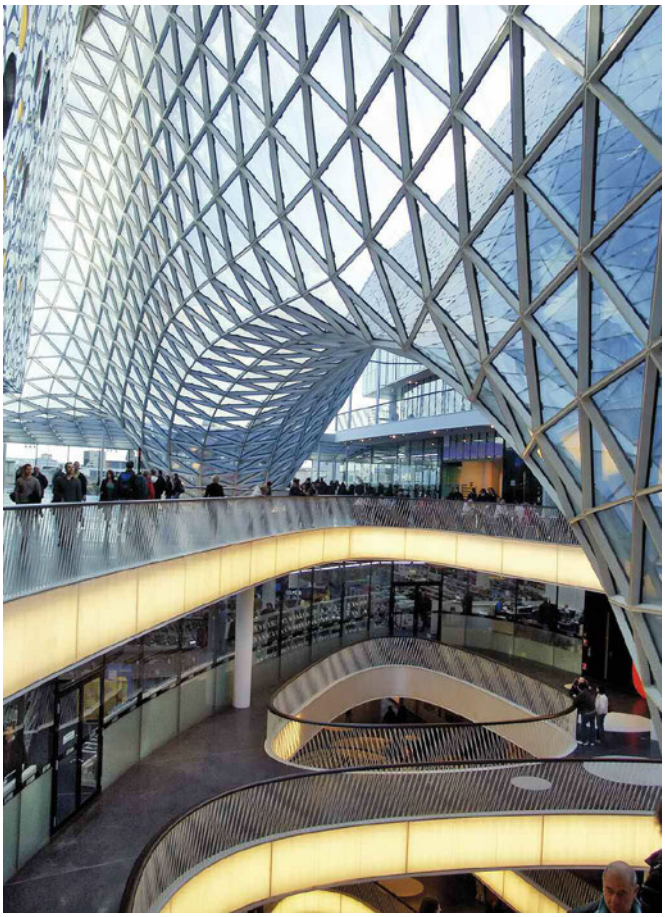
La Galleria commerciale: evoluzione di una tipologia architettonica

Si definisce **tipo architettonico** (o **tipologia architettonica**) un modello al quale si possono ricondurre edifici che, pur con certe varianti, conservano caratteristiche comuni per forma o per funzione. Un tempio antico, una basilica cristiana, una stazione ferroviaria, un cascinale sono quattro esempi di tipologia architettonica.
Con questo termine si intende un organismo edilizio chiaramente definito nelle sue caratteristiche formali e nel suo utilizzo. Esso muta ed evolve nel tempo, in relazione a particolari condizioni: l'ambiente, lo sviluppo delle conoscenze tecniche, le esigenze nell'organizzazione della vita singola e collettiva, la memoria storica. La *Galleria* ottocentesca inaugura una tipologia architettonica che si è evoluta proprio in questi ultimi anni ed è diventata la **Galleria Commerciale** dei *Centri Commerciali*.
A partire dagli anni Sessanta e Settanta del Novecento, la tipologia della galleria commerciale urbana è tornata a diffondersi nelle principali città europee ed americane, ma con varianti significative: molto spesso con funzione di snodo non più tra aree rappresentative sotto il profilo storico e funzionale (a Milano la galleria raccordava piazza del Duomo con piazza della Scala e la storica via Manzoni), quanto tra zone di nuovo interesse residenziale.
Nell'ultimo decennio, il proliferare di grandi centri commerciali nelle periferie delle città ha determinato un diverso utilizzo ed una forma completamente nuova della galleria.
Innanzi tutto, questa non è più un elemento di identità urbana; la sua configurazione è legata alle attività connesse, fondamentalmente commerciali: negozi, ristoranti, aree di sosta, parcheggi, banche, ecc.
Anche quando il centro commerciale è vicino alla città, la sua galleria più che 'aprirsi' all'ambiente urbano tende ad esaurire il proprio ruolo all'interno dello spazio in cui è inserita: quello del commercio.
La forma di queste costruzioni è sempre molto semplice e le soluzioni costruttive non sempre sono espressione di una ricerca innovativa. Si potrebbe affermare che esse non intendono 'competere' con il valore visivo della merce in vendita, quanto affermare il principio dell'omologazione (cioè della standardizzazione, secondo la formula: "*trovo ovunque le stesse cose*", oppure "*riconosco ovunque le stesse funzioni*") che è propria della società dei consumi di massa.
Per quanto riguarda i meccanismi che determinano la fruizione della galleria, si assiste ad un apparente paradosso: da un lato, essa sembra essere un nuovo centro di ritrovo da parte di gruppi di giovani; dall'altra, per la maggior parte dei fruitori, la sua frequentazione sembra assolvere ad una finalità privata e del tutto pratica.
Nell'era dell'omologazione, la massa indifferenziata è il vero soggetto protagonista dei nuovi luoghi di consumo.

Una veduta dell'interno del *Centro Commerciale L'Illa Diagonal* di Barcellona, progettato dall'architetto spagnolo Rafael Moneo, 1986-1993.

La struttura in vetro e acciaio del *Centro Commerciale My Zeil* di Francoforte, progettato dall'architetto Massimiliano Fuksas, 2002-2009.



a cura di A. Vettese
© Istituto Italiano Edizioni Atlas