

O *hiper* no modernismo e na ficção.

Carlos Sena Caires

CITAR, *Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes* da Escola das Artes
da Universidade Católica Portuguesa, Porto, Portugal.

EDESTA, *École Doctorale Esthétique, Sciences et Technologie des Arts*,
da Universidade Paris 8, Paris, França.

Resumo

O conceito de hiper-modernidade, cunhado por Gilles Lipovetsky em meados da década de 1970, parece indicar uma ruptura com o modernismo e a noção de pós-modernidade. Veremos neste breve exercício crítico se tais pressupostos se justificam e tentaremos verificar quão distante (ou próximo) o hiper-modernismo está das sociedades ditas pós-modernas. O próprio Jean-François Lyotard já previa o fim dos grandes esquemas explicativos do mundo e com ele o término da linearidade histórica rumo ao progresso. Assim sendo, fará sentido pensarmos nas grandes narrativas de ontem à luz de uma sociedade em constantes mutações? Que pensar desses novos formatos de comunicação que são as meta e hiper-narrativas? Num mundo globalizado e digitalizado não será de prever uma mutação na forma como cada um entende o texto, a literatura e a ficção; Como cada um entende a ciber-literatura (Jean-Clément) ? E essa ciber-literatura não será ela própria uma forma de produção da hiper-ficção ou não serão os romances generativos, promovidos por Jean-Pierre Balpe, um dispositivo narrativo próprio do nosso tempo? As *lan-party*, os videojogos em rede para multi-jogador, as vivências excêntricas do artista francês Matthieu Laurette, são alguns dos exemplos que veremos nesta curta viagem ao mundo da ficção e do modernismo elevados à potência do *hiper*.

Hiper-modernismo como continuidade do Modernismo.



Figura 1. Baby (2000), escultura hiper-realista do escultor australiano Ron Muek.

Segundo a teoria pós-moderna, inaugurada pelo filósofo e teórico francês Jean-François Lyotard no final dos anos 1970¹, o hiper-modernismo² opõe-se definitivamente à ideia de fim da modernidade – isto é, o hiper-modernismo constitui-se como uma continuidade do modernismo. A teoria pós-moderna postula o fim das grandes narrativas ou metanarrativas³ do mundo contemporâneo, o que conduz à ideia de fim da modernidade, tal como nasceu no Renascimento (Séculos XV e XVI), e se expandiu durante o período do Iluminismo (Séculos XVII e XVIII). Com o pós-

¹ Ver: LYOTARD, J.-F., *La Condition postmoderne, Rapport sur le savoir*. Collection « Critique », Paris, Éditions de Minuit, 1979.

² Segundo o dicionário na rede da Porto Editora (<http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa/hiper->) o prefixo *Hiper* é um elemento de formação de palavras que exprime a ideia de *além de, muito exagerado, excessivo* e representa por vezes a noção de *superior* ou *acima de*; exprime o exagero, o excesso.

³ As grandes narrativas ou meta narrativas consistem, segundo Lyotard, nas grandes estruturas da sociedade, como as instituições (o Estado, por exemplo), a família como estrutura social de base, a fé no progresso e na ciência, a crença na paz universal, a justiça, a razão e o amor.

modernismo, os grandes esquemas explicativos do mundo ficam em descrédito, já não existem garantias de nada, e até a ciência já não pode ser considerada como uma fonte de verdade. Os pós-modernos anunciam o fim das estruturas do pensamento moderno: já não há uma crença no dia de amanhã, nem na promessa de um futuro melhor (nem na irresistível odisseia da história). Para Lyotard, o pós-modernismo deveria indicar um verdadeiro virar de página; era necessário acabar com a crença na Razão, promover o fim na crença da Verdade absoluta e única, promover o fim da linearidade histórica e ir rumo ao progresso. Assim, o sentimento pós-moderno é essencialmente anti-fundamentos e tenta destruir todos os fundamentos objectivos passados, sem quase nunca colocar nada no seu lugar. Surgem então novos conceitos que deverão nortear as sociedades ditas pós-modernas: como por exemplo as noções de multiplicidade, de fragmentação, de des-referencialização, de entropia⁴ e de desconstrução.

Julgamos que as teorias pós-modernas, de facto, tinham a sua razão de ser, pois as estruturas que regem a nossa sociedade já não são as mesmas que definiam os tempos do Iluminismo do século XVIII. No entanto, consideramos que essas teorias estão datadas, essas mesmas mudanças não significam o fim da modernidade, pois as grandes narrativas de que Lyotard fala não se apagam, nem desaparecem, simplesmente são transformadas pela própria evolução das sociedades. Assim, acreditamos que uma perspectiva hiper-modernista do mundo contemporâneo é mais eficiente para descrever o momento em que vivemos. O nosso mundo nunca deixou de ser “moderno”, é de facto cada vez mais moderno, de forma diferente, mas moderno.

⁴ Inclusão de todas as culturas como mercados consumidores.

A hiper-modernidade

Novos valores vêm ao de cima, após a revolução dos anos 1950 aos anos 1970 (consumismo, comunicação de massas, as teorias de Marshall MacLuhan⁵), a sociedade cai num certo hedonismo exacerbado: o gosto pela novidade, a promoção do fútil e do frívolo, o culto do prazer e do lazer, as influências da revolução sexual de Maio de 1968, os movimentos feministas e homossexuais – aqui está uma sociedade virada para o indivíduo, para o culto do bem estar e do egocentrismo. O dito modernismo é transformado e elevado ao seu potencial superlativo: o hiper-modernismo⁶. Tudo é *hiper* hoje em dia (i.e. os hipermercados), ao ponto da noção de pós-modernidade ter perdido a sua razão de ser.

Na verdade, o termo *Hiper-modernidade* surge em meados da década de 1970 para caracterizar um modelo de sociedade virada para o indivíduo e o individualismo exacerbado, mas toma a sua verdadeira dimensão nos anos 1990-2000 como ideia de intensificação da modernidade. De facto, não existe propriamente uma ruptura com os tempos ditos modernos. Segundo o filósofo francês Gilles Lipovetsky⁷ os tempos actuais continuam sendo *Modernos*, mas com a intensificação de certas características das sociedades ditas modernas: o individualismo transforma-se em hiper-individualismo; o consumismo em hiper-consumismo; e a fragmentação do espaço e do tempo em hiper-espaço.

Assim, a hiper-modernidade assume-se como uma cultura do excesso, do “quero sempre mais”, tudo se torna mais intenso e mais urgente. O movimento é uma

⁵ Ver: MACLUHAN, Marshall (1964), *Understanding media: the extensions of man*. New York: McGraw-Hill, onde o autor fala dos média quentes (rádio e cinema) e dos média frios (telefone e televisão).

⁶ Nos dias de hoje já se fala em hiper-capitalismo (Laurent Fabius, 2006), em hiper-potências, em hiper-terrorismo e em hiper-individualismo. Por exemplo, o texto passou a hiper-texto pelo uso das novas tecnologias.

⁷ Gilles Lipovetsky, é natural de Millau, França (1944), filósofo e professor da universidade de Grenoble, França. *Os tempos hipermodernos* (2004) e *A era do vazio, ensaios sobre o individualismo contemporâneo* (1983), são duas das suas obras mais destacadas.

constante, não há tempo para paragens. Estamos na era da velocidade, da flexibilidade e da fluidez. Tudo ocorre, hoje em dia, a um ritmo esquizofrénico, determinando um tempo marcado pelo efémero. Hipermercado, hiper-consumo, hiper-velocidade, hiper-corpo: toda a sociedade é elevada à potencia do mais, do maior, do *hiper*.

O *hiper* no nosso tempo.

Com quantos aparelhos tecnológicos andamos todos os dias? Telemóveis, *MP3's*, *iPod's*⁸, computadores portáteis, agendas electrónicas e *iPhone's*⁹. Quantos aparelhos tecnológicos modernos queremos comprar nos próximos tempos? Um novo telemóvel, porque o que acabamos de comprar já não tem aquela função que todos os nossos amigos e colegas já possuem; um novo *iPod Nano*¹⁰, porque é o último grito do mercado; o novo *iPad*¹¹ da Apple; um novo televisor plasma porque ficaria melhor lá na sala; um novo GPS¹² para o carro porque julgámos nunca conseguir chegar ao local designado. Em quantos endereços, espaços virtuais ou salas de *chat*¹³ já nos inscrevemos ou iremos nos inscrever? No *Google-mail*, no *Yahoo*, no *G-mail*, no *Hi-5*, no *MySpace*, no *Facebook*, no *Skype*, no *Second Life*? Com quantas pessoas consideramos normal manter contacto na rede da Internet? Dez, cinquenta, cem, duzentas? E na vida real? Cinco, dez? Quantas tarefas nos parecem imprescindíveis no nosso dia-a-dia? Ver o correio electrónico tornou-se fundamental; Ler o jornal na Internet também. Ir ao *Youtube* ver as últimas novidades videográficas e *chatear* com

⁸ O leitor de música digital codificada (MP3) da Apple.

⁹ O novo telefone e agenda electrónica da Apple.

¹⁰ O mais recente leitor MP3 da Apple.

¹¹ O novo dispositivo em formato *tablet* produzido pela Apple (<http://www.apple.com/pt/ipad/>).

¹² GPS é um sistema de posicionamento global utilizado para orientação geográfica (*Global Positioning System*).

¹³ Sala de *Chat*: opção que possibilita falar e enviar mensagens na rede, a mais de um contacto simultaneamente.

os amigos no *Facebook* é hoje algo muito comum. Afinal, quanto tempo passamos por dia na Internet?



Figura 2. Hi5, Facebook, Skype, Myspace, alguns dos diversos meios de comunicação em rede.

Quantos personagens virtuais somos capazes de criar e de manter “vivos”? Quanta da informação de nós próprios filtrámos nos ambientes virtuais? O nosso “eu” multiplica-se e desmultiplica-se nesse mundo “invisível” dos *bytes* e dos *terabytes*¹⁴.

Na sociedade hiper-moderna tudo é plural e excessivo, multiplicado vezes sem conta, numa proliferação de desejos que se tornam realidade num piscar de olhos. A única coisa escassa, e da qual sentimos uma enorme falta é, apenas e só, do tempo. Precisamos do tempo para fazer mais e mais coisas. Chegamos ao paradoxo de precisarmos do tempo para ter ainda mais tempo. De facto, necessitamos de um certo sossego (de alma) para poder parar de desejar fazer cada vez mais com menos tempo.

¹⁴ Um terabyte (TB) equivale a 1024 gigabytes (GB). Um gigabyte equivale a 1024 megabytes (MB).

Precisamos desse sossego para darmos ao tempo o tempo necessário para conseguir pensar em qualquer coisa (de útil). Infelizmente, nos *tempos* que correm, esse bem é cada vez mais difícil de conseguir; somos metralhados com uma infinidade de produtos, de maquinismos, de livros, de publicidade que não nos deixam sequer o tempo para respirar, ficando sem tempo para dedicar o tempo suficiente para as coisas que realmente importam. Estamos demasiado presos aos constrangimentos temporais e à vontade de mimetismo da capacidade multi-tarefa das máquinas que nem nos damos conta das nossas verdadeiras limitações.

Hiper-narrativas

É nesse mundo, nesta sociedade *hiper*, que nos devemos perguntar para onde vamos, para onde nos leva esta proliferação de objectos, de vícios e de prazeres supérfluos, num vai e vem frenético de individualismos e duplicações - avatares¹⁵ virtuais da nossa grande epopeia.

É nesta sociedade *hiper* que nos devemos perguntar quais são, afinal, as grandes narrativas da era contemporânea, essas meta-narrativas de que fala Lyotard (agora transformadas em *hiper-narrativas*?)

Leitura, artes visuais, fotografia, design, animação, música, cinema, tudo existe, tudo se transforma no novo mundo virtual da *hiper-realidade*. Diferente mas real, virtual e simultaneamente actual, ninguém precisa de criar um mundo novo, ninguém precisa de destruir nada para criar o *outro*, porque esse *outro* já existe e os dois coexistem pacificamente. As grandes narrativas de ontem são as *hiper-narrativas* de hoje. São

¹⁵ Um Avatar designa uma figura criada à imagem e semelhança de um indivíduo permitindo uma certa personificação do mesmo. É um termo que se tornou popular nos meios informáticos, nomeadamente quando se começou a falar de “corpos virtuais”. No sítio oficial do filme *Avatar* de James Cameron (2009) é possível criar um avatar Na’vi à nossa imagem, basta para isso carregar uma fotografia nossa e fazer as escolhas dos adornos e pinturas faciais seguindo as indicações dadas (ver e experimentar em: <http://www.avatarmovie.com/becomeanavatar/>)

os relatos do dia-a-dia, dos nossos *blogs* na Internet, dos nossos *chats*, IRCs¹⁶ e *Skypes*, são todos esses textos que se constroem numa amálgama de letras, imagens e sons para nos perguntar: como foi? Com quem falaste? Quem encontraste? Quem mandou esse texto? Quem telefonou? Quem mandou essa fotografia? Quem disse isso? Quem escreveu isto ou aquilo?

Fenómeno interessante este: todos querem comunicar-se publicamente. Todos querem conhecer e serem conhecidos. Cada um (no seu “pseudo” individualismo) cria o seu perfil, cria a sua imagem virtual, o seu *avatar*, redige o seu *blog*, escreve poemas e histórias, crónicas e contos, legendas e prosas, mas ninguém quer que a sua privacidade seja invadida por outrem. Afinal, o *texto* tornou-se tão importante, que dele dependemos para comunicar. Hoje, abre-se um *blog* como quem lança um livro. Pode parecer mau, mas não o é, porque, por um lado é o que de melhor aconteceu para a literatura e a ficção, para as artes. A proliferação do *texto* faz com que haja mais leitura, mais textos sobre textos, mais crítica, maior crítica. São bilhões de escritores e de leitores na rede. Por outro lado, gera-se uma quantidade inútil de informação, gera-se tanta dispersão que nem o mais astuto, o mais organizado, o mais metucioso consegue entender-se. Acaba-se de publicar, e já estamos desactualizados. Acaba-se de comentar e outro já tinha tido a mesma ideia! As ideias sobrepõe-se ao texto. O *texto* sobrepõe-se ao autor. Por isso alguns escritores, autores e poetas pensaram aproveitar essa nova realidade para reflectir o *texto* e a *literatura* de forma diferente, com recurso aos meios digitais e à interactividade quase imediata que possibilitam as novas tecnologias digitais. A próxima paragem da literatura só será possível nesse mundo hiper-ficcional da rede, da memória dos bytes, dos megabytes e dos terabytes.

¹⁶ IRC: *Internet Relay Chat*, define-se como um protocolo de comunicação que se usa na Internet.

Hiper-literatura, cyber-literatura e hiper-ficção.



Figura 3. *Façade* (2005), uma hyper-narrativa com integração de AI (inteligência artificial) de Michael Mateas e Andrew Stern (<http://www.interactivestory.net/>).

O filósofo francês Jean Clément, fala em *cyber-literatura* para designar as diversas formas de produção da *hiper-ficção*: desde a geração automática de textos, à poesia cinética, às ficções interativas e às criações colaborativas¹⁷. A questão desenvolvida por Clément defende que este tipo de literatura ficcional, mais do que qualquer outro tipo, releva do domínio do jogo. Como diria o próprio Schiller: “o homem só se torna homem quando joga” (cit. Jean Clément). O jogo seria, assim, um elemento

¹⁷ Ver: « La cyberlittérature entre jeu littéraire et jeu vidéo », in SZILAS Nicolas, RETY Jean-Hugues (dir) *Création de récits pour les fictions interactives. Simulation et réalisation*, Hermès Lavoisier, 2006, pp. 17-31. Ver também: "Cyberlittérature", in Balpe J.-P. (dir.) *L'art et le numérique*, Hermès, 2000.

constitutivo da nossa sociedade. Esta liberdade do jogo é igualmente a da ficção e a da literatura. É a liberdade *fictiva* da sociedade contemporânea.

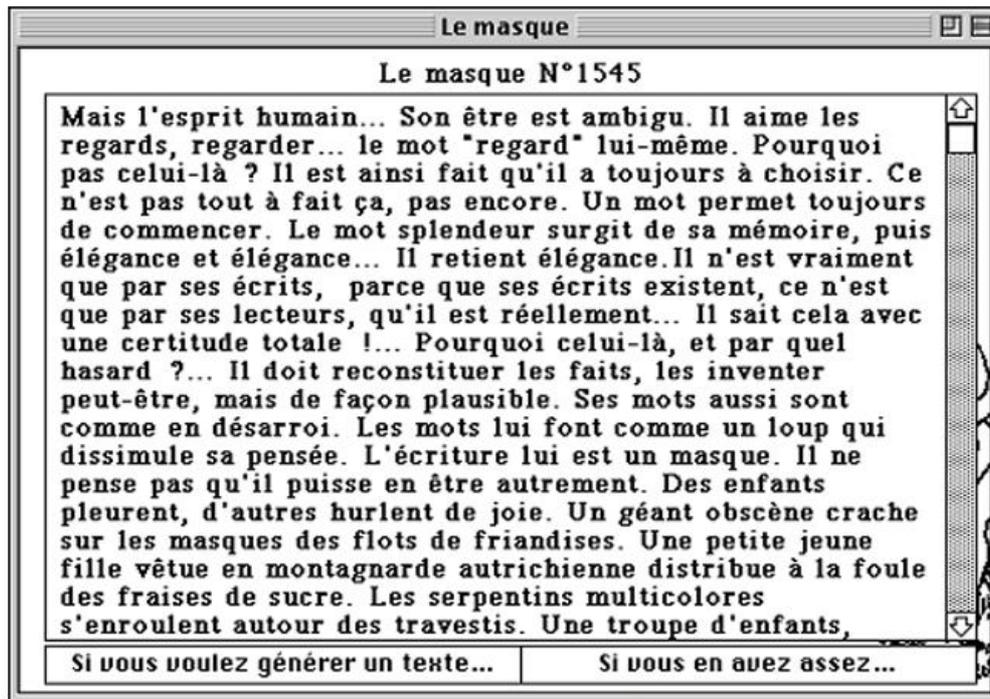


Figura 4. Le masque, fotografia de ecrã, (©BALPE Jean-Pierre, 1994). Le masque, é um romance generativo, onde o personagem principal se chama “Le Masque”.

Por seu lado, o teórico e ex-professor da universidade de Paris 8, Jean-Pierre Balpe utiliza as potencialidade dos computadores, enquanto máquinas geradoras de conteúdos, para criar um género de ficção que ele intitula de “romance generativo”¹⁸. A ideia principal de Balpe consiste em fornecer à máquina as regras de construção de textos e assim, deixá-la construir novas histórias a cada pedido do espectador-leitor. Máquinas de modelização linguística, os computadores, são para Balpe, dicionários gigantes, produtores de dispositivos narrativos sempre originais, diversos e múltiplos.

¹⁸ *Trajectoires*, romance interactivo e generativo para Internet, projecto ISEA, 2000 (prémio da Fundação Hachette 2000). Ver: BALPE, J.-P., *Contextes de l'art numérique*, Hermès Sciences publications, Paris, 2000. Ver também: *La disparition du Général Proust*, uma hiper-ficção na Internet que se desenvolve em mais de vinte sítios diferentes, a decorrer desde 2006 (<http://generalproust.oldiblog.com/>).

No campo dos jogos, por exemplo, e porque é de ficção que estamos a falar, encontramos diversas plataformas na rede que possibilitam a interacção do espectador e a simultânea criação de ficções “uni-pessoais” que contribuem para o todo da narrativa. O exemplo dos *SIMS*¹⁹ parece-nos o mais evidente: espelho da nossa sociedade, este jogo recria os costumes da sociedade contemporânea através de um exercício eminentemente “individualista”.



Figura 5. Três fotografias de ecrã do jogo SIMS 3 (©2007 Electronic Arts Inc.).

Trata-se de designar um jogador como nosso avatar nesse mundo virtual e “utilizá-lo” para realizar encontros de todo o tipo (amorosos, amigáveis, nocturnos, etc.) com outros jogadores, tendo em conta certos objectivos paralelos que implicam a salvaguarda do nosso “tempo de repouso” (é preciso descansar e dormir) e de certas tarefas a executar que possibilitam ganhar pontos e continuar “vivos” nesse mundo

¹⁹ Os *SIMS* são jogos de simulação de vida. Ver o sítio oficial em: <http://www.thesims.pt/>

virtual. Assim, achamos que o jogo *SIMS* funciona como um reflexo do nosso individualismo, apesar das suas enormes restrições enquanto plataforma interactiva. Ainda na área dos videojogos, os mesmos criadores dos *SIMS* (já na 3ª versão²⁰, sem contar com os *packs* de expansão: *SIM's Animals*, *SIM's City*, etc.) conseguiram, mais recentemente, colocar no mercado, um jogo que permite uma maior liberdade de movimentos, acções e decisões dos jogadores. Chama-se *SPORE*²¹.



Figura 6. Fotograma de apresentação do jogo SPORE (©2009 Electronic Arts Inc.).

Agora, somos nós, jogadores, que definimos e caracterizamos (fisicamente) o nosso próprio avatar. Somos nós que criamos o mundo virtual onde queremos viver, somos nós que definimos o tipo de conquistas que queremos realizar (conquistar uma cidade,

²⁰ Ver em: <http://www.thesims3.com/>

²¹ Ver o sítio oficial em: <http://eu.spore.com/home.cfm?lang=pt> (Segundo a Times, a melhor invenção do ano de 2008). No sítio pode ler-se: “O SPORE oferece-te muitas opções para jogares como preferires. Neste jogo toda a gente pode ser criativa – faz tudo o que conseguires imaginar com as ferramentas incorporadas do Creator. No SPORE, terás liberdade total para criar e acompanhar as tuas criaturas pessoais em viagens épicas de descoberta. É um bocado como o presente que imaginamos que um deus poderia receber no seu primeiro aniversário: um mini-universo de criação numa caixa.”

destruir um povo inimigo, etc.), somos nós que definimos as regras, começando como seres unicelulares que se desenvolvem (dependendo da nossa habilidade para ultrapassar alguns obstáculos) até ao estado de *Conquista do Espaço*.

Na mesma filosofia, mas para uma plataforma on-line (em rede), o jogo *World Of Warcraft* (WoW)²², tem tido um sucesso enorme para os “fanáticos” dos jogos em rede. Jogo de estratégia, isolados ou em grupo, o objectivo é sempre o mesmo, acabar com os (nossos) adversários e inimigos. *World of Warcraft* é um tipo de jogo MMORPG²³, que se desenvolve no universo *Warcraft*, no mundo de *Azeroth*.



Figura 7. Fotografia de ecrã do jogo *World Of Warcraft* (©2010 Blizzard Entertainment, Inc.).

Com mais de 11.5 milhões de subscritores em todo o planeta, *World of Warcraft* é considerado o maior jogo de sempre na rede Internet. Jogo massivo em rede, de acção e de aventura num mundo fantástico, WoW apareceu já no ano de 1994 com o

²² Ver o sítio oficial em: <http://www.worldofwarcraft.com/index.xml>

²³ MMORPG: *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*.

subtítulo *Orcs and Humans*. Joga-se com um programa informático cliente, ligado a uma rede de servidores. O acesso aos servidores é pago (cerca de 20 Euros por mês) e requer sempre uma chave original para o seu acesso. Na Europa, existe uma rede de servidores em francês, outra em alemão, e outra, que abrange os jogadores dos restantes países, em Inglês. Em Setembro de 2006 foi lançada uma rede em espanhol. O grupo de jogadores funciona como um só, um universo singular de jogo, onde cada peça “trabalha” para o todo. Grupo-indivíduo, grupo-sujeito, este conjunto de *átomos* humanos reúnem-se para formar a célula única da multiplicação e regeneração de um mundo virtual. Também no campo da interactividade e das experiências com grandes audiências, fizeram-se vários estudos, de forma a “manipular” um conjunto de pessoas a contribuírem para um único objectivo: o avanço da narrativa. Isto é, o grupo-indivíduo tem que funcionar como um só, para que a história avance e chegue ao seu termo²⁴.

Hiper-Laurette.

No campo das artes, o artista francês Matthieu Laurette, desenvolveu, no final dos anos 1990, uma estratégia de apropriação dos produtos de consumo (nos hipermercados) para uso próprio e de forma gratuita. Com o projecto *Produits remboursés* (Produtos reembolsados, 1997-2001), Laurette conseguiu durante alguns anos viver à custa das marcas e dos produtos cujo etiquetagem anunciavam o seguinte slogan publicitário: “satisfeito ou reembolsado?”. Laurette conseguia fazer-se reembolsar mesmo tendo consumido o produto, pois alegava não ter ficado satisfeito

²⁴ Vejam-se as experiências levadas a cabo nos Estados Unidos por Dan MAYNES-AMINZADE, e descritas no seguinte artigo: « Techniques for interactive audience participation », in Proceedings of ACM SIGGRAPH 2002 conference abstracts and applications, 2002 (<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1242270>).

com o dito artigo comprado, alcançando alimentar-se, afeitar-se, lavar-se e cuidar da sua casa graças e exclusivamente às ofertas promocionais.



Figura 8. Matthieu Laurette, The Freebie King (2001), Figura em cera à escala 1/1, carrinho de hipermercado cheio de produtos reembolsados. Coleção particular, Nova York²⁵.

Com esta iniciativa, arriscada diga-se, Laurette passa a ser conhecido um pouco por toda a parte como o “Rei do grátis”, chegando a fazerem-se programas televisivos exclusivos sobre a sua pessoa e o seu comportamento invulgar (paradoxal: perante uma sociedade do hiper-consumo). Laurette deveria ser considerado o *hipermoderno* por excelência. Ele conseguiu aproveitar-se de todos os artifícios de uma sociedade

²⁵ Documento PDF, selecção de obras de Matthieu Laurette – 1993-2003, 58 páginas, bilingue Francês/Inglês, pagina 20. Ver em: <http://www.laurette.net/products/index.htm>

virada para o consumo desenfreado. Já não é uma questão do individualista, de dizer: “eu crio para mim, a arte sou eu” como nos tempos pós-modernos. Laurette vai mais longe e propõe outro caminho: “vejam o que eu consigo com a vossa sociedade do hiper-consumo, do exagero e do fútil”.

Nesta era do efêmero, da hiper-velocidade, do hiper-consumo e da hiper-realidade, pode causar um certo mal estar pensar que a nossa sociedade possa sobreviver sem o *texto*, sem a narrativa e sem a ficção. Que será de nós, sem o *texto*, sem a palavra, sem o romance. Se isso acontecer, se porventura a literatura driblar a vida no 3D virtual, se a ficção driblar a nossas histórias reais, então acredito ser legítimo afirmar que seremos, todos um pouco um dia, hiper-modernos. Entretanto, mantenha o seu *blog*, mas, por precaução, edite o seu livro em papel num futuro breve; Mantenha o seu avatar, mas faça novas amizades; Mantenha-se vivo na rede, mas não se esqueça de pagar as contas no fim do mês.

Mesmo assim, será impossível prever o índice do valor da liberdade de amanhã, neste mundo prestes a ruir economicamente, mas enquanto pudermos, deixem-nos gozar das letras, das palavras, dos textos, das imagens e sobretudo da ficção, antes que elas desapareçam de vez.

Bibliografia

- CLÉMENT, Jean (2000), « Cyberlittérature », in Balpe J.-P. (dir.) *L'art et le numérique*, Hermès.

- -----, (2006), « La cyberlittérature entre jeu littéraire et jeu vidéo », in SZILAS Nicolas, RÉTY Jean-Hugues (dir) *Création de récits pour les fictions interactives. Simulation et réalisation*, Hermès Lavoisier, pp. 17-31.
- HAGEBÖLLING, Heide (2004), *Interactive dramaturgies, new approaches in multimedia content and design*, Cologne, Springer.
- LIPOVETSKY, Gilles (1989), *L'ère du vide : Essais sur l'individualisme contemporain*, Paris, Folio.
- LIPOVETSKY, Gilles / CHARLES, Sébastien (2004), *Les temps hypermodernes*, Paris, Grasset.
- LYOTARD, Jean-François (1979), *La condition postmoderne, rapport sur le savoir*. Collection « Critique », Paris, Éditions de Minuit.
- MACLUHAN, Marshall (1964), *Understanding media: the extensions of man*. New York: McGraw-Hill.
- -----, (1969), « Communication in the Global Village », In *This cybernetic age*, edited by Don Toppin. 158-67, New York: Human Development Corporation.
- MURRAY, H. Janet (1997), *Hamlet on the holodeck. The future of narrative in cyberspace*. Cambridge, MA, The MIT Press.
- REISER, Martin (1997), « Interactive narratives : a form of fiction ? », In *Convergence*, vol. 3, pp. 10-19.
- RYAN, Marie-Laure (2001), *Narrative as virtual reality. Immersion and interactivity in literature and electronic media*, Baltimore and London, The Johns Hopkins University Press.
- SZILAS, Nicholas / RÉTY, Jean-Hugues (2006), *Créations de récits pour les fictions interactives, simulation et réalisation*, Paris, Édition Lavoisier.
- VIRILIO, Paul (2000), *From modernism to hypermodernism and beyond*, John Armitage (Editor).