

# Facebook Generation I “nativi digitali” tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media Gabriele Qualizza

Ottimisti, altruisti, fiduciosi, aperti al cambiamento. Ma soprattutto: *always connected*, grazie alla disponibilità di *device* digitali sempre più performanti – smartphone, netbook e tablet – che consentono di tenere sempre aperti, in qualunque luogo e in qualsiasi momento, canali di contatto e di relazione con gli altri. Così appaiono, ad un primo sguardo, i consumatori appartenenti alla generazione emergente dei *Millennials*, termine utilizzato per denominare quanti sono entrati, o stanno per entrare, nel mondo degli adulti in data successiva all’inizio del nuovo millennio. L’analisi dei profili di consumo e delle strategie comunicative dei giovani “digitali” mette tuttavia in luce percorsi originali e inaspettati, non riconducibili a schematiche definizioni: è quanto emerge da un recente studio, condotto tramite questionario su un campione di 514 soggetti di età compresa tra i 15 e i 24 anni, che si è proposto di indagare in quale modo i giovani consumatori integrino le nuove tecnologie e i nuovi dispositivi mediatici entro gli spazi della vita quotidiana. Il volume presenta i risultati della ricerca, dedicando ampio spazio al piano dei significati legati alla costruzione di uno specifico *we sense* generazionale.

GABRIELE QUALIZZA, dottore di ricerca all’Università di Trieste (tesi in Economia e gestione delle imprese), svolge attività di ricerca, consulenza e formazione nell’ambito del marketing e della comunicazione aziendale. È docente a contratto di “Marketing avanzato” all’Università di Trieste, di “Economia e gestione della marca” all’Università di Udine, sede di Gorizia, di “Teorie e linguaggi della pubblicità digitale” all’Università Cattolica di Milano, nell’ambito del Master in Comunicazione, Marketing Digitale e Pubblicità Interattiva. Collabora con *Brandforum.it*, primo osservatorio in Italia sul mondo delle marche, ed è membro del comitato scientifico dell’*Osservatorio Storytelling*, centro-associazione di ricerca scientifica con sede presso l’Università di Pavia. È autore di *Oltre lo shopping. I nuovi luoghi del consumo: percorsi, esplorazioni, progetti* (Trieste, 2006) e di *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione* (Milano, 2010).



9 788883 035340

Euro 17,00

Facebook Generation **Gabriele Qualizza**



Collana *in/Tigor*  
Facoltà di Scienze della Formazione  
Università degli Studi di Trieste

11