



ALEX GIORDANO

Personaggio eclettico, fin da bambino usa le tecnologie per la comunicazione (fax, fotocopiatrice, radio, modem...) come giocattoli, nel segno di una destino tracciato. Nel 2000 fonda il collettivo NinjaMarketing primo blog/osservatorio sul marketing non-convenzionale ed i social media. E' Membro dello IADAS (Accademia di Arti e Scienze Digitali di New York), co-autore del best seller "Marketing Non Convenzionale: virale, guerriglia, tribale, societing ed i 10 principi del marketing post-moderno". Attualmente ha orientato i suoi studi verso la netnografia ed etnografia digitale ed è titolare del primo insegnamento ufficiale di Società delle Reti e societing presso l'università IULM di Milano.

Lavora al gruppo di ricerca sul Societing per la creazione di un modello applicativo di Etnografia Digitale come metodologia di base per i progetti di Social Innovation. Direttore Scientifico della "Digital Ethnography Week" e co-direttore del centro Etnografia digitale.

E' considerato tra i massimi esperti mondiali di Social Innovation.

Hacking melanoma nasce da una sua idea.