

PAISAGENS PÓS-INDUSTRIAIS: A CIDADE INTELIGENTE COMO TERRITÓRIO RETÓRICO

CATARINA PATRÍCIO

Universidade NOVA de Lisboa
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA

Resumo

Numa noite de novembro no ano de 2053, um homem caminha. Leonard Mead é um cidadão solitário numa sociedade centrada no brilho dos ecrãs. Dez longos anos caminhando e nunca se cruzara com ninguém, nem uma única vez em todo o tempo. De repente, um carro de polícia acerca-se. Mead é detido. Caminhar aparentava ser uma actividade suspeita. Eis o conto «The Pedestrian», escrito por Ray Bradbury em 1951, e que Deleuze e Guattari relembram numa nota em «7000 antes de J.C. – Aparelho de Captura» de Mil Planaltos.

Novembro de 2017. O monitor de TV do conto de Bradbury, já liberto da interioridade das quatro paredes, tomou a cidade, ora maximizado ora miniaturizado em diversos suportes. Ser pedestre é cada vez mais ser um ponto para onde convergem todos os outros, restando pouca margem de indeterminação ou informalidade à deambulação num percurso que é cada vez mais um trajecto calculável. Com a *figura* do pedestre partimos para a cidade inteligente enquanto território retórico: num primeiro momento percebendo como as cidades pós-industriais, enquanto conjunto de ferramentas, máquinas e sujeitos, formam um dispositivo a que se convencionou chamar *smart city*. De seguida procurar-se-á aferir como é que as *smart cities* se constituem como um território retórico.

Palavras-chave: smarticidade, dispositivo, captura, rede.

«Se todos os lugares da terra estão no Aleph,
aí estarão todas as luminárias,
todas as fontes de luz».

Jorge Luís Borges, *O Aleph*, 1949

1. O QUE É UMA CIDADE INTELIGENTE?

Uma cidade inteligente revela-se enquanto *tessitura* para onde tudo parece subsumir, modelando a organização e o *aparecer*. A existir, ou *quando* existir, trata-se de um ambiente composto por elementos e arranjos de informação, caracterizados por uma quase coerência armilar. No fundo é uma rede¹, «uma meada composta por linhas de natureza diferente» (Deleuze, 1989) sempre disponível a actualizações (*upgrade*), e que orienta o pedestre, *determinando, controlando, capturando e modelando* os seus gestos (Agamben, 2006).

O dispositivo *smart city*, enquanto rede, não é feito por «fios de nylon, palavras ou substâncias duráveis» (Latour, 2005, p. 84). A rede é, antes de mais, «o traço deixado por um agente em movimento» (194), quer seja ele sujeito ou objecto². Trata-se de uma relação entre elementos em *colocação*³ porque imperam relações de vizinhança, inteligíveis enquanto «ramificações». Mas a rede deixa passar *aquilo que não está conectado*. Como explica Bruno Latour, «ao contrário da substância, superfície, domínio e esferas que preenchem cada centímetro daquilo que ligam e delinham, as redes, circuitos e *worknets* deixam *sem conexão* aquilo que não

1 A inovação atribuída a Castells consubstancia-se na sua proposta de fusão entre os dois usos da noção de rede: (1) a rede de objectos, directamente assente no papel da tecnologia, como a rede eléctrica, a rede de transportes e a internet; (2) com a rede de sujeitos, como a trabalha, por exemplo, Jeremy Boissevain em *Friends of Friends: Networks, Manipulators and Coalitions* (1974). Parece-nos, contudo, que o trabalho de Gilbert Simondon é decisivo na aglutinação reticular de ferramentas, máquinas e sujeitos em conjuntos (redes). Cf. *Du mode d'existence des objets techniques* (1958).

2 Para a *Ontologia Orientada por Objectos* (OOO), movimento filosófico do século XXI que rejeita o privilégio humano sobre entidades não humanas, mesmo objetos sem fisicalidade, como a informação, não deixam de ser uma realidade objectual.

3 Em «De Outros Espaços», conferência de 1967 da qual se destacaria o conceito de heterotopia, Michel Foucault descobre a natureza reticular do espaço contemporâneo, que se *nos oferece sob a forma de relações de colocação*. Numa espécie de exercício arqueológico, Foucault esquematiza a mutação que a recepção do espaço sofre no Ocidente, entroncando nos paradigmas da *localização, extensão e colocação*. O espaço arcaico, situado algures até à Idade Medieval, correspondia ao conjunto hierarquizado de lugares que se diferenciavam segundo oposições seminais como *sagrado e profano, guardado e aberto*. Imperava então o paradigma do *espaço de localização*. Com Galileu, e com a descoberta do espaço infinito e *infinitamente aberto*, abre-se o *espaço de extensão* que dissolve o *espaço de localização*. Actualmente é a *colocação (emplacement)* que estilhaça as ordens espaciais precedentes (Foucault, 1984).

conectam» (Latour, 2005, p. 345). Até porque, para haver movimento, *é necessário o vazio entre as coisas*⁴.

Tal como *nunca fomos modernos*⁵ e que o que existe e subsiste são focos de modernidade, também a *smart city* apenas poderá funcionar quando certas associações entre tensores acontecerem, e não em todo o lado a todo o tempo, ainda que a malha aperte cada vez mais. Essa malha, uma *grelha de inteligibilidade*⁶, serve para avaliar a ressonância de informação entre elementos e traceja a forma como se estabeleceu uma conexão. Mas ainda que não seja *tangível* (Latour, 2005), a rede funciona duplamente, quer como dispositivo analítico de apreensão de estruturas, quer enquanto dispositivo que lança práticas, constituindo e organizando sujeitos (Dreyfus & Rabinow, 182, p. 121).

Contudo, antes ainda das tecnologias transdutivas, conexões sempre as existiram. O que se agudiza, problematizando a rede, é a consistência que as novas tecnologias lhe dão. Ainda que não tangíveis, estabelecem conexões que são físicas, registáveis e rastreáveis – «satélites, redes de fibra óptica, calculadores, fluxos de dados e laboratórios constituem o novo equipamento material que sublinha os vínculos» (Latour, 2005, p. 261) por meio de uma película de algoritmos.

Entender uma *smart city* requer um desdobramento dos actores, sujeitos ou objectos, em redes de mediação. É um *desenredar* de «linhas» que «atravessam e conduzem» a cidade-dispositivo. Dirá Deleuze⁷ que

«(...), as linhas não delimitam ou envolvem sistemas homogêneos por sua própria conta, como o objecto, o sujeito, a linguagem, etc., mas seguem direcções, traçam processos que estão sempre em desequilíbrio, e que ora se aproximam ora se afastam umas das outras.» (Deleuze, 1989, p. 83)

Aí, «os objectos visíveis, os enunciados formuláveis, as forças em exercício, os sujeitos em determinada posição, são como que vectores ou tensores.» (Deleuze, 1989, p. 83). Será a natureza da associação que determina quem entra em acção como tensor.

4 É uma ideia antiga. Lucrecio apontava para esta realidade intersticial quando dizia «Mas as coisas não são todas mantidas unidas, apoiadas por todos os lados por uma natureza corpore: na verdade, existe o vazio entre as coisas. [...] Ora bem, nós vemos diante dos nossos olhos que muitas coisas se movem e de muitos modos, pelos mares, pelas terras e pelas alturas do céu. As quais, se não existisse o vazio, não só não teriam movimento incessante, mas nem sequer teriam sido geradas de todo, porque a matéria estaria compactada por todos os lados». (Lucrecio, I a.C., pp. 35-37)

5 Aqui jogando com o título de Bruno Latour (1991) *Nous n'avons jamais été modernes*.

6 Dizem Dreyfus e Rabinow do *dispositivo* de Foucault. O *dispositivo* constitui-se como uma malha analítica que lança uma metodologia de apreensão das estruturas, mas também uma ferramenta que lança práticas, constitui sujeitos organizando-os (Dreyfus & Rabinow, p. 121)

7 Diz do dispositivo em Foucault, mas aqui tomamo-lo de empréstimo.

Recorde-se que para a teoria do *actor-rede* é pela natureza das associações que se definem os papéis, quer de *actores* e quer de *actantes*. «Actores concretizam virtualidades»; se não faz diferença não é um actor (Latour, 2005, p. 216). Tudo depende do tipo de acção.

De um dispositivo irradiam *Linhas de Visibilidade* que distinguem, por meio de «linhas de luz», «o que é visível do que é invisível» (Deleuze, 1989, p. 85). Porque os dispositivos são máquinas de «fazer *ver*» (Deleuze, 1989, p. 84), e de fazer *ler*, são as *Linhas de Enunciação*, que distribuem «as posições diferenciais entre elementos» (Deleuze, 1989, p. 85).

Mas um dispositivo é também composto por *linhas de força* que «rectificam» as curvas de visibilidade e as curvas de enunciação – veja-se aqui a dimensão do poder que se distribui relacionalmente em toda a extensão das suas malhas. Porém, as linhas que se *recurvam e que se voltam a si mesmo, agindo e afectando-se*, constituem-se como dimensão do «Si Próprio» (Deleuze 1989, pp. 85-86). Porque não são nem poder nem saber mas processo de individuação, Deleuze dirá que são linhas de *subjectivação*. Para um pedestre num dispositivo correspondem a «*regras facultativas de orientação de si mesmo*», podendo estabelecer «*linhas de fractura*»⁸.

Por meio de linhas de enunciação, de visibilidade e de força, programam-se tendências, produzem-se sujeitos, constitui-se um amplo *dispositivo* a que se convencionou chamar *smart city*. Giorgio Agamben dirá que todo o dispositivo tem de produzir o seu sujeito para funcionar (Agamben, 2006). É até peremptório quanto à captura exercida pelos dispositivos que proliferam na actual fase do capitalismo, eles que, em vez de levarem a processo de subjectivação, levam a um esvaziamento de si, i.e., a uma *dessubjectivação*. O exemplo que Agamben dá é o telefone móvel, que diz funcionar sempre como um objeto de captura. Aliás, para Agamben todo o dispositivo captura, já que, como diz, não há *uso correcto da tecnologia*. É uma ideia muito problemática e radical, mas não deixa de apontar para a questão que aqui procuramos tratar, sendo até válida para algumas das associações entre sujeitos e dispositivos nas cidades pós-industriais.

⁸ Veja-se a passagem completa a propósito de uma cidade, justamente «o dispositivo da cidade ateniense»: «Foucault distingue o dispositivo da cidade ateniense como o primeiro lugar de invenção de uma subjectivação: é que, segundo a definição original que lhe dá, a cidade inventa uma linha de força que passa pela *rivalidade dos homens livres*. Ora, da linha sobre a qual um homem livre pode dar ordens a outros, destaca-se outra diferente, segundo a qual aquele que dá ordens a homens livres deve ele próprio ser mestre de si próprio. São estas regras facultativas de orientação de si próprio que constituem uma subjectivação, autónoma, mesmo se esta é chamada, em consequência disso, a fornecer novos saberes e a inspirar novos poderes.» (Deleuze, 1989, p. 87)

«Pertencemos a dispositivos e neles agimos. À novidade de um dispositivo em relação aos que o precedem chamamos actualidade do dispositivo, a nossa actualidade. O novo é o actual. O actual não é o que somos, mas aquilo que somos em devir, quer dizer, o Outro, o nosso devir-outro.» (Deleuze, 1989, pp. 92-93)

Smartphones, *Google glasses* e outros *wearables*, também *mupis* e hologramas: é já inevitável falar nestes novos meios de realização quando falamos da paisagem contemporânea. E podem actuar como aparelhos de captura: veja-se como o sono, que parecia ser um obstáculo que o capitalismo não conseguia eliminar, foi por fim tomado pelo consumo. É Jonathan Crary quem o diz em *24/7: Late Capitalism and the Ends of Sleep* (2013), onde discute criticamente a supressão do dormir pela inovação do ecrã num telefone móvel. Tão móvel, que se torna num interface contínuo... que segue para os lençóis de milhões, levando a mais uma compra na *Amazon* ou na *Alibaba*, induzindo sub-reptícios *electric dreams*. Mas lembre-se que as linhas de poder podem ser quebradas. Portanto, «(...) fazemos também apelo a produções de subjectividade capazes de resistir a essa nova dominação (...) uma nova luz, novas enunciações, um novo poder, novas formas de subjectivação» (Deleuze, 1989, p. 92).

Depois de aferido como o ambíguo terreno da cidade inteligente se constitui enquanto dispositivo, uma trama para onde tudo converge dispondo linhas, mas que se constitui simultaneamente como condição de inteligibilidade, pretende-se de seguida sondar como as *Curvas de Enunciação* e de *Visibilidade* podem conduzir a uma certa euforia colectiva em torno das *smart cities* e dos seus produtos, num terreno que se constitui como um território retórico, quer nos enunciados que propõe, quer nas imagens que distribui.

2. A CIDADE INTELIGENTE COMO TERRITÓRIO RETÓRICO.

Temos presente como *há urgência em pensar o espaço urbano* – e o *dispositivo das cidades inteligentes* aponta para uma gestão urbana diante de problemas tão incapáveis como o aquecimento global, a crise de recursos e o aumento da população. Daí que deva ser um projecto politicamente orientado e não apenas uma cosmética centrada no brilho dos ecrãs. Porém, a experiência do pedestre nas novas cidades consoma-se na luz que erradia de diversas superfícies; e é sobre este brilho que aqui queremos falar.

Se «cada dispositivo tem o seu regime de luz» (Deleuze, 1989, p. 84), do dispositivo *smart city* emanam linhas visíveis cujo significado é a própria ideia de *smart city*, ou melhor, significam *smarticidade* – um signo frequentemente em redundância com o signo conotado com a mensagem linguística, recorde-se aqui Barthes e o ensaio «A Retórica da Imagem» (1964). Tal é verificável através dos seus anúncios⁹, mas também em qualquer imagem ou produto que venda a ideia – *apps*, *wearables*, enfim de todo o seu *display visual*. Assim se constitui um conjunto de propostas e tendências a que se convencionou chamar *smart city*.

As curvas, elas próprias *enunciadas, distribuem variáveis*. Desde logo, um movimento de gestão do colectivo como as cidades inteligentes define-se a partir dos *regimes de enunciados* que instaura. Relembrando «o que é um dispositivo?» de Deleuze, «são os regimes aquilo que é necessário definir pelo visível e pelo enunciável» (Deleuze, 1989, p. 85). Enquanto regime, as *smart cities* definem-se pelas palavras e pelos textos que nos propõem. Apontamos para aquilo a que Marc Augé dissera dos *não-lugares* – que escreveu antes da era do telemóvel –, precisamente as suas «instruções de uso» (Augé, 1992, p. 81),

«que se exprimem segundo os casos de maneira prescritiva (‘tomar a fila da direita’), proibitiva (‘proibido fumar’) ou informativa (‘está a entrar no Beaujolais’) e que recorre ora a ideogramas mais ou menos explícitos e codificados (os do código da estrada ou dos guias turísticos), ora à língua natural. Instalam-se assim as condições de circulação em espaços onde se considera que os indivíduos interagirão apenas com textos sem outros enunciadores para além de pessoas ‘morais’ ou instituições (aerportos companhias de aviação, Ministério dos Transportes, sociedades comerciais, polícia de viação, municipalidades), cuja presença de adivinha vagamente ou se

afirma de modo mais ou menos explícito (‘o Conselho Geral financia este troço de estrada’, ‘o Estado trabalha para melhorar as suas condições de vida’), por de trás das injunções, dos conselhos, dos comentários, das ‘mensagens’ transmitidos pelos inumeráveis ‘suportes’ (painéis, ecrãs, cartazes) que fazem parte integrante da paisagem contemporânea.» (Augé, 1992, p. 81)

⁹ Baseamo-nos numa missão científica de curta duração na Faculdade de Teoria Arquitectural da Universidade Técnica em Berlim que desenvolvemos em 2015 no âmbito da Acção COST TU1306 <http://cyberparks-project.eu/stsm/visual-rhetoric-smart-cities-between-theoretical-approach-and-artistic-practice>

Quanto ao regime de imagens que a *smarticidade* parece ditar, e que vêm à luz retoricamente nas imagens das cidades inteligentes, percebe-se como é exercida acção sobre o imaginário.

Enquanto procedimento, a imaginação coletiva funcionará como algo constitutivo do processo de globalização. Torna-se um campo organizável, essencial aos agenciamentos humanos, mas também maquínicos, e uma componente chave no «esquadrinhamento» de uma nova ordem global. Recorremos aqui a Arjun Appadurai, que lê a imaginação como uma *prática social*, onde a *imagem*, o *imaginado* e o *imaginário* são realidades processuais que reconfiguram a imaginação como um campo colectivo e organizado, que envolve forças de trabalho e compreende negociações entre indivíduos e campos de possibilidade globalmente definidos:

«The image, the imagined, the imaginary – these are all terms that direct us to something critical and new in global cultural processes: the imagination as a social practice. No longer mere fantasy (opium for the masses whose real work is somewhere else), no longer simple escape (from a world defined principally by more concrete purposes and structures), no longer elite pastime (thus not relevant to the lives of ordinary people), and no longer mere contemplation (irrelevant for new forms of desire and subjectivity), the imagination has become an organized field of social practices, a form of work (in the sense of both labor and culturally organized practice), and a form of negotiation between sites of agency (individuals) and globally defined fields of possibility. This unleashing of the imagination links the play of pastiche (in some settings) to the terror and coercion of states and their competitors. The imagination is now central to all forms of agency, is itself a social fact, and is the key component of the new global order.» (Appadurai, 1996, p. 31)

O trabalho sobre a imaginação é determinante na emergência da nova ordem global e oscila entre o movimento de homogeneização cultural e o movimento de heterogeneização cultural (Appadurai, 1996, p. 32). Ainda assim, nas linhas de subjectivação encontramos margem para contestar e até subverter os mundos imaginados por *mega* empresas e pela *official mind*¹⁰ – como garante Appadurai.

Podemos então supor que as *smart cities* fazem parte de um imaginário colectivo, e que esse imaginário tenha sido implantado – pelo cinema, pela literatura,

10 Termo de inspiração pós-colonial.

pelos anúncios, pelas *mega* empresas, pela *official mind* – e que é accionado nas paisagens retóricas que se distribuem.

Concentrando-se no carácter disjuntivo dos processos globais, justamente as tensões entre os processos de homogeneização e a natureza heterogénea das associações, Arjun Appadurai distingue cinco correntes geradoras de paisagem cultural. São elas, a saber: (1) a *ethnoscape*, que será a paisagem humana definida pelos fluxos migratórios; (2) a *technoscape*, com que Appadurai procura caracterizar a configuração global, fluida e heterogénea, do uso da tecnologia; (3) segue-se a *financescape*, que abarca os fluxos de capital; e, por fim, (4) *mediascapes* e (5) *ideoscapes*, que estão particularmente vinculadas ao uso da imagem, e que consideramos aqui determinantes na indução de imaginário colectivo.

As primeiras, *mediascapes*, dizem respeito à *mediação* – o que é produzido e disseminado pela imprensa, televisão, cinema, publicidades, etc. São linhas, *paisagens*, que fundem/confundem o real com a ficção, já que fornecem inescapáveis repertórios de imagens e narrativas que misturam o mundo das mercadorias com o mundo das notícias¹¹ – e eis que temos tanto *product placement* como *sponsored content* em cinema, na ficção (televisiva ou *netflix*), mas também em notícias¹². Quanto mais longe estão os auditórios das experiências directas, mais facilmente se lhes entranha esta paisagem imaginada.

As *Ideoscapes* dizem respeito a concatenações de imagens em associação directa às ideologias dos aparelhos de Estado (mas também, acrescente-se, de *mega* empresas), trabalhando no fluxo global das ideologias porque chamam a si «elementos iluminados» de uma visão do mundo, encadeando ideias, termos e

¹¹ Veja-se a passagem: «What is most important about these mediascapes is that they provide (especially in their television, film, and cassette forms) large and complex repertoires of images, narratives, and ethnoscapescapes to viewers throughout the world, in which the world of commodities and the world of news and politics are profoundly mixed.» (Appadurai, 1996, p. 35)

¹² No nono episódio da décima nona temporada de South Park, série televisiva animada de Trey Parker e Matt Stone, intitulado «Truth and Advertising», o personagem Jimmy explica, num exercício arqueológico, como os anúncios evoluíram para *sponsored content*: «For years, mankind has tried to rid the world of ads. For our ancestors, ads couldn't be avoided, but everyone knew what was an ad and what wasn't. After many years, mankind invented cable: a way to pay for television so there would be no ads. But somehow the ads still found a way. And so mankind invented TiVo: a way to skip past commercials. Finally, it appeared to be the end of ads, and everywhere, people rejoiced. The ads were stopped, or so it seemed. With the rise of the Internet, suddenly the ads had an entirely new way to attack us: pop-ups. The top scientific minds were brought together to find a way to stop the ads once and for all. They invented the ad blocker. Suddenly there were no ads on phones, on computers, and everywhere, people rejoiced. But the ads adapted. They became smarter. They disguised themselves as news. All around the world, people read news stories, completely unaware they were reading ads». Ver: <http://southpark.cc.com/full-episodes/s19e09-truth-and-advertising#source=06bb4aa7-9917-4b6a-ae93-5ed7be79556a:19eabc7-boof-4a06-ac66-c9529cef2834&position=9&sort=!airdate>

imagens, incluindo a «liberdade, o bem-estar, os direitos, a soberania, a representação e o termo-chave *democracia*» (Appadurai, 1996, p. 36).

Tanto *mediascapes* como *ideoscapes* entroncam fortemente no *fetichismo da produção* e no *fetichismo do consumo*. Por *fetichismo de produção* Appadurai designa a ilusão criada pelo transnacional poder de produção local que, na verdade, encobre o capitalismo translocal e de gestão global (Appadurai, 1996, pp. 41-42). Com *fetichismo do consumo*, o antropólogo procura definir a experiência do consumidor, transformado já pelas correntes de mercadoria, quer pelas *mediascapes* que as acompanham (fazendo moda), quer pelas *ideoscapes* que as instituem como sentido único (como modo).

Em *Understanding Media* (1964), Marshall McLuhan repara como as «más notícias», de desastres naturais a escândalos sexuais, actuam como máquinas represivas que vendem as «boas notícias», i.e., a publicidade (McLuhan, 1964). Eis, para McLuhan, o *Catecismo Americano*. Appadurai enfatiza a publicidade na constituição do imaginário colectivo¹³, mas não podemos esquecer o papel do cinema na indução das *smart cities*. Ainda que o cinema apresente sobretudo distopias, daí se decalcam cenários assépticos, cheios de luz, e replicam-se inovadores produtos e roupagens. Bem a propósito do cruzamento entre cinema e publicidade, Lewis H. Lapham diz, na introdução à edição de 1994 do MIT Press de *Understading Media*, que a homilia do *Catecismo Americano* funciona como a moralidade medieval nas nódoas de sangue do fato *Armani* do Don Johnson:

«obey the law, pay your taxes, speak politely to the police officer, and you go to the Virgin Islands on the American Express Card. Disobey the law, neglect your insurance payments, speak rudely to the police, and you go to Kings County Hospital in a body bag.» (Lapham 1994, XVI).

Temos aqui a vida social das coisas, porque a relação entre a *troca* e o *valor é política*. É uma ideia de Appadurai:

«Economic exchange creates value. Value is embodied in commodities that are exchanged. Focusing on the things that are exchanges, rather than simply on the forms or functions of exchange, makes it possible to argue that what creates the link between exchange and value is politics, construed broadly.

¹³ «Global advertising is the key technology for the worldwide dissemination of a plethora of creative and culturally well-chosen ideas of consumer agency. These images of agency are increasingly distortions of a world of merchandising so subtle that the consumer is consistently helped to believe that he or she is an actor, where in fact he or she is at best a chooser». (Appadurai, 1996, p. 42)

This argument [...] justifies the conceit that commodities, like persons, have social lives.» (Appadurai, 1986, p. 3)

Como diz, este argumento basta para mostrar que, tal como as pessoas, as mercadorias têm *vida social*. E o mesmo poderíamos dizer do imaginário colectivo. Trata-se de todo um universo de coisas com padrões de comportamento que assentam no aspecto relacional que a técnica contemporânea acentua.

É certo que entre sujeito e cidade sempre houve ressonância de informação. Mas como terreno que se oferece a ser lido¹⁴, cada vez mais talhado à medida de cada um com base no registo das suas preferências, à cidade lida pelo sujeito sobrevém uma cidade que lê o sujeito – e não é ficção: qualquer lojista pode adquirir o *super sensor*, tudo em um, *Aurora* da *Retailnext*¹⁵: é possível medir toda a viagem do consumidor, no interior e exterior da loja, frequência e duração da visita, assim como catalogar os produtos preferidos por cada um que, sem se aperceber, é monitorizado e identificado. Lembre-se ainda, em jeito de conclusão, como a *Amazon* nos recomenda livros com uma precisão perturbadora, ou como em qualquer navegação pelo *Google* surgem *banners* com publicidade individualmente talhada – serão «*produções de subjectividade que saem dos poderes e dos saberes de um dispositivo para se reinvestir noutro, sob outras formas que hão-de nascer*» (Deleuze, 1989).

Feche-se com a figura do pedestre. Caminhar numa *smart city* é desenhar um ponto numa rede, é, como diz Latour do actor-rede, *não a fonte de um acto mas sim o alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direcção* (Latour, 2005, p. 75)¹⁶.

14 A noção central em *A imagem da Cidade* (1960) de Kevin Lynch é a legibilidade do espaço urbano. A cidade é lida, organizada em elementos, que depois se reconfiguram em mapas mentais.

15 O sensor *Aurora* da *Retailnext* mede o comportamento do consumidor com um sensor de última geração que funde análises vídeo, reconhecimento facial, tecnologias *Bluetooth* e *Wi-Fi*. É possível avaliar toda a viagem do consumidor, frequência e duração da visita, listar produtos preferidos, produzir publicidade individualizada, etc. Ver produto em: <https://retailnext.net/en/aurora/>

16 Por definição, a acção é deslocada, i.e., não é local. A acção é sugerida, distribuída, dominada, traduzida. Completando a ideia «se se diz que um actor é um actor-rede, é em primeiro lugar para esclarecer que ele representa a principal fonte de incerteza quanto à acção» (Latour, 2005, p. 77). Talvez seja o que Zizek diz do cinismo ideológico – *they know it very well, but still they are doing it*. Mas, como diz Latour, não vamos apressadamente dizer que o pedestre não sabe o que faz porque isso seria «conceber um impulso social oculto (capaz de obriga-los a fazer coisas sem querer) seria reintroduzir [a questão do] social [que procura abolir]». (Latour, 2005, p. 77)

BIBLIOGRAFIA

- Agamben, G. ([2006] 2009), "What is an apparatus?", *What is an apparatus? and other essays*. Trans. David Kishik and Stefan Pedatella. Stanford, Stanford University Press, 1-23.
- Appadurai, A. ([1996] 2005). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalisation*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Appadurai, A. (1986). Introduction: commodities and the politics of value. In *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. New York: Cambridge University Press, 3-63.
- Augé, M. ([1992] 2007). *Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da Sobremodernidade*. Lisboa, 90 Graus.
- Barthes, R. [1964] 1977). Rhetoric of the Image. In *Image-Music-Text*. London: HarperCollins-Publishers, 32-51.
- Bryant, L. (2014). *Onto-Cartography: an Ontology of Machines and Media*. Edinburgh: University Press.
- Crary, J. (2013). *24/7: Late Capitalism and the Ends of Sleep*. London: Verso.
- Deleuze, G. ([1989] 2015). O que é um Dispositivo?. In *O Mistério de Ariana*. Lisboa: Nova Vega, 83-96.
- Deleuze, G., Guattari, F. ([1972] 2007). *Mil Planaltos: Capitalismo e Esquizofrenia 2*. Lisboa: Assírio & Alvim.
- Dreyfus, H., Rabinow, P. ([1982]1983). *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics*. Second Edition With an Afterword by and an Interview with Michel Foucault. Chicago: The University of Chicago Press.
- Foucault, M. ([1984] 2005). Outros Espaços. In *Revista de Comunicação e Linguagens*. Lisboa: Relógio d'Água, 34-35, 243-252.
- Lapham, L. (1994). Introduction to the MIT Press Edition. In *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964). Cambridge: MIT Press, ix-xxiii.
- Latour, B. ([2005] 2012). *Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede*. Salvador.