

Per una geografia della moda: una storia del made in Naples

Santa Di Salvo

La fortunata avventura imprenditoriale della famiglia Marinella è ancora davanti ai nostri occhi in piazza Vittoria, la bottega inglese aperta nel 1914 dal cavalier Eugenio al posto della gioielleria Knight, allora trasferitasi in piazza dei Martiri. Così come quella dei Cilento, trasferitasi da Via Medina alla Riviera di Chiaia. Sono alcune rare eccezioni. Solo i diversamente giovani ricordano anche per memorie familiari i tanti che non ci sono più. I guanti di Melillo e di Portolano, la gioielleria di Ciro Starace, le vetrine luminose de La Rinascenza, la biancheria di D'Andrea, gli inglesi Gutteridge, la galleria antiquaria dei Canessa, l'atelier di Fausto Sarli. E andando ancora indietro resta solo il ricordo dei lussuosi, modernissimi Grandi Magazzini Mele in via Verdi e quelli di Miccio in via San Carlo. I laboratori operosi delle «madame» - e qui andiamo ancora più indietro - le modisterie e le camicerie di via Chiaia «rue de la mode» affiancava-

no i «magasins de nouveautés» come quello di Goudstikker A la Ville de Lyon. Mentre la frenesia del vestir bene dei gentlemen napoletani si manifestava nei salottini di più generazioni di sarti, dagli abruzzesi Caggiula ai fratelli Monetti al «novello Brummel» Salvatore Morziello fino a Bebé Rubinacci.

La narrazione infinita dei luoghi e delle dinastie che hanno operato nella capitale (mancata) della moda non è fine a sé stessa. Perché la moda è l'autoritratto della società, diceva Flaiano, uno che se ne intendeva. Se poi, per competenza specifica, volessimo limitarci al contesto urbano troveremo illuminante la frase di Thomas Carlyle secondo cui «dietro ogni tentativo di abbigliarsi si cela un'idea architettonica». Ovvero, il Corpo e l'Abito come materia su cui costruire una Persona.

È questo l'approccio diverso e originale con cui Ornella Cirillo, professore associato del Dipartimento di Architettura dell'università Vanvitelli, ha affrontato il racconto dell'universo delle merci a caval-

lo di due secoli. Al centro della narrazione c'è Napoli, città-simbolo di un mutamento epocale, colta nello snodo storico che la porterà da ex capitale del regno borbonico ai nuovi stili di vita urbana fine di secolo, poi all'estetica totalizzante fascista, infine alla prima industrializzazione e al fiorire delle case di moda negli anni '50. Questa è l'affascinante materia del volume *Città e moda - Luoghi e protagonisti a Napoli tra fine '800 e metà '900* (Artem, pagine 216, euro 42). Ricchissimo di spunti e di immagini inedite, il libro si presenta domani alle 18 alla Fondazione Mondragone, relatrici Patrizia Ranzo e Elena Manzo.

Finalmente approdato alle università, il fenomeno moda necessita ormai di una rilettura che la colleghi al tessuto urbano che ne è il laboratorio e la cassa di risonanza. Tanto più significativa questa scelta nel caso di una città che nella composita geografia italiana ancora non ha trovato la giusta collocazione del suo storico, preziosissimo «made in Naples».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



RECLAME
Manifesto d'epoca dei Magazzini Mele, che imposero uno stile anche nella comunicazione pubblicitaria

C'ERANO UNA VOLTA (TRA '800 E '900) MODISTE, MADAME E MAGAZZINI MELE: SI PRESENTA IL LIBRO DELLA CIRILLO

ORNELLA CIRILLO
CITTÀ E MODA - LUOGHI E PROTAGONISTI A NAPOLI TRA FINE '800 E METÀ '900
ARTEM
PAGINE 216, EURO 42

