Quaderni d'altri tempi

Canzoni che fanno leva sul ritrovare radici, legami con un territorio perduto, per esempio la Sicilia, trasmissioni che si rituffano nel passato, nuove forme di intrattenimento, in primis i videogame, che riecheggiano entrambi i temi: le leve di marketing per incentivare i consumi trovano nuova linfa.

APPARTENENZA E NOSTALGIA: NUOVI MOTIVI DI CONSUMO

di ***Fabiana Spartà***

> "Incominciano le ferie quando torno al mio paese
> Le Madonne nelle chiese quando torno al mio paese
> Con le luci sempre accese, quando torno al mio paese
> Le signore sulle sedie quando torno al mio paese
> Tra le piazze sempre piene quando torno al mio paese
> Per l'amore e per la fede torni sempre al tuo paese
> Torni sempre al tuo paese".

A una manciata di mesi dalla sua uscita, lo scorso aprile, il brano *Al mio paese* delle tre cantautrici meridionali Delia, Levante e Serena Brancale ha conquistato l'Italia, arrivando a occupare il quinto posto nella Top 50 Italy di Spotify. Che sia durante un giro in macchina, una colazione al bar o lo *scrolling* autarchico su TikTok, questa canzone partecipa ormai alle vite degli italiani, indipendentemente dalla loro maggiore o minore approvazione. Il suo contenuto è il prosieguo ideale, con più visualizzazioni e ascoltatori – 18 milioni su YouTube – del progetto artistico della paternese Delia Buglisi, rivendicatrice della propria sicilianità sin dal primo provino al talent show X Factor 2025. Sincopando la cover di *SAKURA* della cantautrice, produttrice discografica e attrice spagnola Rosalìa – "Las flores de esta *ciudad* no huelen a na' / ¿Por qué será? ¿Por qué será? / Y todas las chicas son tan bonitas, tan plásticas / ¿Por qué será? ¿Por qué será?" ("I fiori di questa città non profumano di niente, per quale motivo? Per quale motivo? E tutte le ragazze sono così belle, così plastiche. Per quale motivo? Per quale motivo?") – menziona la propria terra – "sicca, comu l'occhi mi" (secca come i miei occhi) – e costruisce subito la sua immagine mediatica: la gioventù siciliana costretta a partire, in attesa della possibilità di un ritorno.
Un posizionamento, puro marketing o meno, circoscritto e ben definito grazie alla canzone *Sicilia Bedda* con cui abbandona il talent e si lancia nel reale mercato discografico. L'audio del ritornello – "Suli, ventu, mari / a gente c'arridi / cu mu fa fari / a gghiriminni senza turnari / cu mu fa fari, Sicilia bedda? (ovvero: Sole, vento, mare / la gente che ride / chi me lo fa fare / ad andarmene senza tornare / chi me lo fa fare, Sicilia bella?") – utilizzato dall'account ufficiale TikTok di X Factor ha più di quattromila post, lo stesso audio legato all'account di Delia quasi altri diecimila; su Instagram i reels sono oltre settemila, ma la canzone spopola anche nei post e nelle storie.

Lo schema è il seguente: la città è plastica e priva di natura, vi ci si reca solo per sopravvivere, un volo lowcost verso la Sicilia invece diventa l'unica parentesi dell'anno per riprendere a respirare, una pausa. Un'esperienza che abbraccia quella di moltissimi italiani e che vende perché risponde a una richiesta: il desiderio di sentire il proprio dolore cantato e condiviso da altri. Un desiderio per altro che non si discosta molto da quello alle fondamenta della storica *Ragazzo della via Gluck* di Adriano Celentano, che già nel 1966 raccontava il viaggio dalla periferia al centro della città plastica: cemento tombale da cui solo il fischio del treno può salvare, in un viaggio fisico o immaginativo che sia. La narrazione così costruita risponde dunque alla speranza di sentirsi, anche se per pochi minuti, meno soli. Proprio per questo motivo il viaggio contenuto nella canzone di Delia, Levante e Brancale è quello verso un Paese con l'iniziale maiuscola, capace di racchiudere dentro di sé l'immaginario di tutti i paesi del meridione (e non solo). La divulgatrice e scrittrice Claudia Fauzia fa ben notare, tuttavia, la criticità del testo: l'appiattimento del Sud, e delle sue città, nella dimensione a-storica del paese mitico, immobile, non toccato dal progresso (cfr. Fazia, 2025). Le immagini-simbolo rivendicate nel testo, le signore sulle sedie e le nonne nelle chiese che Serena Brancale racconta a *Cosmopolitan* come "luoghi comuni sacri", esistono e sono proprietà dello sguardo di chi quel paese lo ha abitato genuinamente. Gli si riconosce il merito dunque, commenta Fauzia, di non portare con sé l'estraneità insita nello stereotipo di chi al Sud non appartiene, ma rischiano comunque di essere limitanti. Di partecipare a una retorica che fa del Sud Italia una cartolina, un luogo a-temporale, perfetto per rivendicare una parentesi di "vita lenta" sui social, ma senza dargli le possibilità di crescere ed essere vivibile al di là della pura fantasia di vacanza.

Un passato indefinito e non conflittuale

La sua disomogeneità e le sue annesse complessità sono sempre meno raccontate, quantomeno al grande pubblico raggiunto tramite l'investimento di enormi capitali da parte delle major discografiche, prediligendo una semplicità narrativa garante di viralità. I piccoli artisti, quelli che continuano a essere abitanti del margine, provano a raccontare di protesta, colonialismo e diaspora. "Vogliono togliermi il mare, la spiaggia e l'accento come alle Hawaii" è l'incipit del brano *VAYAS* del rapper SouthSide Ciccio, con ventiquattromila ascolti in cinque mesi e centonovantamila visualizzazioni nella sua prima apparizione su TikTok, ma parole simili sono troppo conflittuali per raggiungere il grande mercato. Senza demerito

alcuno per i protagonisti di questa metamorfosi, per i quali è un diritto che la propria identità non si trasformi in costrizione, è comunque importante interrogarsi su come tale processo risponda a una più ampia tendenza nel mondo della produzione culturale attuale. Gran parte dei prodotti che consumiamo sembrano essere puro escapismo: ricerca di un Altrove più tranquillo del nostro quotidiano, più semplice. Uno spazio che evochi un passato indefinito e privo delle ansie del presente; il Paese idealizzato del Sud, delle vecchie, delle piazze. Il capovolgimento dei ritmi frenetici entro cui siamo rimasti *incastrati*, un'istantanea e artificiale ricostruzione di una comunità perduta. Niente più solitudine e alienazione, da qualche parte le nostre paure possono essere condivise e i rapporti umani – di *sangue* – vincono sulle scadenze burocratiche.

Una dinamica simile è stata il punto di forza del videogioco *Mafia: The Old Country*, il quale ha spopolato sui social tramite il gameplay del content creator Nervy intitolato: *VERO SICILIANO gioca a MAFIA: The Old Country per la PRIMA VOLTA*. Un ritorno del "vero siciliano" al consumo di qualcosa che gli appartiene, a una tradizione che ha abbandonato. Un'occasione per frequentare parte della storia delle proprie origini nella piacevole cornice di una Sicilia legata all'onore e alla famiglia, seppur ciò sia tristemente possibile solo per quella realtà già inserita nel mainstream e brandizzata da *Il Padrino* di Francis Ford Coppola e dal grande cinema di Martin Scorsese e Sergio Leone. D'altronde il potere del videogioco, come del libro e del cinema, è quello di poter simpatizzare con il villain e sospendere il giudizio morale in assenza di conseguenze. Nervy infatti sottostà intelligentemente alle regole del gioco; indossa una camicia, una coppola nera, stringe uno stuzzicadenti tra le labbra e chiama i suoi spettatori "a famigghia", intervallando la semplice esperienza di gaming a uno spettacolo in cui si fa lui stesso parodia dello stereotipo siciliano.

Il videogioco ha riscosso grande successo perché ha avuto la capacità di riconoscere l'esistenza di un gruppo che aveva desiderio non solo di vedersi, ma anche e soprattutto di vedersi raccontato a un grande pubblico. L'abbandono narcotico all'entusiasmo di immaginare i paesaggi familiari, la resa grafica straordinaria dei dolci con cui si è cresciuti e la propria stessa lingua – il videogioco è infatti interamente doppiato in dialetto – offerti al mondo intero sembra in ultima istanza esser ciò che ha garantito le alte vendite a *Mafia*. In questo caso è stata soprattutto la rivendicazione orgogliosa della lingua locale, che percorre tutt'ora la strada già solcata nei media dalla musica e dalla serialità televisiva napoletana, a farsi evidente meccanismo di difesa dall'effetto alienante della globalizzazione. Il consumo del prodotto videoludico diventa allora occasione per ricordarsi di essere parte di un qualcosa; una pausa necessaria per poter tornare ad affrontare una quotidianità che, senza queste isole di piacere e sospensione del reale, risulterebbe troppo aggressiva per il singolo individuo.

Il meccanismo della nostalgia, il nuovo non ci basta.

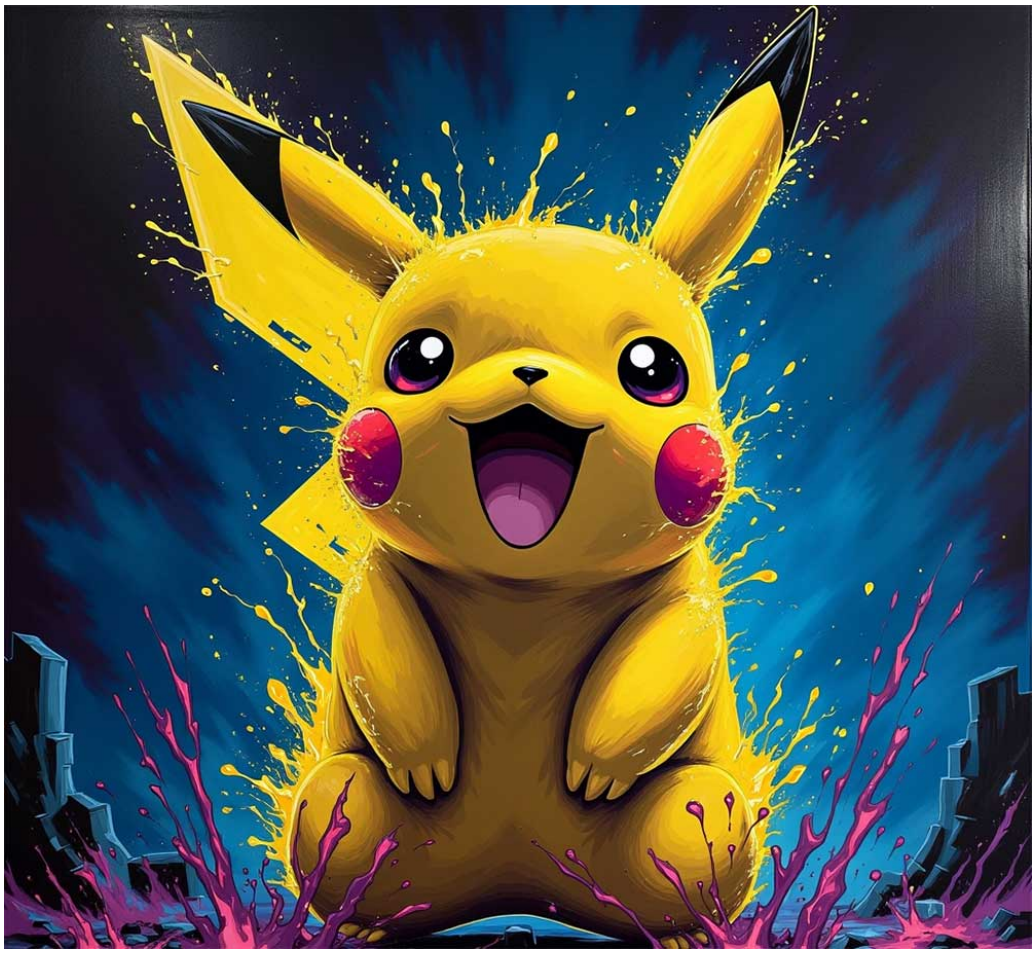
Il sentire contemporaneo – scrive Fabio La Rocca – si fonda sull'immaginario nostalgico (cfr. La Rocca, 2025). È una conclusione alla quale si può arrivare facilmente osservando i già citati esempi, la canzone *Al mio paese* e il videogioco *Mafia: The Old Country*. Il processo risulta anzi ancor più semplice dal momento che entrambi fanno uso della nostalgia in un vero e proprio calco della suo etimologia, "nostos"/ritorno e "algos"/dolore, riferendosi alla sofferenza determinata dalla lontananza dal luogo natio. In generale, tutti i media tentano di arginare la minaccia rappresentata dalla globalizzazione alienante sfruttando l'immaginazione nostalgica, antidoto al *burnout* di cui è vittima la società occidentale. Sempre più aggressivi si fanno i *rewatch* di serie televisive anni Novanta e Duemila. *Friends*, *Lost*, *Grey's Anatomy*, *How I Met Your Mother*, *The Big Bang Theory*, *Modern Family*, sono solo alcuni dei titoli che rappresentano un modello di serialità "vecchio", non più finanziato dai produttori eppure sempre più desiderato dal consumatore, mentre i re-telling dell'*Iliade* e di numerosi episodi della mitologia classica diventano virali sul "booktok" e il mondo del cinema acclama *Odissea* di Christopher Nolan.

La mancanza della terra natia, esperienza sempre più condivisa non solo nello storico esodo Sud-Nord ma anche nell'abbandono dell'Italia, può essere interpretata come il corrispondente microscopico di una più grande ferita, mancanza, nel solco della quale abita l'intera società occidentale: la perdita del contatto con la propria interiorità, con la Storia che costituisce l'Io. La soluzione più immediata è quella di rifugiarsi nel ricordo. Si guardano serie tv Rai esclusivamente perché ambientate in luoghi familiari, nella speranza di riconoscere una piazza o un negozio familiare, forse anche di vedersi tra le comparse. Poco importa che ci si sia trasferiti anni prima e che il lavoro, i costi esagerati dei biglietti aerei, un sistema di trasporto pubblico inefficiente, impediscano di ripercorrere quelle stesse strade da mesi. Un meccanismo che Rai stessa incentiva grazie al canale Rai Storia, nel cui palinsesto sono inserite repliche di trasmissioni passate capaci di catturare lo spettatore principalmente grazie alla memoria dell'affezione. Si riscopre dunque la propria infanzia: una passata ossessione per una band, un supereroe, un videogioco.

Collezionismo e dimensione videoludica

Sintomatico di ciò è quel che rappresenta oggi il collezionismo di carte Pokémon, oggetto delle spese sfrenate di adulti in cerca forse di un contatto con una serenità perduta e idealizzata. In generale tutta la realtà videoludica si è vista travolta dalla tendenza al retrogaming. Pokémon stesso nasce come videogioco nel febbraio 1996 e nel gennaio 2026 i suoi primi titoli, *Pokémon: Rosso* e *Pokémon: Verde,* vengono riproposti in digitale per le console Switch e Switch 2 riscontrando enorme successo. Nonostante la tecnica consenta grafiche senza precedenti, caricamenti velocissimi ed esperienze di gioco sempre più dinamiche, la ricerca di console usate e meno performanti, ma storiche, ha visto una crescita. Lo dimostra il prezzo ancora alto per l'acquisto di un Nintendo DS, console che meglio di altre ha canalizzato l'idea del brand Nintendo quale parte della famiglia e compagna di crescita. I videogiochi originali proposti sono esteticamente impeccabili, narrativamente articolati, eppure gli utenti sembrano attendere con maggiore ansietà le remastered di titoli già giocati. Con il termine remastered si intende infatti la compatibilità di vecchi giochi con console nuove, a volte coinvolgendo un miglioramento grafico e altre mantenendo agli estremi della religiosità il gioco identico all'originale, e sono i titoli da cui le

grandi case produttrici sembrano trarre buona parte del proprio profitto.



Lo *State of Play* di giugno 2026, evento in streaming periodicamente organizzato da Sony per annunciare le sue prossime uscite, presenta *Rayman Legends Retold* con copia gratuita del precedente *Rayman Origins Enhanced Edition* e la prima avventura in chiave moderna di Lara Croft in *Tomb Raider: Legacy of Atlantis*. Il "Summer Game Fest 2026" invece rende pubblica la data di lancio del remake *Assassin's Creed Black Flag Resynced*, comunica che *Final Fantasy VII Revelations* porterà a termine nel 2027 il progetto di reinterpretazione del mondo originale di *Final Fantasy VII* (1997) e rivela un nuovo remake dell'universo di *Resident Evil* con *Resident Evil: Veronica*, a meno di un anno dal remake di enorme successo di *Resident Evil: Requiem*. Nel mentre Nintendo annuncia il remake di *Zelda: Ocarina of Time* non avendo ancora un titolo originale della sua saga di punta da lanciare su Switch 2.
Nell'epoca dell'IA e delle massime possibilità di creazione, allora, una buona parte degli acquirenti continua a guardare indietro, consapevolmente o meno, cercando di equilibrare lo sconvolgimento dell'avverarsi di un nuovo modo di vivere con la parvenza di continuare a custodire l'umano.

Un progetto simile è stato realizzato dalla succitata Rosalia con il suo ultimo album, *LUX,* un susseguirsi di brani entro cui sperimenta diverse identità, di sante e figure di culto, tramite l'uso di 13 lingue diverse. Con l'obiettivo di produrre un album il più umano possibile, rivendicando l'assenza di alcuna sperimentazione con l'IA, la cantante si rifugia nel sentimento antico del bello e del sacro, nell'amore a-storico per la bellezza assoluta. Indossa gli abiti di diverse sante e se nell'area contemporanea, fortemente lirica seppur con interessanti glitch elettronici, *Mio Cristo piange diamanti* canta in italiano lasciandosi possedere dall'animo innamorato di Santa Chiara d'Assisi, nella bonus track *Focu 'ranni* è il siciliano della Santa Rosalia che diventa protagonista. Non una semplice sperimentazione estetica, ma un progetto che porta dentro di sé il viscerale bisogno di rottura con le aspettative. La ricerca di uno spazio liminare tra vecchio e nuovo, tra sacro e profano, dove Rosalia – la Santa e la cantante – possono abbandonarsi alla libertà di una caduta nel vuoto, una sospensione da qualsiasi vincolo mondano. Dove il "focu 'ranni", che in siciliano simboleggia l'esplosività di un momento di rottura, di guaio che cambia tutto, è lo shock della scoperta dell'autodeterminazione.

> "Grabé tu nombre en mis costillas
> Pero mi corazón nunca tuvo tus iniciales
> Tarde o temprano el destino te golpea
> Aunque ignores sus señales
> Tu
> 'U me focu 'ranni
> Mi jittaiu 'nt'a lu nenti
> Pi nun perdiri 'a libbirtà
> E l'amure senza liggi
> È l'unicu ch'accittassi
> Mi jettu 'nt'a lu nenti
> Prima d'abbruciarmi".

Un testo che in italiano suona così: "Ho inciso il tuo nome sulle costole / Ma il mio cuore non ha mai avuto le tue iniziali / Il destino prima o poi ti raggiunge / Anche quando ne ignori i

segnali / Tu / Il mio grande fuoco / Mi ha spinto nel vuoto / Per non perdere la libertà / E un amore senza leggi / È l'unico che potrei accettare / Mi getto nel vuoto / Prima di bruciarmi". Tuttavia l'autodeterminazione è difficile e il soggetto contemporaneo, irretito tra le molteplici possibilità del presente, quando sceglie una strada lo fa portando con sé i fantasmi delle altre vie inesplorate. Di questo dolore si fa espressione il sentimento nostalgico già menzionato e su cui il mercato cerca di capitalizzare; una ferita che reca con sé anche un piacere masochistico indispensabile per affrontare lo sradicamento. A differenza della nostalgia "regressiva", che idealizza il passato in chiave conservatrice, la nostalgia qui presa in esame appare come una nostalgia "di resistenza", che contenga dunque un tentativo di sollievo all'incertezza del presente. Tra evasione e critica, l'acquisto sembra dunque finalizzato al sollievo di un dolore con cui non si vuole ancora familiarizzare, ma cui solo la presa di coscienza può portare a una reale emancipazione. Il coraggio di attraversare e impossessarsi du focu 'ranni.

ascolti

- Delia, *Sicilia Bedda*, Warner Music Italy e Warner, 2025.
- Serena Brancale, Levante, Delia, *Al mio paese*, Atlantic Records, 2026.
- Rosalia, *LUX (Complete Works),* Columbia Records, 2026.
- SouthSide Ciccio, Erkory, *Vayas*, La Vibra X Costa Sud, 2026.

letture

- Fabio La Rocca, *L'immaginario nostalgico: un sentire contemporaneo*, *The Imaginary of Nostalgia*, *vol. 2 n. 25*, dicembre 2025.

visioni

- Claudia Fazia, *"Al mio paese" racconta un Sud che non esiste*, Instagram 10 settembre 2025 [visualizzato l'ultima volta il 3/06/2026].
- Hangar 13 (consulenza Stormind Games), *Mafia: The Old Country*, 2k Games, 2025.

04 Settembre 2026