Geografia e turismo



SOCIETÀ DI STUDI GEOGRAFICI

NUOVA SERIE
29 / 2026

Memorie Geografiche

29

Nuova Serie - N. 29 Anno 2026

MEMORIE GEOGRAFICHE

VI Edizione delle Giornate di Studi interdisciplinari "Geografia e..."
Noto (SR), 12-13 giugno 2025

Geografia e turismo

a cura di
Giovanni Messina, Enrico Nicosia, Carmelo Maria Porto

Società di Studi Geografici
via S. Gallo, 10 - Firenze
2026

Geografia e turismo è un volume delle Memorie Geografiche
della Società di Studi Geografici

http://www.societastudigeografici.it

ISBN 978-88-94690194

Numero monografico delle Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici
(http://www.societastudigeografici.it)

Certificazione scientifica delle Opere
Le proposte dei contributi pubblicati in questo volume sono state oggetto di un processo di valutazione e di selezione a cura del Comitato scientifico e degli organizzatori delle sessioni della Giornata di studio della Società di Studi Geografici

Comitato scientifico:
Fabio Amato (Università di Napoli L'Orientale, Consiglio SSG), Valerio Bini (Università di Milano, Consiglio SSG), Cristina Capineri (Università di Siena, Consiglio SSG), Egidio Dansero (Università di Torino, Consiglio SSG), Domenico de Vincenzo (Università di Cassino, Consiglio SSG), Francesco Dini (Università di Firenze, Consiglio SSG), Sonia Gambino (Università di Messina), Michela Lazzeroni (Università di Pisa, Consiglio SSG), Mirella Loda (Università di Firenze, Consiglio SSG), Monica Meini (Università del Molise, Consiglio SSG), Giovanni Messina (Università di Messina), Enrico Nicosia (Università di Messina), Andrea Pase (Università di Padova, Consiglio SSG), Carmelo Maria Porto (Università di Messina), Filippo Randelli (Università di Firenze, Consiglio SSG), Giuseppe Terranova (Università di Messina).

Comitato organizzatore:
Francesco Paolo Campione (Università di Messina), Sonia Gambino (Università di Messina), Giovanni Messina (Università di Messina), Enrico Nicosia (Università di Messina), Carmelo Maria Porto (Università di Messina), Giuseppe Terranova (Università di Messina), Carmelo Mario Vicario (Università di Messina), Giovanna Giulia Zavettieri (Università di Roma Tor Vergata).



Creative Commons Attribuzione – Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale

© 2026 Società di Studi Geografici
Via San Gallo, 10
50129 - Firenze

G. Messina, E. Nicosia, C.M. Porto (a cura di), Geografia e turismo
Società di Studi Geografici. Memorie geografiche NS 29, 2026, pp. 689-690. ISBN: 978-88-94690194

ENRICO NICOSIA*, GIOVANNA ZAVETTIERI**

GEOGRAFIA E CINETURISMO: MEDIA, MOBILITÀ E NUOVE DINAMICHE TERRITORIALI

La sezione si colloca all'interno del dibattito contemporaneo della geografia culturale e del turismo in cui il rapporto tra rappresentazioni mediali, produzione simbolica dello spazio e pratiche di mobilità costituisce un ambito di ricerca consolidato e in continua evoluzione. Con il *cultural turn*, la geografia ha ampliato il proprio campo d'indagine, integrando approcci interdisciplinari e aprendo un dialogo strutturato con media e *film studies*, i quali hanno progressivamente analizzato le dinamiche spaziali nel cinema e nei mezzi di comunicazione di massa (Tanca, 2020). In questa prospettiva, lo spazio geografico si configura come esito di pratiche discorsive, rappresentazioni e processi semantici.

All'interno di tale quadro teorico si inserisce il *film-induced tourism*, fenomeno che rappresenta una chiave interpretativa centrale per analizzare le trasformazioni territoriali contemporanee e la costruzione dell'immaginario geografico. Come evidenziato dagli studi pionieristici di Cohen (1986), Butler (1990) e Riley, Baker e Van Doren (1998), le rappresentazioni mediatiche esercitano un'influenza diretta sui processi di riorganizzazione spaziale, orientando percezioni, aspettative e comportamenti dei visitatori. La sistematizzazione proposta da Beeton (2005; 2016) ha ulteriormente consolidato il campo, sottolineando il ruolo del turismo esperienziale e introducendo il concetto di "pellegrinaggio mediatico", attraverso cui i luoghi della finzione diventano mete di consumo simbolico.

In questa prospettiva, il cineturismo si configura come vettore attivo di trasformazioni economiche, sociali e ambientali, contribuendo alla ridefinizione delle identità territoriali e delle strategie di valorizzazione locale (Nicosia, 2012; 2022; 2024). Il fenomeno si estende inoltre oltre il cinema, coinvolgendo serie televisive, videogiochi e contenuti digitali, che contribuiscono a ridefinire la percezione dei luoghi (Morazzoni, Zavettieri, 2023). La digitalizzazione e la diffusione delle piattaforme di streaming hanno ulteriormente intensificato tali dinamiche, ampliando la circolazione globale degli immaginari e accelerando la trasformazione delle pratiche turistiche (Conviva, 2020).

Parallelamente, i festival cinematografici assumono un ruolo crescente nella costruzione di circuiti culturali e turistici, configurandosi come dispositivi territoriali capaci di incidere sulla struttura spaziale e sulle reti economiche, sia a scala globale sia nei contesti locali. In questo scenario si inseriscono anche le tecnologie emergenti, quali intelligenza artificiale, realtà aumentata e realtà virtuale, che ridefiniscono le modalità di fruizione turistica attraverso esperienze immersive e personalizzate, contribuendo alla formazione di nuove geografie mediali e, in alcuni casi, algoritmiche.

Su questo impianto teorico si innesta la struttura della sezione, che propone una lettura articolata e progressiva delle interazioni tra media, territorio e turismo attraverso contributi che, pur nella loro autonomia, risultano tra loro strettamente interconnessi.

Un primo asse di riflessione è rappresentato dal rapporto tra cinema e trasformazione degli immaginari territoriali. In questa direzione si colloca il contributo di Lisa Ferri, che analizza il litorale romano come spazio di frontiera tra quotidianità e rappresentazione, evidenziando come le immagini cinematografiche contribuiscano alla risemantizzazione di un territorio marginale rispetto ai circuiti turistici internazionali, ma fortemente radicato nell'immaginario collettivo. A questa prospettiva si affianca il lavoro di Martina Lucarno, che esamina il caso di Milano mostrando come cinema e pubblicità abbiano partecipato attivamente alla costruzione di una nuova identità urbana, trasformando la percezione della città e contribuendo alla sua attrattività turistica. In modo analogo, il contributo di Guido Lucarno e Martina Lucarno sul Giardino di Ninfa evidenzia il ruolo della pubblicità cinematografica d'autore nella diffusione della conoscenza paesaggistica e nella costruzione di nuove forme di attrazione turistica.

Un secondo asse riguarda il rapporto tra narrazione audiovisiva e valorizzazione territoriale. Il contributo di Costanzo e Dimartino analizza il *film-induced tourism* attraverso la costruzione di itinerari culturali, mostrando come il paesaggio narrato diventi strumento di pianificazione e sviluppo locale, in grado di integrare

Quest'opera è soggetta alla licenza Creative Commons Attribuzione – Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale

dimensione simbolica e organizzazione territoriale. In questa stessa direzione si inserisce il lavoro di Fancello, che propone il caso di Malta come esempio emblematico di trasformazione territoriale indotta dal cinema, evidenziando le ricadute economiche, occupazionali e identitarie delle produzioni audiovisive, ma anche la necessità di una governance integrata tra industria cinematografica e politiche turistiche.

Un terzo asse di analisi è costituito dal rapporto tra media, innovazione tecnologica e costruzione di nuovi immaginari geografici. Il contributo di Nicosia e Rombo introduce il tema dei paesaggi algoritmici e del ruolo dell'intelligenza artificiale nella produzione e reinterpretazione dei luoghi filmici, evidenziando come le tecnologie digitali stiano ridefinendo le modalità di costruzione, fruizione e personalizzazione dell'esperienza turistica. In questo quadro, il cineturismo si configura come fenomeno in evoluzione, sempre più interconnesso con le logiche della "piattaformizzazione" e della mediazione algoritmica.

Infine, il contributo di Zavettieri e Piluso introduce una prospettiva specifica sul ruolo dei festival cinematografici nei contesti periferici, analizzandone la funzione come strumenti di rigenerazione urbana e di riattivazione simbolica dello spazio. Il caso delle periferie romane evidenzia come le pratiche culturali possano incidere sulle dinamiche di marginalità, contribuendo alla costruzione di nuovi immaginari e forme di cittadinanza culturale.

Nel loro insieme, i contributi delineano un percorso coerente che, a partire dalla dimensione simbolica e rappresentativa del cinema, si estende alla sua capacità di incidere concretamente sui territori, sulle economie locali e sulle pratiche sociali. La sezione propone così una lettura integrata del rapporto tra media e spazio geografico, evidenziando come il cinema e le narrazioni audiovisive costituiscano oggi dispositivi fondamentali nella produzione contemporanea del territorio e nella definizione delle nuove geografie del turismo nell'età digitale.

BIBLIOGRAFIA

Beeton S. (2005). *Film-Induced Tourism*. Bristol: Channel View Publications.

Beeton S. (2016). *Film-Induced Tourism* (2ª ed.). Bristol: Channel View Publications.

Butler R.W. (1990). The influence of the media in shaping international tourist patterns. *Tourism Recreation Research*, 15(2): 46-53. DOI: 10.1080/02508281.1990.11014558

Cohen E. (1986). *Lo spettacolo del turismo: un'antropologia del turismo*. Bari: Dedalo.

Conviva (2020). *State of Streaming Q4 2020*. Testo disponibile al sito: https://pages.conviva.com/rs/138-XJA-134/images/RPT_Conviva_SoS_Q4_2020.pdf.

Morazzoni M., Zavettieri G.G. (2023). *Geografia, nuove tecnologie e turismo*. Roma: Carocci.

Nicosia E. (2012). *Cineturismo e territorio. Un percorso attraverso i luoghi cinematografici.* Bologna: Pàtron.

Nicosia E. (2022). *La Sicilia di celluloide. Dall'archeologia dei set al cineturismo*. Milano: FrancoAngeli.

Nicosia E., a cura di (2024). Cineturismo in Sicilia. Luoghi e paesaggi. *Kalós, rivista di arti e culture*, n.s. 2.

Riley R., Baker D., Van Doren C. S. (1998). Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4): 919-935. DOI: 10.1016/S0160-7383(98)00045-0

Tanca M. (2020). *Geografia e fiction: opera, film, canzone, fumetto*. Milano: FrancoAngeli.

*Università degli Studi di Messina, Dipartimento di Scienze Cognitive, Psicologiche, Pedagogiche e degli Studi Culturali; *enrico.nicosia@unime.it*

**Università degli Studi di Roma Tor Vergata, Dipartimento di Storia, Patrimonio culturale, Formazione e Società; *giovanna.zavettieri@uniroma2.it*