

Marco Polo și globalizarea timpurie (II)

Petru Urdea

Membbru corespondent al Academiei Române

Întorcându-ne la problematica modului în care s-a manifestat schimbul de bunuri, tehnologii și idei pe scară larg regională și intercontinentală, având ca reper reacțiile europene la stimulentele bazate pe stârnirea curiozității de către opera lui Marco Polo, am constatat că a avut loc o rapidă declanșare a unei competiții comerciale între orașele-stat italiene, mai întâi pentru ocuparea unor poziții cheie în Bazinul mediteranean, cu un interes deosebit pentru Bizanț, Levant și Egipt și apoi pentru porturile din Crimeea din Bazinul Mării Negre, conectate la trasele de pe uscat ale Drumului Mătăsii, în principal.

Tabloul Chinei oferit de către Marco Polo, a imperiului lui Kubilai Han, ca o geografie viu colorată și generoasă prin toate ale sale, se baza pe realități care erau mult deasupra celor europene, aici dinastia Song trasând reperele „primei economii capitaliste din lume”, bazată pe inovații tehnologice, proprietate privată, comerț liber cu negustori care investeau în societăți pe acțiuni, rute maritime extinse, bani de hârtie etc. (Sachs, 2025).

Veneția și Republica Venețiană au fost percepute ca fiind înclinate spre progres, un bun management economic, o strategie militară și navală clară, cu o încurajare a creativității (Pezzolo, 2006). Înființarea încă din secolul al XII-lea a Arsenalului și organizarea acestuia pe principiile unui complex industrial cu linii de producție și de asamblare a corăbiilor civile și militare, mai ales după construcția în 1320 a *Arsenale Nuovo*, modul în care *Maggior Consiglio* legifera și coordona licitațiile anuale, cu o cooperare între proprietatea comunală și cea privată, au fost elementele forte care au asigurat eficiența și stabilitatea guvernării Republicii Venețiene, o republică maritimă (Lane, 1932). Succesul economic este reflectat de modul

în care erau promovate bunele practici, reperi importante găsim în opera preotului, poetului, diplomatului și gânditorului Giovanni Botero (1544–1617), *Della Ragion di Stato: Delle cause della grandezza e magnificenza delle città* publicată la Veneția în 1589. Sfaturile date conducătorilor statelor, orașelor erau legate de introducerea industriei și activităților manufacturiere cu încurajarea profesionalizării meseriașilor, oferirea de locuințe și confort acestora, să se țină seama de mințile frumoase, răsplătind perfecțiunea și excelența (Botero, 1589).

Așa cum arătam în precedentele articole, atractivitatea spațiului asiatic și varietatea bunurilor ce seoseau în Europa au stimulat comerțul, mai ales pe cel maritim și, consecința sa, apariția vastului sistem colonial european, conturându-se treptat ceea ce se definește mai apoi a fi „revoluția comercială” și „revoluția transporturilor” acestea prefigurând „revoluția industrială”. Aceasta a fost declanșată în prima jumătate a secolului al XVIII-lea în Anglia, aceasta devenind, după o aprigă competiție cu Portugalia, Spania și Olanda, prima putere maritimă a lumii și cu cel mai vast sistem colonial, deci cu o piață amplă și diversă, fiind imperiul cu cea mai mare expansiune a influenței sale, de nivel continental.

Așa după cum am avut ocazia să constatăm, condimentele, materii comerciale valoroase, au fost cele care au influențat de timpuriu bucătăria internațională, un interes comercial foarte ridicat a reprezentat-o un alt produs de lux, **mătasea**. Avându-și originea în China încă din Antichitate, din timpul culturii Yangshao, cu o primă menționare documentară legată de soția împăratului W’Hang (circa 2500 BC) – lor li se atribuie și apariția sericiculturii și invenția războiului de țesut pentru țeserea mătăsii în pânze cu model –, mătasea a avut

de timpuriu o valoare comercială ridicată datorită calităților sale, precum finețea, rezistența, luciului său și a afinității sale pentru coloranții bogați și delicăți, ceea ce a permis țesătorului și broderului să producă, prin diverse combinații, cele mai frumoase și elaborate modele ornamentale și să le coloreze cu nuanțele curcubeului, cu interes pentru piețele din India, Persia, Grecia și Roma (Hooper, 1919).

Prezența mătăsii în morminte persane, scitice, celtice și germanice marchează existența unui comerț cu mătase, chiar cu mult înainte ca Drumul Mătăsii să fie „deschis” oficial de către împăratul Wu Di în jurul anului 139 B.C. (Feltham, 2009). Fie direct din China, fie din Asia Centrală, sericicultura a pătruns în Imperiul Bizantin și apoi în Bazinul mediteranean și, prin contribuția arabilor, în Africa de Nord, Andaluzia, Sicilia, Calabria.

Începând cu secolul al VI-lea, când împăratul Iustinian (482-565) face o seamă de reglementări, și până în secolul al X-lea, Constantinopolul devenise un fel de placă turnantă pentru producția și comercializarea mătăsii în spațiul european și în Levant, sericicultura și comerțul cu coconi, mătase brută, fire și țesături de mătase aflându-se concentrate în principal în atelierele imperiale, dar și în cele private, dar strict legiferate, mătasea devenind un instrument major al diplomației internaționale bizantine, țesăturile de înaltă calitate reflectând un stil internațional original, comerțul cu mătase din Asia fiind susținut și practicat în bună măsură de către creștinii nestorieni (Feltham, 2009), integrați în multe comunități sogdiene ce, până în secolul al X-lea controlau comerțul din Persia în Asia Centrală și până în nordul Indiei, cu infiltrare și în Bazinul Mării Negre (Vaissière, de la, 2021).

În acea perioadă, sau la scurt timp după aceea, sericicultura extinzându-se și în sudul Europei au apărut manufacturi în Italia, la Catanzaro, apoi la Lucca, Bologna, Florența, San Severino di Marche și Veneția, cel mai important centru fiind Lucca, furnizorul principal al negustorilor genovezi, cu extensie până în Franța (Lopez, 1952) și apoi la Bruges și Londra (Fig. 1). Cum manufacturile apărute în Spania la Valencia, Toledo, Cordoba, Seville, Malaga și Granada (Franceschi, 2020) și în Sicilia produceau în principal mătase brută

destinată consumului local, iar producția atestată documentar din nordul Italiei, chiar cu o creștere rapidă de tip industrial nu a reușit să țină pasul cu cererea înainte de sfârșitul Evului Mediu, piața mătăsii de calitate s-a alimentat tot de pe piața asiatică, exemplul familiei Polo fiind cel de urmat, ei fiind „cei mai buni experți în afacerile Orientului Îndepărtat”, ca în cazul negustorului sienez Salimbeni care în 1338 a cumpărat mătase chinezească în valoare de 135000 de florini (Lopez, 1952, p.74).

Francesco Balducci Pegolotti (1290-1349) în al său ghid *Praticca della mercatura*, menționează și elementele esențiale ale comerțului cu mătase din Asia, amintind și porturile importante pentru comercianții europeni – Accra fiind cel mai important (Pegolotti, 1340), iar manualul un instrument de mare importanță practică.



Fig. 1. Torcătoare medievale – *tessitrici medio* (după <https://www.luigi-bevilacqua.com/en/silk-revolution-middle-ages/>)

Activitatea negustorilor bizantini, evrei și mai ales italieni se transmitea și în Europa Centrală, mai ales la curțile regale, un exemplu pentru spațiul nostru geografic fiind bogăția vestimentară de mătase a reginelor și regilor maghiari, precum Agnes de Antiohia și regele Béla al III-lea (1148–1196), Gertrude of Merania, Yolanda de Courtenay, Beatrice d’Este, soțiile regelui Andrei al II-lea (1177–1235), Elisabeta Cumana și Ștefan al V-lea (1239–1272) (Mielke, 2017).

Pentru regatul maghiar comerțul cu mătase se bucura de un statut special, deoarece importurile din spațiul venețian erau scutite de taxe printr-un acord încheiat în 1217 între regele Andrei al II-lea și Veneția, valabil și în timpul domniei lui Béla al IV-lea (1235–70), multe după model tătarăsc, inclusiv produse în Lucca (Jacoby, 2004), denumite de către Marco Polo *nac* și *nasich* iar de către Pegolotti în al său manual *nacchi* și *nacchetti*. Și pe piețele din Moldova și Țara Românească, pe filieră bizantină, țesăturile de mătase erau prezente, dovadă fiind articole de mătase descoperite în mormântul domnului muntean Radu I (1377-1383) și în cel al domnului Vlaicu-Vladislav I (1364-1377).

Fără să se remarce, fiind începătoare în acest domeniu, în secolul al XIII-lea, în Paris existau manufacturi care prelucrau mătase, situația fiind consemnată în lucrarea dedicată meseriilor din acest oraș, *Le livre des métiers*, redactată în 1268 de către Étienne Boileau (1200?-1270), unul dintre primii preoți cu rang de prefect al Parisului (Lespinasse, de, Bonnardot, 1879). În șapte capitole speciale – Titre XXXIV- XL – erau menționați cei care făceau fuse mari de mătase, fuse mici de mătase, torcătoare, țesătoare pentru dantele, pentru obiecte de podoabă, țesături pentru haine, lucrători de cearșafuri de mătase, de velură și poșete de mătase (Lespinasse, de, Bonnardot, 1879, *Le livre* ... p. 66-78).

Adevărata pătrundere a Franței pe piața și în producția de țesături de mătase a avut loc începând cu anul 1463, anul în care regele Ludovic al XI-lea a hotărât să dezvolte un pol economic alternativ la Geneva, oferind concesiuni foarte atrăgătoare pentru dezvoltarea de afaceri în Lyon, astfel că produsele de lux: satinul, catifeaua, damascul au început să domine piața, ele reprezentând la mijlocul secolului al XVI-lea 50% din toate produsele textile comercializate la târguri (Franceschi, 2020).

Susținerea legislativă, alături de transferuri tehnologice cum erau cele ce vizau tehnica țesutului sub supravegherea lui Jean le Calabrais, venit din Italia de la Catanzaro (Demoule, 1979), au făcut din Lyon capitala europeană a industriei mătăsii, statut menținut până azi. Apariția și dezvoltarea industriei mătăsii în numeroase centre din Italia de nord și în Europa de vest a fost determinată și de extinderea Imperiului Otoman și cucerirea

Constantinopolului, centru bizantin al mătăsii de secole bune. De exemplu, între 1490 și 1494 din cele 5 tone de mătase brută comercializate de către negustorul florentin Iacopo Salviati 30,4% proveneau din Persia, 28,3% din Spania, 12,4% din regiunea Abruzzi, 11,7% din Calabria și 6,7% din Vicenza, cea mai mare parte a mătăsii ce provenea din Persia era tranzacționată prin piața de mătase din Bursa (Turcia), orașul profitând de taxe vamale semnificative, estimate la 120000 de ducați în 1487, la 100000 în 1508 și la 130000 în 1512 (Michienzi, 2019), ceea ce oferă o imagine asupra prezenței producției europene de mătase, respectiv veniturile unui oraș pe baza acestor tranzacții.

În Italia, pe fondul unei concurențe între orașele-state apare un anumit gen de specializare, Veneția și Genova profilându-se pe țesături de înaltă calitate, împletite cu aur și argint, industria din Bologna s-a orientat spre țesături mai ușoare și mai ieftine, în timp ce Lucca era orientată spre țesături de lux pentru elita clericală și seculară și în mai mică măsură pe produse mai accesibile. De fapt orașul toscan a fost principalul centru italian de producție de țesături de mătase, care, prin politici proprii a impulsat dezvoltarea industriei mătăsii în Italia, foarte mulți artizani și antreprenori din Lucca înființând noi centre ale mătăsii, contribuind la consolidarea acestor industrii și introducând organizarea muncii și noi soluții tehnice precum filaturile – *mulini da seta, flatoi* –, și, prin toate acestea, determinând cele mai senzaționale schimbări ale economiei italiene din timpul Renașterii (Molà, 2000), cu zeci de centre specializate (Fig. 2). Totodată, în a doua jumătate a secolului al XV-lea începând în Bruges, țesătoriile din Gand, Anvers, Bruxelles, Lille, Mechlin, Menin și Tournai, din Țările de Jos folosesc amestecul de mătase cu alte fibre textile – o bătătură de lână cu o urzeală de mătase – în țesături pentru îmbrăcăminte sau mobilier, precum satinul de Bruges (Molà, 2000).

După instituirea în 1513 a blocadei impuse de către sultanul Selim I al Persiei (1470-1520) și a restricțiilor impuse mamelucilor din Egipt, are loc o ajustare a rutelor și piețelor comerciale, dar și stimularea sericiculturii europene, așa cum s-a petrecut în Franța sub ocrotirea regelui Henric al IV-lea de Bourbon (1553–1610), chiar de când era rege al Navarei (Gaston, 2017). Însă, frământările

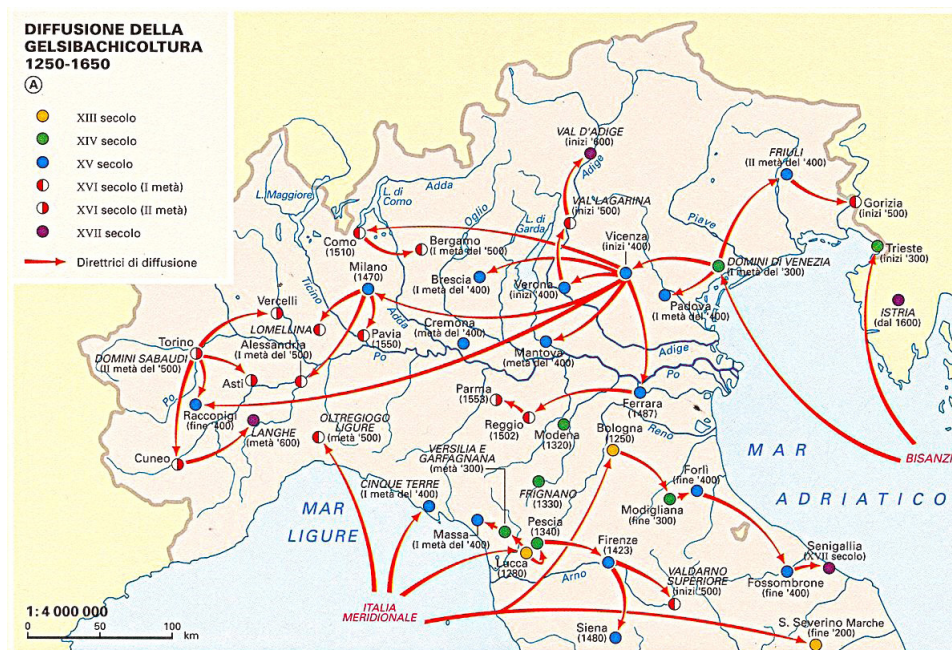


Fig. 2. Centrele industriale mătăsii din nordul Italiei (Early industrialization, Touring Club Italiano, 1992).

politico-religioase din Europa și-au pus și ele amprenta pe industria mătăsii, astfel că după 1685 prin revocarea Edictului de la Nantes (1598) de către Ludovic al XIV-lea (1638–1715), cunoscut ca Regele Soare, reluându-se persecutarea hughenotilor, un număr mare de artizani hughenoti s-au mutat în Anglia, Olanda și Germania (Watt, 2003). Au apărut noi centre ale industriei mătăsii în Spitalfields, Coventry, Canterbury, în Amsterdam, Haarlem, Köln., Potsdam, ateliere foarte performante și conectate la o vastă rețea comercială, magazinele fiind subiecte de interes și pentru pictori, precum Matthijs Naiveu (1647–1726), un bun reprezentant al artelor în Perioadei de Aur a Olandei. (Fig. 3)

Încurajarea producției industriale de către Colbert (1619–1683), ministru de Finanțe și unul dintre arhitecții statului modern francez cu reglementări privitoare la calitatea producției de mătase și tarifele adiacente și apoi reformele economice inițiate de către regele Ludovic al XV-lea (1710–1774) au făcut ca orașul Lyon să devină – prin tehnicile inovatoare și prin noile elemente estetice și cu valoare artistică (Fig. 4) – capitala mondială a mătăsii, încă de la începutul secolului al XVIII-lea.

În America de Nord, condițiile de mediu favorabile au încurajat pe coloniștii englezi să cultive duzi și să crească viermi de mătase, astfel că regele Iacob I (1566–1625) a impus apariția plan-

tațiilor de duzi în Virginia, în defavoarea tutunului. Cert este că în Georgia începând cu 1632 sericicultura este prezentă, – în 1759, 10000 de livre de coconi au fost trimise la procesat la filatura din Savannah –, sericicultura răspândindu-se apoi în 1760 în Connecticut, și după 1765 în Pennsylvania, New Jersey, New York, Rhode Island, Massachusetts, chiar Benjamin Franklin contribuind la înființarea filaturii din Philadelphia, dar piața se aprovizionează în proporție de 90% din Japonia, chiar până în perioada interbelică (Roberts, 1910).

În țara noastră sericicultura și industria mătăsii sunt legate de colonizarea italienilor în Banat de către administrația habsburgică în perioada 1729-1736 în satele Mercydorf (Carani), Giarmata, Ciacova, Freidorf, Biserica Albă și Vârșeț, sub îndrumarea călugărului Clemente Bossi, cu apariția în 1736 a primei fabrici în Timișoara, condusă de către directorul Rossi (Simu, 1924).

Un bun exemplu de globalizare asociată unui „produs exotic” este răspândirea „ceaiului chinezesc”, devenit o marcă de rafinament cultural, mai ales că a fost băutura prin excelență a vastului Imperiu britanic, fiind printre cele mai bine studiate alimente la nivel global (Freedman, 2014). Arbustul de ceai, *Camellia sinensis* din familia *Camelliaceae*, are origini cu conotații mistice, într-un spațiu destul de vast, din India,



Fig. 3. Matthijs Naiveu, „De stoffenwinkel”- Magazinul de stofe (1709).



Fig. 4. Broderie lyoneză vintage cu mătase antică.

spre Burma, Siam, Yunnan și Indo-China, dar reprezentativ în primul rând pentru China. Aici maestrul Lu Yu (733–804) a elaborat în 762 prima monografie a ceaiului *Cha Ching/Cha Jing*, ceaiul a fost considerat a fi „remediu divin și un dar suprem al cerului” în prima carte japoneză cunoscută dedicată ceaiului *Kitcha Yojoki (Cartea de sănătate a ceaiului)* scrisă în 1191 de către starețul budist Yeisai (mirean Senko-Soshi) lider al sectei Zen (Ukers, 1935). Introdusă în Japonia prin secolul al VI-lea, prin intermediul portughezilor și olandezilor cultura ceaiului se răspândește în insula Java și în Sumatra pe la mijlocul secolului al XVII-lea și de către olandezi pe Coasta Malabar din India. Aici în India, începând cu secolul al XVIII, răspândirea culturilor de ceai devine o strategie comercială a Companiei Engleze a Indiilor de Est, provincia Assam devenind emblematică, la care se adaugă Ceylonul (Sri Lanka) printr-o evoluție rapidă, cu note originale (Ukers, 1935).

Primele informații despre ceai în Europa apar în prefața *Espositione* a lui Giovanni Battista Ramusio la cel de-al doilea volum din *Delle Navigazioni et Viaggi* publicat în 1556, în care sunt prezente și călătoriile lui Marco Polo. În subcapitolul *Dichiaratione d’alcuni luoghi ne libri di M.MarcoPolo con l’Historia del Rheubarbaro* la pagina 15 se spune: „...in tutto l’paese del

Cataio s’adopera anco un altra herba, cioie le fogliere sunt, laquale da que pplisi chiama Chiai Catai: et nasce nella terra del Cataio che dexta Caciansu”, fiind prezentat modul de preparare și binefacerile acestui ceai, precum combaterea febrei, a durerilor de cap, de stomac, de coaste sau articulații, fiind „...esser buona ad infinite altre malathie” (Ramusio, 1583).

În Țările de Jos, Compania Olandeză a Indiilor de Est (*Verenigde Oost – Indische Compagnie*) comercializa mari cantități de ceai, atât pentru consumul intern, devenit destul de obișnuit încă din 1637, dar și pentru colonia Noul Amsterdam, New York-ul de astăzi. Aici obiceiul de a bea ceai se dovedea a fi egal cu cel din Olanda natală din 1640, inventarul bogat constând în platoul și masa de ceai, ceștile și cupele, ceainicele, zaharnița, lingurițele și strecurătoarea de argint dovedind aceasta „Dr. De Lange avea o serie de cești de ceai și nu mai puțin de 136 de ceainice” (Singleton, 1909).

Deși cunoscut în Franța din 1636 și în Germania din 1657, unde nu s-a impus în fața tradiției consumului de vin și, desigur, de bere, prin căsătoria prințesesei portugheze Catherine de Braganza cu regele Carol al II-lea în 1662 a fost adus la curtea regală a Angliei obiceiul de a bea ceai, în 1664 fiind instituit obicei oficial. Devenind extrem de popular, consumul de ceai a stimulat



Fig. 5. David Comba Adamson (1859-1926),
Five o'clock Tea (1909).

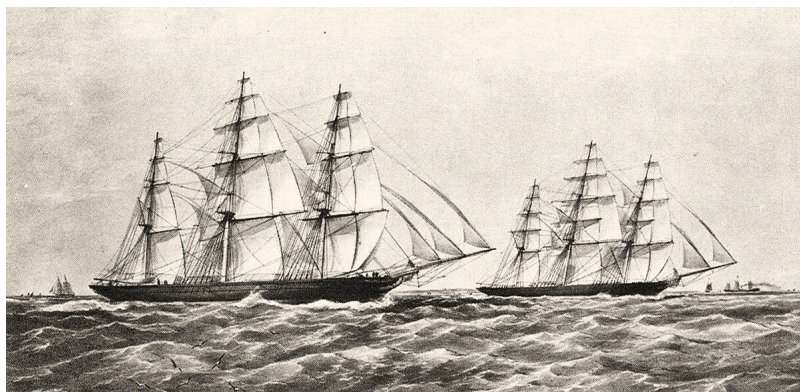


Fig. 6. Clipperele *Taeping* și *Ariel* în timpul
Great Tea Race of 1866.

comerțul și cultura de consum în întreg imperiul, comerț urmat de importul și apoi de fabricarea de porțelanuri fine, dată fiind experiența relaxării și bucuriei oferită de tabietul ceaiului. Element distinctiv al dietei britanice a fost timp de circa trei sute de ani și un element de bază al economiei britanice, fiind alături de textile, un reper și pentru comerțul cu alte colonii și teritorii, precum coloniile americane, Australia și Noua Zeelandă. De fapt – momentul tradițional „*Five o'clock Tea*”, de întâlnire cu familia sau/și prietenii pentru un ceai și câteva delicatose s-a transmis și în alte părți ale lumii, el distingându-se și printr-o anumită etichetă și eleganță, așa cum a fost surprinsă de către foarte numeroși artiști plastici (Fig. 5).

Privitor la contactul românilor cu ceaiul chinezesc este de menționat cărturarul, călătorul, geograful, etnograful și traducătorul care a fost Nicolae Milescu Spătarul (1636–1708), care în calitate de ambasador al Țarului Rusiei la Beijing între 1675 și 1678 prezenta modul de preparare a ceaiului în *Descrierea Chinei*, spunând că „Chinezii laudă mult băutura aceasta, zicând că din ea capătă și putere și lecuire și de aceea ei o folosesc zi și noapte și-i îmbie cu ea și pe oaspeți” (Milescu Spătarul, 1975, p. 171).

Dependența de ceaiul din Asia a determinat ca de timpuriu Compania Engleză a Indiilor de Est să instituie un monopol asupra comerțului cu ceai și porțelan din India și China, companiile de navigație britanice fiind interesate să transporte cât mai rapid ceaiul spre metropolă, astfel că interesul pentru dezvoltarea unei flote rapide și efi-

ciente a trecut pe un plan superior. Pe baza unui tratat cu S.U.A. britanicii au achiziționat și apoi au construit, în principal la Aberdeen, un nou tip de corabie, *clipperul* (Clark, 1911).

Un clipper – de la „*to clip*”, a alerga, a zbura repede –, este o navă cu vele concepută pentru a realiza viteze mari, cu o formă hidrodinamică bazată pe unghiuri ascuțite ale prozei și carenei, aceasta cu fund plat, și cu o velatură foarte extinsă ca suprafață (Fig. 6). Utilizarea amplă pe rutele de lung parcurs Asia-Anglia, Asia-Australia, Anglia-Australia, New York-San Francisco, California-China, au fost motivate de scurtarea timpului de parcurs, de la circa 200 de zile la circa 90 de zile între New York și San Francisco, ruta de 16000 de mile marine pe la Capul Horn. Un bun exemplu este cel oferit de desfășurarea cursei „*Great Tea Race of 1866*”, câștigătoarele, clipperele *Taeping* și *Ariel* (Fig. 6), parcurgând peste 14 000 mile (25000 km) între Fuzhou (China) și Londra în 99 de zile. Tot atunci, pe aceeași rută un *steamer* (vapor cu aburi), *Erl King*, încărcat cu peste 500 tone de ceai, a avut un parcurs de doar 77 de zile, iar în 1868 un parcurs de doar 58 de zile, ceea ce a reprezentat orientarea spre noul tip de navă și declinul clipperelor (Clark, 1911).

Interesul pentru noua băutură se reflectă și în introducerea culturilor de ceai în diverse teritorii – chiar experimente în Suedia, Franța, Italia, Bulgaria, Paraguay, Guatemala, Columbia –, de către englezi în Natal și protectoratele britanice din Africa (Kenya, Uganda, Nyasaland, Tanganika), în Abisinia, începând cu 1850, în Siam, Burma și Malaezia, în Georgia (ceaiul

gruzini) de către ruși, în Iran, în Brazilia de către portughezi începând cu prima jumătate a secolului al XIX-lea, în Indochina de către Franța, la care se adaugă încercări fără un succes comercial deosebit din insulele Mauritius, Fiji, Jamaica, Puerto Rico, sau din Peru, Filipine, Guyana Franceză (Ukers, 1935). Consumul ceaiului a devenit un obicei zilnic în statele musulmane, Turcia ajungând la cel mai mare consum de ceai pe cap de locuitor, 3,16 kg în 2016, iar Marocul cel mai mare importator de ceai verde, între primii 10 producători situându-se și Kenya (locul 3), Argentina și Uganda.

Privind lucrurile prin prisma efectelor pe care competiția de găsim a drumului spre India a condus la descoperirea și colonizarea Americii ne putem apropia și de modul în care, prin timp, am ajuns să ne bucurăm de aromele **ciocolatei**. Prepararea ciocolatei are la bază boabele produse de arborele de cacao (*Theobroma cacao* = băutura zeilor), familia Malvaceae, originar din America Centrală. Aici producția și consumul de ciocolată lichidă de către populația Mokaya de pe coasta de sud a statului Chiapas din Mexic au fost documentate arheologic încă din anul 1900 î. Cr. (Powis, 2007).

Cunoscută ca băutură la curtea regelui aztec Montezuma (1466–1520) de către conquistadorul spaniol Hernán Cortés (1485–1547), lucru semnalat în a II-a scrisoare a acestuia către regele Carol al V-lea în 30 octombrie 1520, „...attulere de mōdo de puro auro parasides, mille & quingentas vestes & con meatum gallinorum & pani cacaq, genus aute est potus quo utuntur” (Cortés, 1524, p. XII [39]) („...a adus un dar de zece platouri de aur curat, o mie cinci sute de haine, carne de găină și pâine, un *cacaq*, care este genul de băutură pe care ei o folosesc”) aceasta a pătruns în Europa, ajungând în timp la o răspândire mondială.

Firește, filiera este spaniolă, aici apărând primul document european cu dedicație exclusivă ciocolatei, cartea lui Santiago de Valverde Turices *Un Discurso de Chocolate* publicată în Sevilla în 1624 (Turices, 1624). Privită la început prin prisma valorii medicale, chiar ca afrodisiac, ciocolata s-a răspândit din Spania ca băutură în Anglia, Olanda, Franța, Germania și Italia, în anul 1633 în Madrid erau o mulțime de manufacturi de fabricare a ciocolatei, autoritățile orașului acordând licențe pentru cei care voiau să producă și să vândă

ciocolată (Norton, 2004). În această carte găsim și o rețetă de preparare a ciocolatei pentru export în Noua Spanie, gândim noi, pe gustul acestora: „*Receptas i modo de bazer el Chocolate para las caxas, Esta. es par las Indias. Seis libras de cacao, una de anis, media de Canela, cinco de azucar, dos oncas de orejuclas, una de pimieta negra, media de clavos, algun chile*” (Turices, 1624, p. 6-7): „Rețete și cum se face ciocolata pentru cutii, Aceasta este pentru Indii. Șase livre de cacao, una de anason, jumătate de scorțișoară, cinci de zahăr, două uncii de caise uscate, una de piper negru, jumătate de cuișoare, niște chili”), populația dezvoltându-și treptat apetitul pentru această băutura stimulantă, mai ales că spaniolii au adăugat zahăr și mirodenii, elaborând diverse rețete de ciocolată, fiind chiar nelipsită de la ceremoniile regale din Spania (Norton, 2004).

În Europa, ciocolata a căpătat un rol important în obiceiurile zilnice ale nobililor, fiind asociată cu luxul și distincția nobilă, cu alocarea unui spațiu distinct în reședințele nobiliare, cu un tabiet matinal „*La cioccolata del mattino*” 1775, Pietro Longhi) (Fig. 7). „Prețioasa ciocolată... stând la baza micului dejun și a serii tuturor, ca *rinfreschi*” (Clarence-Smith, 2000), devenind o adevărată „ciocomanie”, în concurență cu ceaiul și cafeaua.



Fig. 7. „La cioccolata del mattino” (Pietro Longhi, 1775).

Consumul de ciocolată a crescut și s-a răspândit mai ales după ce la sfârșitul secolului al XVIII-lea în Franța și Anglia apar batoanele de ciocolată și producția europeană de tip industrial, amintind Chocolaterie Lombart, 1760, Franța; J.D Gross, 1809, Belgia; J. S. Fry & Sons, 1822 și Cadbury, 1824, Anglia; Friedrich David & Söhne, 1851, Germania; Lindt, 1845, Elveția; Neuhaus, 1857, Belgia. Nu e de mirare că Germania, Belgia, Italia, Elveția, Franța și Statele Unite acoperă peste 60% din producția și exportul de ciocolată.

Constatând că tabietul ceaiului *Five o'clock Tea* și cel al ciocolatei de dimineață *La cioccolata del mattino* – s-au fixat în obiceiul zilnic al multor state coloniale, extinderea imperiilor a adus și schimbări în bucătăria popoarelor, acestea impunând adesea, pe lângă legile, limba, și anumite obiceiuri și bucătăria lor.

S-a conturat faptul că bucătăriile care s-au constituit prin diverse produse mai mult sau mai puțin exotice, prin metode mai mult sau mai puțin elaborate de preparare, ce urmăreau o anumită gamă de gusturi și savoare dar și un anumit mod de prezentare, au devenit embleme puternice ale civilizațiilor dar și mijloace de definire a identităților și granițelor, și chiar instrumente ale artei guvernamentale și metode timpurii de imperialism cultural (Bryant et.al., 2013).

Cu semnificații puțin diferite, mătasea, prin calitățile sale, a influențat într-un mod fascinant pe creatori și designeri, fiind considerată timp de milenii regina țesăturilor, semn al opulenței, a fost și este și azi privită ca un element al prestigiului cultural.

Bibliografie

- Botero, G., (1589), *Della ragion di Stato libri dieci: con tre libri Delle cause della grandezza, e magnificenza delle città*, Appresso I Gioliti, Venice, 368 p.
- Bryant, A., Bush, L., Wilk, R., (2013), *The history of globalization and the food supply*, în Murcott, A., Belasco, W., Jackson, P., (editori): *The handbook of food research*, Bloomsbury Publishing, 680 p.
- Clarence-Smith, W.G., (2000), *Cocoa and chocolate, 1765–1914*, Routledge, London, 242 p.
- Clark, A.H., (1911), *The clipper ship era : an epitome of famous American and British clipper ships, their owners, builders, commanders, and crews, 1843-1869*, Putnam, New York, 404 p.
- Cortes, H., (1524), *Praeclara Ferdinādi Cortesii De noua maris oceani Hyspania narratio : sacratissimo ac inuictissimo Carolo Romanorū imperatori semper Augusto*, Fridericum Peypus, Nüremberg, 130 p.
- Deane, P., (1979), *The first industrial revolution*, Cambridge University Press, 307 p.
- Demoule, P., (1979), *A brief history of figured textile production*, The University of Arizona, 11-20.
- Feltham, H.B., (2009), *Justinian and the international silk trade*, Sino-Platonic Papers, 194, 40 p.
- Franceschi, F., (2020), *Big business for firms and states: silk manufacturing in renaissance Italy*, *Business History Review*, 94, 95–123.
- Freedman, P., (2014), *Food in time and place*, University of California Press, Oakland, 395 p.
- Gaston, G.O., (2017), *History of sericulture in France*, *Journal of Research in Social Sciences*, 5, 2, 16 p.
- Hooper, L., (1919), *Silk, its production and manufacture*, Pitman & Sons, Lvd.. Bath, New York, London, Melbourne, 81 p.
- Jacoby, D., (2004), *Silk economics and cross-cultural artistic interaction: Byzantium, the muslim world, and the christian west*, *Dumbarton Oaks Papers*, 58, 197-240.
- Lane, F.C., (1963), *Venetian merchant galleys, 1300-1334: Private and communal operation*, *Speculum*, 38,2, 179–205.
- Lespinasse, de, R., Bonnardot, F., 1879, *Les métiers et corporations de la Ville de Paris, XIIIe siècle, Le Livre des Métiers d'Étienne Boileau*, Paris, Imprimerie nationale, 574 p.
- Lopez, R.S., (1952), *China silk in Europe in the Yuan period*, *Journal of the American Oriental Society*, 72, 2 72-76.
- Mielke, C., (2017), *Every hyacinth the garden wears: the material culture of the medieval queens of Hungary (1000-1395)*, Central European University, Budapest, 544 p. doi: 10.14754/CEU. 2017.06
- Michienzi, I.H., (2019), *The silk market in Bursa around 1500 as it appears in the florentine business archives*, *Turcica: revue d'études turques*, 50, 53-89.
- Milescu Spătarul, N., (1975), *Descrierea Chinei*, Edit. Minerva, București, 300 p.
- Molà, L., 2000, *The silk industry of Renaissance Venice*, Johns Hopkins University Press, Baltimore, 457 p.
- Norton, M., (2004), *Conquests of chocolate*, *OAH Magazine of History*, 18, 3, 14–17.
- Pegolotti, F.B., (1340), *Praticca della mercatura*, Evans, A., (editor), *The Mediaeval Academy of America publication*, 24, 443 p.
- Pezzolo, L., (2006), *The rise and decline of a great power: Venice 1250-1650*, Working Papers Department of Economics Ca' Foscari University of Venice, 27, 32 p.
- Polo Marco, (2018), *Le Devisement dou monde*” Testo, secondo la lezione del codice fr. 1116 della Bibliothèque Nationale de France, Edizioni Ca' Foscari - Digital Publishing, Venezia, 335 p.

- Powis, T., (2007), *An archaeological investigation of the origins of cacao drinking: the ceramic evidence from the Gulf Coast and Pacific Coast of México*, FAMSI, 31 p.
- Ramusio, G.B. (1583) *Delle Navigationi et viaggi*, Secondo Volume, Apressi i Giunti, Venetia, 761 p.
- Roberts, W.S., (1910), *Silk culture in America*, Roberts, New York, 113 p.
- Sachs, J.D., 2025, *Epocile globalizarii. Geografie, tehnologie și instituții*, Edit. Corint, 380 p.
- Simu, T. (1924), *Colonizarea șvabilor în Banat*, Publicațiile Muzeului Bănățean din Timișoara, 54 p.
- Singleton, E., (1909), *Dutch New York*, Dood, Mead and Company, New York, 360 p.
- Turices, S.d.V., (1624), *Un Discurso de Chocolate*, Sevilla, 32 p.
- Ukers, W.H., (1935), *All about tea*, Kingsport Press, New York, 559 p.
- Urdea, P., 2025, *Marco Polo: dincolo de geografie, cu îndrăzneală și curiozitate (I)*, Academica, Anul XXXV, 411-412, 1-2,
- Urdea, P., 2025, *Marco Polo: arc peste timp (II)* Academica, Anul XXXV, 411-412, 3-4.
- Urdea, P., 2025, *Marco Polo și globalizarea timpurie*, Academica, Anul XXXV, 415, 5, 75-82.
- Vaissière, de la, É., (2021), *Les Sogdiens, un peuple de commerçants au cœur de l'Asie*, Clio -Voyages culturels, 5 p.
- Watt, M., (2003), *Textile production in Europe: Silk, 1600–1800*, Heilbrunn Timeline of Art History, The Metropolitan Museum of Art, http://www.metmuseum.org/toah/hd/txt_s/hd_txt