

## ALLEGATO B

### UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

selezione pubblica per n. 1 posto/i di Ricercatore a tempo determinato ai sensi dell'art.24, comma 3, lettera b) della Legge 240/2010 per il settore concorsuale 14/C2 - Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, settore scientifico-disciplinare SPS/08 - Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso il Dipartimento di SCIENZE SOCIALI E POLITICHE, (avviso bando pubblicato sulla G.U. n. 39 del 18-05-2021) Codice concorso 4646

## Massimo Airolti CURRICULUM VITAE

### INFORMAZIONI PERSONALI

|                 |            |
|-----------------|------------|
| COGNOME         | AIROLDI    |
| NOME            | MASSIMO    |
| DATA DI NASCITA | 17-11-1988 |

### POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

*Assistant Professor presso Emlyon Business School, Avenue Guy de Collongue 23, 69130, Écully, France. Membro del Lifestyle Research Center e dell'AIM Research Center on Artificial Intelligence in Value Creation. (01/09/2018 - oggi)*

### ABILITAZIONE SCIENTIFICA

*Abilitazione alla seconda fascia dell'insegnamento universitario nel settore concorsuale 14/C2 - Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi (tornata 2018-2020). Validità: 31/05/2021-31/05/2030.*

### TITOLO DI DOTTORE DI RICERCA

*Dottorato in Sociology and Methodology of Social Research (SOMET), 29° ciclo, presso Network for the Advancement of Social and Political Studies (NASP), Università degli Studi di Milano. Titolo conseguito il 20/07/2017 con voto "Excellent". Tesi: "Digital distinction. Studying musical taste through digital methods"; supervisor: Prof. Federico Boni; co-supervisor: Prof. Adam Arvidsson.*

### TITOLI DI STUDIO

*-Laurea magistrale in Scienze Sociali per la Ricerca e le Istituzioni (LM-88 Sociologia e ricerca sociale), Università degli Studi di Milano. Titolo conseguito il 19/12/2012 con voto 110/110 cum laude. Tesi: "L'identità tra rete e realtà"; relatore: Prof. Adam Arvidsson.*

*-Laura triennale in Comunicazione e Società (classe 14), Università degli Studi di Milano. Titolo conseguito il 29/03/2010 con voto 110/110 cum laude. Tesi: "La moltiplicazione cognitiva sul Web"; relatore: Prof. Adam Arvidsson.*

**DOCUMENTATA ATTIVITÀ DI FORMAZIONE O DI RICERCA PRESSO QUALIFICATI ISTITUTI ITALIANI O STRANIERI**

**RICERCA:**

-*Assistant Professor, Emylon Business School, Avenue Guy de Collongue 23, 69130, Écully, Francia. A.A. 2018/2019, 2019/2020 e 2020/2021; partecipazione alle attività di ricerca del Lifestyle Research Center e dell'AIM Research Center on Artificial Intelligence in Value Creation. (01/09/2018 - oggi).*

-*Postdoctoral researcher, Lifestyle Research Center, Emylon Business School, Avenue Guy de Collongue 23, 69130, Écully, Francia. A.A. 2017/2018; supervisor: Prof. Joonas Rokka. (01/09/2017 - 31/08/2018).*

-*Doctoral Fellow, Department of Sociology, University of Amsterdam (UvA), Nieuwe Achtergracht 166, 1018 WV, Amsterdam, Paesi Bassi. A.A. 2015/2016; supervisor: Prof. Alex van Venrooij. Partecipazione alle attività di ricerca del "Culture Club" research group. (18/11/2015 - 02/02/2016).*

-*PhD candidate in Sociology and Methodology of Social Research, Network for the Advancement of Social and Political Studies (NASP), Università degli Studi di Milano, Via Pace 10, 20122, Milano. A.A. 2013/2014, 2014/2015, 2015/2016 e 2016/2017; supervisor: Prof. Federico Boni; co-supervisor: Prof. Adam Arvidsson. Partecipazione alle attività di ricerca del Public Opinion & Media Lab (POMLAB) e del Centro Studi di Etnografia Digitale, Università degli Studi di Milano. (01/01/2014 - 20/07/2017).*

- *Junior researcher e data analyst presso Viralbeat, azienda specializzata in marketing digitale e ricerche di mercato online, con sede in Corso Magenta 46, 20123 Milano. (01/05/2011 - 01/09/2013).*

**FORMAZIONE:**

-*Summer PhD Course: "Consumption Theory: A Canon of Classics", A.A. 2017/2018, Department of Marketing & Management, University of Southern Denmark, Odense, Danimarca. (22/06/2018 - 27/06/2018).*

-*Summer school: "EITM Europe 2016 Summer Institute", A.A. 2015/2016, University of Mannheim, Germania. Corsi seguiti: a) "Text-as-Data: Foundations and Applications", Prof. Arthur Spirling; b) "Text Categorization and Classification", Prof. Nicole Baerg. (04/07/2016 - 09/07/2016).*

- *Winter school: "Digital Methods", A.A. 2015/2016, University of Amsterdam, Paesi Bassi. Tema: metodi digitali per lo studio di Internet e dei social media (20/01/2016 - 30/01/2016).*

-*Summer school: "Essex Summer School in Social Science Data Analysis and Collection", A.A. 2014/2015, University of Essex, Regno Unito. Corsi seguiti: a) "Mathematics for Social Scientists Part 3", Prof. Dan Brawn; b) "Quantitative Text Analysis", Prof. Jon Slapin. (10/08/2015 - 21/08/2015).*

-*Summer school: "Societing: New Media, New Mediterranean, 2° edizione", A.A. 2011/2012, Societing e Università degli Studi di Milano, Cava de' Tirreni, Italia. Tema: trasformazioni socio-politiche prodotte dalla diffusione dei social media. (23/08/2011 - 28/08/2011).*

## ATTIVITÀ DIDATTICA ALL'ESTERO

-*Incarico di insegnamento in "Digital Methods"*, A.A. 2020/2021, PhD Program in Management, Innsbruck University School of Management, Innsbruck, Austria (link: <https://www.uibk.ac.at/orgsoc/otd/digitalmethods.html>).

-*Incarico di insegnamento in "Critical perspectives on digital culture"*, A.A. 2020/2021, MSc in Sports Industry Management, Emlyon Business School, Parigi, Francia (link: <https://masters.em-lyon.com/en/msc-in-sports-industry-management>).

-*Incarico di insegnamento in "Big Data"*, A.A. 2018/2019, 2019/2020 e 2020/2021, International Master in Business Administration - IMBA, Emlyon Business School, Écully, Francia (link: <https://masters.em-lyon.com/en/international-mba/mba-program>).

-*Incarico di insegnamento in "Consumer Intelligence 4.0"*, A.A. 2019/2020 e 2020/2021, MSc in Management - Grande Ecole, Emlyon Business School, Écully, Francia (link: <https://masters.em-lyon.com/en/msc-in-management-grande-ecole>).

-*Incarico di insegnamento in "Consumer Behavior and Identity in a Digital World"*, A.A. 2018/2019, 2019/2020 e 2020/2021, MSc in Digital Marketing and Data Science, Emlyon Business School, Parigi, Francia (link: <https://masters.em-lyon.com/en/msc-in-digital-marketing-data-science/program>).

-*Incarico di insegnamento in "Algorithmic Life in the Platform Society"*, A.A. 2018/2019, 2019/2020 e 2020/2021, MSc in Management - Grande Ecole, Emlyon Business School, Écully, Francia (link: <https://masters.em-lyon.com/en/msc-in-management-grande-ecole>).

-*Incarico di insegnamento in "Consumer Behavior"*, A.A. 2017/2018 e 2018/2019, Bachelor Degree in Business Administration - Global BBA, Emlyon Business School, Saint-Etienne, Francia (link: <https://bba.em-lyon.com/en>).

-*Intervento nel corso "Lifestyles and Markets"* (Prof. Joonas Rokka), A.A. 2018/2019, 2019/2020 e 2020/2021, MSc in Management - Grande Ecole, Emlyon Business School, Écully, Francia. Titolo intervento: "Digital methods for lifestyle field analysis".

-*Intervento nel corso "Consumer lifestyle"* (Prof. Joonas Rokka), A.A. 2018/2019, 2019/2020 e 2020/2021, MSc in Sports Industry Management e MSc in Luxury Management & Marketing, Emlyon Business School, Parigi, Francia. Titolo intervento: "Digital methods for lifestyle field analysis".

-*Intervento nel corso "Digital cultures"* (Prof. Alessandro Caliandro), A.A. 2017/2018, MA in Media Management, Middlesex University, Londra, Regno Unito. Titolo intervento: "Music & Digital Platforms".

## ATTIVITÀ DIDATTICA IN ITALIA

-*Docenza a contratto in "Big Data and Digital Methods"* (INF/01), A.A. 2017/2018, Laurea Magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa (COM), Università degli Studi di Milano.

-*Incarico di insegnamento in "Sociology of algorithms"*, A.A. 2018/2019, Dottorato in Sociologia e Metodologia della Ricerca Sociale, NASP (Network for the Advancement of Social and Political Studies), Università degli Studi di Milano (Link: <https://www.nasp.eu/socme-courses/somet-seminar-massimo-airoldi-06-06-2019.html>).

-*Incarico di insegnamento in "Doing digital sociology"*, A.A. 2017/2018, Dottorato in Sociologia e Metodologia della Ricerca Sociale, NASP (Network for the Advancement of Social and Political Studies), Università degli Studi di Milano (Link: <https://www.nasp.eu/newsevents-seminars/somet-post-doc-seminar-massimo-airoldi-13-april-2018.html>).

-*Incarico di insegnamento in "An Introduction to R", A.A. 2016/2017, Dottorato in Sociologia e Metodologia della Ricerca Sociale, NASP (Network for the Advancement of Social and Political Studies), Università degli Studi di Milano (Link: <https://www.nasp.eu/news-events/seminars/ws-series-social-media-methods.html>).*

-*Assistente alla didattica per il corso "Communication research" (Prof. Ferruccio Biolcati, Prof. Sergio Splendore), A.A. 2015/2016 e 2016/2017, Laurea Magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa (COM), Università degli Studi di Milano (didattica integrativa).*

-*Assistente alla didattica nel corso "Metodologia della ricerca sociale" (Prof. Ferruccio Biolcati), A.A. 2015/2016, Laurea Magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa (COM), Università degli Studi di Milano (didattica integrativa e tutoraggio).*

-*Assistente alla didattica nel corso "Nuovi media e comunicazione" (Prof. Adam Arvidsson), A.A. 2014/2015, Laurea Triennale in Comunicazione e Società (CES), Università degli Studi di Milano (didattica integrativa e assistenza esami).*

-*Intervento nel corso "Digital cultures and communication research" (Prof. Alessandro Gandini), A.A. 2019/2020, Laurea Magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa (COM), Università degli Studi di Milano. Titolo: "Digital traces of taste".*

-*Intervento nel corso "Sociologia dei media" (Prof. Nello Barile), A.A. 2018/2019, Laurea Triennale in Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche, Università IULM. Titolo: "Sociologia degli Algoritmi".*

## SUPERVISIONE TESI DI LAUREA

-*Emlyon Business School: 27 studenti supervisionati in veste di relatore di tesi durante gli A.A. 2017/2018, 2018/2019, 2019/2020 e 2020/2021. Corsi di laurea: MSc in Management - Grande Ecole; MSc in Digital Marketing and Data Science; MSc In Global Entrepreneurship & Innovation.*

-*Università degli Studi di Milano: 3 studenti supervisionati in veste di relatore o correlatore di tesi, durante gli A.A. 2015/2016, 2016/2017 e 2017/2018. Corso di laurea: Laurea Magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa (COM).*

-*Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati (SISSA) di Trieste: 1 studente supervisionato in veste di correlatore di tesi durante l'A.A. 2014/2015. Corso di laurea: Master in Comunicazione della Scienza "Franco Prattico".*

## PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA NAZIONALI E INTERNAZIONALI

-Partecipazione in quanto membro alle attività di ricerca dell'*AIM Value Research Center di Emlyon Business School*, coordinato dalla Prof.ssa Margherita Pagani (<https://aim.em-lyon.com/value-creation>).  
(01/09/2018 - oggi)

-Partecipazione in quanto membro alle attività di ricerca del *Lifestyle Research Center di Emlyon Business School*, coordinato dal Prof. Joonas Rokka (<https://lifestyle.em-lyon.com>).  
(01/09/2017 - oggi).

-Partecipazione in quanto membro alle attività di ricerca del *Public Opinion & Media Lab (POMLAB) dell'Università degli Studi di Milano*, coordinato dal Prof. Mauro Barisione.  
(01/09/2015 - 20/17/2017).

-Partecipazione in quanto membro alle attività di ricerca del *Centro Studi di Etnografia Digitale dell'Università degli Studi di Milano*, coordinato dal Prof. Adam Arvidsson e dal Prof. Alessandro Caliandro ([www.etnografiadigitale.it](http://www.etnografiadigitale.it)).  
(01/05/2011 - 31/12/2016).

## REALIZZAZIONE DI ATTIVITÀ PROGETTUALE

-*Partecipazione in quanto Co-Investigator* alla proposta di progetto di ricerca internazionale intitolata "The role of digital consumer data in contemporary consumer culture: political and ethical implications", con Franck Cochoy (Università di Tolosa), Niklas Sörum, Johan Hagberg e Nanna Gillberg (Università di Göteborg), sottoposta a peer review da parte dello Swedish Research Council. (01/03/2020).

-*Partecipazione in quanto Secondary Proposer* alla proposta di progetto di ricerca internazionale intitolata "Music and Migration: Social and Economic Contributions", coordinata da Pauwke Berkers (Erasmus University Rotterdam) e sottoposta a peer review da parte della COST Association - European Cooperation in Science and Technology. (07/09/2017).

## ATTIVITÀ EDITORIALI E DI PEER REVIEW

-*Membro del comitato editoriale della rivista scientifica "The Lab's Quarterly"* (ISSN: 1724-451X; Area 14; direttore: Andrea Borghini; codirettrice: Roberta Bracciale). Link: <http://www.thelabs.sp.unipi.it/informazioni/> (27/09/2020 - oggi).

-*Reviewer esterno* per: Poetics; Information, Communication & Society; Social Media + Society; Social Indicators Research; Consumption, Markets & Culture; Marketing Theory; Studi Culturali; Etnografia e ricerca qualitativa; Comunicazione Politica; Sociologia e ricerca sociale (01/01/2016 - oggi).

## CONSEGUIMENTO DI PREMI E RICONOSCIMENTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI PER ATTIVITÀ DI RICERCA

-Candidatura in rappresentanza del dipartimento di Scienze Sociali e Politiche dell'Università degli Studi di Milano al premio "ECSR Dissertation of the Year" 2018 (European Consortium for Sociological Research), con la tesi di dottorato "Digital Distinction. Studying Musical Taste through Digital Methods". (14/02/2018).

-*Vincitore di una borsa di studio triennale* per il 29° ciclo del Dottorato di Ricerca in Sociology and Methodology of Social Research, NASP, Università degli Studi di Milano. (01/01/2014).

-*Vincitore di una borsa di studio triennale* per il 29° ciclo del Dottorato di Ricerca "Urbeur-Quasi, Città e società dell'Informazione" dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca. (01/01/2014).

## PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

2021:

-**Airoidi, M.** (in stampa, accettato per la pubblicazione). *Machine Habitus: Toward a Sociology of Algorithms*. Cambridge: Polity. ISBN: 9781509543274. link: <https://politybooks.com/bookdetail/?isbn=9781509543274>. [Monografia]

-**Airoidi, M.** (in stampa, accettato per la pubblicazione). The techno-social reproduction of taste boundaries on digital platforms: The case of music on YouTube. *Poetics*, ISSN: 0304-422X, doi: 10.1016/j.poetic.2021.101563. [Articolo in rivista]

-Harju, L., Rokka, J., Raies, K., Lopes, M.M., **Airoldi, M.** (in stampa, accettato per la pubblicazione). EMPLOYEE WELL-BEING PROFILES DURING COVID-19 LOCKDOWN: A Latent Profile Analysis of French and UK employees. *Frontiers in Psychology*, ISSN: 16641078, doi: 10.3389/fpsyg.2021.645300.  
[Articolo in rivista]

-**Airoldi, M.** (2021). Recensione: Gabriella Paolucci, a cura di, Bourdieu e Marx. Pratiche della Critica. *The Lab's Quarterly*, 1(gennaio-marzo), ISSN: 1724-451X, doi: 10.13131/1724-451x.labsquarterly.axxiii.n1.7.  
[Recensione in rivista]

-**Airoldi, M.** (2021). Digital traces of taste: methodological pathways for consumer research. *Consumption Markets & Culture*, 24(1), 97-117, ISSN: 10253866, doi: 10.1080/10253866.2019.1690998.  
[Articolo in rivista]

2020:

-**Airoldi, M.** (2020). Lo spettro dell'algoritmo e le scienze sociali. Prospettive critiche su macchine intelligenti e automazione delle disuguaglianze. *Polis*, 34, 111-128, ISSN: 1120-9488, doi: 10.1424/96442  
[Articolo in rivista]

2019:

-Barisione, M., Michailidou, A., **Airoldi, M.** (2019). Understanding a digital movement of opinion: the case of #RefugeesWelcome. *Information, Communication & Society*, 22(8), 1145-1164, ISSN: 1369-118X, doi: 10.1080/1369118X.2017.1410204.  
[Articolo in rivista]

Santoro, M., **Airoldi, M.**, Riviera, E. (2019). Reading Wittgenstein Between the Texts. *Journal of Interdisciplinary History of Ideas*, 16(8), 6:1-6:52, ISSN: 2280-8574.  
[Articolo in rivista]

2018:

**Airoldi, M.** (2018). Ethnography and the digital fields of social media. *International Journal of Social Research Methodology*, 21(6), 661-673, ISSN: 1364-5579, doi: 10.1080/13645579.2018.1465622.  
[Articolo in rivista]

**Airoldi, M.**, Gambetta, D. (2018). Sul mito della neutralità algoritmica. *The Lab's Quarterly*, 20(4), 25-46, ISSN: 1724-451X.  
[Articolo in rivista]

Molteni F., **Airoldi, M.** (2018). Integrare survey e big data nella pratica della ricerca. *Sociologia e Ricerca Sociale*, 116, 103-115, ISSN: 1121-1148, doi: 10.3280/SR2018-116009.  
[Articolo in rivista]

**Airoldi, M.** (2018). L'output non calcolabile. Verso una cultura algoritmica. In: (a cura di) Gambetta, D., *Datacrazia. Politica, cultura algoritmica e conflitti al tempo dei big data*. p. 214-227, Ladispoli, Roma:D Editore, ISBN: 9788894830149.  
[Contributo in volume]

2017:

Natale, P., **Airoldi, M.** (a cura di) (2017). *Web & social media: le tecniche di analisi*. Santarcangelo di Romagna, Rimini:Maggioli Editore, ISBN: 9788891625892.  
[Curatela]

**Airoldi, M.** (2017). I metodi digitali. Fare ricerca tra online e offline, qualitativo e quantitativo. In: (a cura di) Cardano, M.; Ortalda, F., *Metodologia della ricerca psicosociale*. p. 329-343, Novara:UTET Università, ISBN: 9788860084767.  
[Contributo in volume]

**Airoidi, M.** (2017). Oltre il virtuale. Studiare la società attraverso i dati digitali. In: (a cura di) Natale, P.; Airoidi, M., *Web & social media: le tecniche di analisi*. p. 1-19, Santarcangelo di Romagna Rimini:Maggioli Editore, ISBN: 9788891625892.  
[Contributo in volume]

**Airoidi, M.** (2017). Conclusioni. In: (a cura di) Natale, P.; Airoidi, M., *Web & social media: le tecniche di analisi*. p. 135-137, Santarcangelo di Romagna Rimini:Maggioli Editore, ISBN: 9788891625892.  
[Contributo in volume]

2016:

**Airoidi, M.** (2016). Studiare i «social media» con i «topic models» : Sanremo 2016 su Twitter. *Studi Culturali*, 13(3), 431-448, ISSN: 1824-369X, doi: 10.1405/85342.  
[Articolo in rivista]

**Airoidi, M.**, Beraldo, D., Gandini, A. (2016). Follow the algorithm: An exploratory investigation of music on YouTube. *Poetics*, 57, 1-13, ISSN: 0304-422X, doi: 10.1016/j.poetic.2016.05.001.  
[Articolo in rivista]

Arvidsson, A., Caliendo, A., **Airoidi, M.**, Barina, S. (2016). Crowds and value: Italian directioners on Twitter. *Information, Communication & Society*, 19(7), 921-939, ISSN: 1369-118X, doi: 10.1080/1369118X.2015.1064462.  
[Articolo in rivista]

Splendore, S., Caliendo, A., **Airoidi, M.** (2016). Twittare le news: giornalisti hard e testate soft. Uno studio di caso di tre redazioni. *Comunicazione Politica*, 17(1), 87-106, ISSN: 1594-6061, doi: 10.3270/82887.  
[Articolo in rivista]

2015:

**Airoidi, M.** (2015). Potrebbe interessarti anche: recommender algorithms e immaginario, il caso YouTube. *IM@GO*, 6, 132-150, ISSN: 2281-8138, doi: 10.7413/22818138050.  
[Articolo in rivista]

## ATTIVITÀ DI RELATORE A CONGRESSI E CONVEGNI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

2021:

-*Partecipazione come relatore* a: AIM Seminar Series in Value Creation (Artificial Intelligence in Management Institute, Emlyon Business School, Écully). Titolo presentazione: "Sociology of AI". (20/05/2021).

2020:

- *Partecipazione come relatore* a: Promotional Cultures & Communication Centre Seminar Series (Bournemouth University, Poole, Regno Unito). Titolo presentazione: "Studying consumption and possession in the platform society". (21/10/2020).

-*Partecipazione come relatore* a: Virtual 2020 ACR Conference (The Association for Consumer Research, Parigi). Titolo presentazione: "The Moral Foundations of the Guns' Proselytism in Brazil" (con Benjamin Rosenthal). (01/10/2020 - 04/10/2020).

2019:

- *Partecipazione come relatore* a: 10th Workshop on Interpretive Consumer Research (Emlyon Business

School, Écully). Titolo presentazione: "Algorithmic Consumer Cultures" (con Joonas Rokka). (09/05/2019 - 10/05/2019).

-*Partecipazione come relatore* a: ASA 114th Annual Meeting (American Sociological Association, New York). Titolo presentazione: "The digital logics of distinction: A field analysis of popular music on YouTube". (10/08/2019 - 13/08/2019).

2018:

-*Membro del comitato organizzatore e relatore*: Taste Research Day (Emlyon Business School, Lione). Titolo presentazione: "Digital traces of musical taste". (25/04/2018).

-*Partecipazione come relatore* a: CCTC 2018 (SDU, Odense). Titolo roundtable: "Digital Consumer Culture Theory". (28/06/2018 - 01/07/2018).

-*Partecipazione come relatore* a: BigSurv18 (Universitat Pompeu Fabra, Barcellona). Titolo presentazione: "Sunday Assemblies: From "Believing Without Belonging" to "Belonging Without Believing"? When Survey and Big Data Combine to Study an Under-Theorized Phenomenon" (con Francesco Molteni). (25/10/2018 - 27/10/2018).

2017:

-*Partecipazione come relatore* a: DR2 - Distant Reading and Data-Driven Research in the History of Philosophy (Università di Torino, Torino). Titolo presentazione: "Reading Wittgenstein between the Texts" (con Marco Santoro e Emanuela Riviera). (16/01/2017 - 18/01/2017).

-*Partecipazione come relatore* a: Dialogando sul Metodo - Seconda edizione (Sezione di Metodologia AIS, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano). Titolo presentazione: "Studying Distinction through Digital Methods. A Mixed-Method Approach to Musical Taste". (16/06/2017).

-*Partecipazione come relatore* a: ISSR 2017 Conference (University of Lausanne, Losanna). Titolo presentazione: "Belonging without believing? A digital investigation of a Church without God" (con Francesco Molteni). (04/07/2017 - 07/07/2017).

-*Membro del comitato organizzatore e relatore*: Digital Lifestyles Research Day (Emlyon Business School, Écully) - convegno dedicato a metodi digitali di ricerca e culture di consumo digitali. Titolo presentazione: "Follow the Algorithm". (04/12/2017).

2016:

-*Partecipazione come relatore* a: Social media, methods, and politics - POMLAB workshop (Università degli Studi di Milano, Milano). Titolo roundtable: "Using social media data in political and cultural studies: comparing four approaches at UNIMI". (16/06/2016).

-*Partecipazione come relatore* a: XXX Convegno Società Italiana di Scienza Politica (Università degli Studi di Milano, Milano). Titolo presentazione: "Dalle parole alle pratiche: studiare elezioni locali su Facebook e Twitter. Il caso 'Milano 2016'" (con Francesca Arcostanzo e Stefano Camatarri). (15/09/2016 - 17/09/2016).

-*Partecipazione come relatore* a: YouTube Conference 2016 (Middlesex University, Londra). Titolo presentazione: "'This is NOT rap': tastes and reception practices of Italian music listeners on YouTube"



(23/09/2016 - 24/09/2016).

-*Partecipazione come relatore* a: Digital Sociology: Public workshop (Università degli Studi di Milano, Milano). Titolo presentazione: "Distinction".  
(20/12/2016).

2015:

-*Partecipazione come relatore* a: Convegno IASPM Italiana 2015 (Conservatorio "Arrigo Boito", Parma). Titolo presentazione: "L'immaginario musicale su YouTube: il caso della musica anni Ottanta in Italia" (con Davide Beraldo e Alessandro Gandini).  
(13/02/2015 - 14/02/2015).

2014:

-*Partecipazione come relatore* a: ESA Midterm Conference #ethnography: Trends, Traverses and Traditions (University of Amsterdam, Amsterdam). Titolo presentazione: "Ethnography and the Digital Field: between Text and Context".  
(27/08/2014 - 29/08/2014).

-*Partecipazione come relatore* a: A Long Way to the Top: The Production and Reception of Music in a Globalized World (Erasmus Universiteit Rotterdam, Rotterdam). Titolo presentazione: "YouTube and the user-generated music categories" (con Davide Beraldo e Alessandro Gandini).  
(06/11/2014 - 07/11/2014).

Data

07/06/2021

Luogo

Ancy