

# Cronisti in classe 2026

QN LA NAZIONE

**CONAD**  
Persone oltre le cose

**Aliseo**  
Agenzia figure per gli studenti e l'orientamento

**CINQUE TERRE**  
GOLFO DEI POETI

**Confartigianato**  
Imprese

**CONFCOMMERCIO**  
INDUSTRIE DELL'ITALIA  
LA SPEZIA

**SITEMAR**  
ANTINCENDIO

**FIMMG**  
Federazione Italiana Medici di Famiglia  
LA SPEZIA

**PANUCCIO**  
la tua ombra dal 1959

**100 ANNI**  
CONSIGLIO DI IDRIFICAZIONE E FRIGERAZIONE  
CANALE LUNENSE

## Mamma, voglio fare l'influencer Le piattaforme, il nostro futuro?

Qualità e un messaggio chiaro da diffondere: i trucchi per essere content creator di successo  
**CLASSE 3G DELLA SCUOLA INCERTI DI FABIANO**

**Nella scelta** del lavoro della vita, è meglio seguire la passione oppure il mercato? Di certo, bisogna trovare un equilibrio tra le possibilità di occupazione e le nostre inclinazioni. Il mondo del lavoro è cambiato, anche grazie all'AI; si tratta di cambiamenti negativi? Non sempre: le professioni di piattaforma possono dare più impiego, maggiore flessibilità ed equilibrio tra vita privata e professione. Di contro, il rischio è che non è stato ancora introdotto un inquadramento contrattuale. Come ci ha spiegato il dott. Carozza, di Confartigianato, c'è una rivoluzione nei mestieri: essere specializzati e pronti a cambiare, anche integrando le nuove tecnologie ai lavori dei «nonni» in chiave social. Potremmo sfruttare le nostre passioni per diventare influencer. Ma come? Lo abbiamo chiesto ad una content creator spezzina, Nicole Micoli, che è arrivata a 2,7 mln di follower su TikTok. Nel 2020 iniziò a fare trend/pov per gioco; ora guadagna grazie agli sponsor e agli inviti agli eventi. Nonostante l'indipendenza, deve stare attenta a tutto ciò che pubblica, anche in vacanza. Perciò si appoggia ad un'agenzia che la aiuta con gli outfit e l'organizzazione. E i commenti negativi? «Chi se ne frega!» Il suo



Krenare e Luca hanno risposto alle nostre domande sulla loro esperienza social

consiglio per noi: «Essere sempre se stessi, non farsi mai condizionare». Anche Alessia e Emanuele della pagina «ManuAle del Calcio» ci hanno spiegato la loro carriera da influencer, che parte da una solida preparazione teatrale; dietro ad un reel di 50 secondi ci sono ore di lavoro, perché va progettato, registrato ed editato. Nel pubblicizzare un brand, non basta essere spontanei, ma trovare il proprio personale racconto, partendo dall'esperienza: prima di pubblicare, lo sponsor controlla. Il loro consiglio? Avere un'identità chiara e riconoscibile e tante

buone idee. Ma come usare i social per messaggi significativi? Luca e Krenare, due influencer spezzini, di «Orbi et orbi», hanno aperto una pagina con l'obiettivo di fare luce sul mondo della disabilità e abbattere tutti gli stereotipi sulle persone non vedenti. Il loro sogno è essere contattati da aziende per sponsorizzare prodotti e trasformare questo hobby in un lavoro stabile. A noi dicono: «Non state sui social, se non avete la capacità di superare i commenti negativi». Ok quindi al lavoro social, ma distinguere la realtà dalla finzione.

### SCUOLA INCERTI

#### La redazione in classe

Gli alunni della classe 3 G della scuola Incerti di Fabiano: Martina Amato, Marco Balzano, Alessio Bertacchini, Amanda Bertoneri, Matilde Carassale, Lorenzo Ciuffardi, Alessia D'Amato, Barbara D'Angelo, Federico Delfini, Gaia D'Oronzo, Rachele Faita, Samuele Fusani, Nicolò Lion, Mariachiara Macri, Yarisleidy Maria Baldomera, Debra Elizabeth Pipitone, Maia Quiroz Ortega, Jesly Reinoso De Co, Nicola Rossi, Alessio Rovinalti, Alessandro Sbernadori, Leonardo Servino, Gaia Masha Ternelli, Nicole Zambarda. Tutor d Nunzia Scognamiglio. Dirigente scolastica Sandra Fabiani. Ringraziamo: l'amministrazione e il presidente del consiglio comunale Salvatore Piscopo per aver messo a disposizione l'aula Multimediale del Comune della Spezia; Nicola Carozza e Confartigianato; le pagine @orbi\_et\_orbi @manualecalcio, @nicole\_micolii

### Il nostro sondaggio a scuola

## I commenti negativi preoccupano i giovanissimi

**Dai risultati** del sondaggio, abbiamo dedotto che i social sono usati di più dai ragazzi sopra i 13 anni, considerando però che l'età massima del nostro campione (114 alunni) era 15 anni e il minimo 10. Di questi ragazzi, il 74.1% ha i social, mentre il restante 25.7% non ne è provvisto. Sotto i 13 anni la percentuale scende a 63%. Le ore in media di utilizzo dei social sono dalle 2 alle 3 ore e dalle 3 alle 4 ore giornaliere. Nonostante questo dato, la pubblicazione di conte-

nuti come foto e video non sono giornaliere, al contrario, quasi rare. Altro dato inaspettato è che solo il 26.3% degli intervistati farebbe l'influencer come lavoro: perché è «una perdita di tempo», oppure perché ha paura «degli insulti inutili» e «non vorrei mai documentare tutto quello che faccio». Questi pensieri dimostrano la preoccupazione dei ragazzi ad acquisire una fama che li potrebbe portare anche a stare male mentalmente, ma dimostrano che l'uso dei social, più che un lavo-

ro, sia un intrattenimento. A conferma di ciò, i ragazzi credono che usare i social prima di una certa età sia sbagliato e l'età giusta, secondo la maggior parte di loro, sia 12 o 13 anni. E gli adulti? Spesso non approvano che i figli facciano gli influencer, considerando ciò una perdita di tempo, soprattutto per la scuola: così nascono gli scontri. Se proprio si vuole pubblicare, dare sempre il buon esempio e non fare cose pericolose. Ma agli adulti va la responsabilità ultima di controllare.



Bisogna fare i conti con i commenti negativi