

# Ragusa

## Presentata a Modica “La Via Tardo Barocca”

Il progetto vuole ridefinire l'esperienza di vista e la comunicazione del sito Unesco seriale. L'iniziativa è coordinata a livello amministrativo dal Comune di Ragusa, come capofila di un'aggregazione di città

MODICA - È stato presentato nei giorni scorsi al Comune di Modica, “La Via Tardo Barocca. Light, Stone and Wonder”, il progetto che ridefinisce l'esperienza di visita e la comunicazione del sito Unesco seriale delle Città Tardo barocche del Val di Noto, attraverso un innovativo modello integrato di narrazione e interpretazione del patrimonio culturale. L'iniziativa è finanziata dal Ministero del Turismo, a valere sull'Avviso pubblico del 4 marzo 2022 per l'individuazione di progetti mirati alla valorizzazione dei Comuni a vocazione turistico-culturale nei cui territori sono ubicati patrimoni riconosciuti dall'Unesco.

Con il progetto si vuole rendere più forte e unitario il racconto di un sito seriale non ancora percepito nella sua complessità e varietà, illustrare l'eredità unica del Tardo Barocco del Val di Noto con linguaggi e applicazioni digitali all'avanguardia, mettere in rete il vasto patrimonio materiale e immateriale del territorio, grazie a una piattaforma digitale di ultima generazione, rafforzare la cittadinanza culturale e il senso di appartenenza.

Il progetto è coordinato a livello amministrativo dal Comune di Ragusa, in qualità di capofila di un'aggregazione di città, che comprende anche Catania, Noto, Caltagirone, Modica, Scicli e sul piano culturale dall'Unità Operativa Unesco del Distretto Turistico Sud Est, l'ente gestore del Sito.

Tre gli assi principali dell'intervento, che ha un valore complessivo di 893 mila euro ed è stato affidato, a seguito di una gara d'appalto, all'associazione temporanea d'impresa composta da Capitale Cultura Group (capogruppo), ARtGlass e Altair4.

Il primo asse d'intervento prevede la creazione di sette Visitor Center multimediali di nuova generazione a Ragusa Superiore, Ragusa Ibla, Caltagirone, Catania, Noto, Modica e Sci-

cli, con l'obiettivo di costruire una rete capace di raccontare il patrimonio Unesco in modo unitario, valorizzando al tempo stesso l'identità e le peculiarità di ciascuna città.

A questi si affiancheranno gli hub di Palazzolo Acreide e Militello, realizzati con un precedente finanziamento, che saranno integrati all'interno della rete di nuova realizzazione, caratterizzata dal nuovo brand, svelato ieri per la prima volta: La Via Tardo Barocca. Light, Stone and Wonder, a evidenziare gli elementi identitari che uniscono le città del sito seriale.

Il progetto, a cura del direttore creativo di Altair4, Pietro Galifi, mira a superare l'idea tradizionale di punto informativo turistico, trasformando ogni Visitor Center in uno spazio esperienziale dove architettura, arte, tecnologia, identità immateriale e memoria dialogano tra loro. Ogni hub sarà caratterizzato da un proprio concept originale, costruito a partire dalla storia e dall'identità della città che lo ospita: dal 'Teatro Barocco' di Caltagirone allo 'Specchio Barocco' di Ragusa Ibla, fino al racconto dell'archivio della memoria a Noto, della relazione tra pietra, artigianalità e paesaggio a Modica e del dialogo tra patrimonio e contemporaneità a Scicli.

A Catania, infine, uno spettacolare plastico interattivo racconterà la relazione tra il terremoto che diede origine alla rinascita tardo barocca e le devastanti eruzioni dell'Etna che cambiarono per sempre il volto del capoluogo etneo. Totem interattivi, mappe e pannelli con QR code, installazioni di Realtà Virtuale ricche di riprese a volo d'uccello e ricostruzioni 3D, saranno presenti in tutti i visitor center, per dare omogeneità e continuità alle esperienze.

Il secondo asse d'intervento sarà costituito da un ecosistema phygital (dove esperienze fisiche e digitali s'intrecciano in maniera semplice), svi-

luppato sulla piattaforma proprietaria di ARtGlass, azienda del Gruppo Capitale Cultura, leader a livello internazionale nel settore della Realtà Estesa per la cultura e il turismo.

Itinerari interattivi su una webapp dedicata, podcast, realtà aumentata e geolocalizzazione, smartmap e totem interattivi guideranno i visitatori. Un assistente virtuale 2D, basato su un'Intelligenza Artificiale guidata e curata scientificamente consentirà di mettere in rete le informazioni in maniera più profonda e personalizzare le esperienze.

Il terzo asse d'intervento riguarda la comunicazione e la cittadinanza culturale. Una “cassetta degli attrezzi” che, a partire dal nuovo brand presentato nel corso dell'evento, prevede un piano di marketing e promozione, un nuovo portale web, profili social dedicati, un archivio multimediale, incontri e laboratori con la cittadinanza e gli operatori culturali e turistici, la presenza del progetto ad alcune delle principali fiere culturali e turistiche: il TTG di Rimini, la Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum, il RO.ME Museum Exhibition.

