cauză. Deși ne aflăm abia în 1933, când ascensiunea la putere a lui Hitler era încă de dată recentă, iar nazificarea se afla la debuturile sale, Vulcănescu a consacrat un articol întreg pe tema relației dintre modă și naționalismul german în plină afirmare: „Germania, nemulțumită de a fi mereu imitatoarea Franței pe tărâmul modei, și-adună toate forțele necesare creiării unei mode naționale. Materii prime, mașini și fantezie naționale dar și debușeu asemeni căci oricât de studiate și artistice (sunt) născocirile acestor voințe, ele nu reușesc să se adapteze eleganței suple europene și par destinate mai cu seamă țării care le-a scornit."[27] Deși găsește noua modă (feminină) germană „admirabilă în orice detaliu", aceasta ar fi prea „greoaie", astfel că „orice femeie căreia îi place să-și simtă corpul liber și mișcarea armonioasă va evita grelele țesături și vastele forme germane".[28] Imaginea care ilustrează articolul prezintă, într-adevăr, două modele cu o vestimentație încărcată și închisă, oarecum după tiparul uniformelor militare. Între Paris și Berlin, între modelul cosmopolit al modei franțuzești și cel naționalist german, „Ivy" alege pe cel din dintâi: „Parisul, focar de secole al modei, atinge, grație ei, tot globul cu iluzia zâmbitoare a unei raze de înfrățire. Germania prea ia totul în serios." Tema modei naționale, după scurtele ironii legate de moda germană, este, însă, pentru Vulcănescu, prilej de reflecții asupra unei „oportunități" prost fructificate de valorificare a resurselor autohtone de stil vestimentar și artă decorativă. Anticipând cu decenii moda devenită globală a iei românești, „Ivy" se lansează, totodată, într-o critică a manierei sărăcăcioase și lipsite de inventivitate cu care sunt folosite țesăturile tradiționale: „În vremea asta se neglijează, la noi, posibilitățile artei noastre textil-decorative. În diversele expoziții vedem de ani de zile aceleași borangicuri mai bine sau mai prost colorate. O simplă rochiță de vară e maximum la ce putem aspira. Cu câtă bucurie am vedea în București un cochet magazin de desfacere a unor stofe sau mătăsuri în linia modei europene, dar țesute la noi, în cantități reduse, dar cu atât mai căutate. Câți bani s-ar rămâne în țară și cu câtă plăcere nu le-am purta, căci gustul româncei n-ar da greș și nu ne-ar impune să pornim pe stradă deghizate în domnițe sau Walkirii. Ar mai trebui, de asemenea, ca prin înalte intervenții să facem ca orice mare magazin din străinătate să aibă un mic rayon cu vaporoasele pânzeturi și admirabilele noastre broderii vândute la început cu un foarte mic câștig, ce admirabil debușeu pentru aceste vremuri de șomaj și ce eficace propagandă! Ar mai fi pe acolo de cercetat albumele noastre de cusături, fotografii dela noi și s-ar succeda opera de propagandă turistică. Peste tot globul am văzut în magazine broderii, lampioane și evantalii chinezești. De ce n-am lua o pildă?"[29] Aceste rânduri, în care este comentată, cu oarecare frustrare, politica economică textilă a statului român, corelată cu turismul, „trădează" cel mai mult autorul real al rubricii de modă a *Indexului,* pe atunci încă referent al Ministerului de Finanțe.

Cum se împacă preferințele ferme ale lui Vulcănescu pentru „autohtonism" cu cele cosmopolit-europene ale lui „Ivy"? De fapt, nu avem de-a face cu o contradicție decât în mod aparent, Vulcănescu definind autohtonismul în termenii unui „realism politic" diferit de naționalism: „naționalismul poate fi un ideal formal, fără conținut specific. Poate fi exaltarea națiunei fără conștiința specificității ei." În schimb, autohtonismul ar însemna o experiere „de fiecare ceas" a „formelor de viață ale națiunei".[30] Transpus pe subiectul modei, atât ca practică vestimentară, cât și ca producție economică, o poziție autohtonistă ar privilegia soluții pentru identificarea acelor forme organice, care fac parte din condițiile de viață locale, ce pot interacționa creativ și sintetic cu formele de imitație străine. Această dialectică între forța de atracție a unor modele străine și rezistența formelor autohtone de viață se regăsește în celebra teorie a „ispitelor" care va antura, mai târziu, scrierea *Dimensiunea românească a existenței* și care furnizează o grilă de interpretare a culturii românești pentru autor. Dacă aducem, într-un mod destul de riscant și artificial, discuția în zilele noastre, aș spune că avem de-a face cu

raționamente care sunt analoge cu disputa de astăzi dintre globaliști, glocaliști și naționaliști-autarhici. L-aș plasa pe Vulcănescu în rândul glocaliștilor, adică a adepților unui model autohton care să interacționeze creativ cu elemente globale.

Moda tinerilor interbelici

Tema modei tinerilor interbelici este deosebit de interesantă și relevantă nu atât pentru istoria modei, cât pentru încă o cale de a accesa istoria socială a acestui grup. Plecând de la stilul vestimentar se pot face corelații relevante legate de grupurile sociale de proveninență și apartenență a tinerilor, se pot identifica eventuale diferențieri în funcție de status social, opțiuni politico-filosofice, interese particulare și se poate urmări maniera în care este interiorizată sau, dimpotrivă, eludată presiunea regimurilor politice de a crea propriile standarde de comportament și afișare. În perioada amintită, exemple clare de intersecție între modă și politic sunt date de vestimentațiile folosite de Mișcarea Legionară și de Regele Carol al II-lea. Încă înainte de a-și stabili un cod vestimentar uniform, legionarii preferau costumații inspirate din hainele de cercetășie și din uniformele militare (cămăși kaki, pantaloni bufanți, cizme, pumnale) care-i distingeau net de restul grupurilor sociale și politice. În acest sens, „mania" regelui Carol al II-lea pentru uniforme este mai degrabă o manifestare tipică perioadei decât o bizarerie dictatorială. Costumul popular devine și el un articol vestimentar la modă, însă tot ca simbol politic, fiind purtat în scene publice pentru a suplini non-verbal o proclamație ideologică.[31]

În orice caz, perioada interbelică este un moment de discontinuitate radicală față de cea antecedentă inclusiv prin moda practicată. Pozele din arhiva privată a familiei Vulcănescu îmi permit să avansez câteva observații cu relevanță pentru acest mediu social specific. Acestea reflectă schimbările sociale profunde apărute după primul război mondial, identificabile în noile stiluri vestimentare, dar și în stilurile de viață diferite ale tinerilor. Astfel, pozele familiale clasice, în care posturile sunt rigide, tatăl și mama sunt încotoșmănați în hainele greoaie corespunzătoare rigorilor sociale burgheze, sunt înlocuite de pozele cu posturi degajate sau în mișcare, fie cu ținute atent puse la punct, dar care reflectă, mai mult decât o simplă etichetă și status social, un *stil* anume, fie cu ținute „ușoare", adaptate contextului ("la țară", în parc etc.). Regăsim aici primele tendințe din epoca postmodernă, în care ierarhia rigidă a claselor sociale se erodează, iar *eticheta* se transformă, mai degrabă, în *stil de viață*. Diversitatea ocupațiilor și spațiilor sociale în care sunt antrenați tinerii de după primul război mondial aduce, de asemenea, și o diversificare a ținutelor. Acest lucru se vede cel mai ușor în cazul femeilor, al căror rol și a căror postură era destul de restrâns pre-definită înainte de război. În noile timpuri, ele participă în număr mare la universitate, în asociațiile studențești, în diverse întreprinderi sociale și culturale. Există, evident, limite ale acestor schimbări sociale: femeile nu au drept de vot și capacitatea de a participa la treburile publice depinde foarte mult de clasa socială de apartenență. Lucrul e vizibil, de pildă, în micul cerc asecerist din care face parte Vulcănescu. Ieșirile la munte și întâlnirile internaționale ale studenților creștini arată un număr apreciabil de tinere femei. Ținuta acestora este compusă fie din piese vestimentare adecvate excursiilor, fie din deux-pieces elegante, suple și mai scurte decât rochiile fastuoase ale epocii de aur. Apar costumele de sport sau/și de baie. Postura tinerească este, deseori, dacă nu ostentativă (épater la bourgeoisie), atunci cel puțin reticentă față de lumea urbană burgheză.

Cuplul Vulcănescu este, din fotografii, unul elegant și discret. Mici elemente de pitoresc, sofisticate, sunt detectabile mai degrabă la Mircea Vulcănescu. Astfel, în mai multe poze, inclusiv de grup cu monografiștii, acesta apare cu pantofi cu jambiere. Inițial având funcție strict utilitară, de a proteja pantofii, jambierele au devenit, însă, obiect de modă și semn distinctiv de eleganță ai bărbaților din clasele sociale superioare. În timpul anilor 1920 pantofii cu jambiere au început să fie folosiți și de gangsteri.[32] Un articol vestimentar cu care Vulcănescu apare în cele mai diverse contexte – în excursie la Paris, împreună cu copii, în campaniile monografice – sunt pantalonii „scurți", de fapt, pantaloni „plus fours", inițial creați pentru golf, similari pantalonilor trei sferturi de astăzi. Extravaganți și permițând libertate de mișcare, au fost foarte la modă în anii 1920.[33] Faptul că Vulcănescu poartă aceste accesorii sau piese vestimentare și mult după 1930 arată, în mod paradoxal, un stil oarecum demodat, în tendința „deceniului furtunos" și în oarecare contratimp cu deceniul frământat și apăsat ce a precedat al doilea război mondial.

Concluzie

Cele 13 articole, majoritatea dintre ele însoțite de ilustrații grafice, prin care Mircea Vulcănescu a ținut rubrica de modă a săptămânalului *Index*, prima serie, nu denotă o preocupare frivolă sau superficială a acestuia, ci capacitatea sa proteică de a atinge profesionist și profund orice manifestare a lumii interbelice, manifestare care, din varii motive, îi spunea ceva relevant și semnificativ. Subiectul în sine poate fi un prilej de a privi orientările tinerilor interbelici și în funcție de diversele „mode" și posturi afișate, dincolo de stricta lor manifestare publicistică. În ceea ce privește conținutul articolelor lui Vulcănescu,

nu cred că exagerez dacă, dincolo de recomandările strict vestimentare, le voi considera primele observații sociologice românești despre modă.

Note:

1. Marin Diaconu, *Mircea Vulcănescu. Profil spiritual*, Ed. Eminescu, 2001, pp. 196-197.
2. Despre acest subiect, a se vedea cercetările Theodorei Eliza-Văcărescu pe tema femeilor din Școala Gustiană. Un exemplu: „Coopter et écarter. Les femmes dans la recherche sociologique et l'intervention sociale dans la Roumanie de l'entre-deux-guerres", în *Les Etudes Sociales,* nr. 153-154, 2011, pp. 109-142.
3. Nae Ionescu, *Curs de istorie a metafizicei*, Editura Anastasia, 1996. Capitolul „Moda în filosofie" se găsește la pp. 97-108.
4. Reproș pe care însuși Vulcănescu îl adusese unor membri din ASCR.
5. Nae Ionescu, *op.cit.,* p. 97.
6. *Idem*, p. 98.
7. *Idem*, p. 106.
8. Sarah Pendergast & Tom Pendergast, *Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages. Vol. 4: Modern World Part I: 1900-1945* , Thomson Gale, 2004, pp. 725-726.
9. Maria Constantino, *Fashions of a Decade. The 1930s,* Chelsea House Publishing, 2007, pp. 6-7.
10. Ivy, „Căldura", în *Index*, nr. 1, 1933, p. 7.
11. Ivy, „La mare", în *Index*, nr. 2, 1933, p. 7.
12. Ivy, „Moda și noi", în *Index*, nr. 4, 1933, p. 7.
13. *Ibidem*.
14. Vulcănescu îl citează și discută pe Mandeville și lucrarea acestuia cu faimosul subtitlu „Viciile private fac propășirea publică" în „Filosofia morală engleză în secolele XVII-lea și XVIII-lea", *Opere I. Dimensiunea românească a existenței,* Ed. Fundației Naționale pentru Știință și Artă, Ed. Univers Enciclopedic, 2005, pp. 163-164.
15. Ivy, „Moda și noi. Automobilul", în *Index*, nr. 7, p. 8.
16. Ivy, „Comerțul și moda I", în *Index*, nr. 8-9, p. 8.
17. *Ibidem*.
18. Mircea Vulcănescu, „Spre un nou medievalism economic", în *Spre un nou medievalism economic. Scrieri economice,* Ed. Compania, 2009, p. 81.
19. Ivy, „Comerțul și moda II", în *index*, nr. 10, p. 8.
20. Ivy, „Comerțul și moda I", *loc.cit*.
21. Ivy, „Comerțul și moda. Lucrul manual", în *Index*, nr. 16, 1933, p. 2.
22. *Ibidem*.
23. *Ibidem*.
24. Nikolai Berdiaev, *Sensul istoriei*, Polirom, 2013, p. 133.
25. Mircea Vulcănescu, „Spre un nou medievalism economic", *op.cit.*, p. 50.
26. Un studiu de caz asupra modei fasciste se poate găsi la Eugenia Paulicelli, *Fashion under Fascism. Beyond the Black Shirt*, Berg Publishers, 2004.
27. Ivy, „Comerțul și lumea. Mode naționale", în *Index*, nr. 14, 1933, p. 2.
28. *Ibidem.*
29. *Ibidem*.
30. Mircea Vulcănescu, *Opere II. Chipuri spirituale. Prolegomene sociologice,* Editura Fundației Naționale pentru Știință și Artă; Editura Univers Enciclopedic, 2005, p. 627.
31. În săptămânalul *Dreapta* portul demonstrative al costumului popular de către forțele „naționaliste" este ironizată în câteva rânduri.
32. O scenă din jurnalul Mărgăritei Ioana Vulcănescu. Intrând cu soțul său într-un Corso plin, nu găsesc pe nimeni din cunoscuți. Mircea Vulcănescu nu suportă prea mult să stea în atmosfera „burgheză" și cei doi pleacă în scurt timp : „Mircea peste contre ces „brugeois" qu'il ne connait pas...". Mărgărita Ioana Vulcănescu, *Memorii – Jurnal. Vol. I,* Ed. Vitruviu, 2013, p. 253.
33. Sarah Pendergast & Tom Pendergast, *Fashion, Costume, and Culture..., op.cit.,* p. 776.
34. *Idem*, p. 737.

Bibliography:

Berdiaev, Nikolai, *Sensul istoriei [The Meaning of History]*, Polirom, 2013

Diaconu, Marin, *Mircea Vulcănescu. Profil spiritual [Mircea Vulcănescu. Spiritual profile]*, Ed. Eminescu, 2001

Constantino, Maria, *Fashions of a Decade. The 1930s,* Chelsea House Publishing, 2007

Ionescu, Nae, *Curs de istorie a metafizicei [History of Metaphysics Course]*, Editura Anastasia, 1996

Pendergast, Sarah & Pendergast, Tom, *Fashion, Costume, and Culture: Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear through the Ages. Vol. 4: Modern World Part I: 1900-1945* , Thomson Gale, 2004

Paulicelli, Eugenia, *Fashion under Fascism. Beyond the Black Shirt*, Berg Publishers, 2004

Vulcănescu, Mircea, *Opere I. Dimensiunea românească a existenței [Works I. The Romanian Dimension of Existence],* Ed. Fundației Naționale pentru Știință și Artă, Ed. Univers Enciclopedic, 2005

Vulcănescu, Mircea, *Opere II. Chipuri spirituale. Prolegomene sociologice [Works II. Spiritual Faces. Sociological prolegomena] ,* Editura Fundației Naționale pentru Știință și Artă; Editura Univers Enciclopedic, 2005

Vulcănescu, Mircea, *Spre un nou medievalism economic. Scrieri economice [Towards a new economic medievalism. Economic writings],* Ed. Compania, 2009

Vulcănescu, Mărgărita Ioana, *Memorii – Jurnal. Vol. I [Memoires – Journal. Vol I],* Ed. Vitruviu, 2013



CĂLDURA

PRIETENA noastră de totdeauna, tiranica şi protectoarea modă, ne cere iar sacrificii şi eforturi de ingeniozitate pentruca să ne împodobească şi să ne reînnoiască în ochii noştri şi ai altora. Imperioasă, pretinde să nu uităm ceeace ne datorim, ceeace e gata să ne ofere.

Ţesături de vară, din ce în ce mai uşoare, mai transparente şi mai diverse ne stau la îndemână şi pentru multe dintre noi, acelea cari nu se pot împărtăşi din marea eleganţă a serilor de iarnă, vara e unicul prilej de a se arăta, de a-şi purta graţia braţului şi a gâtului neînfăşurat în mângâierea vântului şi a razelor de soare.

Moda simplă a verii acesteia, albul atât de căutat, înlesneşte fiecăreia dintre noi să-şi alcătuiască o toaletă de cel mai desăvârşit bun gust cu mijloace adesea modeste.

Dela crêpe-ul subţire de lână din care o rochie mulând bine corpul, va fi elegantă fără să facă acea neplăcută impresie de strimt, graţie elasticităţii lui — trecând prin pichetul de bumbac, neîndestul de răcoros, prin etaminele mate, mai mult sau mai puţin ajurate, ca să ajungem la muselină sau la fragilul organdi adesea brodat, toate mi se par minunate mai cu deosebire în alb, şi create să înfăptuiască rochia noastră de vară.

Rochi de vară lavabile

Intovărăşită de un trois quart în culoare contrastantă, de pildă roşu deschis, albastru sau bleu marin, cu cât mai simplu tăiat cu atât mai binevenit, şi a cărui mânecă va depăşi uşor cotul, toaleta noastră va fi practic întregită, cu atât mai mult cu cât multe rochi vor fi fără mânecă şi altele vor lăsa chiar umărul desgolit, aşa cum sunt ultimele modele americane (despre moda americană, care este o sinteză a tot ce bunul gust şi eleganţa europeană produce mai ales, ne vom ocupă într'o viitoare cronică). O modă nelipsită de picanterie putând fi purtată cu graţie şi decenţă de acelea dintre noi cărora conformaţia lor le-o permite şi cari nu disprețuiesc tocmai această picanterie.

Articolul-1. Text explicativ: Ivy, "Căldura", în *Index*, 2 iulie 1933. Desenul ilustrează textul.

Moda şi noi

CONFERINŢA economică mondială dela Londra, a fost prilejul unei grandioase manifestări de eleganţă internaţională.

Departe de-a afişà ceeace moda are mai ştrident, mai up-to-date şi mai... întâmplător cum e cazul la concursurile de modă, frumuseţe, etc., organizate pentru manechine sau vedete de cinematograf, cele 76 de diplomate, delegate ale ţărilor lor la conferinţă, numeroasele doamne însoţind majoritatea delegaţilor precum şi întreaga Londră feminină aristocrată şi intelectuală s'a pregătit să-şi ofere reciproc o imagine de eleganţă, bun gust şi tact. Şi fatal a fost şi — acesta un concurs din care triumfătoare a eşit, se pare, simplicitatea — nelipsită de rafinament—inimitabilă — a franţuzoaicei.



Clişeul nostru arată un grup de delegate în toalete de seară

Pe lângă vestea că vulpea albastră, a luat definitiv locul populare vulpi argintii, că vom purta la iarnă iarăşi étole drepte din hermină pe clasice rochi „traînante" de seară din catifea neagră sau bleumarin, conferinţa decretează ca ultim şic a... nu fumà şi mai cu seamă a nu se fardà în public. Dacă a înfierà lucrul de laborator estetic în prezenţa celor chemaţi să-i vază numai rezultatele e oarecum logic, e deadreptul o cruzime să-ţi obligi tovarăşa să te privească delectându-te cu o ţigaretă interzisă ei. La noi poate că moda aceasta nu va prinde... încă şi-ar fi mai bine aşa.

Consumul dulciurilor a mai scăzut decând avem ţigareta la îndemână şi silueta marea noastră preocupare nu poate decât profità de-aci.

Pentru a reveni la conferinţă, trebue să înregistrăm cu satisfacţie că importanţa pe care femeile au acordat-o îmbrăcămintei, a făcut din această gravă reuniune şi un Tournoi de eleganţă în care femeile au demonstrat că înţeleg să preţuiască luxul tocmai ca factor social şi economic.

Ivy.

Articolul-2. Text explicativ: Ivy, "Moda şi noi", în *Index*, 23 iulie 1933. Fotografie cu "delegatele" de la Conferinţa economică de la Londra.



Duminică, 10 Septembrie, 1933

Comerţul şi Moda

IN CIUDA marilor frământări politice şi economice de cari sunt cuprinse continentele, moda îşi urmează cumintecercetările ei — inventând mereu surse de activitate şi câştig pentru omenire.

Toamna aceasta aduce o serie atât de bogata de sugestii noui, supune alegerii noastre atât de minunate materiale şi forme încât te uimeşte puterea ei nesecată de reînnoire. Permanenta ei bucurie de viaţă are darul de-a o deştepta pe a noastră.

Semnalăm în primul rând costumul de dimineaţă. Tailleurul din ştofă gri — croială bărbătească, va reapare. Dar bluza care-l va însoţi nu va mai fi ceva „chemisier" ci cum se cuvine pe timp de toamnă — una mai călduroasă.

Dăm aci unul din modelele interesante.

Bluză din flanelă de lână roşie sau albastră, nasturi gri, croială rusească.

Alături de genul acesta de costum îl avem pe cel aşa numit de fantezie. El va fi de preferinţă negru cu minunate garnituri de breitschwantz sau astrahan în ton. Afară de mult negru se va purta mult marron-ul şi o culoare recentă în modă verdele cyprès. Un costum în culoarea aceasta garnisit cu o bandă de vison, care va mărgini platca la spate, va coborî pe umeri — încrucişându-se peste piept spre

Articolul-3. Text explicativ: Ivy, "Comerţul şi moda", în *Index*, 10 septembrie 1933. Fotografie cu model cu croială "rusească" (de fapt, sovietică). A se observa modelul de tip uniformă, uşor masculinizat.



Germania, nemulţumită de a fi mereu imitatoarea Franţei, pe tărâmul modei, şi-adună toate forţele necesare creării unei mode naţionale. Materii prime, maşini şi fantezie naţionale dar şi debuşeu asemeni căci oricât de studiate şi artistice născocirile acestor voinţe ele nu răuşesc să se poată adapta eleganţei suple europene şi par destinate mai cu seamă ţării care le-a scornit. Admirabil în orice detaliu, ansamblul pare greoiu şi orişicare femee căreia îi place să-şi simtă corpul liber şi mişcarea armonioasă, va evita grelele ţesături şi vastele forme germane. Şi poate e mai bine astfel. Parisul, focar de secole al modei, atinge graţie ei tot globul cu iluzia zâmbitoare a unei raze de'nfrăţire. Germania prea la totul în serios.

Modele noui germane

In vremea asta se neglijează la noi posibilităţile artei noastre textil-decorative. In diversele expoziţii vedem de ani de zile aceleaşi borangicuri mai bine sau mai prost colorate. O simplă rochiţă de vară e maximum la ce putem aspira. Cu câtă bucurie am vedea în Bucureşti un cochet magazin de desfacere a unor stofe sau mătăsuri în linia modei europene dar ţesute la noi, în cantităţi reduse, dar cu—atât mai căutate. Câţi bani s'ar rămâne în ţară şi cu câtă plăcere nu le-am purta căci gustul românceí n'ar da greş şi nu ne-ar impune să pornim pe stradă deghizate în domniţe sau Walkirii. Ar mai trebui deasemeni ca prin înalte intervenţii să facem ca orice mare magazin din străinătate să aibă un mic rayon cu vaporoasele pânzeturi şi admirabilele noastre broderii vândute la început cu un foarte mic câştig, ce admirabil debuşeu pe aceste vremuri de şomaj şi ce eficace propagandă ! Ar mai fi pe acolo de cercetat albumele noastre de cusături, fotografii dela noi şi s'ar succeda

Articolul-4. Text explicativ: Ivy, "Comerţul şi lumea. Mode naţionale", în Index, nr. 14, 1933. Desenul arată două "valikirii", modele care reflectau noua modă "naţională" germană. A se observa aspectul baroc şi greoi al veşimintelor.



Foto-1.1. Femeie alături de Mircea Vulcănescu și sora sa. Poză tipică pentru perioada antebelică: haine greoaie, încheiate de sus până jos, poziții rigide, statice. Probabil realizată înainte de primul război mondial.



Foto-1. Părinții lui Mircea Vulcănescu. Tatăl, Mihail Vulcănescu, în costum care reflectă statusul său social (funcționar public, burghezie mijlocie). Probabil realizată în anii 1920.



Foto-2. Margarita Ioana și Mircea Vulcănescu. Un cuplu ”modern”, interbelic. Pălăria tare pe care o poartă Vulcănescu e o raritate pentru stilul său, ceea ce arată că se îndreptau spre o ocazie socială aparte. Sfârșitul anilor 1930.



Foto-3. Același cuplu, altă postură. De această dată, Vulcănescu are o pălărie moale de fetru. Anii 1930.



Foto-4. Mircea Vulcănescu în ținută elegantă. Pălărie moale, pantofi cu jambiere, geantă mică și cochetă, eșarfă la gât. Sfârșitul anilor 1930.



Foto-5. Mircea Vulcănescu (al doilea din stânga) în ținută potrivită pentru "motoring". Anii 1930.



Foto-6. Mircea Vulcănescu în pantaloni scurți, la Paris, 1938.





