



Il capitolo di Warrior Nun OCS in Italia ha ispirato il fandom con l'annuncio di un cartellone pubblicitario a Milano la scorsa settimana. Questa azione ha generato diversi articoli e ci ha riportati sotto i riflettori. Ha anche mostrato come un gruppo di persone in una regione specifica potrebbe riunirsi e fare la differenza. La OCS newsletter voleva portare la loro storia al fandom e ha contattato la pagina per fare alcune domande riguardo le loro azioni ispiratrici.

#### **OCS: PARLACI DI WARRIOR NUN ITALY, QUANTI SIETE A GESTIRE LA PAGINA?**

La pagina Warrior Nun Italy è nata da un'idea di @zialetti04 con l'intento di creare un punto di riferimento per il fandom italiano all'interno della grande famiglia di Warrior Nun. Ha contattato varie persone esperte in traduzioni, editing video e foto disposte a dedicare tempo alla gestione della pagina, siamo 15 persone!

Abbiamo iniziato subito con la traduzione di articoli più rilevanti, le interviste al cast pensando ai tanti fan che non conoscono l'inglese. Il nostro è un lavoro di gruppo quotidiano: c'è chi si occupa di recuperare le notizie, chi traduce, chi realizza la parte grafica per la pubblicazione in pagina, chi si occupa di editare le interviste video inserendo i sottotitoli.

Qualche esempio concreto: abbiamo tradotto il discorso di Simon nello spazio per i 10 milioni

, lo script

([https://twitter.com/WarriorNun\\_IT/status/1627569250880868359](https://twitter.com/WarriorNun_IT/status/1627569250880868359)), l'emozionante lettera ai fan di Stanley

, diversi cameo di Kty e dedicato un'intera

settimana a Sylvia de Fanti

Siamo tutti impegnati tra lavoro e studio ma dedichiamo parte della nostra giornata al salvataggio di Warrior Nun con grande impegno e passione.

La nostra italianità emerge con la creazione di meme e se volete divertirvi allora cercate le nostre frasi per le giornate dei rest: GOCCIA DI LIMONE, SIMONE BARRIO ILLUMINACI, REBECCA IN FIESTA.

E l'ultima decisamente più romantica: AVATRICE IN CAPRI THAT'S AMORE

#### **OCS: COME MAI AVETE DECISO DI FARE UNA BILLBOARD IN ITALIA?**

Volevamo anche noi un simbolo in una grande città italiana che dicesse: Warrior Nun è visto ed apprezzato anche qui! Noi ci siamo!

#### **OCS: VI VA DI CONDIVIDERE I NOMI/GLI INDIRIZZI SU TWITTER DI OGNI PERSONA COINVOLTA?**

@zialetti04

@ocswarrior

@Everett\_88

@mikipivot

@ShutTheFoxUp\_

@sleepycookie

@vi\_exyocs

@staabv

@fedebhononso

@MaryEmiSue

@ttnneebn

@cedricmagiceheh

@sapphicshotgun

@hedasestra

@whoareyouwr

#### **OCS: COME È NATA QUESTA IDEA?**

Era fine Febbraio, assistevamo all'organizzazione del meeting sotto la Billboard di Londra e una di noi ha detto "ma metterne una in Italia?" e abbiamo iniziato a parlarne. C'è stato un immediato coinvolgimento di tutti e ci siamo entusiasmati.

#### **OCS: QUALI SONO STATE LE SFIDE LOGISTICHE?**

Inizialmente abbiamo pensato di mettere un cartellone pubblicitario fisico a Roma, ma non siamo riusciti a trovare un posto adatto. Doveva essere un posto in cui le persone che passavano lo potessero vedere, ma apparentemente i luoghi migliori erano già occupati. Avevamo un sogno: c'era uno spazio pubblicitario proprio davanti alla sede di Netflix Italia a Roma, ci abbiamo provato molto intensamente, ma non ci siamo riusciti. Ci siamo quindi concentrati su Milano. Qui, utilizzando il sito dell'agenzia che affitta questi totem digitali, abbiamo cercato i posti migliori in strade in cui sapevamo che il totem avesse più possibilità di essere visto dalle persone.

#### **OCS: PERCHÉ QUELLA LOCATION, RACCONTATE DELLA RACCOLTA FONDI E DEI DETTAGLI?**

Dopo una ricerca approfondita, alla fine abbiamo scelto Corso Buenos Aires perché è una delle strade più affollate di Milano. Ci sono tantissimi negozi e le persone vanno lì a fare shopping, soprattutto nel weekend.

Abbiamo scelto di non fare una raccolta fondi per il totem per non metterci in competizione con il GoFundMe principale, inoltre non volevamo rovinare la sorpresa! Il costo inizialmente è stato interamente coperto da una di noi, ma appena è stato sistemato tutto, altri membri dello staff di WN Italy e anche altre persone di un gruppo Telegram di fan italiani di WN hanno donato quello che potevano.

#### **OCS: QUANTE ORE SONO STATE SPESE PER IL PROGETTO BILLBOARD?**

Dall'idea alla realizzazione direi una decina di giorni intensi. Abbiamo avuto l'idea il 24 febbraio, ma tra weekend e tempi tecnici, è slittato tutto al 13 Marzo. Nel frattempo abbiamo valutato varie opzioni, cartaceo o digital, città, luogo, contattato diverse aziende. Volevamo un luogo accessibile a piedi, centrale, con negozi intorno, e non è stato facile con così poco preavviso e anche un budget abbastanza limitato. Molte aziende non affittavano cartelloni singoli, altre non affittavano per meno di 6 mesi, molte altre non ci hanno neanche risposto. Come detto la nostra prima idea era di metterlo a Roma, ma alla fine siamo soddisfatte della location a Milano.

#### **OCS: COSA VI HA SPINTO A FAR PARTE DI QUESTO PROGETTO?**

Volevamo fare qualcosa di concreto, essere parte attiva nel fandom non solo con i tweet ma con qualcosa di più. E fare qualcosa insieme. Come dice Ava a Bea: they can't beat us, not together.

E così è iniziata la nostra missione per salvare WN. Il 19 gennaio 2023 dopo le 22:00 è nata ufficialmente WN Italy con il primo tweet dedicato ad Ava Silva.

E giorno dopo giorno si è instaurato un legame tra noi. Come per tante altre persone nel fandom sparse in tutto il mondo, WN ci sta unendo, sta creando amicizie, sta creando legami.

Ed è questa la nostra forza. Siamo Halo Bearers, siamo una famiglia e vogliamo scrivere la storia salvando Warrior Nun e tutto quello che rappresenta per noi. Hanno cercato di renderci invisibili con la cancellazione della serie, ma noi abbiamo detto NO. Esistiamo e lotteremo. In this life.

#### **OCS: PROGETTI FUTURI PER OCS ITALIA (INCONTRI/WATCH PARTY)?**

Stiamo organizzando un incontro il 18 marzo, di fronte al totem. Sarà una bella occasione per far incontrare tra loro i fan italiani e scattare delle foto! Chi non potrà partecipare, certamente può (e speriamo lo farà) partecipare al rewatch globale della prima stagione che ci sarà quello stesso giorno e il giorno dopo.

#### **OCS: SENTITEVI LIBERI DI AGGIUNGERE QUALSIASI ALTRA COSA**

Vogliamo ringraziare Sarah, Kelsey e la designer (@lucydesigns0) per essersi subito messe a disposizione ed averci incoraggiato non appena le abbiamo contattate. Ci hanno fornito informazioni e soprattutto la grafica delle giuste dimensioni.

Siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti e senza dubbio continueremo a lottare con ogni mezzo possibile. La passione è tanta e il sostegno globale che si respira è incoraggiante. Chissà a cos'altro porterà! In ogni caso, a prescindere dall'esito della campagna, una cosa è certa: questo movimento ci ha unito più di quanto ci aspettassimo. Le amicizie che si sono create lungo questo percorso, andando ben oltre i confini geografici, sono legami destinati a rimanere e non c'è niente di più entusiasmante che combattere al fianco di chi condivide i tuoi stessi obiettivi! Crediamo, inoltre, che sia importante aver dimostrato a Netflix che le loro azioni hanno delle conseguenze e che il pubblico non è più disposto ad accettare passivamente le loro scelte in fatto di cancellazioni. Pensiamo che, indipendentemente dal risultato della campagna, questo movimento di protesta entrerà nella storia, proprio come quello che nacque in seguito alla morte di Lexa.

Ci sono così tante idee creative là fuori. Da murales, disegni sui marciapiedi fatti col gesso, cosplay, cartelloni pubblicitari, incontri di persona o online. Questo è un fandom mondiale non gestito da un gruppo di persone ma una collaborazione di diversi gruppi e migliaia di persone. Ci sono molte persone che vogliono aiutare in questa campagna e altre disposte a offrire una guida. Cos'è popolare nella tua regione? Cosa ti ispirerebbe a continuare a combattere? Ricorda, ogni azione, indipendentemente dalle dimensioni, dà scopo e significato agli altri. Non solo getta più benzina sul fuoco alla nostra lotta per salvare la serie. Ma dimostra alle piattaforme di streaming che siamo forti, creativi, audaci e che non andremo da nessuna parte finché non salveremo Warrior Nun.