

O URBANISMO DAS CIDADES CRIADAS PARA O CONSUMO – O CASO DE DUBAI E LAS VEGAS

SAUGO, Nayssara Raquel Bueno¹
SIMONI, Tainã Lopes²

RESUMO

Este trabalho se insere na linha de pesquisa “Planejamento Urbano e Regional”, do curso de Arquitetura e Urbanismo, do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz. A Pesquisa aborda uma análise de planejamento estratégico e pretende analisar a relação entre o planejamento urbano e o papel do consumo nas cidades de Dubai e Las Vegas. O trabalho teve origem com base nas seguintes questões: Visto que o consumo reflete forte pressão na produção do espaço, como se apresenta o planejamento urbano nas cidades de Dubai e Las Vegas? O planejamento é espontâneo ou ele busca o consumo? A hipótese inicial é embasada no fato de que O planejamento estratégico da cidade de Dubai e Las Vegas possui vocação para o consumo, tendo em vista as cidades e sua economia sempre em movimento. O objetivo geral da pesquisa é verificar se o planejamento estratégico de Dubai e Las Vegas possui estratégias que contemplam sua vocação, em relação ao consumo. Por meio de referências bibliográficas, o trabalho se expande em fundamentos arquitetônicos, planejamento urbano moderno e contemporâneo e sua influência nos centros urbanos, e também conceitua o planejamento urbano e estratégico para o consumo e estudos de casos. Na aplicação do tema, apresenta-se a história das cidades de Dubai e Las Vegas e seus respectivos planejamentos, urbano e estratégico.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento Urbano, Consumo, Dubai, Las Vegas.

ANALYSIS OF THE STRATEGIC PLANNING FROM DUBAI CITY

ABSTRACT

This work is included in the research line "Urban and Regional Planning", of the Architecture and Urbanism course, of the University Center of the Assis Gurgacz Foundation. The Survey addresses a strategic planning analysis and aims to analyze the relationship between urban planning and the role of consumption in the cities of Dubai and Las Vegas. The work originated on the basis of the following questions: Since consumption reflects strong pressure on the production of space, how does daily life in these cities present themselves? What is the relationship of the city with its citizens and tourists? What are the positives and negatives that can be observed? How does the economy develop in these places? What are the factors that set them apart from other urban plans? The initial hypothesis is based on the fact that the economy of Dubai and Las Vegas revolves around consumption, generating impacts, often negative, for the production of urban space. They are two centers whose planning is totally geared towards the market, differentiating them from other urban plans, making the cost of living high and bringing problems for the population. The general objective of the research is to promote greater knowledge and understanding of the cities planned for consumption, their relationship with inhabitants, urban life, the local economy and tourism. Through bibliographical references, the work expands on architectural foundations, modern and contemporary urban planning and its influence in urban centers, and also conceptualizes urban and strategic planning for consumption and case studies. In the application of the theme, we present the history of the cities of Dubai and Las Vegas and their respective urban and strategic planning.

KEYWORDS: Urban Planning, Consumption, Dubai, Las Vegas.

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa contempla o Trabalho de Conclusão de Curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário FAG. O trabalho se incorpora na linha de pesquisa denominada “Planejamento Urbano e Regional”, correspondendo a um estudo ligado ao planejamento urbano, apresentando fatos históricos, socioculturais e socioeconômicos. Tem como título: “O Urbanismo das Cidades Criadas para o Consumo – O caso de Dubai e Las Vegas”.

Os questionamentos que conduziram a pesquisa foram os seguintes: Visto que o consumo reflete forte pressão na produção do espaço, como se apresenta o planejamento urbano nestas cidades? O planejamento é espontâneo ou ele busca o consumo? Parte-se da hipótese inicial de que o planejamento estratégico da cidade de Dubai e Las Vegas possui vocação para o consumo, tendo em vista as cidades e sua economia sempre em movimento.

O objetivo geral do trabalho é verificar se o planejamento estratégico de Dubai e Las Vegas possui estratégias que contemplam sua vocação, em relação ao consumo. A partir disso, elaboraram-se os objetivos específicos: I - Apresentar o tema por meio de pesquisa bibliográfica; II - Discorrer sobre conceitos e princípios gerais do planejamento urbano; III - relacionar o planejamento urbano com o planejamento urbano estratégico; IV - Apresentar casos com êxito no planejamento estratégico com vocação para o consumo; Apresentar o estudo de caso sobre o planejamento urbano das cidades de Dubai e Las Vegas; V – Fazer a análise dos estudos de caso; VI – concluir comprovando ou refutando a hipótese inicial.

A pesquisa se desenvolve com base nos seguintes marcos teóricos, sobre o quais Lefebvre (2001, p. 4) afirma que: a cidade é uma obra que se orienta na direção do dinheiro, do comércio, das trocas e dos produtos. E ainda salienta que os centros de lazeres, as cidades de luxo e de prazeres, e os lugares de férias demonstram isso, e sem dúvida a sociedade de consumo descreve essa direção. Além disso, Carlos (2001, p28) complementa que a característica do método

¹ Acadêmico de Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Faculdade Assis Gurgacz. Trabalho de Conclusão de Curso de formando em 2017. E-mail: nayssara@hotmail.com

² Professora orientadora da presente pesquisa. E-mail: tai_lopes@hotmail.com

de produção da cidade é produzir um produto que aparece sob forma de mercadoria, pois é consequência do processo social de trabalho. O qual é realizado por meio do mercado, visto que a terra urbana é comprada e vendida enquanto mercadoria.

O estudo realizado se dá a partir de pesquisa bibliográfica, que, conforme aponta Gil (1946, p. 29), tem o intuito de conceder fundamentação teórica ao trabalho, do mesmo modo que identifica o estágio atual do conhecimento pertinente ao tema, e é elaborada baseando-se em material já publicado. Utilizou-se o método indutivo, o qual, segundo Marconi e Lakatos (2011, p. 53), é um procedimento intelectual que se originou de dados específicos, compreendendo uma verdade geral que não se apresenta no estudo aprofundado, cujo o objetivo é concluir algo mais amplo do que os argumentos nos quais se basearam. Na pesquisa bibliográfica, o método utilizado foi o dialético, o qual ainda de acordo com Marconi e Lakatos (2011, p.83) dispõe de quatro leis fundamentais que são: a ação recíproca, onde tudo se relaciona; a mudança dialética, onde tudo se transforma; a passagem da quantidade à qualidade e a interpenetração dos contrários. Utilizou-se também do método de estudo de caso, estipulado por Gil (2002, p.54), como uma forma de pesquisa largamente utilizada nas ciências sociais, que se constitui no estudo aprofundado de um ou mais elementos, de maneira que admita seu amplo conhecimento.

2 FUNDAMENTOS ARQUITETÔNICOS E REVISÃO BIBLIOGRÁFICA DIRECIONADA AO TEMA

2.1 APROXIMAÇÕES TEÓRICAS CONECTADAS AO TEMA

Na atualidade, tem-se discutido e analisado muito, a respeito das cidades, dos planos urbanos e do urbanismo em geral. Glancey (2001, p.14) conta que os primeiros municípios apareceram nos países do Egito, Israel, Iraque e Irã, quando houve o interesse de homens andarem em grupos, isto em consequência da realização da agricultura. Tudo isso é, finalizado quando afirma-se que uma redução no nível de crescimento demográfico existente até agora, fez com que a maioria dos conglomerados passasse a subsistir em consequência de uma economia de modo eminente agrária (LAMAS, 1992). Afere-se que a arquitetura integra-se ao paisagismo natural, formando um organismo artificial inserido no ambiente natural, e dando origem às cidades (BENEVOLO, 2009). Por intermédio da configuração da cidade ideal, em conformidade com Harouel (1990, p.49), que seria a ideia de uma concepção intelectual total do espaço urbano a ser projetada sobre o real, e é elaborada a planificação urbana, que surgiu no período do renascimento. Entretanto, existem várias características que possibilitam a descrição do que seria uma cidade ideal. Segundo Benevolo (2004, p. 173), entre os anos de 1820 e 1850, alguns idealizadores de cidades, tentaram passar à “ação”, propriamente dita, o que no século XIX, não passa de mera uma imagem literária utópica.

Argan (1998, p. 211) afirma que o processo com que elaboram-se os conteúdos, usando a dialética, organizando-os em um sistema que chegam a uma resultante, é o que distingue o urbanismo de qualquer outra disciplina. Segundo Corbusier (2000, p. 92), o suporte da arquitetura é o urbanismo, em que se estabelece uma arquitetura nova e importante. Nesse sentido, afirma-se que a sociedade, e a dimensão social e histórica do espaço urbano são compreendidas através da cidade e da paisagem urbana (CARLOS, 2001). Tratando sobre o urbanismo contemporâneo, Souza (2004, p. 131) diz que a ideia-força central do “planejamento físico-territorial”, em geral, é a mesma que a do urbanismo modernista, a ordem e a racionalidade. Para Oliveira (1982, p. 23), o mecanismo de mercado regula o uso do solo na economia capitalista, e o acesso à utilização do espaço se dá pelo preço desta mercadoria. Concordando com o aludido Lefebvre (2001, p. 132), diz que sem dúvida os centros de lazeres, “sociedade de lazeres”, cidades de luxo e de prazeres e os lugares de férias demonstram isso, e ainda, que a sociedade de consumo descreve essa direção. Nesse contexto, Del Rio (2001, p.49), admite que os desenhistas urbanos deveriam partir para a compreensão dos processos decisórios políticos e do mercado de capitais.

2.2 TEORIAS E CONCEITOS DE PLANEJAMENTO URBANO

As cidades surgiram a partir de uma evolução da população paleolítica. Nessa transformação a expansão provocou um desenvolvimento geral com uma nova estrutura, não somente aumentando o volume existente (MUNFORD, 1998, p. 37). Essa evolução forma-se, em conformidade com Benevolo (2009, p. 23), quando as indústrias e os serviços já não são feitos pelos mesmos indivíduos que trabalham na terra, e sim, por pessoas que não têm esse dever, mas são tidas como restante do produto final. Com o seu desenvolvimento, houve uma crescente urbanização na Europa no século XIX, quando existiu a criação de grandes agrupamentos demográficos constituídos por diversas estruturas e núcleos urbanos (SANTOS, 2014).

O planejamento urbano surge como ciência a partir da segunda guerra mundial, tendo em vista reposição do tecido urbano que foi deteriorado (RIO, 2000, p.19). Neste contexto, constata-se que o conceito de planejamento como

objeto de preservação do status capitalista era unânime para muitos autores marxistas. Assim, ainda afirma-se que o planejamento e a gestão urbanos são artifícios para atingir-se um maior progresso sócio espacial na cidade (SOUZA, 2004).

As construções do urbanismo são indagadas, pois, a sociedade industrial desfrutava de especialistas em planejamento urbano. Por isso, neste momento, a demanda pela cidade ideal tornou-se grande, e também a necessidade de um planejamento. Giddens (1991, p. 8) identifica modernidade como modo de vida ou composição social, que surge na Europa durante o século XVIII, e que, mais tarde, transforma-se numa interferência ligeiramente global.

2.2.1 PLANEJAMENTO URBANO MODERNO

No contexto da Revolução Industrial e dos problemas acarretados pela mesma, o Planejamento Urbano Moderno surge como uma forma de resolver tais problemas. Segundo do Benevolo et al (1977, p. 14) o movimento moderno parte da resposta que valoriza plenamente as implicações políticas, econômicas e sociais, mas, diferencia-se da linha ortodoxa da política européia, que acarretam implicações aos modelos de reforma de organização espacial. Todavia, afirma-se que a grade industrial, em sua primeira fase, instalou-se nas grandes cidades e em suas imediações, proporcionando fluxos migratórios que aumentaram a população urbana e destruíram a conexão das comunidades urbanas tradicionais (ARGAN, 1998).

Conforme Almeida (2010, p. 9), em 1931 a carta de Atenas foi elaborada como um manifesto urbanístico, ou seja, um documento que expressa a inevitabilidade de fundação de organizações de cunho operativo, focadas na preservação e restauração do patrimônio. Neste documento, é mencionado o recomenda sobre respeito na construção de edifícios, especialmente, em edifícios antigos que necessitam de cuidados especiais. Também é sintetizado o conteúdo do Urbanismo Racionalista, também, denominado de Urbanismo Funcionalista. Nele encontram-se inseridas as colaborações de séculos de arquitetura, contendo desde as proposições do socialismo até as da Bauhaus, passando por Morris, Howard e Tony Garnier, entre outros (CORBUSIER, 1993, p. 6).

A análise contida na Carta de Atenas presumia que a criação de um padrão de cidade constantemente reproduzível, visto que esta seria fundamentada em estudos sobre as necessidades básicas dos seres humanos, necessidades essas que continuariam as mesmas em qualquer lugar do mundo. “A cidade deveria organizar-se para satisfazer quatro necessidades básicas, “as chaves do urbanismo estão nas quatro funções: habitar, trabalhar, recrear-se (nas horas livres), circular” (CORBUSIER, 1993, p. 6, apud C de Atenas: 1941; p. 130).

Essa perspectiva de Corbusier (1993) já constava em sua proposta no III CIAM, em 1930, quando assevera que o intuito do Congresso, é abordar uma alteração da legislação do município em várias cidades do mundo. As sugestões modernistas, em conformidade com o arquiteto, não aceitam uma alteração parcial da legislação, no entanto, ordenam que constitua-se um misto de outras normas, que precisam partir do reagrupamento do solo. Dessa forma, o IPHAN (1933, p.7) declara que estar em concordância com as imposições fundamentais dos seres humanos é dever do urbanismo. O modernismo também parecia ser um fenômeno urbano devido ao acelerado processo de crescimento das cidades. A crescente necessidade de enfrentar tais problemas de urbanização caracteriza o planejamento urbano modernista, definido como “uma arte das cidades” (HARVEY, 2007, p. 34- 35).

2.2.2 PLANEJAMENTO URBANO PÓS-MODERNO

Harvey, (1992, p. 71) conta que o urbanismo e o tecido urbano, após a Segunda Guerra Mundial, igualmente, a sua reconstrução e renovação, tornou-se um elemento essencial para resolver os problemas políticos, econômicos e sociais enfrentados na época; isso visando sempre no bem-estar e no crescimento econômico. Ainda salienta-se, que o pós-modernismo é contra a ideia de tecido urbano como algo absolutamente fragmentado, dividido.

De acordo com Chevitarese (2001, p. 11), a pós-modernidade pode ser identificada como uma resposta aos costumes, à forma como progrediram historicamente os princípios da modernidade, relacionada à ausência de confiança na capacidade do projeto moderno, e também, a maneira como o espaço urbano foi separado em lazer, trabalho, circulação e habitação, era a discordância da pós modernismo. O culturalismo, rejeição de diferenças hierarquizantes, abandono dos grandes relatos da legitimação da civilização ocidental são características do pós modernismo. Dessa forma, o mesmo prefere o raciocínio analógico, versátil e flexível ao homogêneo, racional e regimental, dispondo de liberdade como valor principal (HOTTOIS, 2008).

No que concerne à cidade no período pós-moderno, Siqueira (2001, p. 01), é considerada como o lugar que reside o indivíduo descentrado, o qual perdeu o sentido espacial num grande espaço em que tudo está fora de lugar. De acordo com Salgueiro (1998, p. 41), a característica fundamental da cidade pós-moderna é o atributo pontual de inserções que inserem uma forte diferença com relação ao plano que a envolve. Em consequência disto, existem quebras entre tecidos aplicados às quais sobrepõem o seguimento anterior. Nesse sentido, Colin (2004, p. 64) também, salienta que a cidade pós-moderna refuta uma produtividade voltada somente para o consumo. A cidade-modelo neste período era a cidade a ser comprada e vendida, empregando a metodologia do planejamento estratégico urbano, dispondo de concorrência entre elas (DIAS, 2009, p. 51).

2.2.3 PLANEJAMENTO URBANO CONTEMPORÂNEO

A contemporaneidade caracteriza-se pela procura de meios diferentes para enfrentar o sistema compositivo clássico, e para, alcançar uma nova característica monumental com formas abstratas, diversas e complexas (MONTANER, 2009). Na palavra de Segre (2004, p.132), os princípios que identificam a contemporaneidade são o intercâmbio e a fusão de formas e espaços, e a comunicação mútua de tipologias e diferentes sistemas tecnológicos. Ainda, diz-se que, os espaços criados entre os edifícios, combinando-os, apresentam uma das melhores lições da arquitetura contemporânea (MONTANER, 2009).

O processo contemporâneo e suas transformações nas áreas urbanas, segundo Monte-mor (2017, p. 19) são ocasionados pela globalização, e têm gerado uma variedade de críticas e discursos sobre a cidade e seus espaços. Ainda, atualmente os planejadores urbanos e urbanistas afrontam-se com um sério obstáculo que diz respeito ao tamanho, a forma e padrão de crescimento de que os municípios têm de assumir no século XXI. Conforme Júnior e Davidson (1998, p.9), as cidades serão compactadas, excessivamente ocupadas e verticalizadas.

O entendimento da cidade é uma exigência fundamental, muito embora, não seja o suficiente, para alcançar os propósitos do planejamento urbano, em todas as proporções. (GONZALES et al, 1985, p.11). De acordo com Montaner (2009, p. 22), paisagens urbanas modernas foram criadas, numa maneira de fazer a cidade onde contrastava-se o moderno e o antigo. Nessas paisagens, o espaço público transformou-se no contexto dos sistemas arquitetônicos contemporâneos. Dessa forma, os traços da contemporaneidade nos projetos não devem ser apontados definitivamente, pois, no fim do século XX, novas condutas e maneiras de projetar que complementavam a forma de construção urbana, ainda, vinham tomando formas (MACEDO, 2003, p.145).

2.3 PLANEJAMENTO URBANO ESTRATÉGICO

Ao final da Revolução de 1930, Gonçalves (2005, p. 19) conta que a população, bem como, as cidades, expandiram-se significativamente, e assim as relações sócio-político-econômicas foram desenvolvendo-se. Dessa forma, em decorrência de uma mediação do Estado, novas maneiras de planejar começaram a aflorar. Neste mesmo período, surgiu o planejamento urbano estratégico como um importante mecanismo de planejamento e gestão de cidades (REZENDE; ULTRAMARI, 2007, p. 257).

Com a finalidade de estar no comando dos acontecimentos futuros, interagindo com setores públicos e privados; o planejamento urbano estratégico age transformando as ameaças ao urbanismo do espaço em oportunidades (DINIZ FILHO; VICENTINI, 2004, p. 114). A cidade deve ter propósitos reais, integrando a gestão da cidade com o planejamento municipal, tendo em vista, um período determinado e uma estimativa para sua criação (REZENDE; CASTOR, 2005, p. 35).

O planejamento estratégico conta com características predominantes, que são: destaque na concorrência entre municípios; estudo das circunstâncias externas, focando nos pontos fortes e fracos; diretrizes às ações e resultados; colaboração dos agentes submetidos aos processos urbanos; associação com o planejamento sistêmico; e finalmente, destaque na performance sobre pontos-chave. Nesse sentido, seus procedimentos e fases são: estipular um processo de planejamento estratégico; apontar as exigências legais; demonstrar a missão e os valores; analisar os espaços internos e externos; determinar os pontos estratégicos; desenvolver estratégias para responder às questões; assumir um plano estratégico; estipular a visão de futuro; estabelecer um procedimento de execução do planejamento estratégico; rever os métodos e o procedimento de planejamento estratégico (SABOYA, 2008, p. 1).

2.3.1 PLANEJAMENTO URBANO ESTRATÉGICO COM VOCAÇÃO PARA O CONSUMO

Afere-se que todo e qualquer plano urbano necessita de um apoio econômico para viabilizar-se, de forma que exista uma larga competição de médias e grandes cidades, quanto à influência de consumidores e investidores (VARGAS, 1997). De acordo com Carlos (2001, p. 12), a cidade é a submissão do ser humano às necessidades de multiplicação do capital, na qual, o homem percebe-se preso pelas ânsias de consumo e lazer.

O planejamento estratégico urbano como materialidade das relações de consumo, aborda a metrópole em sua totalidade, como um espaço sedutor, produzido pelo mundo da mercadoria (ORTIZOGA, 2012, p. 206). O consumo, de acordo com Debord (1997, p. 29), apresenta-se como um fetiche da mercadoria, e retrata a sociedade sendo dominada por coisas supras sensíveis, mas, que são notadas facilmente, caracterizando o que se chama de espetáculo. Se tratando de uma cidade que é referência no polo econômico, é essencial um planejamento estratégico, já que um problema estabelecido pode refletir no restante da esfera mundial. (FARIA, 2009, p. 164).

A cidade, enquanto um centro de consumo nutre-se de dois tipos de cenários: o cityscape, arquitetura da cidade com seus espaços construídos, e a mindscape, ambientes interiores, efeito da espacialidade dos hábitos recorrentes (CACHINHO, 2006). “A produção é, pois, imediatamente consumo; o consumo é, imediatamente, produção. Cada qual é imediatamente seu contrário. Mas ao mesmo tempo, operase um movimento mediador entre ambos. São elementos de uma totalidade” (Marx, 1974, p. 115 apud ORTIZOGA, 2012).

3 CORRELATOS

3.1 O CASO DE LISBOA – PORTUGAL

A cidade de Lisboa está Localizada no eixo terciário e possui 11.249 habitantes em sua área de influência, ou seja, uma densidade populacional de 71,1 habitantes/há (CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA, 2017). A partir do século XVI, a cidade de Lisboa tornou-se uma metrópole no sentido moderno da palavra, e a cidade mais importante, nesta percepção. Em 1527, já apresentava uma população de 60 mil habitantes, chegando à 100 mil em 1551 e excedendo 110 mil em 1620. Obtendo assim, um crescimento ininterrupto, embora, a população global parecia estar estagnada. (RODRIGUES, 1904)

Ao longo da história, a cidade de Lisboa atraía diversos povos em função de seu espaço repleto de colinas e vales, e do seu clima ameno, proporcionando a abundância de fauna e de flora (SEROL, 2012). Progressivamente, a cidade foi alcançando a vocação portuária e marítima, por intermédio de sua localização privilegiada. Houve então, um momento de declínio ocasionado pelas invasões bárbaras, mas, quando superado, iniciou-se a criação de novos bairros, envolvidos 31 por uma muralha protetora, a qual foi sendo rodeada por habitações. Lisboa era uma cidade populosa como Veneza e Amsterdã, e o seu crescimento foi sustentado até meados do século XVIII (AMADO, 1969, p. 11).

A origem do processo de planejamento estratégico desenvolvido em Lisboa incidiu em associar o planejamento urbano, visando a escolha de áreas estratégicas de intervenção urbana em analogia às quais o município desenvolveria atuações prioritárias (LEITE, 2017, p. 167). Com relação ao consumo da metrópole, observa-se que a grande vantagem do comércio no município é a comodidade ao consumir, pois a população não precisa percorrer muito espaço para chegar ao comércio, facilitando o acesso à mercadoria (ORTIZOGA, 2010, p. 159). O comércio antigo de Lisboa vai reproduzindo-se e criando novos sentidos. Entre muitos outros lugares, o Centro tradicional da cidade tem destaque desempenhando o papel na relação do consumo (Figura 1). A sensação que se tem ao caminhar pelas ruas da metrópole é de que a vida social pulsa em um movimento de centralidade, onde o consumo dá o tom, mas as ligações são muitas, o que faz do lugar, um objeto tão rico.

Figura 1 – Centro comercial de Lisboa



Fonte: Fonte: SAPO24, 2017.

Ortizoga (2010, p. 159) ainda, conclui que as ressalvas da paisagem do consumo em Lisboa evidenciam transformações dentro do perímetro urbano, confirmando uma mudança no padrão de organização hierárquico, por outro lado formado por complementos, e concorrências entre outros distintos modelos de centros, diferenças nas formas de comércio e nos formatos de estabelecimentos.

3.2 O CASO DE SÃO PAULO – BRASIL

Segundo inferências do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE de julho de 2016, a cidade de São Paulo encontra-se localizada na região Sudeste do Brasil, e possui uma área de 1.521 km², ultrapassando os 12 milhões de habitantes (IBGE, 2016). Rodeada por 38 cidades, São Paulo é tida como uma das maiores potências políticas e econômicas do mundo. Nos dias atuais, é o centro financeiro do América Latina, servindo como morada para pessoas de todo o território nacional e mundial.

Prado Júnior (2017 p. 2) relata que a cidade de São Paulo nasceu em virtude das vantagens estratégicas de defesa da colina central e seu crescimento fez-se inicialmente no interior deste maciço. O centro comercial do município ficou nas 33 colinas onde o mesmo nasceu, e em 1880, formaram-se bairros residenciais que fixaram-se nas alturas do maciço.

De acordo com o Site de São Paulo (2017), inicialmente, o município sobrevivia da agricultura e da exploração de materiais preciosos. A base de sua economia mudou quando a cana-de-açúcar foi substituída pelo café, colocando a cidade em destaque na produção do país. No ano de 1930 surgiu a política do Café com Leite, liberando a colonização de novos territórios e a chegada de imigrantes. Em consequência da industrialização, novos contornos urbanos foram surgindo e com eles, novas classes sociais. Muitas intervenções urbanísticas apareceram em 1940, quando a indústria veio a ser a principal referência de economia do município. A capital paulista ganhou destaque no setor de serviços na década de setenta, transferindo suas indústrias para a grande São Paulo.

Em conformidade com Francisco et al (2015, p. 01), a maior parte dos processos de crescimento urbano e desconstrução do espaço na cidade de São Paulo esteve sujeita à acumulação do capital, desde a promulgação da Lei de Terras no ano 1850. Os interesses econômicos nortearam o desenvolvimento da cidade, ignorando os impactos negativos advindos das modificações urbanas.

Ortizoga (2001, p. 2) conclui que a partir da observação das formas do comércio e do consumo, na área central da metrópole de São Paulo pode-se rever as expressões claras da manutenção da sua centralidade (Figura 2), que muitos consideravam perdida, o que observa-se é que ele permite e abre-se ao novo-global. Desse modo, ele concentra muitas diversidades, e consequentemente, é receptivo a diferentes possibilidades de uso.

Figura 2 - Centro comercial da cidade de São Paulo



Fonte: (PINTO, 2016).

3.3 O CASO DE BARCELONA – ESPANHA

Barcelona é a cidade mais populosa da Espanha, contando com uma população de 1,6 milhões de habitantes dentro dos limites do município. No entanto, sua área urbana se expande para fora das fronteiras administrativas, chegando a uma população de aproximadamente 4,7 milhões de pessoas, sendo a sexta cidade mais populosa da União Européia, ficando atrás apenas de Paris, Londres, Madri, Ruhr e Milão (IBERO, 2018).

Entre 1940 e 1970, como a maioria dos países de terceiro mundo, a Espanha decidiu dar um forte impulso no papel industrial de algumas regiões, incluindo Barcelona, que rapidamente levou a um aumento no dinamismo econômico. No entanto, isso não foi acompanhado por programas afetivos de assistência social, que tiveram alto déficit de habitação e equipamentos urbanos (CAPEL, 2005, p. 2). Por volta de 1980 e 1990, as alterações nos modos de vida e hábitos de consumo estiveram no centro das atenções, com o intuito de entender as lógicas dos projetos e das instituições, fundamentos importantes dos métodos de mudança em Barcelona (QUEIRÓS, 2010, p. 9).

Sobre o planejamento urbano do município, existem cinco conceitos globais, instruídos a evidenciar e ressaltar o valor primordial dos padrões que, futuramente, determinarão a nova cidade (GAUSA et al 1998, p. 13). O plano de Barcelona consistia num modelo de intervenção cujas características básicas foram apontadas por vários autores. As iniciativas para tratar e regenerar os espaços centrais foram fundamentais, especialmente através de intervenções na escala de rua e quadrados e no esforço de equipamento da cidade, com ênfase especial nas áreas periféricas onde houve graves déficits orçamentários e desenvolvimento. Estas foram estratégias que tornaram a virtude de necessidade, devido ao déficit geral e a uma crise econômica (CAPEL, 2007, p. 1)

Em 1992, acontecem os Jogos Olímpicos em Barcelona (Figura 3). Sendo assim, desde os anos oitenta, a gestão identificava a possibilidade de suceder essa eventualidade como estratégia para pôr em prática as intervenções urbanísticas supostas no “Plano General de Ordenación Urbana Del Area Metropolitana de Barcelona”, formulado em 1976. A expectativa de realização da olimpíada transformou absolutamente a temática e a conquista da gestão urbana: mudanças nas estruturas e na formação de novos centros na esfera metropolitana (BRASÍLIA, 36 2008, p.189). “Em linhas gerais, o projeto olímpico não privilegiou o esporte ou o evento em si, e sim a cidade como um todo”. (BRASÍLIA, 2008, p.190).

Figura 2 – Barcelona antes e depois



Fonte: (COSTA, 2004, p. 35).

Em 2003, o planejamento estratégico metropolitano foi elaborado e é aprovado por todos os municípios da aglomeração e pelos representantes das forças sociais e econômicas. O documento propõe um conjunto ambicioso e realista de objetivos e projetos, mas, não pode determinar quem fará o que, quando, como, onde e com o que significa (CORRÊA; RIZZUTI, 2008, p. 168).

Barcelona sobressai por seu padrão de planejamento urbano, posto que, é uma referência para outros planos urbanos, desfrutando de intervenções no sistema de ruas da cidade e na organização de transporte público. Assim sendo, com a finalidade de assegurar o bem-estar da população, encaminha-se para a melhora do município constantemente (BRITO, 2010, p. 1).

4. APLICAÇÃO NO TEMA DELIMITADO

4.1 A CIDADE DE DUBAI

Dubai é um dos sete Emirados que compõem os Emirados Árabes Unidos, e é a maior cidade do país. O Emirado de Dubai localiza-se na costa do Golfo Pérsico e conta com uma população de aproximadamente 2 262 000 habitantes. A

cidade, extremamente desenvolvida, é conhecida mundialmente pelos seus enormes arranha-céus e largas avenidas (GOVERNMENT OF DUBAI, 2017).

Durante os séculos XIX e XX, os emirados árabes participavam de um acordo de desvinculação do Reino Unido e a união dos Emirados para a formação de um país, que foi estabelecido com a Grã-Bretanha, que durou até 1971, levando o nome de Trucial States. O primeiro organizador da Federação, Sheik Zayed bin Sultan Al Nahyan, foi também o primeiro governante e presidente dos Emirados Árabes Unidos, com sua gestão de 1971 a 2004. Logo após sua morte, seu filho, Sheik Khalifa bin Zayed Al Nahyan, assume a governança do país (IOP, 2009, p. 26).

Brown (2002, p.5) explica que uma tribo conhecida como Bani Yas habitava a região, antes de Dubai se tornar cidade. Depois disso, o país passou de uma confederação de tribos, para uma nação estável, em uma única geração.

No entanto, desde 1960, os então governantes da cidade sonhavam com a formação de uma aliança dos Emirados no território. Em 1971, isso veio a acontecer com a criação dos Emirados Árabes Unidos¹ (KANNA, 2011, p. 62).

Em 1966 descobre-se o petróleo em Dubai. Sendo assim, por muito tempo a economia da cidade foi baseada na exportação de petróleo e derivados, até que tornou-se um centro comercial indispensável na região, quando foi implantada uma zona Franca, possibilitando o incremento do comércio internacional, aumentando o desenvolvimento da cidade (REGUEIRO, 2009, p. 53).

Na década de 1980, Dubai contou com o planejamento estratégico para aflorar como um relevante destino internacional de turismo. A partir daí, o território transformou-se em um dos locais mais solicitados do mundo, onde tudo é moderno, sofisticado, sedutor e impressionante (ARAUJO, 2010, p. 5).

Dubai, atualmente (Figura 5) possui uma das economias mais desenvolvidas e consequentemente que mais crescem no mundo. Três quartos dessa economia é consequência do setor de serviços, sendo que 10 % advém do setor financeiro e apenas 5% derivam do petróleo, contrastando com os 36% total do país, explica Regueiro (2009, p. 56). A figura demonstra a dimensão da cidade, bem como sua arquitetura.

Figura 5 – A cidade de Dubai



Fonte: (Editoria Economia, 2015)

4.1.2 O PLANEJAMENTO URBANO DA CIDADE DE DUBAI

Segundo Elsheshtawy (2010, p. 61), até os anos 1960, o município de Dubai era um modesto aglomerado de casebres de bairro. No primeiro trimestre do século XIX, a população foi marcada por 1.200 habitantes, referindo-se a um vilarejo de pescadores, cujos moradores eram considerados primitivos. No decorrer do tempo, houveram diversos acontecimentos nesse local, preparando o cenário para uma metrópole moderna e contemporânea. Não consegue-se desconsiderar o pressuposto do “desenvolvimento milagroso” da cidade do petróleo, que apareceu inesperadamente no deserto. Diferentes casos de cidades próximas, como exemplo Abu Dhabi, Dubai dispõe de origens modestas, portanto, foi intensamente hábil e inteligente em seu desenvolvimento urbano “prodigioso”, utilizando e requintando seus recursos restritos e sua localização privilegiada³.

³ Em tradução livre da autora: “A map from that time, titled Trigonometrical Plan of the Debai, confirms the above. The city was indeed a miserable collection of mud huts, in what is now know as Bur Dubai, specifically the Shindaghaarca. This is the earliest record of Dubai - although some historical accounts have suggested that a settlement existed there at the end of the eighteenth century. The population in the first quarter of the nineteenth century was estimated at 1,200 inhabitants - a small insignificant fishing village whose inhabitants were viewed by the outside world as primitives in awe of the english. A series of events in the area, however, were to transform this backwater, setting the stage for a modern, contemporary metropolis. One of the myths which I hope to dispel in this chapter is the notion of an oil city which emerged out of nothing, from the desert. While this is the typical Western view, one cannot discount the hand of officialdom in propagating this myth - a narrative of miraculous development,

A cidade de Dubai tem passado por profundas transformações físicas, devido ao seu rápido crescimento. Tal transformação, atingiu drasticamente a vida da população antiga, e também, da que recém chegava. Essa súbita mudança provocou o interesse coletivo em planejar o futuro do município, dessa forma, o governo centraliza as definições de planejamento nas mãos de realidades confiáveis, descartando a participação popular. Em Dubai, não existem recolhimentos de impostos de renda, sindicatos e partidos de oposição, de modo que não haja eleições (ALAWADI; DOOLING, 2016, p. 276).

Conforme Dubai desenvolve-se, também surgem dificuldades. Deste modo, o município tem a necessidade de assegurar que sua expansão prossiga com êxito por meio do planejamento urbano e estratégico apropriado. O Plano Estratégico de Dubai (DSP) é composto e dividido em cinco esferas: desenvolvimento econômico, social, de segurança, infraestrutura e meio ambiente; e setor público. À vista disso, tem por objetivo incluir o desenvolvimento da infraestrutura do município com base ambiental, com a finalidade de atingir o desenvolvimento sustentável. Nesse caso, o governo tem o propósito de fornecer serviços básicos sustentáveis, eficazes e equilibrados, contendo energia elétrica, água, estradas, transporte e controle de resíduos, preservando o meio ambiente³ (BHARNE, 2013, p. 32).

Em relação à sua economia, Dubai atravessa por um período de largo crescimento econômico desde 2004, período com base no qual a construção civil obteve estímulo e segue desenvolvendo-se num compasso acelerado. Este campo vem obtendo estímulos financeiros no Emirado, tanto pelo problema de redução da primordialidade de financiamento de extração de petróleo, relacionado à imediação de sua escassez, assim como, pelo crescimento das práticas no âmbito de turismo no local. Tudo isso, contribui para que Dubai seja famosa por sua qualidade de vida alta e seu ambiente internacional (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO – MDIC, 2009).

Nesse sentido, no que diz respeito às grandes estruturas de consumo que conectam comércio, lazer e hotelaria, a autora afirma que o padrão seguido por Dubai, é uma tendência que foi fundada nos Estados Unidos e tem-se expandido pelo mundo, acoplar tudo em um espaço privilegiado, ganhando centralidade (Ortizoga 2011, p. 03) (Figura 6). Em conformidade com a autora, a simulação de hiper-realidade fica mais intensa em Dubai, pois, a cidade foi projetada para tornar-se um próprio shopping-center (ORTIZOGA 2010, p. 178). “O sentido é 43 transformar seu espaço num “mundo de fantasia”, onde a imaginação supera a realidade. Assim, seu espaço e seus signos representativos de uma forma de estética preconcebida são consumidos de forma contínua e, nessa dinâmica, a economia local se movimenta e ganha novos contornos” (ORTIZOGA 2010, p. 178).

Figura 6 – Centro de compras em Dubai



Fonte: KULKARNI, 2017.

Nesse contexto, os motivos que levam as pessoas a saírem de qualquer lugar do mundo e deslocar-se para a cidade de Dubai são especialmente as compras e os negócios, caracterizando o turismo do consumo (ORTIZOGA 2010, p. 187). Logo, todos os ambientes da cidade são valorizados como pelo turismo como produto de consumo, devido ao poder de atração que esses espaços contemplam. “Esses espaços, despertam o imaginário das pessoas e são consumidos pelos visitantes como uma mercadoria qualquer” (ORTIZOGA 2010, p. 187).

guided by the wisdom of the city's rulers. Nothing could be further from the truth. As this historical depiction will show, Dubai, unlike many of its neighbours such as Abu Dhabi, has a distinguished history (recent perhaps, but a history nevertheless). Similar to other modern cities, in North America, for example, it has humble beginnings but a shrewd ability to optimize its limited resources and its geographical position, all played a role in the city's 'miraculous' urban development” (ELSHESHTAWY, 2010, p. 61).

No entanto, embora seja uma cidade cativante e com muitos recursos, dispõe de impasses ambientais oriundos da ausência de planejamento para o saneamento básico, bem como, o encaminhamento correto para resíduos e a distribuição de água limpa; agregadas aos diversos projetos industriais, necessita de muita energia elétrica, tanto que o local está em busca de um horizonte nuclear. Devido ao forte crescimento, notou-se a ausência de planejamento no momento em que se organizou a infraestrutura e saneamento básico. Entretanto, atualmente o município já conseguiu respostas para tais questões, como dessalinização da água, e a criação de uma floresta no deserto, na qual, encontra-se um processo de supervisão da água subterrânea concebida para molhar estas florestas. Ademais, os padrões de diminuição do gasto de água e energia nas recentes construções, foram exigidos pelo governo (ARAUJO, 2010, p. 234).

4.2 A CIDADE DE LAS VEGAS

A cidade de Las Vegas se localiza no estado de Nevada e possui 545 mil habitantes. É considerada a capital das ilusões e é um playground para adultos. Las Vegas possui uma oferta de mais de 145 mil hotéis e um leque impressionante de espetáculos contemporâneos, recebendo em média 38 milhões de visitantes ao ano (FOLHA DE SÃO PAULO, 2010).

De acordo com Wolfe (2005, p. 86) o município é considerado, a capital global do entretenimento, pois, possui uma fama mítica, atrelada ao luxo e ao glamour, reunindo sonhos da maior parte dos americanos da classe média.

4.2.1 A História da Cidade de Las Vegas

Molina conta que em 1903 a cidade foi fundada, e alcançou a legalização do jogo em 1931. O primeiro hotel temático da cidade foi constituído somente em 1941, com a finalidade de refazer o espaço de um rancho já existente. (Figura 7). Contudo, quem ajudou de forma significativa para atribuir a Las Vegas o perfil que a cidade contempla hoje, foi o empresário James Arno, que conduziu o potencial dos hotéis temáticos para um provável desenvolvimento do local. As cadeias internacionais surgiram em 1970, causando impacto nos novos mercados por conta de sua eficácia geográfica.



Fonte: KULKARNI, 2017.

O maior crescimento de Las Vegas, segundo Venturi *et al* (2014, p. 50) deu-se a partir da segunda guerra mundial. Houve transformações importantes ano após ano, como hotéis e letreiros novos, estruturas de estacionamento aperfeiçoado com *neón*, substituindo os lotes para deixar os carros na *Fremont Street* atrás dela.

Magnavita (2017, p. 25) faz um contraste com os tempos antigos, dizendo que hoje, ao contrário de antigamente, a maior parte das pessoas visitam Las Vegas, não tanto para jogar, mas para ver o jogo e desfrutar de uma série de diversões. A cidade comprova que o jogo de azar perdeu a soberania que tinha na série de fascínios que a cidade apresentava, mas conservou a sua força inercial. A forma individualizada de jogo tomou o lugar das mesas de roleta e carteados, muito embora essas ainda estejam presentes nos interiores do cassino.

Atualmente a cidade de Las Vegas (Figura 8) garante o divertimento durante o dia e a noite, torna possível desfrutar de uma rica comida em um restaurante de luxo a qualquer momento, oferece várias opções de jogo nos mais variados casinos, e lugares para fazer compras a qualquer hora. A cidade americana tem características muito particulares e compartilha cenários com temáticas que os remetem a sonhos e aventuras (MAGNAVITA, 2017, p. 25).

Figura 8 – Foto aérea de Las Vegas no ano de 2015.



Fonte: Rosenfield, (2015, p. 01).

4.3 O PLANEJAMENTO URBANO DE LAS VEGAS

De um modo geral, Wolf (2005, p. 89) explica que a cidade de Las Vegas constitui-se ao longo da sua maior avenida - o *Las Vegas Boulevard*, também conhecido por *The Strip*. No extremo sul da avenida localizam-se os símbolos da cultura norte-americana, como dezenove arranha-céus, réplicas da estátua da Liberdade, da ponte de Brooklyn, *Times Square*, vários restaurantes de luxo e uma torre com trezentos e cinquenta metros de altura.

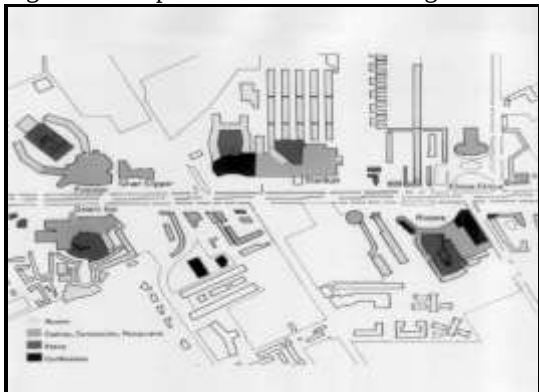
De acordo com Ferrari (2013, p. 81 *apud* MOLINA, 2003), a cidade foi planejada para oferecer experiências divertidas, sendo assim, os ambientes devem proporcionar vivências fantasiosas e essencialmente distantes do dia-a-dia das pessoas. Sobre o efeito Las Vegas, Magnavita (2017, p. 24) explica que ele constitui uma referência que dá sentido ao que se denominaria desurbanidade, ou seja, é a desconstrução de ideias e objetivos a respeito da cidade sugerida pela modernidade. A direção agora é a produção de consumo e a acumulação do capital, trazendo assim a arquitetura e o urbanismo, também como mercadoria.

Em um mundo tão imprevisível, a tática é constituir *hubs* e *clusters*, pois uma estratégia longamente planejada se torna antiquada diante de novas crises, competidores ou inovações. Em Las Vegas, graças aos esquemas de marketing, gestão e divulgação, há espaço para novos desafios e oportunidades, assegurando agilidade e rapidez para responder aos pedidos da sociedade de mercado e a equivalente perda de importância de ações hegemônicas (TRIGO, 2012, p. 06).

Em tratando-se sobre o urbanismo, Venturi *et al* (2014, p. 53) explica que para fora cidade, o único caminho entre a rua e o deserto que contorna o município, é uma extensão de latas de cervejas oxidadas. Dentro da cidade, o percurso tornea o cassino, cujas fachadas associam-se sutilmente com a estrada. O autor ainda, revela a “*Strip*” como uma paisagem em que ao invés de os edifícios, os letreiros imprimem a identidade no urbanismo que ele define como amorfo (VENTURI *et al*, 2014, p. 208).

A “*Las Vegas Strip*” (Figura 9) é um composto de serviços cujo padrão, da mesma forma que em outras cidades, necessita da tecnologia, da movimentação, da comunicação e do custo econômico do solo. É um novo modelo que ainda não se consegue compreender (VENTURI *et al*, 2014, p. 104).

Figura 9 – Mapa da Avenida de Las Vegas.



Fonte: (Venturi *et al*, 2017, p.52).

A rua comercial se torna um ambiente diferente durante o dia, explica Venturi *et al* (2014, p. 151). Ficam visíveis as formas dos edifícios, que continuam em segundo plano se comparadas aos letreiros. A malha urbana não é fechada e direcionada, como em municípios tradicionais, mas é aberto e assinalado por pontos específicos. Os letreiros, bem como

os edifícios diferenciam o espaço pela localização, que é direcionado pelos postes e estacionamento das ruas. Já nos bairros residenciais, as casas são orientadas no sentido da rua e seus ornamentos substituem os letreiros no ambiente. O autor declara ainda que reconhecer o ambiente designado aos habitantes da cidade é difícil, pois, essa população não possui marcas de presença no local.

Sendo assim, o contexto do desenvolvimento de Las Vegas, de acordo com Ferrari (2013, p. 07) demonstra que detrás do êxito corporativo está a importância com que o comércio dos jogos legalizados e do entretenimento foi e continua sendo zelado pelos empresários. O autor conta também que um dos negócios mais relevantes do capitalismo globalizado é a união do turismo com o entretenimento.

Nobrega e Câmara (2009, p. 230 *apud* KOOLHAAS, 2004, p. 151) definem a cidade de Las Vegas presente nos contextos urbanos de um mundo cada vez mais globalizado, permitindo uma relação constante com o universo do consumo. Da mesma forma, Lopes (1998, p. 41) descreve o município como nódulo de mercado especializado, pois, integra-se através de vocações orientadas para o consumo.

Construída pensando na circulação de carros, Venturi e Brown (2012, p. 49) explicam que a organização da *strip* de Las Vegas não é clara, mas nota-se um difícil ordenamento visual dos edifícios e anúncios. O que possibilita a diversidade e as mudanças das margens da rua relacionadas à competitividade das empresas privadas e a posição persuasiva dos edifícios, que impõem ao mesmo tempo o mínimo de ordem nos espaços compartilhados. Dessa forma, a *strip* de Las Vegas condiz com uma nova alteração da relação edifício-anúncio-produto.

Os edifícios e mercadorias permanecem afastados da calçada, bem como as janelas dos supermercados não exibem seus produtos, e a persuasão é feita por grandes anúncios na rua de uma forma que seja impossível a qualquer pessoa encontrar o que procura se tais propagandas forem ignoradas. Venturi *et al* (2014, p. 211) explica que foram criados jardins nas calçadas e o asfalto dos estacionamentos foram transformados em jardins românticos planejados para atrair pedestres para a entrada de hotéis.

A “*Las Vegas strip*” se transformou, ao longo do tempo, em um componente urbano convencional. Houve uma reprodução de ruas paralelas e perpendiculares, constituiu-se super quadras derivadas da mudança de espaços de estacionamento por estruturas de estacionamento e da construção de grandiosos hotéis (VENTURI *et al*, 2014, p. 211).

“Se no ocidente antigo todos os caminhos conduziam a Roma, em tempos de pós-modernidade é possível afirmar que todos os (des)caminhos levam ou passam, virtualmente, por Las Vegas” (VENTURI *et al*, p. 29). Para o planejador urbano, comparar a cidade de Las Vegas com outros pontos de prazer do mundo, significa que para a imagem da arquitetura do lazer, a leveza é fundamental. Demonstra a qualidade em ser um Oasis em uma situação talvez hostil, o simbolismo destacado e a competência em cativar o visitante um novo papel (VENTURI *et al*, p. 211).

No entanto, no reverso da moeda, Las Vegas apresenta uma série de problemas sociais: roubos, assaltos, suicídios, falta de água para a população local, entre outros. Como os gestores da cidade priorizam os espaços frequentados pelos visitantes, neles não há carência de água, segurança e outros serviços. Em virtude do pouco contato com os habitantes, construção de obras readaptadas de outras culturas, falta de planejamento e de verificação dos efeitos socioambientais do turismo para com a comunidade. (FERRARI 2013, p. 90 *apud* MOLINA, 2003). Essas atitudes são produto da globalização do turismo juntamente com a uniformização das imagens dos destinos turísticos e a intensidade de competitividade entre as cidades (FERRARI, 2013, p. 07).

5 ANÁLISES DE APLICAÇÃO

5.1 METODOLOGIA DE ANÁLISE

Primeiramente, os fundamentos analisados nesta pesquisa foram obtidos com base na metodologia de revisão bibliográfica. Depois, fez-se uso do método indutivo, que tem como objetivo de concluir algo maior do que os argumentos nos quais basearam-se (MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 53). Na aplicação da metodologia, utilizou-se de uma metodologia desenvolvida por Drabik (2015) que considera o senso da autora de domínio e relaciona os conceitos expostos com o tema da pesquisa. Sendo assim, foram eleitos, a partir dos capítulos anteriores, conceitos, fundamentos e critérios. Após isso, deu-se início à análise do planejamento urbano e estratégico das cidades de Dubai e Las Vegas.

No transcorrer da pesquisa, decorreram os seguintes mecanismos:

- 1) Primeiramente, foi realizado um quadro de comparação entre o planejamento urbano e o planejamento estratégico. Os princípios foram retirados da revisão bibliográfica apresentada no início do trabalho.
- 2) Elencados os sete princípios de planejamento estratégico, desenvolve-se o segundo quadro;
- 3) No quadro 3, escolhem-se quatro fundamentos dos oito princípios do quadro 2 de planejamento estratégico e que, logo após, são reduzidos em palavras-chave que serão os parâmetros de análise;
- 4) No quadro 4, foi selecionado seis princípios de planejamento estratégico com vocação para o consumo; no quadro 5 elencaram-se três fundamentos de análise do quadro 4 de planejamento estratégico com vocação para o consumo.

5) Os quadros 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11 são parâmetros de análise, associados aos quadros 1 e 4, eles comparam atributos do planejamento estratégico de Dubai e Las Vegas com os conceitos de planejamento estratégico determinados anteriormente. Por fim, visando à resposta ao problema da pesquisa, pelas conjunções da revisão bibliográfica, abordagens expostas e pela metodologia utilizada, tornou-se possível escolher dois conjuntos que fundamentaram a análise do alvo em estudo: O planejamento estratégico de Dubai e o planejamento estratégico de Las Vegas.

5.2 PLANEJAMENTO URBANO, PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE DUBAI E LAS VEGAS

Primeiramente, como ponto de análise, estabeleceu-se o planejamento urbano e o planejamento estratégico. Para Nóbrega e Duarte (2009, p. 154), planejar municípios é uma ação que visa assegurar ambientes seguros e agradáveis para habitar, associando o desenvolvimento econômico, cultural e social. Logo, o planejamento estratégico, tem como propósito elaborar uma cidade intencionalmente raciocinada, projetada e construída com a intenção de desfrutar das oportunidades e minimizar possíveis ameaças, tendo em vista, fortalecer seus pontos fracos e expandir os pontos fortes, dentro de uma esfera futura (LOPES, 1998, p. 20).

O planejamento urbano, conforme ressalta Clementino (2008, p. 01), pode ser compreendido como uma alternativa política e técnica de decisões coletivas, que diz respeito ao futuro comum das cidades. Para Souza (2004, p. 15), planejamento urbano é uma operação que visa encaminhar-se sempre para o futuro. Rebouças (2016, p. 1) constata que quem define as estratégias econômicas e territoriais de desenvolvimento urbano, em determinadas situações, o marco das possibilidades de lucro dos empreendimentos imobiliários, é o planejamento.

Segundo Gonçalves (2005, p. 19), ao final da Revolução de 1930, houve um crescimento da população e das cidades. Assim sendo, de faz-se necessárias uma intervenção do Estado, surgindo assim, novas maneiras de planejar. Logo, nasceu o planejamento urbano estratégico, sendo um instrumento muito importante de planejamento e gestão (REZENDE; ULTRAMARI, 2007, p. 257). Para Brondani *et al* (2012, p. 02), o planejamento estratégico é um método que determina uma direção a ser seguida, com a finalidade de alcançar um ambiente estruturado e organizado.

Dessa forma, para a análise do caso de Dubai e Las Vegas e da vocação de seu planejamento estratégico, foram determinados os seguintes princípios, acima e anteriormente exibidos:

Quadro 1 - Comparativo entre Planejamento Urbano e Planejamento Estratégico

1. O planejamento urbano surge a partir da segunda guerra mundial, tendo em vista reposição do tecido urbano que foi deteriorado (RIO, 2000, p. 19).	1. Em decorrência de uma mediação do Estado, novas maneiras de planejar começaram a aflorar. Neste período, surgiu o planejamento urbano estratégico como um importante mecanismo de planejamento e gestão de cidades (REZENDE; ULTRAMARI, 2007, p. 257).
2. O planejamento urbano é o preparo para a futura administração, que tem por objetivo impedir ou reduzir problemas e amplificar limites de manobra (SOUZA, 2004, p. 28)	2. Com o intuito de estar no comando dos acontecimentos futuros, interagindo com setores públicos e privados, o planejamento urbano estratégico age transformando as ameaças ao urbanismo do espaço em oportunidades (DINIZ FILHO; VICENTINI, 2004, p. 114).
3. Atualmente, o planejamento da cidade consiste em implementar mecanismos para o futuro, proporcionando uma melhor qualidade de vida no dia-a-dia das pessoas, e uma organização no crescimento urbano (BARCELLOS; BARCELLOS, 2004, p. 132).	3. Este tipo de planejamento visa, principalmente, garantir as medidas necessárias para os movimentos, que possibilitem que as organizações propaguem-se, ainda, que entre circunstâncias oscilantes e adversas no âmbito de negócio CHIAVENATO, 2003, p. 20).
4. O planejamento urbano proporciona qualidade de vida aos habitantes e garante o ordenado crescimento urbano, objetivando o futuro do local (REZENDE, 2006, p. 100).	4. O planejamento estratégico conta com características predominantes, são elas: destaque na concorrência entre municípios; estudo das circunstâncias externas, enfoque nos pontos fortes e nos pontos fracos; diretrizes às ações e resultados; colaboração dos agentes submetidos aos processos urbanos; associação com o planejamento

	sistêmico; e finalmente destaque na performance sobre pontos-chave (SABOYA, 2008, p. 01).
5. O planejamento e a gestão urbanos foram encarados como meios para se alcançar um maior desenvolvimento sócio-espacial na cidade (SOUZA, 2004, p. 519).	5. O planejamento estratégico é um procedimento fundamental em meio à organização, pois descreve as instruções para a implantação dos projetos que implicarão em benefícios competitivos (CHIAVENATO, 2003, p. 20).
6. Os propósitos da cidade devem ser reais, integrando a gestão da cidade com o planejamento municipal, tendo em vista um período de tempo determinado e uma estimativa para sua criação (REZENDE; CASTOR, 2005, p. 35).	6. Planejar municípios é uma ação que visa assegurar ambientes seguros e agradáveis para habitar, associando o desenvolvimento econômico, cultural e social (DUARTE, 2009, p. 154).
7. O planejamento e a gestão urbanos são artifícios para se atingir um maior progresso sócio espacial na cidade (SOUZA, 2004, p. 26/519)	7. A cidade-modelo neste período era a cidade a ser comprada e vendida, empregando a metodologia do planejamento estratégico urbano, dispondo de concorrência entre elas (DIAS, 2009, p. 51).

Fonte - Elaborado pela autora (2017).

De acordo com o que foi relatado na metodologia, no Quadro 1 foram escolhidos sete conceitos para a usar como base do planejamento urbano e sete princípios para o planejamento estratégico. Por meio da metodologia exposta acima, no Quadro 2 foram escolhidos sete conceitos de planejamento estratégico.

Quadro 1 - Conceitos de Planejamento Estratégico

1. A cidade-modelo neste período era a cidade a ser comprada e vendida, empregando a metodologia do planejamento estratégico urbano, dispondo de concorrência entre elas (DIAS, 2009, p. 51).
2. O planejamento urbano estratégico surgiu como um mecanismo de organização e gestão de cidades e prefeituras, completamente pertinentes e muito importantes (REZENDE; ULTRAMARI, 2007, p. 257).
3. Este tipo de planejamento visa principalmente garantir as medias necessárias para os movimentos que possibilitem que as organizações se propaguem, ainda que entre circunstâncias oscilantes e adversas no âmbito de negócio (CHIAVENATO, 2003, p. 20).
4. O planejamento estratégico conta com características predominantes, são elas: destaque na concorrência entre municípios; estudo das circunstâncias externas, enfoque nos pontos fortes e nos pontos fracos; diretrizes à ações e resultados; colaboração dos agentes submetidos aos processos urbanos; associação com o planejamento sistêmico; e finalmente destaque na performance sobre pontos-chave (SABOYA, 2008, p. 01).
5. Com o intuito de estar no comando dos acontecimentos futuros, interagindo com setores públicos e privados, o planejamento urbano estratégico age transformando as ameaças ao urbanismo do espaço em oportunidades (DINIZ FILHO; VICENTINI, 2004, p. 114).
6. Planejar municípios é uma ação que visa assegurar ambientes seguros e agradáveis para habitar, associando o desenvolvimento econômico, cultural e social (DUARTE, 2009, p. 154).
7. O planejamento estratégico é um procedimento fundamental em meio à organização, pois descreve as instruções para a implantação dos projetos que implicarão em benefícios competitivos (CHIAVENATO, 2003, p. 20).

Fonte - Elaborado pela autora (2017).

Por intermédio do processo metodológico exposto acima, no Quadro 3, entre os sete, elencam-se quatro fundamentos que, em sua sucessão, serão resumidos em palavras-chave, definindo os parâmetros de análise.

Quadro 2 - Elementos de análise do Planejamento Estratégico

Elementos	Parâmetros
1. O planejamento urbano estratégico surgiu como um mecanismo de organização e gestão de cidades e prefeituras, completamente pertinentes e muito importantes (REZENDE; ULTRAMARI, 2007, p. 257).	1. Gestão de municípios e prefeituras.
2. Com o intuito de estar no comando dos acontecimentos futuros, interagindo com setores públicos e privados, o planejamento urbano estratégico age transformando as ameaças ao urbanismo do espaço em oportunidades (DINIZ FILHO; VICENTINI, 2004, p. 114).	2. Vocação de assumir o controle do que vem no futuro.
3. Este tipo de planejamento visa principalmente garantir as medias necessárias para os movimentos que possibilitem que as organizações se propaguem, ainda que entre circunstâncias oscilantes e adversas no âmbito de negócio (CHIAVENATO, 2003, p. 20).	3. Contexto de negócio.
4. O planejamento estratégico conta com características predominantes, são elas: destaque na concorrência entre municípios; estudo das circunstâncias externas, enfoque nos pontos fortes e nos pontos fracos; diretrizes à ações e resultados; colaboração dos agentes submetidos aos processos urbanos; associação com o planejamento sistêmico; e finalmente destaque na performance sobre pontos-chave (SABOYA, 2008, p. 01).	4. Ênfase na competitividade.

Fonte - Elaborado pela autora (2017).

Ao contrário do planejamento urbano, que refere-se a assuntos como crescimento desenfreado, melhor aproveitamento do uso do solo e organização dos municípios, o planejamento estratégico nasce como um novo padrão de planejamento, com o intuito de exercer e promover a competitividade urbana e a “venda” da cidade, atraindo investidores e consequentemente consumidores.

5.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E VOCAÇÃO DE DUBAI E LAS VEGAS PARA O CONSUMO

Como segunda esfera de análise, determinou-se o planejamento estratégico com vocação para o consumo. A cidade cuja vocação está voltada para o consumo, aborda a metrópole em sua totalidade, como um espaço sedutor, produzido pelo mundo da mercadoria (ORTIZOGA, 2012, p. 206). Logo, para a análise do caso de Dubai e do seu planejamento estratégico com vocação para o consumo, elencam-se os conceitos relacionados no Quadro 4, já acima e anteriormente apresentados:

Quadro 3 - Conceitos de Planejamento Estratégico com vocação para o consumo.

1. Todo e qualquer plano urbano necessita de um apoio econômico para se viabilizar, de forma que exista uma larga competição de médias e grandes cidades, quanto à influência de consumidores e investidores (VARGAS, 1997, p. 03).
2. O consumo, apresenta-se como um fetiche da mercadoria, e retrata a sociedade sendo dominada por coisas supras sensíveis, embora sensíveis, caracterizando o que o autor chama de espetáculo (DEBORD, 1994, p. 29).
3. “A produção é, pois, imediatamente consumo; o consumo é, imediatamente, produção. Cada qual é imediatamente seu contrário. Mas ao mesmo tempo, opera-se um movimento mediador entre ambos. São elementos de uma totalidade” (Marx, 1974, p. 115 <i>apud</i> ORTIZOGA, 2012).
4. Em se tratando de uma cidade de referência no polo econômico, é essencial um planejamento estratégico, já que um problema estabelecido pode refletir no restante da esfera mundial (FARIA, 2009, p. 164).
5. A cidade, enquanto centro de consumo, nutre-se de dois tipos de cenários: o <i>cityscape</i> , arquitetura da cidade com seus espaços construídos, e a <i>mindscape</i> , ambientes interiores, efeito da espacialidade dos hábitos recorrentes” (CACHINHO, 2006, p. 53).
6. O planejamento estratégico urbano como materialidade das relações de consumo, aborda a metrópole em sua totalidade, como um espaço sedutor, produzido pelo mundo da mercadoria (ORTIZOGA, 2012, p. 206).

Fonte - Elaborado pela autora (2017).

Como exposto na metodologia, no Quadro 4 foram selecionados seis fundamentos para a conceituação do planejamento estratégico com vocação para o consumo. Por intermédio do procedimento metodológico apresentado anteriormente, no Quadro 5, entre os seis, selecionam-se três elementos que, posteriormente, são resumidos em palavras-chave: os parâmetros de análise.

Quadro 4 - Elementos de análise de planejamento estratégico com vocação para o consumo

Elementos	Parâmetros
1. Todo e qualquer plano urbano necessita de um apoio econômico para se viabilizar, de forma que exista uma larga competição de médias e grandes cidades, quanto à influência de consumidores e investidores (VARGAS, 1997, p. 03).	1. Atratividade de consumidores e investidores.
2. “A produção é, pois, imediatamente consumo; o consumo é, imediatamente, produção. Cada qual é imediatamente seu contrário. Mas ao mesmo tempo, opera-se um movimento mediador entre ambos. São elementos de uma totalidade.” (Marx, 1974, p. 115 <i>apud</i> ORTIZOGA, 2012).	2. Consumo alavancando a economia.
3. Em se tratando de uma cidade de referência no polo econômico, é essencial um planejamento estratégico, já que um problema estabelecido pode refletir no restante da esfera mundial (FARIA, 2009, p. 164).	3. Cidade como referência no polo econômico.

Fonte - Elaborado pela autora (2016).

Conforme os fundamentos, conceitos e parâmetros de planejamento estratégico expostos nos quadros anteriores, para o estudo de caso deste trabalho, define-se os atributos de planejamento estratégico das cidades de Dubai e Las Vegas.

5.4 DEFINIÇÃO DE PARÂMETROS PARA AS ANÁLISES DA CIDADE DE DUBAI E LAS VEGAS

Nos Quadros 1 a 4, definiram-se fundamentos, conceitos e palavras-chave para a análise do planejamento estratégico de Dubai e Las Vegas e das suas vocações urbanas para o consumo. Nos seguintes, Quadros 6 e 8, essas palavras-chave representam os parâmetros de análise para a cidade de Dubai, pertinentes a primeira coluna e da mesma forma, os Quadros 7 e 9 são relacionados à cidade de Las Vegas.

Dessa forma, os quadros têm o intuito de relacionar os atributos do planejamento urbano estratégico de Dubai e Las Vegas com os parâmetros de planejamento estratégico definidos previamente.

Quadro 5 - Características do Planejamento Estratégico de Dubai

Parâmetros	Características
1. Gestão de municípios e prefeituras.	1.1 Em Dubai, não existem recolhimentos de impostos de renda, sindicatos e partidos de oposição, de modo que não haja eleições (ALAWADI; DOOLING, 2016, p. 276).
2. Vocação de assumir o controle do que vem no futuro.	2.1 Nesse caso, o governo tem o propósito de fornecer uma serviços básicos sustentáveis, eficazes e equilibrados, contendo energia elétrica, água, estradas, transporte e controle de resíduos, preservando o meio ambiente (BHARNE, 2013, p. 32).
3. Contexto de consumo.	3.1 A produção e planejamento desse território está absolutamente vinculada ao método de agrupamento e centralização do capital e ao uso organizacional do espaço (ORTIZOGA, 2011, p. 03)
4. Ênfase na competitividade.	4.1 O planejamento urbano de Dubai foi uma razão primordial para o sucesso, pois tem seu investimento em tecnologias atuais, conduzidas por práticas internacionais para melhorar sua infraestrutura e impulsionar sua competitividade (BHARNE 2013, p. 37).

Fonte - Elaborado pela autora (2017).

Quadro 7 - Características do Planejamento Estratégico de Las Vegas

Parâmetros	Características
1. Gestão de municípios e prefeituras.	1.1 Como os gestores da cidade priorizam os espaços frequentados pelos visitantes, neles não há carência de água, segurança e outros serviços. Em virtude do pouco contato com os habitantes, construção de obras readaptadas de outras culturas, falta de planejamento e

	de verificação dos efeitos socioambientais do turismo para com a comunidade (FERRARI 2013, p. 7, <i>apud</i> MOLINA, 2003).
2. Vocação de assumir o controle do que vem no futuro.	2.1 Em um mundo tão imprevisível, a tática é constituir <i>hubs</i> e <i>clusters</i> , pois uma estratégia longamente planejada se torna antiquada diante de novas crises, competidores ou inovações. Em Las Vegas, graças aos esquemas de marketing, gestão e divulgação, há espaço para novos desafios e oportunidades, assegurando agilidade e rapidez para responder aos pedidos da sociedade de mercado e a equivalente perda de importância de ações hegemônicas (TRIGO, 2012, p. 29)
3. Contexto de consumo.	3.1 O efeito de Las Vegas constitui uma referência que dá sentido ao que se denominaria desurbanidade, ou seja, é a desconstrução de ideias e objetivos a respeito da cidade sugerida pela modernidade. A direção agora é a produção de consumo e a acumulação do capital, trazendo assim a arquitetura e o urbanismo, também como mercadoria (MAGNAVITA 2017, p. 24).
4. Ênfase na competitividade entre cidades.	4.1 Essas atitudes são produto da globalização do turismo juntamente com a uniformização das imagens dos destinos turísticos e a intensidade de competitividade entre as cidades (FERRARI, 2013, p. 07).

Fonte - Elaborado pela autora (2017).

Nota-se que o planejamento estratégico de Dubai e Las Vegas destaca seu comprometimento em responsabilizar-se sobre o que provém, futuramente, visando tornar-se uma metrópole autossuficiente, fomentando assim, sua competitividade.

Supõe-se que todo município deve dispor de uma base econômica para se realizar. Nas duas cidades, com o passar do tempo, a economia impulsionou-se significativamente, trazendo como consequência a atração de investidores e consumidores. Nos dias atuais, as cidades figuram-se como modelo econômico e grande centro de consumo, produto do planejamento estratégico adotado.

Em conformidade com o que foi exposto no Quadro 5, com relação ao planejamento estratégico com vocação para o consumo, é possível verificar as seguintes concepções utilizadas no planejamento estratégico de Dubai (Quadro 8) e Las Vegas (Quadro 9):

Quadro 8–Concepções de planejamento estratégico de Dubai com vocação para consumo

Parâmetros	Elementos
1. Atratividade de consumidores e investidores.	1.1 Na década de 1980, Dubai contou com o planejamento estratégico para aflorar como um relevante destino internacional de turismo. A partir daí, o território transformou-se em um dos locais mais solicitados do mundo, onde tudo é moderno, sofisticado, sedutor e impressionante (ARAUJO, 2010, p. 05).
2. Consumo alavancando a economia.	2.1 “O sentido é transformar seu espaço num “mundo de fantasia”, onde a imaginação supera a realidade. Assim, seu espaço e seus signos representativos de uma forma de estética preconcebida são consumidos de forma contínua e, nessa dinâmica, a economia local se movimenta e ganha novos contornos” (ORTIZOGA 2010, p. 178).
3. Cidade como referência no polo econômico.	3.1 Diversos fatores explicam o crescimento de Dubai nas últimas décadas. A decisão de investir em capital humano estrangeiro para diversificar a economia e desvincular o crescimento do emirado das divisas geradas pelo petróleo é um deles. Essa decisão foi possível pela localização privilegiada da cidade (IOP 2009, p. 38)

Fonte - Elaborado pela autora (2017).

Quadro 9 – Concepções de planejamento estratégico de Las Vegas com vocação para consumo

Parâmetros	Elementos
1. Atratividade de consumidores e investidores.	1.1 A cidade foi planejada para oferecer experiências divertidas, sendo assim, os ambientes devem proporcionar vivências fantasiosas e essencialmente distantes do dia-a-dia das pessoas (FERRARI 2013, p. 81, <i>apud</i> MOLINA, 2003).
2. Consumo alavancando a economia.	2.1 Atualmente a cidade de Las Vegas garante o divertimento durante o dia e a noite, torna possível desfrutar de uma rica comida em um restaurante de luxo a qualquer momento, oferece várias opções de jogo nos mais variados casinos, e lugares para fazer compras a qualquer hora. A cidade americana tem características muito particulares e compartilha cenários com temáticas que os remetem a sonhos e aventuras (MAGNAVITA, 2017, p. 25)

3. Cidade como referência no polo econômico.	3.1 O contexto do desenvolvimento de Las Vegas, demonstra que detrás do êxito corporativo está a importância com que o comércio dos jogos legalizados e do entretenimento foi e continua sendo zelado pelos empresários (FERRARI, 2013, p. 07).
--	---

Fonte - Elaborado pela autora (2017).

Constata-se que, pela conexão exibida no Quadro 7 e 9, que o planejamento estratégico das cidades de Dubai e Las Vegas contempla a vocação para consumo, visando sempre o desenvolvimento da economia.

5.5 ANÁLISE DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DAS CIDADES DE DUBAI E LAS VEGAS

Os dois próximos quadros têm a finalidade de relacionar os parâmetros de análise determinados anteriormente para as cidades de Dubai e Las Vegas com os fundamentos que visaram apresentar a vocação do planejamento estratégico do município.

Quadro 10 - Fatores que apresentam a vocação do planejamento estratégico de Dubai para o consumo

Parâmetros	Elementos
1.1 Destino de turismo de qualidade internacional.	3.1 Na década de 1980, Dubai contou com o planejamento estratégico para aflorar como um relevante destino internacional de turismo. A partir daí, o território transformou-se em um dos locais mais solicitados do mundo, onde tudo é moderno, sofisticado, sedutor e impressionante (ARAÚJO, 2010, p. 05).
2.1 Economia diversificada para o turismo de consumo.	2.1 Todos os ambientes da cidade são valorizados como pelo turismo como produto de consumo, devido ao poder de atração que esses espaços contemplam. “Esses espaços, despertam o imaginário das pessoas e são consumidos pelos visitantes como uma mercadoria qualquer” (ORTIZOGA 2010, p. 187).
3.1 O país como ênfase na economia mundial e como um dos centros de consumo mais influentes do mundo.	3.1 Os motivos que levam as pessoas a saírem de qualquer lugar do mundo e se deslocar para a cidade de Dubai são especialmente as compras e os negócios, caracterizando o turismo do consumo (ORTIZOGA 2010, p. 187).

Fonte - Elaborado pela autora (2017).

Quadro 11 - Fatores que apresentam a vocação do planejamento estratégico de Las Vegas para o consumo

Parâmetros	Elementos
1.1 Destino de turismo de qualidade internacional.	3.1 Outra pessoa que gerou contribuições para o desenvolvimento da cidade foi Steve Wynn, pois foi o primeiro a notar a aptidão da cidade com relação ao turismo, fundando vários hotéis com estas características, concretizando a configuração que Las Vegas possui desde então (MOLINA, 2003, p. 85-88, <i>apud</i> FERRARI 2013, p. 04-05).
2.1 Economia diversificada para o turismo de consumo.	2.1 Um dos negócios mais relevantes do capitalismo globalizado é a união do turismo com o entretenimento (FERRARI, 2013, p. 07).
3.1 A cidade como ênfase na economia mundial e como um dos centros de consumo mais influentes do mundo.	3.1 Definem a cidade de Las Vegas presente nos contextos urbanos de um mundo cada vez mais globalizado, permitindo uma relação constante com o universo do consumo (NOBREGA e DUARTE, 2009, p. 230 <i>apud</i> KOOLHAAS, 2004, p. 151).

Fonte - Elaborado pela autora (2017)

Conforme a metodologia de pesquisa indutiva utilizada, o estudo dos resultados implicou uma interpretação da autora, a qual considerou os fundamentos, os conceitos e os parâmetros determinados no desenrolar deste capítulo e então foi feita a análise. Embora, cada cidade possui uma vocação urbana, a organização da cidade auxilia na estruturação do espaço elaborando as decisões de planejamento, considerando-a.

Ao longo, desta pesquisa, através de referências bibliográficas, observou-se que o planejamento estratégico, surgiu para preparar o planejamento e gestão das cidades, visando oferecer orientações necessárias para que os mesmos caminhem dentro de condições mutáveis no contexto do consumo. O planejamento estratégico nasceu como uma maneira

de amparar e desenvolver os municípios dentro de suas vocações, desfrutando de características de competitividade, propósitos e metas para constituir o futuro.

Finalizada a análise, a autora considera que os objetivos foram atingidos, pois constatou-se que as cidades de Dubai e Las Vegas apresentam estratégias que consideram sua vocação, relacionada à expansão da economia aliada ao consumo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme o tempo foi passando, as cidades passaram por muitas transformações, desenvolvendo não somente sua forma, como também, o modo de pensar da sociedade, especialmente, após o modernismo. Dessa forma, o planejamento urbano nos dias atuais apresenta-se como um desafio para o homem, pois, promove qualidade de vida aos habitantes, mas, é preciso assegurar um crescimento urbano organizado, tendo em vista o futuro do espaço. O planejamento estratégico por sua vez, diz respeito à vocação urbana das cidades para o consumo e tem a função de conservar sua identidade histórica, visando um planejamento urbano organizado, almejando o passado e o futuro, levando em consideração os atrativos que as cidades de Dubai e Las Vegas contemplam isso relacionado ao consumo e, consequentemente, movimentando a economia dos locais.

No decorrer do trabalho, resgataram-se elementos norteadores da pesquisa. Dessa maneira, o trabalho se insere na linha de pesquisa denominada “Planejamento Urbano e Regional”. O problema da pesquisa indaga: Visto que o consumo reflete forte pressão na produção do espaço, como se apresenta o planejamento urbano nas cidades de Dubai e Las Vegas? O planejamento é espontâneo ou ele busca o consumo? Partiu-se da hipótese inicial de que o planejamento de Dubai e Las Vegas gira em torno do consumo. São dois centros, cujo, urbanismo é totalmente voltado para o mercado, considerando estratégias que visam à cidade e sua economia sempre em movimento. O objetivo geral do trabalho foi verificar se o planejamento estratégico de Dubai e Las Vegas possui estratégias que contemplam sua vocação, em relação ao consumo. Na introdução, foram expostos os elementos que estruturam a pesquisa, apresentando seu objetivo e aspectos gerais.

No segundo capítulo, foram resgatados os quatro pilares, fazendo uma conexão do tema com os quatro fundamentos da arquitetura. Também foram apresentadas as teorias e conceitos do planejamento urbano, de maneira a entender como aconteceu o planejamento urbano e qual a sua relevância para as cidades, apresentando o planejamento moderno, pós-moderno, contemporâneo, o planejamento estratégico e o planejamento estratégico com vocação para o consumo. No terceiro capítulo foram apresentados casos de sucesso de planejamento estratégico: O caso de Lisboa – Portugal, o caso de São Paulo – Brasil e o caso de Barcelona – Espanha. O capítulo 4 abordou a história da cidade de Dubai e Las Vegas e seus respectivos Planejamentos Urbanos, com o escopo de auxiliar nas análises da aplicação a serem realizadas no capítulo 5. No quinto capítulo foi relatada a metodologia de análise empregue na pesquisa e foram expostos os elementos de análise: planejamento urbano, planejamento estratégico e planejamento estratégico com vocação para o consumo. Os parâmetros de análise foram determinados e, enfim, as análises do planejamento estratégico das cidades de Dubai e Las Vegas foram realizadas.

Levando em consideração que o método empregue foi à dialética, realizou-se a comparação das informações dos capítulos anteriores com os planejamentos estratégicos de Dubai e Las Vegas. Para a análise dos resultados, foi determinado o uso de quadros, fundamentos, elementos e parâmetros, a partir de princípios definidos pela autora.

No desenvolvimento desta pesquisa, resgataram-se elementos norteadores da pesquisa. Dessa forma, o trabalho se insere na linha de pesquisa denominada “Planejamento Urbano e Regional”. O problema da pesquisa indaga: O planejamento estratégico de Dubai considera a vocação para o turismo e negócios da cidade? Partiu-se da hipótese inicial de que o planejamento estratégico da cidade de Dubai considera o atendimento ao fluxo do comércio e turismo, tendo em vista a cidade e sua economia sempre em movimento. O objetivo geral do trabalho foi verificar se o planejamento estratégico de Dubai possui estratégias que contemplam sua vocação, em relação à expansão da economia e do turismo da cidade. Na introdução, apresentaram-se os elementos que estruturam a pesquisa, demonstrando seu objetivo e aspectos gerais.

A pesquisa retratou o assunto “planejamento urbano”. Seu tema foi o planejamento estratégico, com o intuito de estudar o planejamento estratégico das cidades de Dubai e Las Vegas. Referente a essa proposta, na problematização, indagou-se: Visto que o consumo reflete forte pressão na produção do espaço, como se apresenta o planejamento urbano nas cidades de Dubai e Las Vegas? O planejamento é espontâneo ou ele busca o consumo?

Conforme o que foi relatado, determinou-se como objetivo geral verificar se o planejamento estratégico de Dubai e Las Vegas possui estratégias que contemplam sua vocação, em relação ao consumo. Assim, para que o objetivo fosse atingido, elaboraram-se os objetivos específicos: I - Apresentar o tema por meio de pesquisa bibliográfica; II - Discorrer sobre conceitos e princípios gerais do planejamento urbano; III - relacionar o planejamento urbano com o planejamento urbano estratégico; IV - Apresentar casos com êxito no planejamento estratégico com vocação para o consumo; V-

Apresentar o estudo de caso sobre o planejamento urbano das cidades de Dubai e Las Vegas; VI - Fazer a análise dos estudos de caso; VII - Concluir comprovando ou refutando a hipótese inicial.

Dessa forma, os objetivos foram verificados e analisados, o que trouxe a tona que eles atingiram o alvo para o que foram criados. Como os objetivos específicos foram desenvolvidos para que alcançassem o objetivo geral, no desenrolar do presente trabalho observa-se que o objetivo geral foi alcançado com sucesso.

Em conformidade com a metodologia apresentada, presume-se que a análise dos resultados exige uma interpretação do pesquisador. Sendo assim, em resposta ao problema da pesquisa⁴, verifica-se que as cidades de Dubai e Las Vegas contemplam, em seus planejamentos estratégicos, vocação para o consumo, tendo a economia sempre em movimento, validando-se, assim, a hipótese⁵ inicial.

REFERÊNCIAS

ACSELRAD, H. **A Duração das Cidades: Sustentabilidade e Risco nas Políticas Urbanas**. Rio de Janeiro, 2009.

ALAWADI, K.; **Journal of Urbanism**, 2016. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17549175.2015.1045924>> Acesso em: Agosto de 2017.

ALMEIDA, E. **Uma releitura das cartas de Atenas**, 2010. Disponível em: <ftp://ftp.usjt.br/pub/revint/5_60.pdf> Acesso em: Maio de 2017.

ALVES, M. R. **Cidade(s): Novas Especialidades e Territorialidades**. Pós v.17 n.28, São Paulo, **Revistas USP**, 2010. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/posfau/article/viewFile/43712/47334>> Acesso em: Setembro de 2017.

AMADO, P. J. **Indústria e Poluição Urbana em Lisboa, 1860-1869**. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas Universidade Nova de Lisboa. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38174450/jpamado_iii-chc_coimbra_2014_final.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1503685053&Signature=MNo5Acqd8eT5XJ%2F7f9On%2FBCw%2Bok%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIndustria_e_poluicao_urbana_em_Lisboa_18.pdf>. Acesso em: Agosto de 2017.

ARAUJO, D. **Dubai: o paraíso hiper-real e paradoxal da indústria do entretenimento**. 2010. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo. Disponível em : <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/283/258> . Acesso em: Maio de 2017.

ARGAN, C. G. **História da Arte como História da Cidade**. 4. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BARCELLOS, P. F. P. e BARCELLOS, L. F. P. **Planejamento urbano sob perspectiva sistêmica: considerações sobre a função social da propriedade e a preocupação ambiental**. Revista FAE, Curitiba, 2004. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v7_n1/rev_fae_v7_n1_10_paulo.pdf> Acesso em: Maio de 2017.

BHARNE, Vinayak. **The Emerging Asian City: Concomitant urbanities and urbanisms**. Abingdon: Routledge, 2013.

BENEVOLO, L. MELOGRANI C. LONGO, T. G. **La proyectación de la ciudad moderna**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1978.

BENEVOLO, L. **História da Arquitetura Moderna**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BENEVOLO, L. **História da Cidade**. 4 ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.

BORGES, C. A. **Topografia Aplicada à Engenharia Civil**. São Paulo: Edgar Blucher LTDA, 1977.

⁴Visto que o consumo reflete forte pressão na produção do espaço, como se apresenta o planejamento urbano nas cidades de Dubai e Las Vegas? O planejamento é espontâneo ou ele busca o consumo?

⁵O planejamento estratégico da cidade de Dubai e Las Vegas possui vocação para o consumo, tendo em vista as cidades e sua economia sempre em movimento.

BRASIL. Estatuto da cidade (2001) Estatuto da cidade : **Lei n. 10.257**, de 10 julho de 2001, e legislação correlata. 2. ed. Brasília : Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2009.

BORJA, J. **Luces y Sombras del Urbanismo de Barcelona**. Barcelona, 2010. Disponível em: <<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/12415/5488763.pdf>>. Acesso em: Agosto de 2017.

BRASIL ECONÔMICO, 2017. Disponível em: <<http://economia.ig.com.br/2016-12-24/movimento-25-de-marco.html>> Acesso em: Outubro de 2017.

BRASÍLIA, 2008. **Legados de Megaeventos Esportivos**. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31066405/DA_COSTA_Lamartine_-_> Acesso em : Agosto de 2017.

BRITO, J. P. C. **Modelo e mobilidade em Barcelona: a prolongação da diagonal e o VLT.**, Buenos Aires. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 2010.

BROWN, C. **Images of Dubai and the United Arab Emirates**. Dubai: Explorer Publishing&Distribution, 2002.

BUDNAK, A. S.; ESSER, M. S; *et al.*: **Êxito no planejamento urbano**. Anais do 12º Encontro Científico Cultural Interinstitucional, 2014, Cascavel-PR. Disponível em: <<http://www.fag.edu.br/upload/ecci/anais/5595390b25bf9.pdf>>. Acesso em: Maio de 2017.

CACHINHO, H. **Consumactor: da Condição do Indivíduo na Cidade Pós-Moderna**. Finisterra, XLI, 81, 2016. Disponível em: <<http://revistas.rcaap.pt/finisterra/article/view/1461/1156>> Acesso em: Maio de 2017.

CAMARA DE COMÉRCIO ÁRABE BRASILEIRA – CCAB, 2009. Disponível em: <<http://www.ccab.org.br/>> Acesso em: Agosto de 2017.

CAPEL, H. **El Modelo Barcelona: unexamen crítico**. Barcelona: EdicionesdelSerbal, 2005. Disponível em: <http://public.citymined.org/KRAX_CARGO/teoria/jornadas_2007_material_de_trabajo/el_modelo_barcelona_un_exam_en_cr%EDtico_capel.pdf>. Acesso em: Agosto de 2017.

CAPEL, H. **El Debate Sobre la Construcción de la Ciudad y el Llamado ‘Modelo Barcelona’**. Universidad de Barcelona, 2007. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-233.htm>>. Acesso em: Agosto de 2017.

CARLOS, A. F. A. **A Cidade**. São Paulo: Contexto, 2001.

Carta de Atenas. Barcelona: Escola Tècnica Superior d’Arquitectura del Vallès – ETSAV, 2003. Disponível em: <<http://www.etsav.upc.es/personals/monclus/cursos/CartaAtenas.htm>>. Acesso em: Agosto de 2017.

_____. Serviço Internacional de Museus, Atenas, 21 a 30 de outubro de 1931. Disponível em: <<http://www.patrimoniocultural.pt/media/uploads/cc/CartadeAtenas.pdf>>. Acesso em: Abril de 2016.

CASTELNOU, Antonio. **Arquitetura Contemporânea**. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2015. Disponível em: http://arquitetura.weebly.com/uploads/3/0/2/6/3026071/ufpr2015_aps_arqcont_1sem.pdf. Acesso em: Outubro de 2017.

CHEVITARESE, L. **As ‘Razões’ da Pós-modernidade**. Anais da I SAF-PUC.RJ: Booklink. 2001, Disponível em: <<http://www.saude.inf.br/artigos/posmodernidade.pdf>>. Acesso em: Agosto de 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento Estratégico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHING, F. D. K. **Arquitetura, forma, espaço e ordem**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

CHOAY, F. **O urbanismo**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva S.A., 1965.

CHOAY. **Planejamento Urbano**. São Paulo: Perspectiva S.A, 2000.

CHOAY, **Urbanismo**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

COLIN, S. **Pós-modernismo**: repensando a arquitetura. Rio de Janeiro: UAPÊ, 2004.

CORRÊA, D; RIZZUTI, E. **Legados de megaeventos esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. Disponível em: <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31066405/DA_COSTA_Lamartine_-_LIVRO_MEGA_EVENTOS_WEB.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1471360104&Signature=IWksFUecpFPpbZrIkW2RwOw8NZg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLegado_Educacional_dos_Jogos_Pan-America.pdf#page=190>. Acesso em: Agosto de 2017.

CONNOR, S. **Cultura Pós- Morderna**. Edições Loyola, São Paulo, 1993.

CORBUSIER, L. **Urbanismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DECCA, Edgar Salvadori. **A Revolução Industrial e o Cotidiano**. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

DEL RIO, V. **Introdução ao Desenho Urbano no Processo de Planejamento**. São Paulo: Pini, 1990.

DINIZ FILHO, Luis Lopes; VICENTINI, Yara. Teorias espaciais contemporâneas: o conceito de competitividade sistêmica e o paradigma da sustentabilidade ambiental. **Desenvolvimento e meio ambiente**, Curitiba, nº 9, p. 107-166, 2004.

DOYLE, Michael. E. **Desenho a cores**. Porto Alegre, Bookman, 2002.

EDITORIA ECONOMIA, 2015 – Disponível em: <<http://www.africa21online.com/artigo.php?a=18220&e=Economia>> Acesso em: Agosto de 2017.

ELSHESHTAWY, Y. **Behind an Urban Spectacle**. Abingdon: Routledge, 2010.

ELSHESHTAWY, Y. **Dubai: Behind an Urban Spectacle**. New York: Routledge, 2010.

Estatuto das Cidades Guia para Implementação pelos Municípios e Cidadãos. Brasília – 2001

FARIA, L. **Rev.Caminhos da Geografia**. Uberlândia, 2009. Disponível em: <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/GEOGRAFIA/Artigos/art_estatuto.pdf>. Acesso em: Agosto de 2017.

FARRET, R. **O Espaço da Cidade: Contribuição à Análise Urbana**. Parma, 1985.

FERRARI, C. **Las Vegas Allin : Enfiando o pé na jaca sem culpa**. 2013. Universidade Caxias do Sul. Disponível em: <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32249220/_102_x_anptur_2013.pdf?sequence=1>. Acesso em: Maio de 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO, 2010. Disponível em: <http://ninive.selfip.com:8080/quercia/bitstream/handle/123456789/2036/CXA025_Cli_Que_17_out_2010-001.jpg?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: Outubro de 2017.

FRANCISCO, J. *et al* **Transformações Urbanas em São Paulo**. 2015. Universidade Federal de São Carlos, São Paulo. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142015000300017> Acesso em: Maio de 2017.

GAUSA, M. *et al*. **Barcelona metápolis**: 25 propuestas x 21 equipos. Barcelona: Actar, 1998.

GEDDES, Patrick. **Cidades em evolução**. São Paulo: Papirus, 1994.

GLANCEY, J. **A história da arquitetura**. São Paulo: Loyola 2001.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo, Editora UNESP, 1991.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. Editora Atlas, São Paulo, 1946

GONÇALVES, Raquel Garcia. **Modelos Emergentes de Planejamento**: Elaboração e Difusão - Um Estudo do Planejamento Estratégico Situacional. 2005. Tese (Doutorado do programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.ippur.ufrj.br/download/pub/RaquelGarciaGoncalves.pdf>>. Acesso em: Agosto de 2017.

GONZALES, Suely Franco Netto; *et al.* **O Espaço da Cidade**. 1.ed. São Paulo: Projeto, 1985.

GOVERNMENT OF DUBAI, 2017. Disponível em: <<http://www.dubai.ae/ar/government/pages/default.aspx?category=Government>> Acesso em: Outubro de 2017.

HAROUEL, J. **A História do Urbanismo**. Campinas, SP: Papirus, 1990.

HAROUEL, J. **História do urbanismo**. Campinas, SP: Papirus, 2004.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

HARVEY, D. **Neoliberalism as Creative destruction**. American Academy of Political and Social Science, 2007. Disponível em <cult320withallison.com/files/2004/12/Harvey_Creative-Destruction.pdf> Acesso em: Maio de 2017.

HARVEY, D. **História do Urbanismo**. 3. ed. Campinas: Papirus, 2001.

HOTTOIS, G. **Do renascimento à pós-modernidade**: uma história da filosofia moderna e contemporânea. Aparecida-SP: Ideias e Letras, 2008.

IOP, B. **Crescimento econômico de Dubai no período 1971-2009**. 2009. Faculdade de ciências econômicas, departamento de economia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25351/000738012.pdf?sequence=1>>. Acesso em: Maio de 2017.

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Assembleia do CIAM – **Congresso Internacional de Arquitetura Moderna**. Carta de Atenas. De novembro, 1933. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Atenas%201933.pdf>>. Acesso em: Agosto de 2017.

JÚNIOR, PRADO, C. **A cidade de São Paulo – Geografia e História**. 2017. São Paulo. Disponível em: <http://www.sinaldetransito.com.br/artigos/a_cidade_de_sao_paulo_geografia_e_historia.pdf> Acesso em: Maio de 2017.

JÚNIOR, Claudio Acioly; DAVIDSON, Forbes. **Densidade Urbana**. Rio de Janeiro: Mauad, 1998. Disponível em: <http://www.claudioacioly.com/downloads/articles/Acioly%201998_DENSIDADE%20URBANA.pdf>. Acesso em: Agosto de 2017.

JÚNIOR, F. **O planejamento Urbano e a função social da propriedade**. 2012. Goiânia, Goiás. Disponível em : <<http://seer.ucg.br/index.php/estudos/article/viewFile/2363/1452>> Acesso em: Maio de 2017.

KANNA, A. **Dubai, the City as Corporation**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2011.

KROEMER, K. H. E. **Manual de ergonomia**: adaptando o trabalho ao homem. Porto Alegre, Bookman, 2005.

KULKARNI, D. 2017. Disponível em: <<http://www.dnaindia.com/mumbai/report-move-over-dubai-mumbai-plans-its-own-mega-shopping-festival-2490405>> Acesso em: Outubro de 2017.

LAMAS, J.M. R. G. **Morfologia Urbana e Desenho da Cidade**. Lisboa: Fundação CalousteGubenkian, 2004.

LEITE, P. P. **Museologia Social e Cidades Mundo**. Issue 17 – Spring, 2017

LEFEBVRE, H. **O Direito À Cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

LIRA, F. J.A. **Paisagismo- Princípios Básicos**. Viçosa: Aprenda Fácil, 2001.

- LOPES, R. **A Cidade Intencional: O planejamento Estratégico de Cidades**. Rio de Janeiro, 1998.
- MACEDO, S. S. **Parques Urbanos no Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- MAGNAVITA, P. **(Re)Aprendendo com Las Vegas**. 2017. Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/1353/1/3111-7264-1-PB.pdf> Acesso em: Maio de 2017.
- MARCONI, M.S.; LAKATOS E. M. **Metodologia Científica**. São Paulo, 2011.
- MARICATO, E. **Brasil, cidades: Alternativas para a Crise Urbana**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
- MARTINIANO, J.; NETTO, A. **Manual de Saneamento de Cidades e Edificações**. São Paulo: Pini LTDA, 1991.
- MASCARÓ, L. **Vegetação Urbana**. Porto Alegre: 2005.
- MOLINA, S. **O Pós-Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.
- MONTANER, M. J. **Después Del Movimiento Moderno**. Barcelona, 1993.
- MONTANER, M. J. **Sistemas Arquitetônicos contemporâneos**. Barcelona, 2009.
- NARCISO, C. A. F. **ESPAÇO PÚBLICO: Desenho, organização e poder**. 2008. Dissertação (Mestrado Estudos Urbanos) – Universidade de Lisboa, Faculdade de Letras, Departamento de geografia, Lisboa.
- NETTO, A.; FERNANDES, F. M.; ARAUJO, R.; ITO, E. A. **Manual de Hidráulica**. São Paulo: Edgar Blucher, 1998.
- NÓBREGA, C. C. L. M. e CÂMARA, D. C. *et al.* **O Caso da Rua da Palma: Exemplo de Perda da Identidade Cultural do Espaço Público Urbano**. Encontro de Estudos Multidisciplinares e Cultura, 2010.
- NÓBREGA, C. C. L. M. e DUARTE C. **Publicidade e Identidade na Arquitetura do Espaço Público Urbano**. Revista Brasileira de Gestão Urbana. Curitiba, 2009. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/Urbe/article/view/5248/20738> Acesso em: Outubro de 2017.
- MUMFORD, Lewis. **A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- OBERG, L. **Desenho Arquitetônico**. Rio de Janeiro: editora ao livro Técnico, 1997.
- ORTIGOZA, S. A. G. **Paisagens do Consumo, São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul**. São Paulo, 2010.
- ORTIGOZA, S. A. G. **A Metrópole como Espaço Sedutor no Mundo do Consumo: Os Exemplos de São Paulo e Dubai**. Paper Final, 2010. Disponível em: <http://pluris2010.civil.uminho.pt/Actas/PDF/Paper556.pdf> Acesso em: Agosto de 2017.
- ORTIGOZA, S. A. G. **O tempo e o espaço da alimentação no centro da metrópole paulista**. 2001. 196 f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências Exatas, 2001. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/104443>. Acesso em: Maio de 2017.
- PAULA, João Antônio de; MONTE-MÓR, Roberto Luís; *et al.* **A vocação da cidade: propostas de desenvolvimento**. Belo Horizonte, n°2, p.236-29, S.A. Disponível em: <https://www.cedeplar.ufmg.br/pesquisas/pbh/arquivos/mod2parte2.pdf>. Acesso em: Maio de 2016.
- PEREIRA, S. **19 PubhD de Lisboa em Revista**. Disponível em: <https://pubhdisboa.wordpress.com/author/sergmpereira/> Acesso em: Agosto de 2017.
- QUEIRÓS, M. **Barcelona(s) Cidade dos Projectos ou Projectos da Cidade?** Finisterra, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/fin/n90/n90a02.pdf> Acesso em: Agosto de 2017.
- REIS FILHO, Nestor Goulart. **Quadro da arquitetura no Brasil**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

REGUEIRO, J. **Turismo e relações internacionais: um estudo de caso comparado entre Brasil e Dubai**. 2009. Brasília. Disponível em :<http://bdm.unb.br/bitstream/10483/1103/1/2009_JulianaLimaRegueiro.pdf> Acesso em : Maio de 2017.

REZENDE, Denis Alcides; ULTRAMARI, Clovis. **Plano diretor e planejamento estratégico municipal: introdução teórico-conceitual***. Rio de Janeiro, nº2, p.255-71, mar./abr. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v41n2/05.pdf>>. Acesso em: Agosto de 2017.

_____. Planejamento estratégico municipal como proposta de desenvolvimento local e regional de um município paranaense. **Rev. FAE**. v.9 n.2, 101:87-104, Curitiba 2006. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/fae_v9_n2/08_Denis_Rezende.pdf>. Acesso em: Agosto de 2017.

REZENDE, Denis Alcides; ULTRAMARI, Clovis. **Plano diretor e planejamento estratégico municipal: introdução teórico-conceitual***. Rio de Janeiro, nº2, p.255-71, mar./abr. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v41n2/05.pdf>>. Acesso em: Maio de 2016.

ROBBA, F. **Praças Brasileiras**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2010.

OLIVEIRA, F.; MARICATO, E. **A Produção Capitalista da Casa (E da Cidade) no Brasil Industrial**. São Paulo: Alfa – Ômega, 1982.

RODRIGUES, J. A., **Ecologia Urbana de Lisboa na Segunda Metade do Século XVI**. Lisboa, 1904. Disponível em: <<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1224255202L2oYA9wp7Ie75BW6.pdf>>. Acesso em: Agosto de 2017.

ROMERO, M. **Princípios Bioclimáticos para o Desenho Urbano**. São Paulo: ProEditores, 2000.

ROMERO, B. A. M. **A Arquitetura Bioclimática no Espaço Público**. São Paulo: UNB, 2001.

ROSSI, A. **A Arquitetura da Cidade**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ROTA, A. B. & SCHIFER, S. R. **Manual de Conforto Térmico**. São Paulo, Livraria Nobel, 1998.

SABOYA, Renato. **Planejamento estratégico de cidades – parte 1**. 2008. Disponível em:<<http://urbanidades.arq.br/2008/05/planejamento-estrategico-de-cidades-parte-1/>>. Acesso em: Agosto de 2017.

SALGUEIRO, T. **Cidade pós-moderna: espaço fragmentado**. Rio de Janeiro, **Revista Território**, 1998. Disponível em: <http://www.revistaterritorio.com.br/pdf/04_4_salgueiro.pdf>. Acesso em: Agosto de 2017.

SANTOS, Alexandre Eduardo. Do Surgimento da Cidade ao Processo Deconurbação: Elementos Teóricos Para Análise. In: Anais do VII **Congresso Brasileiro de Geógrafos**, 2014, Vitória. Disponível em:<http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1404388439_ARQUIVO_Dosurgimentodacidade.pdf>. Acesso em: Outubro de 2017.

SÃO PAULO. **História da cidade de São Paulo**. Disponível em: <<http://www.saopaulo.sp.gov.br/>>Acesso em: Agosto de 2017.

SAPO24, 2017. Disponível em: <<http://24.sapo.pt/atualidade/artigos/jovem-foi-esfaqueado-no-centro-comercial-colombo>> Acesso em: Outubro, 2017.

SEGRES, R. **Arquitetura Brasileira**. Rio de Janeiro: Viana & Mosley, 2004.

SEROL, M. E. G. **O Campo de Santa Clara, em Lisboa: Cidade, História e Memória: Um Roteiro Cultural**, 2012. Disponível em: <<https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/2150>> Acesso em: Maio de 2017.

SILVA, D.M; SOUTO, A.K. **Estruturas: Uma abordagem arquitetônica**. Porto Alegre: Ritter dos Reis, 2002.

SILVA, P. **Acústica Arquitetônica & Condicionamento de Ar**. São Paulo: Edital – Empresa Termo Acústica LTDA, 2002.

SOUZA, M. L. **Mudar a Cidade**. Cascavel: Bertrand Brasil LTDA, 2004.

TRIGO, L. G. G. **Os Novos Clusters Abertos de Entretenimento**, 2012. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=QSYwCgAAQBAJ&pg=PT184&lpg=PT184&dq=Planejamento+estrat%C3%A9gico+de+las+vegas&source=bl&ots=FzNNc9EEvv&sig=g1argAibP0yQ04I2tmklu6KioPI&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjRh8vX1vfWAhUEkpAKHWMgDWA4FBD0AQg-MAU#v=onepage&q=Las%20Vegas&f=false>> Acesso em: Outubro de 2017.

VARGAS, H. C. **Turismo Urbano: A Cidade Enquanto Produto**. 1997. Disponível em: <http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/1997_vargas_turismourbanorecife1.pdf>. Acesso em: Agosto de 2017.

VENTURI, R *et al.* **Aprendendo com Las Vegas**. 2014. Universidade Federal do Pará. Disponível em: <<https://fauufpa.files.wordpress.com/2014/07/aprendendo-com-las-vegas-por-robert-venturi-denise-scott-brown-e-steven-izenour.pdf>> Acesso em: Maio de 2017.

VENTURI, R. e BROWN, D. S. **Símbolos de Consumo**. Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitectura, 2012. Disponível em: <https://sigarra.up.pt/faup/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=23430> Acesso em: Agosto de 2017.

YAZIGI, Walid. **A Técnica de Edificar**. São Paulo: Pini, 2004.

WONG, Wucius. **Princípios de forma e desenho**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

WILHEIM, J. **Mobilidade Urbana, um Desafio Paulistano**. São Paulo, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142013000300002&lang=pt> Acesso em: Agosto de 2017.