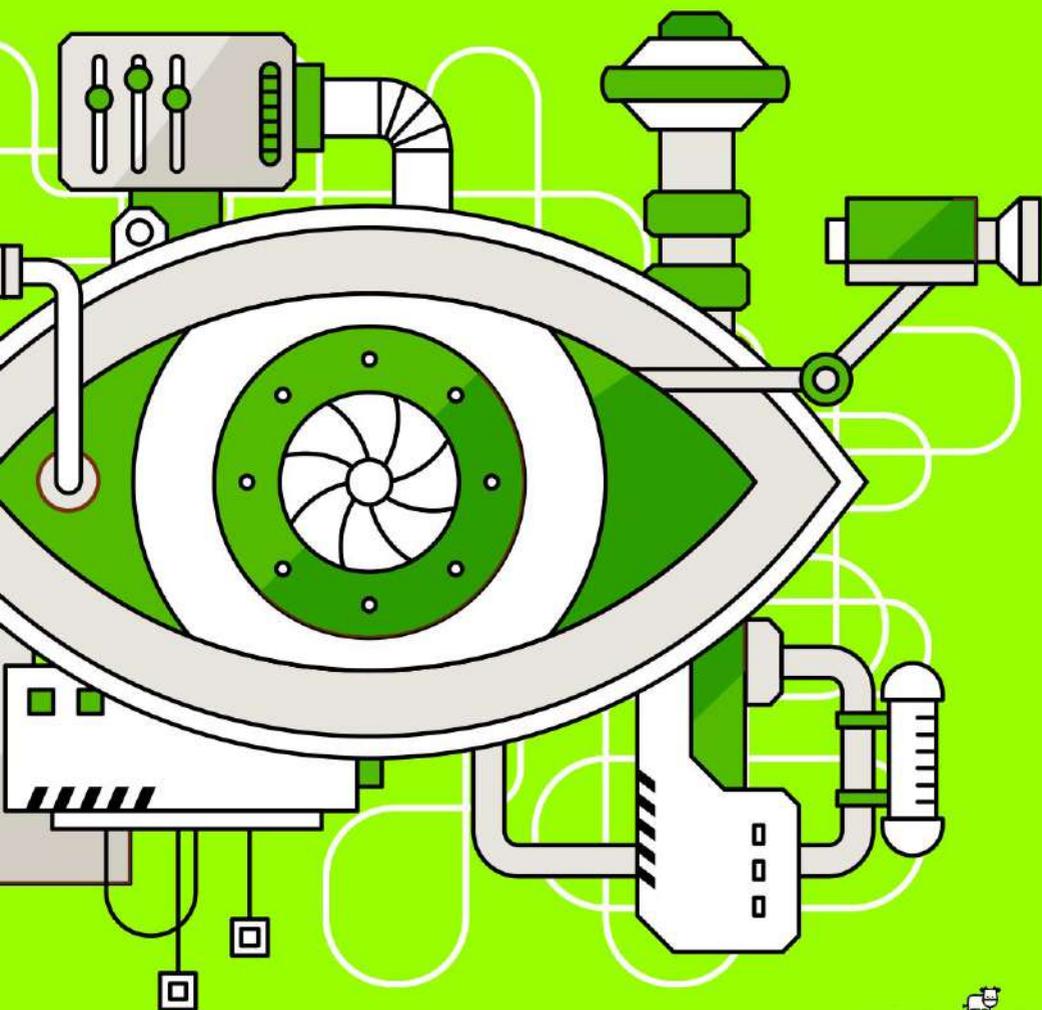
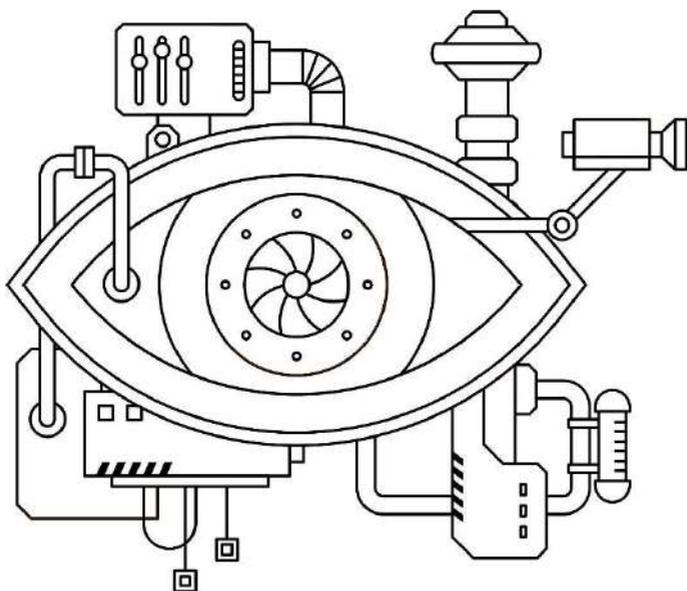


OS NOVOS OLHARES PARA A **ECONOMIA CRIATIVA**

Organização: Leonardo Amato | Graziela Borguignon Mota





OS NOVOS OLHARES PARA A ECONOMIA CRIATIVA

Organização: Leonardo Amato | Graziela Borguignon Mota

Coletânea de artigos acadêmicos do Laboratório de Estudos Integrados em
Criatividade e Economia Criativa da Universidade Veiga de Almeida-RJ.

Rio de Janeiro | 2020

Leonardo Amato
Graziela Borguignon Mota
(org.)

OS NOVOS OLHARES PARA A ECONOMIA CRIATIVA

UVA
Rio de Janeiro
2020

Universidade Veiga de Almeida

Reitora
Beatriz Balena

Pró-Reitor de Pós-graduação, Pesquisa, Extensão e Inovação
Alex Balduino

Diretora Campus UVA Barra
Nara Iwata

Coordenadora Curso Jornalismo/Publicidade
Renata Luiza Feital de Oliveira

Coordenador Laboratório CRIA
Leonardo Amato

Biblioteca Central
Katia Cavalheiro

Projeto Gráfico
Agência ONZE - Campus UVA Barra
Coord. Leonardo Amato

Revisão
Graziela Borguignon Mota

Organização
Leonardo Amato
Graziela Borguignon Mota

N945

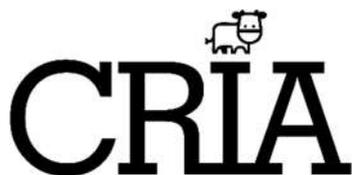
Os novos olhares para a economia criativa [livro eletrônico] / Leonardo Amato, Graziela Borguignon Mota (organizadores) ; [autores] Marden do Vale Nascimento ... [et al.]. – Rio de Janeiro: UVA, 2020.

10.849 KB : PDF. Nota: O conteúdo ficará disponível na OJS/UVA.

ISBN 978-65-5700-068-7

1. Economia criativa. 2. Criatividade - Aspectos econômicos. 3. Pensamento criativo. 4. Criatividade nos negócios. 5. Produtos novos. 6. Inovações tecnológicas. I. Amato, Leonardo. II. Mota, Graziela Borguignon. III. Nascimento, Marden do Vale. III. Universidade Veiga de Almeida.

CDD – 658.314

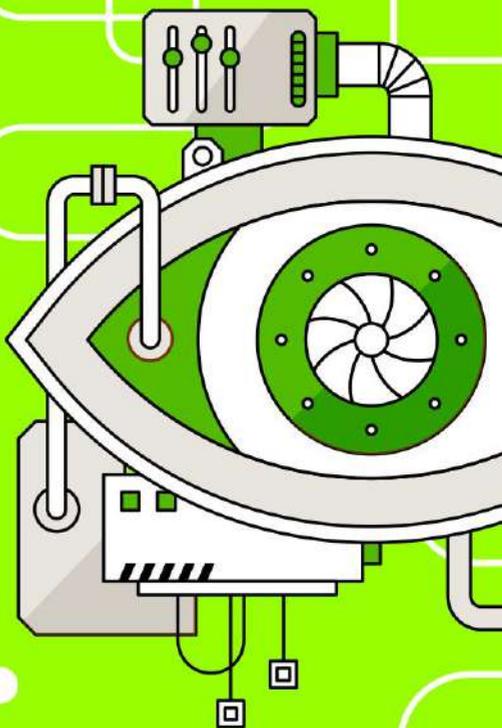


LABORATÓRIO DE
ESTUDOS INTEGRADOS
EM CRIATIVIDADE
& ECONOMIA CRIATIVA

Coletânea de artigos acadêmicos do Laboratório de Estudos Integrados em
Criatividade e Economia Criativa da Universidade Veiga de Almeida-RJ.

ISBN 978-65-5700-068-7
Rio de Janeiro | 2020

A economia criativa tem como insumo o capital humano. Esse tipo de economia busca na participação coletiva uma maior capilaridade entre nichos de mercado e clusters sociais, entregando novos valores e riquezas. Em crescimento acelerado por todo o mundo, a economia criativa no Brasil ainda possui uma pequena representatividade. De acordo com os números apresentados pelo Instituto Brasileiro de Economia Criativa (IBRAEC), a indústria criativa representa 2,60% do PIB nacional, indicando que ainda existe espaço para o crescimento do mercado. Levando-se em conta o potencial de crescimento da economia criativa no Brasil e no mundo, objetiva-se, neste livro, refletir sobre a criatividade nas diversas possibilidades de atuação e pesquisa, dentre eles a comunicação, publicidade, marketing, design, audiovisual, educação, tecnologia e territórios.



UVA ●