

La rivolta dei "creativi", siamo lavoratori come gli altri

#CoglioneNo è una campagna di sensibilizzazione contro la svalorizzazione del lavoro creativo. Perché se chiami un giardiniere lo devi pagare, mentre a un videomaker puoi dire che "il progetto non ha budget", ma in compenso "ha allargato il suo portfolio"

Lo slogan, che poi è un hashtag è senza dubbio diretto: #coglioneNo. E rappresenta "la reazione di una generazione di creativi" alla progressiva svalutazione del proprio lavoro. Perché se chiami un giardiniere e gli proponi di tagliarti il prato in cambio di "visibilità" o "per farsi il portfolio", quello ti prende a male parole (se va bene). Con i creativi invece funziona quasi sempre proprio così.



Ecco come nasce #coglioneNO, la campagna di sensibilizzazione lanciata dal gruppo "Zero", un collettivo di tre "creativi", scrittore, fotografo e videomaker, che operano tra Roma e Londra. Hanno anche un sito, zerovideo.net, dove è spiegato in un manifesto il senso di quel nome, Zero appunto.

"Zero perché il mondo è finito e non ce ne siamo accorti", "Zero perché i soldi sono finiti. Da un pezzo. E noi di soldi nostri non ne abbiamo mai avuti. Zero perché quando sono cadute le maschere delle mille opportunità che doveva darci il terzo millennio, ci siamo ritrovati senza scelta. Spalle al muro", "Zero perché qua fuori non c'è più nessuno".

Dagli "Zero" nasce appunto la campagna #coglioneNo. I suoi promotori la definiscono come "la reazione di una generazione di creativi alle mail non lette, a quelle lette e non risposte e a quelle risposte da stronzi". "La reazione alla svalutazione di queste professionalità anche per colpa di chi accetta di fornire servizi creativi in cambio di visibilità o per inseguire uno status symbol". "La reazione a offerte di lavoro gratis perché ci dobbiamo fare il portfolio, perché tanto siamo giovani, perché tanto non è un lavoro, è un divertimento".

L'obiettivo dichiarato è quello di "unire le voci dei tanti che se lo sentono dire ogni volta". Per ricordare a tutti che "siamo giovani, siamo freelance, siamo creativi ma siamo lavoratori, mica coglioni". La campagna è sostenuta anche da alcuni video ([come questo](#)), per i quali, precisano gli autori, nessun creativo è stato pagato.