

Cronisti in classe 2025 QV il Resto del Carlino



Social e mondo del lavoro, ecco gli impieghi del futuro

Bertola Rimini Streamer e influencer non sempre vengono considerati come professionisti «Sono occupazioni senza orari e sembrano più dei passatempi che delle vere attività»

Con l'avvento dei social sono nate nuove professioni come quella dell'influencer o dello streamer, spesso tra le più discusse nel mercato del lavoro. Da molte persone non sono considerate come un lavoro «vero o serio». Per quale motivo non dovrebbe essere così? Uno degli aspetti che spesso alimenta il dibattito su queste professioni è la percezione che siano occupazioni «senza orari», viste quasi come un passatempo. Altri invece dicono che «è solo un qualcosa di momentaneo poiché diventare virali è semplice, soprattutto se si ha un bell'aspetto, si è simpatici o si è fortunati». Per togliere dubbi a riguardo, dobbiamo spiegare nel dettaglio queste attività. Ci sono infatti un po' di differenze tra il mestiere dello streamer e quello dell'influencer. Anche se entrambi sono «content creator» e basano la loro carriera lavorando quotidianamente sulle varie piattaforme social. Lo streamer si occupa principalmente di dirette, di intrattenere in tempo reale, per diverse ore, un pubblico virtuale. Essendo in diretta, lo streamer non può fare tagli tramite applicazioni di editing (modifiche al video/foto) e deve stare attento a tutto ciò che dice, mostra e fa. Lo streamer guadagna in primis dalle donazioni dei fan e dagli abbonamenti che il pubblico può fare o regalare. Per lo streamer, oltre alle interazioni di chi lo segue, è altrettanto importante la media degli spettatori a stream (diretta) e il numero di dirette tra-



Cresce il dibattito sul riconoscimento di questi ruoli come mestieri o semplici hobby

smesse mensilmente. Il social più utilizzato in questo lavoro è chiamato 'Twitch' ma sono talvolta utilizzate altre piattaforme nei quali vengono caricate le clip video delle dirette o altri video: pensiamo a Youtube, Instagram e Tik Tok.

Il lavoro degli influencer è abbastanza diverso, perché si basa principalmente sulla pubblicazione di una serie di foto e video, di varia durata, che richiedono più impegno e tempo nella creazione e nel montaggio. Inizialmente l'influencer ha bisogno di trovare delle idee originali per i suoi video, che deve poi registrare ed editare (modificare). Come guadagna? Princi-

palmente attraverso le collaborazioni con brand (marchi delle aziende), la pubblicità e la vendita di prodotti. In una percentuale minore dalle visualizzazioni dei suoi contenuti. Ci sono inoltre influencer di una certa fama che arrivano a registrare anche 2-3 video al giorno e ad aprire più canali, aumentando così l'incasso e la popolarità. Se entrambi i lavori richiedono tempo, impegno, costanza e la capacità di sostenere diverse spese, perché c'è gente che non li riconosce come mestieri veri e propri?

Francesco Bizzocchi, Mattia Bizzocchi, Rachele Gasperini, Andrea Morande, Anna Pretelli II F

BELLEZZA

Dal corpo curvy alle baby face

Ogni nazione del mondo ha dei canoni diversi di bellezza. In Italia si ama il corpo tonico e accompagnato da pelle abbronzata. In Francia il corpo deve essere prima di tutto sano: i francesi associano la bellezza a una figura slanciata e snella, senza troppi muscoli. In Paesi del Sud America, come il Brasile, si punta molto ad avere un corpo tonico e più pronunciato nelle curve. Anche in Messico l'ideale è avere curve naturali e fianchi, pronunciati per le donne. Nella Corea del Sud sono apprezzate invece da donne e uomini lineamenti e fisici più snelli, con pelle molto chiara e viso sottile. Qui si dà forte enfasi alla bellezza giovanile, la cosiddetta "baby face", anche tra i ragazzi. Le donne coreane utilizzano spesso la chirurgia estetica per avvicinarsi ancora di più al canone estetico ideale asiatico che è legato alla loro cultura.

Arianna Celli, Nicole Improta e Alisa Vido III D

Al Castello Malatestiano 'Da Picasso a Warhol - Le vinyl cover dei Grandi Maestri'

L'arte e la storia passano dalle copertine dei vinili

I più grandi illustratori e artisti del mondo hanno trasmesso messaggi non solo con opere ma anche attraverso le copertine di vinili. A dicembre abbiamo visitato la mostra 'Da Picasso a Warhol - Le vinyl cover dei Grandi Maestri' al castello Malatestiano di Rimini, dove abbiamo ammirato le copertine dei vinili realizzate da artisti famosi. La guida ci ha raccontato la storia dell'evoluzione del disco e delle cover. Già dai primi anni del '900 sono state realizzate

da illustratori e artisti, e del messaggio che volevano trasmettere. Le copertine 'd'artista' infatti non erano solo uno strumento per coprire e proteggere i dischi, ma un mezzo di promozione pubblicitaria in un'epoca non ancora dominata dalla comunicazione. Abbiamo visto copertine realizzate da Picasso e Matisse, le iconiche di Warhol realizzate per i Rolling Stone e quelle per i Velvet Underground con la famosissima banana. Abbiamo riconosciuto il tratto in-

confondibile di Keith Haring e i graffiti di Basquiat, fino a Banksy. A scuola abbiamo dato vita a un laboratorio per realizzare copertine di dischi, ispirandoci a canzoni a cui siamo legati e disegnando su carta. Le nostre copertine sono state anche esposte, accanto a quelle originali, nell'Ala di Isotta. E la mostra oggi prosegue a scuola. Un'esperienza bellissima.

Carlotta Donati, Giorgia Cenci, Giulia Monti III A e Lucrezia Gasperini, Simone Mina III F



Le opere dei ragazzi esposte nella sala Isotta