

**Call for Papers
International Conference**

**I A(M).
Linguaggi, forme e racconti del Sé al tempo della svolta algoritmica**

Università di Genova
31 marzo – 1° aprile 2026

A cura di Luca Malavasi e Federica Villa

ITA - English Version Below

La recente svolta algoritmica ha contribuito sia ad amplificare fenomeni e processi sociali, culturali ed estetici innescati originariamente dalla digitalizzazione, sia a inaugurarne di nuovi. Da molti punti di vista, si tratta di un ennesimo *pictorial turn*, in cui il visivo si rivela non semplicemente uno spazio di realizzazione tra gli altri, ma un territorio privilegiato in cui si gioca una partita che va ben al di là del “problema delle immagini” che ogni *pictorial turn* fatalmente impone: come ricorda Joanna Zylińska in *The Perception Machine* (2023), «usiamo la fotografia, pratica per eccellenza dell’immagine e dell’immaginazione (cioè una pratica del copiare, creare somiglianze, mappare, costruire immagini mentali e ideare), anche se non sempre in modo pienamente consapevole, come tramite per porci domande più ampie sulla nostra stessa condizione nel mondo». La diffusione sempre più capillare del machine learning e della computazione algoritmica nella creazione, produzione e post-produzione visiva, e nelle dinamiche comunicative e interattive dentro e fuori i social media, alimenta in effetti un dibattito quotidiano che, molto spesso *a partire* dalla questione delle immagini, si allarga a toccare questioni di più vasta portata, prime tra tutte la definizione di realtà e soggetto e, in subordine, di storia, memoria, identità, collettività, con il problema della natura, del ruolo e del potere del visivo sempre sullo sfondo. Fin dagli anni Settanta, del resto, nella riflessione di filosofi (ancora attualissimi) come Jean-François Lyotard, Jean Baudrillard e Vilém Flusser, e poi, due decenni dopo, nell’ambito dei *visual culture studies*, l’avvento di una società prepotentemente visuale è stato interpretato anzitutto come una svolta antropologica, non soltanto tecnologica, iconica o culturale; a Paul Virilio, invece, si deve (in *L’arte dell’accecamento*, 2005) l’intuizione di un parallelo cambiamento “patemico”, che ben si addice a definire anche la stretta attualità: l’affermazione di una società del “panico freddo”, prodotto di «un’angoscia collettiva, in cui tutto è proteso ad attendere l’inatteso».

Le svolte algoritmica e generativa, mentre impongono un nuovo regime di invisibilità e angoscia tecnologica, tra *black box* sempre più impenetrabili e logica degli spazi latenti (Somaini 2025),

sembrano aver innescato una riflessione che insiste soprattutto sulla crisi di riferimento: termini come realtà, verità, individuo sono al centro di un dibattito multidisciplinare in cui proprio il territorio del visivo si dà come spazio di realizzazione e testimonianza di un nuovo modello di mondo. È prima di tutto nella visualità, come insegna la ricerca di Trevor Paglen, che occorre cercare l'emersione di una nuova cultura, di un nuovo sistema di percezione, di un nuovo sguardo e di un nuovo orizzonte di senso in cui «la distinzione tra realtà e non realtà, tra allucinazione e fedeltà comincia a essere irrilevante» (Paglen 2024). La recente curvatura della ricerca di Paglen – dalla questione “come le macchine guardano” a “come le macchine cambiano il nostro modo di vedere” –, rilancia il tema antico del rapporto tra individuo e tecnologia, percezione umana e sapere macchinico. Eppure, mentre molto si è scritto su come l'intelligenza artificiale stia contribuendo a modificare le idee di realismo, documento, immagine testimoniale ecc., a partire dalla più radicale ridefinizione di fotografia e immagine fotografica (Ritchin 2025, Grespi-Villa 2024, Dewdney 2021), molto meno si è riflettuto, almeno negli ambiti della cultura visuale e della teoria dei media e delle immagini, sul destino dell'individuo. Questioni come la memoria personale, la narrazione e la socializzazione del Sé, la costruzione e il riconoscimento di immagini personali, l'elaborazione dell'esperienza individuale, l'attestazione e l'interazione sociale restano ancora da mettere a fuoco in rapporto al nuovo scenario visuale. Sullo sfondo della prepotente selfizzazione della medialità favorita dalla digitalizzazione, la diffusione dell'intelligenza artificiale generativa e dei programmi, delle applicazioni e degli ambienti mediali a essa associati (dai Chatbot ai siti di generazione di contenuti come Sora 2) estende e potenzia le possibilità immaginative, creative e produttive dell'esplorazione, dell'identificazione, della raffigurazione, dell'aggettivazione e della socializzazione di sé stessi. Per alcuni studiosi come Fred Ritchin (*L'occhio sintetico*, 2025), ma anche artisti come Bennet Weisbren, le potenzialità offerte dall'intelligenza artificiale non fanno che favorire la creazione di mondi autocentrati, di versioni personalizzate (poco importa quanto allucinate) del reale, forse proprio in risposta al quel panico teorizzato da Virilio. Certamente, mai come oggi la produzione di contenuti visivi e audiovisivi personali, soggettivi e (auto)ritrattistici, più che risolversi in “oggetti” sociali e socializzabili, assume la forma di un lavoro multifunzionale e networked in cui il soggetto si avventura, grazie a “tool” sempre più complessi e potenti, in nuove pratiche ed estetiche di rappresentazione e racconto, non di rado segnate da azzardi ludici e sperimentali, dotati di un implicito coefficiente riflessivo. Lo spazio dell'immaginazione e della composizione visiva del Sé si rappresenta in controluce come un territorio di addestramento cruciale per la soggettività contemporanea.

Ontologicamente animate (Manovich) e sempre più sospese tra *image capture* e *image creation* (Zylinska), le immagini contemporanee – post-fotografiche e post-cinematografiche, digitali e algoritmiche –, partecipano dunque, in forme spiccatamente originali ancora tutte da indagare, all'elaborazione narrativa del Sé: inalberano questioni inedite (per esempio, il ruolo dei dataset), rimescolano estetiche e linguaggi tradizionali mentre ne definiscono di nuovi (si pensi, per esempio, al realismo “slop” e ai prodotti ASMR), rilanciano questioni meritevoli di nuovi sguardi (prima tra tutte, la dialettica tra forme del mondo materiali e spazi virtuali), ridefiniscono ancora una volta il ruolo (e l'immaginario) delle tecnologie nella nostra quotidianità.

Tra le molte linee di ricerca, si elencano di seguito, a titolo puramente indicativo, temi, soggetti e ambiti di particolare rilevanza per il convegno:

- Avatar, soggetti sintetici, doppi e “gemelli” digitali
- Ritrattismo e autoritrattismo
- Il volto come “oggetto sociale”

- Performatività e agentività delle immagini del Sé
- Riconoscimento e automatismo nelle pratiche di autoracconto
- Nuove figurazioni del corpo
- Estetiche della visualità algoritmica (bellezza, iperrealismo, slop ecc.)
- Filtering culture
- Datafication del Self e della soggettività
- La ridefinizione sociale e filosofica dell'idea di Self
- Dataset e bias
- Il soggetto e la “macchina”
- Intelligenza artificiale e nuovi generi visuali
- La produzione artistica come spazio di esplorazione e riflessione
- La nozione di dialogo interpersonale al tempo dei chatbot
- La costruzione, l'elaborazione e l'archiviazione della memoria personale
- Nuovo statuto del tempo cronologico dell'esistente
- Allucinazioni, errori, fake e deepfake
- Nuove tecnologie, corpo, soggettività
- Storia e archeologia della selfmedialità

Invio delle proposte

Si prega di inviare un abstract (max 300 parole) e una breve bio (max 150 parole) a luca.malavasi@unige.it e federica.villa@unipv.it entro il 6 gennaio 2026. L'esito della selezione verrà comunicato entro il 15 gennaio 2026. Gli interventi (della durata di 20 minuti) potranno essere presentati in lingua italiana o inglese.

ENG

The recent algorithmic turn has both amplified social, cultural, and aesthetic phenomena originally triggered by digitalization and inaugurated entirely new ones. In many respects, this represents yet another pictorial turn, in which the visual is not merely one medium among others but a privileged space where broader questions about our condition in the world are explored. As Joanna Zylińska notes in *The Perception Machine* (2023), “we use photography—the quintessential practice of image and imagination, a practice of copying, creating likenesses, mapping, constructing mental images, and inventing—even if not always fully consciously, as a means to ask broader questions about our own condition in the world.” The growing ubiquity of machine learning and algorithmic computation in visual creation, production, and post-production, as well as in communicative and interactive dynamics both within and beyond social media, fuels a daily debate that often starts with images but expands to address broader issues: the definition of reality and subjectivity, and, secondarily, questions of history, memory, identity, and collectivity, with the role, power, and nature of the visual always in the background. Since the 1970s, philosophers such as Jean-François Lyotard, Jean Baudrillard, and Vilém Flusser, and later within visual culture studies, have interpreted the rise of a predominantly visual society primarily as an anthropological shift, rather than merely a technological, iconic, or cultural one. Paul Virilio, in *The Art of the Motor* (2005), introduced the idea of a parallel

“pathemic” transformation: the emergence of a society of “cold panic,” produced by “a collective anxiety in which everything is poised to anticipate the unexpected.”

The algorithmic and the generative turns, while imposing a new regime of technological invisibility and anxiety—through increasingly opaque black boxes and the logic of latent spaces (Somaini 2025)—seem to have sparked reflection particularly focused on the crisis of reference. Terms such as reality, truth, and individuality are at the center of a multidisciplinary debate in which the visual domain becomes a space for the realization and demonstration of a new world model. It is primarily through visibility, as Trevor Paglen’s research shows, that we can trace the emergence of a new culture, a new perceptual system, a new gaze, and a new horizon of meaning, in which “the distinction between reality and non-reality, between hallucination and fidelity, begins to be irrelevant” (Paglen 2024). Paglen’s recent shift—from “how machines see” to “how machines change our way of seeing”—revives the longstanding dialogue on the relationship between individuals and technology, human perception, and machine knowledge.

Although much has been written about how artificial intelligence is reshaping ideas of realism, documentation, and testimonial imagery—including the radical redefinition of photography and photographic images (Ritchin 2025, Grespi-Villa 2024, Dewdney 2021)—less attention has been given, particularly within visual culture and media/image theory, to the fate of the individual. Questions of personal memory, self-narration and socialization, construction and recognition of personal images, processing of individual experience, and social interaction remain underexplored in relation to this new visual scenario.

Against the backdrop of the pervasive selfification of media enabled by digitalization, the spread of generative AI and associated programs, applications, and media environments (from chatbots to content-generation platforms such as Sora 2) expands and enhances the imaginative, creative, and productive possibilities for exploring, identifying, depicting, describing, and socializing the self. Scholars such as Fred Ritchin (*The Synthetic Eye*, 2025) and artists like Bennet Weisbren note that AI facilitates the creation of self-centered worlds: personalized (even hallucinatory) versions of reality, perhaps as a response to the “cold panic” theorized by Virilio. Today, the production of personal, subjective, and (self-)portrait visual and audiovisual content increasingly takes the form of a multifunctional, networked labor. The subject engages, through ever more powerful tools, in new practices and aesthetics of representation and storytelling—often playful and experimental, and imbued with implicit reflective potential. The space of imagination and visual composition of the self thus emerges as a crucial training ground for contemporary subjectivity.

Ontologically animated (Manovich) and suspended between image capture and image creation (Zylinska), contemporary images—post-photographic, post-cinematographic, digital, and algorithmic—participate, in highly original and still largely unexplored ways, in the narrative elaboration of the self. They raise new questions (e.g., the role of datasets), remix traditional aesthetics and languages while defining new ones (such as “slop” realism and ASMR products), prompt renewed inquiry (notably, the dialectic between material forms and virtual spaces), and redefine the role and imagination of technology in everyday life.

Indicative topics for the conference include, but are not limited to:

- Avatars, synthetic subjects, digital doubles, and “twins”
- Portraiture and self-portraiture

- The face as a “social object”
- Performativity and agency of self-images
- Recognition and automation in self-narrative practices
- New figurations of the body
- Aesthetics of algorithmic visuality (beauty, hyperrealism, slop, etc.)
- Filtering culture
- Datafication of the self and subjectivity
- Social and philosophical redefinitions of the Self
- Datasets and bias
- The subject and the “machine”
- Artificial intelligence and new visual genres
- Artistic production as a space of exploration and reflection
- Interpersonal dialogue in the age of chatbots
- Construction, processing, and archiving of personal memory
- New temporalities of existence
- Hallucinations, errors, fakes, and deepfakes
- New technologies, body, and subjectivity
- History and archaeology of self-mediality

Submission of proposals

Please submit an abstract (max. 300 words) and a short bio (max. 150 words) to luca.malavasi@unige.it and federica.villa@unipv.it by January 6, 2026. Notifications of acceptance will be communicated by January 15, 2026. Presentations (20 minutes each) may be delivered in Italian or English.