

Call for abstract

Mutazioni digitali o nuove continuità? Immaginari, consumi e pratiche giovanili nei mondi digitali

24 aprile 2026 IUSVE – IUSVE
Verona (VR), Regaste San Zeno, 17.

Convegno di studi organizzato dall'Istituto Salesiano di Venezia (IUSVE) - *Area di Comunicazione*.

In collaborazione con l'Università degli Studi di Padova - *Master in Social media, opinione pubblica e marketing politico-elettorale*.

Con il patrocinio delle sezioni *Immaginario* e *PIC* dell'Associazione Italiana di Sociologia (AIS) e dell'*Osservatorio IUSVE Giovani e Futuro*.

Il convegno si propone di aprire un dibattito attorno alla complessità dell'ecosistema mediale contemporaneo, incentrato, in particolare, sul carattere delle trasformazioni nelle dinamiche sociali e sulle loro implicazioni.

L'obiettivo è sviluppare la riflessione sul valore di radicale mutazione o di continuità rispetto alle dinamiche preesistenti sul terreno in cui queste tensioni si manifestano con maggiore evidenza: le culture giovanili.

La vita quotidiana si svolge in un continuum tra spazi online e offline (boyd, 2010), dove le piattaforme digitali diventano i principali palcoscenici per le performance identitarie. Attraverso un costante *gioco dell'io* (Melucci, 1991), che si nutre di nuove socialità ed emozioni (van Dijck, 2013; Papacharissi, 2018), i giovani mettono in scena narrazioni di sé (Boccia Artieri *et al.*, 2017) e costruiscono la propria identità tramite pratiche che ibridano produzione culturale e nuove forme di consumo esperienziale, consumo collaborativo e partecipazione civica, mostrando complessi processi di addomesticamento delle tecnologie (Silverstone *et al.*, 1992). Si tratta di performance che sono sia atti sociali, sia forme di espressione estetica e creatività diffusa. Esse alimentano e attingono a immaginari collettivi sempre più frammentati, ridisegnando le geografie della socialità in un quadro di trasformazioni, introdotte soprattutto dalle piattaforme di contenuti generati dagli utenti e dagli strumenti di automazione creativa, che invita a ripensare il rapporto tra autenticità e visibilità, tra produzione culturale e mercificazione dell'esperienza, aprendo a una discussione sui nuovi immaginari e sulle nuove disuguaglianze del digitale.

A partire dalle relazioni in plenaria di Roberta Paltrinieri (Università di Bologna), Gabriella Taddeo (Università di Torino), Debora Viviani (Università di Verona) e Luca Barra (Università di Bologna), il convegno invita a una riflessione su questo scenario. Quali sono le pratiche attraverso cui i giovani danno senso, costruiscono o innovano gli immaginari collettivi (Morin, 1962; Taylor, 2002; Couldry & Hepp, 2016)? In che modo l'autenticità delle espressioni giovanili si intreccia con le logiche del capitalismo della sorveglianza (Zuboff, 2019), della piattaformaizzazione (van Dijck *et al.*, 2018), del colonialismo dei dati (Couldry & Mejias, 2022), della datificazione algoritmica (Bucher, 2019; Markham, 2021)? Nella complessità del rapporto dei giovani con le tecnologie digitali, in cui capacità di riflessione e *agency* sono spesso oscurate dall'uso routinario delle piattaforme (Stella, 2022), come superare le retoriche del panico morale

(Cohen, 1972) per promuovere consapevolezza di fronte alle ambivalenze e ai rischi del digitale (Buckingham, 2019; Livingstone & Blum-Ross, 2020)?

Per rispondere a questi quesiti, si invitano studiosi e studiose a presentare contributi sia teorici, sia empirici, inviando entro il **31 dicembre 2025** un abstract, di 300 parole al massimo, a ricerca.comunicazione@iusve.it riportando:

- titolo del contributo
- asse tematico di pertinenza, tra quelli sotto indicati
- nome, cognome
- afferenza e riferimento eMail

Le proposte potranno articolarsi attorno ai seguenti assi tematici, per indagare il fenomeno da prospettive complementari, in un framework che tenga conto degli aspetti critici di potere e disuguaglianza:

- (1) immaginari, creatività e consumi digitali**, con focus su produzione culturale dal basso, nuove estetiche e linguaggi mediali, pratiche di consumo esperienziale e partecipazione; particolare attenzione sarà rivolta ai processi di ibridazione tra cinema, televisione e piattaforme digitali, e al ruolo dell'audiovisivo nella costruzione di identità, socialità e culture giovanili;
- (2) pratiche identitarie e socialità**, per approfondire i processi di costruzione e narrazione del sé sulle piattaforme, la gestione delle relazioni tra online e offline, il ruolo delle emozioni nelle interazioni digitali;
- (3) cittadinanza, cultura e innovazione sociale**, con attenzione alle pratiche di consumo collaborativo e attivismo civico, al ruolo delle arti e del welfare culturale nelle comunità ibride, alla media education per la partecipazione e l'inclusione sociale;
- (4) intelligenza artificiale, creator economy e agency giovanile**, con riferimento alla trasformazione degli ecosistemi creativi e della *creator economy* attraverso AI e tecnologie generative integrate nelle piattaforme; nonché all'analisi di come tali processi ridefiniscano le competenze e l'agency dei giovani;
- (5) fare ricerca sui giovani e con i giovani**, per una prospettiva sulle nuove frontiere metodologiche, tra pratiche partecipative e tecniche digitali, dentro e fuori l'ecosistema mediale, approfondendo questioni come l'ibridazione tra *Big Data* e profondità qualitativa, tra metodi tradizionali e metodi creativi, per processi di ricerca adeguati alla complessità delle culture giovanili contemporanee;
- (6) le pratiche di ricerca dei giovani**, con focus sui processi di produzione di conoscenza che coinvolgono le nuove generazioni di ricercatrici e ricercatori e sulla dimensione autoriflessiva relativa alle implicazioni etiche, epistemologiche e politiche del fare ricerca.

La partecipazione al convegno non prevede quote di iscrizione.

Riferimenti

- Boccia Artieri G., Gemini L., Pasquali F., Carlo F., Farci M., Pedroni M. (2017). *Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online*. Guerini.
- boyd, d. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 39–58). Routledge.

- Bucher, T. (2019). The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. In *The social power of algorithms* (pp. 30-44). Routledge.
- Buckingham, D. (2019). *The Media Education Manifesto*. Polity Press.
- Cohen, S. (1972). *Folk devils and moral panics*. MacGibbon and Kee.
- Couldry, N., Hepp, A. (2016). *The Mediated Construction of Reality. Society, Culture, Mediatization*. Polity.
- Couldry, N. & Mejias, U. A. (2022). *Il prezzo della connessione*. il Mulino.
- Livingstone, S. & Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shape Children's Lives*. Oxford University Press.
- Markham, A. (2021). The limits of the imaginary: Challenges to intervening in future speculations of memory, data, and algorithms. *New media & society*, 23(2), 382-405.
- Melucci, A. (1991). *Il gioco dell'io*. Feltrinelli.
- Morin, E. (1962). *L'esprit du temps*, vol. I. Grasset.
- Silverstone, R., Hirsch, E. & Morley, D. (1992). Information and communication technologies and the moral economy of the household. In R. Silverstone & E. Hirsch (Eds.), *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces* (pp. 15-31). Routledge.
- Stella, R., Riva, C., Scarcelli, C. M. & Drusian, M. (2024). *Sociologia dei new media*. UTET Università.
- Papacharissi, Z. (2018). *A Networked Self and Platforms, Stories, Connections*. Routledge.
- van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Stella, R. (2022). *Astinenze. Ragazzi e ragazze per 7 giorni senza web*. Format Edizioni.
- Taylor C (2002) Modern social imaginaries. *Public Culture* 14(1): 91-124.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.