

La recensione**Dai treni al web,
Avallone osserva
i nuovi barbari**

Quella foto di un piatto elaborato, che avete scattato in un sushi-bar in centro e pubblicato su Instagram, potrebbe non aver attirato solo l'attenzione dei vostri amici. Forse è finita anche sul radar di una particolare categoria di esploratori che oggi setacciano il web in cerca di usi, costumi e abitudini dei suoi abitanti: gli etnografi digitali. A questa figura è dedicato «People watching in Rete», agile volumetto firmato da Alice Avallone, coordinatrice del college Digital Storytelling alla Scuola Holden.

Fin dai tempi delle digressioni di Erodoto sui barbari, spiega l'autrice, l'etnografo ha provato a capire il mondo attraverso i comportamenti delle persone. Grazie all'esplosione dei social, si è trasformato il terreno su cui avviene la sua osservazione. Una sera trascorsa nel sushi-bar permette di annotare il comportamento di qualche decina di clienti. Poche ore di navigazione su Internet, inseguendo gli hashtag giusti, espandono il campione nello spazio e nel tempo: si possono confrontare gli appassionati di sushi di Torino e Detroit, paragonare le foto scattate ieri con quelle di due anni fa, studiare il linguaggio che accompagna le immagini, i modelli di interazione sociale e molto altro. E il discorso, naturalmente, non vale solo per il cibo giapponese.

Più che un saggio, «People watching in Rete» è un manuale destinato a chi vuole avvicinarsi a una professione di crescente rilevanza strategica per

agenzie di comunicazione, marketing e pubblicità. Frutto delle recenti esperienze dell'autrice alla Holden, ma soprattutto di una passione sbocciata fin dagli albori del web (quando «sul vagone di un treno che da Asti andava a Genova» la Avallone-studentessa iniziò a osservare i passeggeri, riportando le sue impressioni su un blog), il libro è una miniera di suggerimenti, tecniche ed esempi, che parte da un presupposto quasi romantico: la visione antropocentrica dell'etnografo digitale. I moderni algoritmi saranno anche in grado di macinare grandi numeri, ma – sostiene l'autrice – per capire davvero ciò che avviene sui forum e nei social network, c'è ancora bisogno di un occhio umano.

Luca Castelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

