



***Per il grande pubblico. L'architettura tra dibattito, divulgazione e strategie narrative***  
*For the General Public. Architecture Between Debate, Dissemination, and Narrative Strategies*

**International Conference**  
**Politecnico di Milano, December 2-3, 2025**

Keywords: Architectural Criticism and Dissemination; Media and Architecture; Public Engagement; Architectural Communication

Ernesto Nathan Rogers durante le riprese della trasmissione televisiva *La casa dell'uomo*, (1954) / Ernesto Nathan Rogers during the filming of the TV program *La casa dell'uomo* (*The house of man*, 1954)

L'architettura è ovunque, eppure è spesso percepita come distante o incomprensibile dal grande pubblico. Il linguaggio tecnico e la complessità dei temi trattati creano una barriera tra chi progetta lo spazio e chi lo vive quotidianamente. Comunicare l'architettura a un pubblico di non esperti significa non solo tradurre concetti, ma anche saper costruire narrazioni accessibili, capaci di coinvolgere e stimolare, raccontare storie, costruire un immaginario condiviso. Rendere l'architettura un argomento di interesse collettivo, sensibilizzando i non addetti ai lavori alla qualità del progetto, della costruzione e dello spazio urbano, ha richiesto, nel tempo, un'evoluzione continua delle strategie narrative.

Se in passato la divulgazione si affidava prevalentemente alla scrittura specialistica e alla mediazione di intellettuali, oggi i media sono estremamente diversificati, includendo linguaggi visivi, audiovisivi, performativi e digitali. Accanto alla comunicazione veicolata attraverso riviste settoriali, quotidiani e periodici generalisti ad ampia diffusione (tra cui rotocalchi di informazione, riviste femminili, riviste letterarie, ecc.), nonché tramite volumi divulgativi, esposizioni culturali e commerciali, e conferenze rivolte al grande pubblico, si sono progressivamente affermati nuovi media e modalità di narrazione. Cinegiornali, documentari, trasmissioni radiofoniche e televisive, lungometraggi e cortometraggi, hanno ampliato il panorama della divulgazione architettonica, culminando nell'avvento di internet. La nascita di piattaforme e riviste digitali, e l'affermarsi dei podcast e dei social media, che accanto alla fotografia integrano contenuti audiovisivi, hanno trasformato ulteriormente il dibattito: da un lato sfumando o perfino annullando la distinzione tra critico professionista e pubblico generalista; dall'altro introducendo nel racconto dell'architettura strategie narrative mutate da altri ambiti disciplinari.

Il convegno, con il supporto del Dipartimento ABC del Politecnico di Milano, intende promuovere una riflessione storica e critica sull'impatto che l'evoluzione dei linguaggi, dei formati e delle piattaforme comunicative ha avuto – e continua ad avere – sulla costruzione di narrazioni architettoniche rivolte al grande pubblico, analizzando casi studio e modelli che evidenzino trasformazioni, continuità e nuove sfide della comunicazione, coprendo un arco temporale che va dai primi anni del Novecento fino al variegato e complesso panorama multimediale attuale, caratterizzato da una pluralità di linguaggi e piattaforme.

Un invito, dunque, a interrogarsi criticamente su come sia cambiato, e continui a evolversi, il rapporto tra architettura e grande pubblico, considerando le modalità attraverso cui il racconto e la divulgazione sono stati costruiti e veicolati nei diversi media, tradizionali e digitali. Come si sono trasformate le figure dell'autore e del destinatario? Quali linguaggi e registri hanno amplificato una trasmissione rendendola più ampia e più incisiva, e in che misura nuovi strumenti hanno contribuito a una maggiore inclusività o, al contrario, a una banalizzazione del contenuto? Il rapporto tra informazione, intrattenimento e spettacolarizzazione tende a essere talvolta ambiguo. Quali tensioni emergono tra il ruolo degli esperti – architetti, critici, giornalisti, curatori – e la crescente partecipazione di figure ibride e non specialistiche, capaci di influenzare la percezione collettiva dell'architettura? In che modo l'architettura è stata usata nel corso del tempo e viene usata oggi per comunicare messaggi culturali o commerciali non convenzionali?

In questo contesto, si auspica una riflessione storico-critica sui seguenti ambiti tematici, per raccogliere contributi e analisi di specifici casi studio capaci di rispondere, direttamente o indirettamente, alle questioni accennate:

- L'architettura nella stampa non specialistica: giornali quotidiani; rotocalchi femminili, politici e informativi; riviste di moda; riviste culturali, satiriche e letterarie; fumetti popolari; graphic novel; fanzine
- Dalla carta stampata al digitale: evoluzione della critica e della divulgazione architettonica
- Architettura tra informazione, promozione turistica, intrattenimento e spettacolarizzazione
- Apprendere fuori dall'accademia: esperienze educative informali in contesti non accademici
- L'architettura da ascoltare: il racconto dello spazio con la voce, dalla radio ai podcast
- L'architettura da vedere: il racconto dello spazio, dalla televisione ai mondi digitali dei videogames e dei social network
- Committenti e consumatori: dal personal branding professionale al marketing commerciale dell'architettura
- Dalla divulgazione alla partecipazione: il grande pubblico come protagonista del dibattito architettonico

#### **Call for abstracts:**

Per partecipare al convegno si prega di inviare un abstract della proposta, in italiano o inglese, allegando un unico file PDF contenente le seguenti informazioni:

- Titolo
- Dati dell'autore (Nome e Cognome, Affiliazione istituzionale, Indirizzo e-mail)
- Breve biografia (max 100 parole)
- Parole chiave (max 5)
- Testo dell'abstract (max 300 parole)
- Un'immagine rappresentativa della proposta
- Riferimenti bibliografici

Gli autori selezionati non sono tenuti al pagamento di alcuna quota di iscrizione. La partecipazione al convegno è gratuita.

**Si prega di inviare l'abstract a: [general-public-dabc@polimi.it](mailto:general-public-dabc@polimi.it)**

**Scadenza per l'invio dell'abstract: 20 settembre 2025**

**Accettazione delle proposte: 30 settembre 2025**

#### **Coordinamento scientifico:**

Chiara Baglione (Politecnico di Milano, Dipartimento ABC)

Fabio Marino (Politecnico di Milano, Dipartimento ABC)

#### **Comitato scientifico:**

Chiara Baglione (Politecnico di Milano), Elisa Boeri (Politecnico di Milano), Gemma Belli (Università di Napoli Federico II), Juan Calatrava (Universidad de Granada), Roberto Dulio (Politecnico di Milano), Panagiotis Farantatos (Aarhus University), Emilio Faroldi (Politecnico di Milano), Imma Forino (Politecnico di Milano), Julio Garnica (Universitat Politècnica de Catalunya), Fabio Marino (Politecnico di Milano), Elisabetta Modena (IULM), Sergio Pace (Politecnico di Torino), Michela Rosso (Politecnico di Torino), Massimiliano Savorra (Università di Pavia), Maria Pilar Vettori (Politecnico di Milano), Paola Zellner Bassett (Virginia Tech)



**POLITECNICO  
MILANO 1863**

DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA  
INGEGNERIA DELLE COSTRUZIONI  
E AMBIENTE COSTRUITO

Architecture is everywhere, yet it is often perceived as distant or difficult to grasp by the general public. The technical language and the complexity of the issues at stake create a barrier between those who conceive and shape our built environment and those who inhabit and experience it in their everyday lives. Communicating architecture to a non-specialist audience means not only interpreting and clarifying complex ideas but also developing accessible narratives capable of engaging and stimulating. Positioning architecture as a matter of collective relevance, and raising awareness among non-experts about the quality of design, construction, and the urban environment, has required a continuous evolution of narrative strategies over time.

In the past, architectural dissemination relied primarily on specialists or on the mediation of intellectuals. Today, however, media have multiplied and diversified, embracing visual, audiovisual, performative, and digital languages. Alongside professional journals, mass-circulation newspapers and general-interest publications (including news magazines, women's magazines, and literary reviews), as well as popular books, cultural and commercial exhibitions, and public lectures, new forms of storytelling have progressively emerged. Newsreels, documentaries, radio and television broadcasts, movies and short films have expanded the field of architectural communication, culminating in the advent of the internet. The rise of digital platforms and online magazines, together with the spread of podcasts and social media, which combine photography with audiovisual content, has further reshaped the debate: on the one hand, blurring or even dissolving the distinction between professional critics and general audiences; on the other, introducing narrative strategies borrowed from other disciplinary fields into architectural discourse.

The conference, with the support of ABC Department of Politecnico di Milano, aims to foster a historically grounded and critically engaged reflection on the impact that the evolution of languages, formats, and communication platforms has had - and continues to have - on the construction of architectural narratives intended for the general public. It seeks to examine case studies and models that reveal processes of transformation, continuity, and emerging challenges in architectural communication, spanning a timeline from the early 20th century to today's diverse and complex media environment, characterized by a multiplicity of languages and platforms.

This is therefore an invitation for a critical examination of how the relationship between architecture and the general public has transformed and continues to evolve, considering the ways in which architectural narratives and modes of dissemination have been constructed and conveyed across various traditional and digital media. How have the roles of author and audience been reshaped? Which languages and registers have broadened the reach and deepened the impact of architectural communication, and to what extent have new tools contributed to greater inclusivity or, conversely, to the oversimplification of content? The interplay between information, entertainment, and glamorization often remains ambiguous. What tensions arise between the roles of experts - architects, critics, journalists, curators - and the increasing participation of hybrid and non-specialist figures capable of shaping the collective perception of architecture? In what ways has architecture served over time, and does it serve today, to communicate alternative cultural or commercial messages?

Within this context, the conference seeks historically and critically informed reflections on the following thematic areas, welcoming contributions and case studies that directly or indirectly address these issues:

- Architecture in mainstream and general-interest print media: daily newspapers, women's magazines, political and news weeklies, fashion journals, cultural, satirical and literary reviews, popular comics, graphic novels, and fanzines
- From print to digital: shifts in architectural criticism and modes of dissemination
- Architecture at the intersection of information, tourism promotion, entertainment, and spectacle
- Learning beyond academia: informal educational experiences in non-academic contexts
- Architecture to be listened to: conveying the experience of space through the voice, from radio broadcasts to podcasts
- Architecture to be seen: depicting and interpreting space through visual media, from television broadcasts to the digital worlds of gaming and social networks
- Clients and customers: From Professional Branding to the commercial marketing of architecture
- From dissemination to participation: the general public as a prominent player in the architectural debate

### **Abstract submission:**

To participate in the conference please submit an abstract of the proposal in Italian or English language, providing a single PDF file with the following information:

- Title
- Author's information (Name Surname, Institutional affiliation, Email address);
- Short biography (100 words max);
- Keywords (max 5);
- Abstract text (max 300 words);
- Image representative of the proposal;
- Selected bibliography

Selected authors are not required to pay any registration fee. Participation in the conference is free of charge.

**Please send your abstract to: [general-public-dabc@polimi.it](mailto:general-public-dabc@polimi.it)**

**Deadline for abstract submission: September 20, 2025**

**Notification of acceptance: September 30, 2025**

### **Scientific Coordination:**

Chiara Baglione (Politecnico di Milano, Dipartimento ABC)  
Fabio Marino (Politecnico di Milano, Dipartimento ABC)

### **Scientific Committee:**

Chiara Baglione (Politecnico di Milano), Elisa Boeri (Politecnico di Milano), Gemma Belli (Università di Napoli Federico II), Juan Calatrava (Universidad de Granada), Roberto Dulio (Politecnico di Milano), Panagiotis Farantatos (Aarhus University), Emilio Faroldi (Politecnico di Milano), Imma Forino (Politecnico di Milano), Julio Garnica (Universitat Politècnica de Catalunya), Fabio Marino (Politecnico di Milano), Elisabetta Modena (IULM), Sergio Pace (Politecnico di Torino), Michela Rosso (Politecnico di Torino), Massimiliano Savorra (Università di Pavia), Maria Pilar Vettori (Politecnico di Milano), Paola Zellner Bassett (Virginia Tech)

