

**MASTER UNIVERSITARIO IN PROGETTAZIONE, COMUNICAZIONE E  
MANAGEMENT DEL TURISMO CULTURALE  
A.A. 2020/2021**

Titolo della tesi: Il Capitale Creativo, il caso di Paratissima

Nominativo studente: Chiara Amerato

**Abstract**

*La constatazione che ad oggi economia e società siano sempre più influenzate dalla creatività, dalla capacità di produrre idee, conoscenze e innovazione, ha acceso in me il desiderio di capire perché questa capacità, che è sempre stata importante, negli ultimi anni è letteralmente esplosa, tanto da diventare fonte di vantaggio competitivo.*

*Partendo così da una definizione generale di “evento”, il primo capitolo prosegue con una disamina di quest’ultimo come “sistema”. Nel secondo la riflessione continua mettendo in evidenza l’importanza della comunicazione degli eventi e considerando questi ultimi “medium” a tutti gli effetti in quanto possono essere realizzati solo grazie ad una molteplicità di flussi comunicativi.*

*Il terzo capitolo sviluppa invece l’argomento cardine della tesi scavando nel concetto di creatività. Si parla della “creative class” teorizzata da Florida e di come sia fondamentale per la città saperla attrarre tramite i tre fattori specifici che garantiscono lo sviluppo economico del territorio: tecnologia, talento e tolleranza (3T).*

*Nel quarto Capitolo si intensifica l’argomentazione prendendo in esame alcune professioni creative, quelle con i percorsi più tortuosi ed imprevedibili: Le professioni artistiche.*

*Nel quinto ed ultimo capitolo, i macroragomenti sviluppati precedentemente vengono collegati in maniera più pragmatica all’attività e i servizi offerti da Paratissima, un’impresa culturale del territorio torinese che si distingue per il suo ruolo di strumento di accelerazione delle carriere di artisti emergenti e di incubatore culturale.*

