

El Distrito de Diseño en la Ciudad de Buenos Aires: una mirada desde los usos de la cultura en contextos globales y locales

Silvia Benza *

Resumen: Este artículo propone un análisis sobre el Distrito de Diseño en la Ciudad de Buenos Aires, tomando en cuenta contextos globales en los que se enmarca su creación, como el programa de Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global para la Diversidad Cultural, así como una instancia local, representada por el Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad. Se apunta a tomar en cuenta el uso intensivo del diseño, focalizando en su vinculación con políticas culturales y políticas de desarrollo urbano que impulsan procesos de “revitalización” urbana, de gentrificación y de creación de clusters. Se propone también analizar los usos de la cultura en estos procesos, tomando en cuenta los usos “instrumentales” y sus usos en tanto “valor público”. Para esto deberán contemplarse las políticas del sector público y de gobiernos, las industrias, la lógica del mercado y la dimensión empresarial, el capitalismo neoliberal, y por último, el tercer sector.

Palabras clave: Ciudad - Diseño - Cultura.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 58-59]

(*) Licenciada en Ciencias Antropológicas y Magister en Administración Cultural (Universidad de Buenos Aires). Docente de la Universidad de Buenos Aires. Integrante del Equipo de Antropología de las Ciudades, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

En el año 2005, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) nombra a Buenos Aires como la primera Ciudad de Diseño en el marco de su programa de Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global para la Diversidad Cultural. Por este motivo, el Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y la Dirección General de Industrias Creativas impulsa la creación del Distrito de Diseño desde el año 2013, motivando a empresarios, profesionales y emprendedores a incorporar el diseño en la práctica y la estrategia de sus negocios. Se presupone entonces que el Diseño es un factor de mejora para el conjunto de la sociedad, que contribuye al progreso de la ciudad, y que eleva la calidad de vida y el bienestar de las personas, todo ello de modo sostenible (Becerra, 2013).

El Ministerio de Desarrollo Económico impulsa una estrategia de creación de distritos productivos en la Ciudad, para estimular la radicación de productores y proveedores de

un mismo sector productivo en un área geográfica delimitada. El objetivo central es reordenar la trama productiva de la Ciudad, construir nuevas centralidades y generar polos capaces de competir internacionalmente en la atracción de inversiones en torno a las actividades relacionadas con el uso intensivo del diseño. Para ello, se propone fomentar la radicación, dentro de un mismo territorio, de las empresas que ofrecen servicios de diseño con aquellas que los demandan, promoviendo la efectiva incorporación del diseño en la manufactura como herramienta de competitividad. También se impulsa la integración de instituciones educativas, profesionales o de oficios, y su rol como dinamizadores del sistema, incluyendo a universidades, escuelas, institutos técnicos y terciarios asegurando así la continua formación de los actores que darán vida al distrito, la denominada “clase creativa” vinculada al diseño (Becerra, Rondina, Kogan, 2013).

En este contexto, desde la Dirección General de Industrias Creativas se impulsa la Ley de Distrito de Diseño¹. Este incentivo supone la revitalización urbana de Barracas, generando circulación y “empleo de calidad”, y acompañando los negocios locales con propuestas culturales. La Ley de Distrito de Diseño propone una zona libre de impuestos municipales (ABL, sellos e ingresos brutos), líneas de crédito preferenciales acompañadas por políticas y herramientas de fomento para la incorporación de diseño e internacionalización de los negocios basados en diseño.

De esta manera se impulsa el establecimiento de las industrias creativas inspiradas en el diseño, como la arquitectura y el diseño de interiores, el estilismo de moda y el diseño textil, los accesorios y joyería, la comunicación visual, el diseño digital e interactivo, el diseño urbano, el diseño para el desarrollo durable.

Usos de la cultura en procesos de revitalización urbana, gentrificación y creación de “clusters”

Las primeras estrategias de revitalización urbana que tuvieron en cuenta políticas culturales se propusieron en la década de los setenta en Estados Unidos (Bianchini y Parkinson, 1993). En esta época la política cultural local de las *arts agencies* sirvió en parte para apaciguar manifestaciones y motines, y coincidió con proyectos de desarrollo para los centros deshabitados en muchas ciudades estadounidenses (Yúdice, 1999). En Europa occidental, las políticas culturales urbanas surgieron a partir de la descentralización gubernamental hacia las regiones y los municipios en los años setenta y ochenta (Bianchini y Parkinson, 1993). El uso de la cultura llegó a predominar para proyectar una imagen glamourosa de las ciudades, incluso transformando a algunas como Frankfurt en importantes centros de cultura. El “modelo Barcelona” ha sido el más exitoso en la creación de una “imagen-marca”, si bien ha engendrado una serie de conflictos en torno a la gentrificación² y la prioridad de la puesta en valor del suelo por encima del bienestar humano.

Estrategias como éstas han sido descritas por David Harvey (1989, en Bianchini y Parkinson, 1993) como políticas culturales de revitalización urbana que contribuyen a una “máscara carnavalesca” que encubre la reestructuración en favor del capital privado local en alianza con el internacional. Según este autor, las nuevas políticas culturales van más allá de disciplinar o normar a los ciudadanos y se convierten en políticas económicas. El modelo

es el de las “ciudades creativas”³, que se está reproduciendo alrededor del mundo, por el que se busca establecer ambientes creativos, redes y conglomerados (clusters) de innovación.

Un contraste con este modelo de “ciudades creativas” lo constituyen, en América Latina, las ciudades de Bogotá y Medellín, urbes caracterizadas por el conflicto de clases y los más altos índices de homicidio. Para el caso de Bogotá, se puso en marcha el Programa de Cultura Ciudadana durante el gobierno de Antanas Mockus (1995-1997), una política cultural que buscaba revertir la informalidad, el deterioro de lo público, la falta de respeto a la propiedad, el clientelismo, y otras “deficiencias sociales y morales” que se consideraba que impedirían afianzar los lazos de sociabilidad. Yúdice (2008) señala que en lugar de promover una “mejora” de las condiciones urbanas mediante la expulsión de las clases menos pudientes y su remplazo por la “clase creativa” (ingenieros de software, diseñadores, creadores de programas en los viejos y nuevos medios, etcétera), que conduce a una mayor segregación, la gestión de Bogotá y Medellín han buscado mejores condiciones urbanas para todos, además de fomentar el contacto y la comunicación entre grupos sociales.

Según Jamie Peck (2005), el nuevo imperativo urbano consiste en que las ciudades deben atraer a las nuevas “clases creativas”, con barrios de moda, escenas de arte y atmósferas amigables con los gays. Con este guión de desarrollo urbano que penetra cada vez más, se alude a un nuevo tipo de capitalismo basado en la creatividad humana, en el que las ciudades se encuentran en una “guerra de talentos”, que solo puede ser ganada desarrollando ambientes urbanos abiertos, diversos, dinámicos y “cool”. Estos proyectos trabajan con “agendas” de desarrollo neoliberal, enmarcadas en la competencia interurbana, el consumo de la clase media y el marketing de lugares. Uno de los autores que respaldan estas ideas es Richard Florida (2014), quien sostiene que hemos ingresado en la era de la creatividad, comprendida como una nueva y distintiva fase del desarrollo del capitalismo, en la que las fuerzas que conducen al desarrollo económico no son simplemente tecnológicos y organizacionales, sino *humanos*. El autor apunta a describir una *nueva* economía, en la que la creatividad humana se ha convertido en el rasgo definitorio de la vida económica. Las viejas categorías de análisis de clase serían inadecuadas y la única propiedad con prominencia sería la nueva capacidad creativa de la clase, la cual sería intangible porque estaría literalmente en sus cabezas. Entonces, el crecimiento derivaría de la creatividad y por lo tanto es la creatividad la que posibilitaría el crecimiento. A este respecto, Peter Hall señala que estos procesos convocan a pensar en los conceptos de “consumo cultural” y “producción cultural”, y en el papel de las ciudades. Más precisamente, Pratt (2008), retoma el punto de vista marxista, que veía a la producción como un complemento necesario del consumo, como co-dependientes. Este autor también señala que debe haber un examen más profundo de los poderes causales de la creatividad y que tal vez sea necesario hablar más de una economía neo-industrial que de una post-industrial.

En estos procesos, es preciso referirse al concepto de “clusters”, en sintonía con el proyecto de crear “distritos culturales” del Gobierno de la Ciudad. Porter (2000), define al Cluster como “concentraciones geográficas de compañías interconectadas, proveedores especializados, firmas en industrias relacionadas, e instituciones asociadas (universidades, agencias *standard*, asociaciones de comercio)”, en un particular campo que compite pero que también coopera. La prevalencia de los clusters revela importantes ideas acerca de la microeconomía de la competencia y el rol de la ubicación en la ventaja competitiva. Los

clusters no pueden ser entendidos independientemente de una teoría más amplia de la competencia y de una estrategia de competencia en la economía global. En muchas ciudades europeas y de Estados Unidos, luego del colapso de las industrias pesadas tradicionales que sustentaban su tejido económico, las agencias de desarrollo urbano de muchas ciudades industriales trabajan duro para reciclar los espacios industriales redundantes como nuevos parques de negocios brillantes para *call centers* y *back offices* (Graham and Marvin, 2001). Esta supuesta desintermediación significa efectivamente que los consumidores y proveedores de servicios ya no deben estar ubicados en el mismo lugar.

Instrumentalización y valor público de la cultura

Las políticas culturales han adquirido un papel esencial en el desarrollo territorial que pretende integrar la economía del conocimiento con la cohesión social, la gobernanza y la sostenibilidad. Para analizar las consecuencias de la política cultural deben tenerse en cuenta dos tendencias que se pueden observar en la literatura especializada: por un lado, las teorías que ponen el énfasis en señalar las externalidades positivas de la política cultural y, por el otro, las que sitúan el acento en el valor público de la cultura. Los análisis que se basan en las externalidades de la cultura enfatizan su supuesta capacidad para contribuir al desarrollo de los objetivos de otras políticas públicas sectoriales: educación, medio ambiente, seguridad, urbanismo, etc. Estas aproximaciones suponen una mirada instrumental de la acción y la política cultural y, en su mayoría, buscan legitimar su existencia poniendo en valor la importancia del papel de la cultura para la consecución de objetivos que se muestran como más prioritarios. Según Clive Gray (2002), estos procesos tienen que ver con cambios más amplios, con contextos en los que la justificación para la misma política ha cambiado, pues está más vinculada a la “mercantilización” de la política pública, que lleva a la instrumentalización de las políticas del arte y la cultura, atribuyéndoles razones no artísticas ni culturales. Las políticas culturales deben proveer así soluciones a problemas que originalmente son económicos, sociales, políticos o ideológicos. La política cultural que es “adjunta”, en síntesis, representa una estrategia que permite a un sector “débil” de la política con limitadas influencias políticas atraer recursos suficientes para alcanzar sus objetivos políticos. Sin embargo, estas perspectivas están asumiendo, implícitamente, la poca relevancia de la acción cultural en ella misma.

Existen pocas dudas de que en los últimos años el arte y la cultura han ganado un rol mucho mayor en el debate sobre las políticas públicas (Belfiore, 2006). Según esta autora, el rol de las artes como “adjuntas” a las políticas es claramente visible cuando se financian proyectos culturales en el contexto de programas de regeneración urbana. Una crítica que se hace a esta concepción es que se toma a la cultura como un objetivo y no como un proceso. Una de las limitaciones de la actual literatura sobre los impactos sociales de las artes es asumir que el mismo tipo de impactos proceden de diferentes tipos de actividades culturales sobre diferentes tipos de audiencias. Otra complicación está representada por el hecho de que la frase “impacto social de las artes” se emplea usualmente con referencia a un amplio grupo de métodos de evaluación, que va desde la evaluación de un solo proyecto hasta los efectos de la regeneración urbana culturalmente dirigida.

Es aconsejable que el concepto de “política cultural” sea abordado desde la perspectiva del lugar que tiene el arte en la inclusión social, favoreciendo la participación y la performance en el mejoramiento de la educación, el incremento de los índices de empleo, la reducción de los niveles de crimen, mejores y más igualitarios standards de salud, mejoras en el desarrollo personal, mejoras en la cohesión social y reducción del aislamiento social, ciudadanía activa (Barraket, 2005). No obstante, no todos estos impactos son susceptibles de medición y factibles de evaluación.

En contraposición con las teorías instrumentales, las teorías que ponen el acento en el valor público de la cultura defienden la necesidad de identificar y analizar los elementos intangibles y de la experiencia asociados a la cultura (Holden, 2004). Esta línea de análisis defiende la cultura como un bien público que aporta beneficios a la ciudadanía y, por lo tanto, el retorno social que se desprende supera la externalidad y se convierte en un componente nuclear de la acción cultural. Se señala la necesidad de desarrollar un lenguaje que reconozca los elementos afectivos, intangibles de la experiencia y la práctica cultural. Se trata, en definitiva, de encontrar las vinculaciones de la cultura con valores permanentes como la equidad y la justicia.

Desde esta perspectiva, los efectos más significativos de las políticas culturales pueden resultar útiles para construir una mirada transversal sobre el valor público de la cultura. El retorno social puede caracterizarse de forma equilibrada entre las capacidades instrumentales y estratégicas de la acción cultural y su valor público y a la vez intrínseco. (Barbieri, Partal y Merino, 2011)

Dinámicas culturales nacionales y globales relevantes para el análisis

En los procesos de producción, distribución, circulación y consumo cultural, es clave atender al modo que ha adoptado la globalización cultural en la Argentina (Wortman, 2005). En este sentido, si bien se pueden advertir claramente los efectos negativos de la implementación de las políticas económicas neoliberales, resulta más difícil sacar conclusiones contundentes a partir de la observación de modificaciones en las prácticas de consumos culturales. Por ello, en el análisis de la implementación de políticas urbanas a través de políticas culturales, deberá tomarse en cuenta, siguiendo a la autora, que en los usos del tiempo libre, así como en la relación entre tiempo libre y tiempo de trabajo, han surgido nuevos consumos culturales, que deben analizarse en función de su articulación con las formas actuales de presentación del campo artístico. Si bien este impacto es más visible en el ámbito del espacio privado, también debería pensarse en la relación de la gente con la cultura en el espacio público. Al analizar la instalación de empresas de diseño en el barrio de Barracas con el objetivo de crear el Distrito de Diseño, cabe mencionar a Elio Kapszuk (2014), quien afirma que en relación al sector privado, lo primero que uno podría decir es que su misión institucional es obtener la máxima rentabilidad de los productos que realiza o servicios que presta. Si bien esto es verdad, las ramificaciones de las empresas y las campañas relacionadas con la presencia de una marca o la construcción de imagen positiva mediante su asociación a determinados valores, hace que en algunos casos (generalmente relacionados a departamentos de marketing y comunicación, o fundaciones de algunas

empresas) lo buscado a través del campo cultural sea el fortalecimiento de la imagen institucional que contribuya en última instancia a generar un valor agregado de preferencia de esa marca sobre otra. O sea que, si bien determinado tipo de actividad cultural podría verse como un gasto o en el mejor de los casos como una inversión, en realidad es parte de la estrategia comercial de la empresa. Sobre esta temática, y con mucha relación con el Distrito de Diseño, el autor señala que “no es menos cierto, y por lo tanto esperable, que este campo se amplíe cada vez más tratando de promover desde la gestión cultural un desprendimiento de lo que se ha denominado “responsabilidad social empresaria”. El análisis de la creación del Distrito de Diseño implica incorporar lo que Kapszuk denomina “información específica referida a los temas culturales”, distintos a otros ámbitos de gestión; es importante tener en cuenta que hay legislación sobre derechos de autor, utilización de imágenes, sobre responsabilidades civiles en actos públicos, ley de mecenazgo, fondos varios de apoyo a la creación artística, legislación sobre donaciones de obras para el sector público, emplazamiento de esculturas en espacios públicos, etc. etc.

Otro factor a tener en cuenta es la relación entre política-comunicación-cultura. En “Dinámicas interculturales”, Jesús Martín Barbero (2008), señala que este tópico está formado por un cuadrilátero: por un lado, habla de políticas del sector público, de gobiernos; por otro, al nombrar medios, comunicación o cultura, se apela indudablemente a industrias y a la lógica del mercado, es decir, al negocio de la cultura y, por tanto, a toda dimensión empresarial. El tercer actor del cuadrilátero es el capitalismo neoliberal que, como la industria y lo público, es una dimensión que a su vez es un actor. Finalmente está el otro actor-dimensión que, de alguna manera, es el tercer sector: los independientes (medios comunitarios y ciudadanos, ONGs, movimientos sociales, medios locales, etc.). El autor propone entrecruzar los cuatro elementos.

Asimismo, señala que es preciso investigar políticas públicas que posibiliten que las culturas se transformen y muestren otras voces distintas a las del “amo del mundo” y que posibiliten el desarrollo de la comunicación entre culturas, pero reconociendo de entrada la diversidad de éstas. También se refiere a la “sostenibilidad cultural”, pensando en las dimensiones temporales conflictivas de nuestras culturas y de nuestros productos culturales. En relación a esto deberá tenerse en cuenta que las culturas viven procesos que pueden ser garantizados en tres planos; 1) respecto a la autonomía; 2) respecto a la capacidad de transformarse; 3) en tanto a la proyección de la propia cultura hacia fuera de sí misma. Por último, refiriéndose a la investigación de políticas públicas, propone que se debe reflexionar no en términos de recepción, sino de apropiación y de empoderamiento.

Conclusión

La creación del Distrito de Diseño tiene implicancias a nivel local, ya que se reordena la trama productiva de la Ciudad y se crean nuevas centralidades. También tiene implicancias a nivel global, ya que se generan polos capaces de competir internacionalmente en la atracción de inversiones en torno a las actividades relacionadas con el uso intensivo del diseño. Estos procesos requieren ser analizados tomando en cuenta el vínculo entre políticas culturales y desarrollo urbano, y considerando cómo estos conforman procesos

de “revitalización” y “gentrificación”. Las capacidades instrumentales y estratégicas de la acción cultural y su valor público y a la vez intrínseco permitirán ver si estos proyectos de revitalización urbana son “máscaras carnavalescas” que encubren la reestructuración en favor del capital privado local en alianza con el internacional, o si favorecen a la creación de ciudadanía.

Notas

1. A través de la ley N°4761 de Promoción de las actividades de diseño en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, aprobada en noviembre de 2013, se institucionaliza la creación de un Distrito de Diseño y se otorga un horizonte temporal determinado de 15 años con el objetivo de incentivar al sector, dar respuestas a las necesidades de la industria, y a la vez, actuar como el mayor polo generador de creación y producción de diseño.

2. Sobre el concepto de gentrificación, retomamos a Lacarrieu (2016), quien señala que es el desplazamiento y/o recambio de población una de las dimensiones que más se han resaltado sobre este concepto. La idea de desplazamiento es observada como positiva o como negativa. Algunas perspectivas observan la gentrificación como una opción reparadora de lugares deteriorados y el repoblamiento basado en el cambio y en el desplazamiento de población se visualiza como positivo. Muy por el contrario, como lo señalara Herzer (2008, pp. 27-28) cuando el desplazamiento es directo y se ubica en el seno de desalojos compulsivos de sectores populares o, como plantea Rubino (2009), es indirecto y se produce por los cambios socio-económicos que acaban con los viejos residentes del área, estamos ante una perspectiva de alteración y destrucción de las relaciones sociales. En cualquier caso, el desplazamiento y/o recambio se ha naturalizado como una variable, tal vez de ajuste, ineludible y generalizable.

3. El “urbanismo creativo” vinculado a la idea de “ciudad creativa” se define no solo en relación a campos culturales como el arte y el patrimonio, sino también a la capacidad de innovación que aproxima la creatividad a todos los espacios y sectores vinculados al entretenimiento, las industrias culturales, pero también a todo tipo de producciones que exceden el campo institucional y el mercado de la cultura (Lacarrieu, 2016).

Referencias Bibliográficas

- Barbero, J. (2008). “Políticas de la Comunicación y la cultura: claves de la investigación”. Documentos CIDOB. *Dinámicas interculturales*. 11.
- Barbieri, N., Partal, A. y Merino, E. (2011). “Nuevas políticas, nuevas miradas y metodologías de evaluación. ¿Cómo evaluar el retorno social de las políticas culturales?” *Papers Revista de Sociología*, 96, 2, 477-500.
- Barraket, Dr Jo (2005) “Putting People in the Picture? The role of the arts in social inclusion”. *Social Policy Working Paper* No 4. The Centre for Public Policy. University of Melbourne.
- Becerra, P, Rondina, A y Kogan, H. (2013). *Diez Años del CMD*. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

- Belfiore, E. (2006). "The social impacts of the arts –myth or reality?" En: Mirza, M. ed. (2006) *Culture Vultures: Is UK arts policy damaging the arts?* London: Policy Exchange Limited
- Bianchini, F. y Parkinson, M. (1993). *Cultural policy and urban regeneration: the West European experience*. Manchester University Press.
- Florida, R. (2014). *The Rise of the Creative Class--Revisited: Revised and Expanded*. Basic books.
- Graham, S. y Simon M. (2001). *Splintering Urbanism*. Routledge.
- Gray, C. (2002). "Commodification and instrumentality in cultural policy". *International Journal of Cultural Policy*, 13 (2), 203- 215
- Holden, J. (2004). "Capturing cultural value". *Demos*, London. 31-36.
- Kapszuk, E. (2014). Clase 5ª. "¿GESTAR O GESTIONAR? De la administración a la creación y realización de proyectos culturales". Curso: Métodos cualitativos para la investigación social contemporánea: técnicas y claves en etnografía y análisis del discurso. Formación de posgrado virtual Conicet en Flacso.
- Lacarrieu, M. (2016) "¿Gentrificación Ahora!. Alcances, limitaciones, retos y desafíos en torno de procesos de negociación y/o disputa". En: *Cambios socioespaciales en las ciudades latinoamericanas: ¿procesos de gentrificación?* Yasna Contreras, Thierry Lulle y oscar Figueroa (editores); Vladimir Venegas (traducción capítulo IX), Hernando Saenz Acosta (traducción capítulo XIII). Bogotá: Universidad Externado de Colombia. Pontificia Universidad Católica de Chile. Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos. Doctorado en Arquitectura y Estudios Urbanos: Universidad de Chile. Facultad de Arquitectura y Urbanismo.
- Peck, J. (2005). "Struggling with the Creative Class". *International Journal of Urban and Regional Research*.
- Porter, M. (2000). "Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy". *Economic Development Quarterly*. Sage.
- Pratt, A. (2008). "Creative Cities: the cultural industries and the creative class". *Swedish Society for Anthropology and Geography*.
- Wortman, A. (2005). "El desafío de las políticas culturales en la Argentina", en: Mato, Daniel (comp.) *Cultura, política y sociedad. Perspectivas latinoamericanas*. CLACSO, Buenos Aires.
- Yúdice, G. (2008). "Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social?". *Alteridades*. Vol. 18. No. 36. México.

Abstract: This article proposes an analysis of the project Distrito de Diseño in the City of Buenos Aires taking into account the global settings that frame its creation, such as the Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global para la Diversidad Cultural (Creative Cities Network of the Global Alliance for Cultural Diversity), as well as a local instance represented by the Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad (Ministry of Economic Development of the City Hall). It also aims to look at the intensive use of design, focusing on its bonds with cultural and urban development policies that drive processes of urban "revitalization", gentrification, and clustering. Moreover, it proposes to analyze the uses of culture in these processes, considering their "instrumental"

use and their use of “public value”. To this end, public sector and government policies, industries, the market logic, the business dimension, the neoliberal capitalism, and, finally, the third sector must be considered.

Key words: City - Design - Culture.

Resumo: Este artigo propõe uma análise do projeto Distrito de Diseño na cidade de Buenos Aires tendo em conta os contextos globais em que sua criação se enquadra, como o programa Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global para la Diversidad Cultural (Rede de Cidades Criativas da Aliança Global para a Diversidade Cultural), além de uma instância local, representada pelo Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad (Ministério de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura Municipal). O artigo também examina o uso intensivo do desenho, com foco em seus laços com políticas culturais e de desenvolvimento urbano que impulsionam processos de “revitalização” urbana, gentrificação e criação de aglomerados. Além disso, ele se propõe a analisar os usos da cultura nesses processos, tendo em conta os usos “instrumentais” e de “valor público”. Para isso, devem ser consideradas as políticas públicas e governamentais, as indústrias, a lógica de mercado, a dimensão empresarial, o capitalismo neoliberal e, finalmente, o terceiro setor.

Palavras chave: Cidade - Desenho - Cultura.
