

Universidade de Brasília
Instituto de Artes
Departamento de Artes Visuais
Teoria, Crítica e História da Arte

Thaylla Siqueira Gomes

Vaporwave e o capitalismo tardio

Um estudo sobre produções visuais irônicas na pós-história

Brasília
2021

Thaylla Siqueira Gomes

Vaporwave e o capitalismo tardio

Um estudo sobre produções visuais irônicas na pós-história

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Artes Visuais da Universidade de Brasília para obtenção de título de bacharel em Teoria, Crítica e História da Arte.

Orientador: Prof. Ms. Daniel Fernandes.

Brasília
2021

Dedicatória

Dedico este trabalho à minha tia Antônia Siqueira, a Antônio Claret Cardoso e à minha avó Hetelvina Siqueira, entes especiais que ultrapassam os limites dimensionais que a noção de presença nos ilusiona. Pessoas que me fizeram entender mais sobre o riso, o humor, os descompassos do tempo, a benevolência da nostalgia e a capacidade imensurável da memória de aniquilar ausências e inércias e de tornar perene qualquer existência.

Agradecimentos

Agradeço à potência soberana e universal que chamo de Deus, com o qual estreitei nos últimos tempos para além de qualquer entidade suprema que já me foi apresentada durante a vida. Este ser me rege de maneira tão afetuosa e respeitosa que me causa estranheza, me constrange diante de minha humanidade e mesquinhez, fazendo de mim um ser em eterna busca pelo entendimento de seu amor em completude.

Agradeço ao meu pai José Cláudio, quem me fez entender a música enquanto uma condição vital e me ensinou, sem dar-se conta, tudo o que eu precisava saber sobre o silêncio e os sons deste mundo para a elaboração deste trabalho.

Agradeço à minha mãe Maria Aparecida, minha primeira influência estética e a minha primeira atribuição de sentido sobre o que é belo.

Agradeço ao meu orientador Daniel Fernandes, que com sua generosidade e paciência tornou possível minha escrita em meio às dificuldades institucionais e logísticas que a produção de conhecimento sofreu durante um ano pandêmico e de mudanças brutais.

Agradeço à Universidade de Brasília, que salvou meu intelecto e meus sonhos da pequenez que não permitia que meu olhar vislumbrasse horizontes melhores.

Resumo

Esta pesquisa é o resultado de um trabalho que parte da análise de imagens pertencentes ao recorte temporal da metade do século XX e início do século XXI - como a obra artística de Andy Warhol e produções que dialogam visualmente com o fenômeno do Vaporwave. Neste processo, o estudo disserta, ainda, sobre o entendimento da noção de pós-história e sobre a figura de linguagem da ironia. Assim, o estudo fala a respeito do Vaporwave e do modo como este se dá na realidade da internet e das mídias meméticas, sendo assim, um comparativo com produções que se davam em momentos anteriores em que as mídias analógicas vigoravam. Um contraponto é colocado como problema quando a ironia é identificada, ainda, como instrumento de apropriação vazia e nociva em mensagens politicamente antagônicas.

Palavras-Chave: Vaporwave; Pós-História; Ironia; Apropriação.

Abstract

This research is the result of a work which sets out from the analysis of images belonging to the time frame of the first half of the twentieth century and beginning of the twenty-first century - such as the artistic work of Andy Warhol and productions which visually dialog with the phenomenon of Vaporwave. In this process, the study discusses, still, upon the understanding of the notion of post-history and on the figure of speech of irony. Thus, this study comments about Vaporwave and the way with which it manifests in the reality of the internet and of memetic media, therefore being a comparison point with productions that took place in previous moments in which analog media were held. A counterpoint is placed as a problem when irony is identified, moreover, as an instrument of harmful and empty appropriation in politically antagonistic messages.

Key-words: Vaporwave; Post-history; Irony; Appropriation.

Sumário

Lista de Figuras	2
Introdução	4
Apropriação e Ironia no Século XX	11
Arte Pós-Histórica	28
Hauntologia	39
Nostalgia e a Mídia Formativa	63
Apropriação e Ironia no Século XXI, Memética e Política	72
Considerações finais	100
Referências bibliográficas	105
Anexos	109

Lista de Figuras

Figura 1: Colagem digital encontrada no Google a partir da busca por “vaporwave”;

Figura 2: Captura de tela do resultado à busca por "vaporwave" no Google. Acesso em junho de 2020;

Figura 3: Capa do álbum “Floral Shoppe”, de Macintosh Plus.

Figura 4: Captura de tela de matéria sobre Vaporwave e a apropriação pela nova direita, publicada em junho de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/amp/ilustrada/2019/06/o-que-e-vaporwave-a-estetica-criada-na-musica-eletronica-e-apropriada-pela-nova-direita.shtml>>. Acesso em junho de 2020.

Figura 5: Andy Warhol. *Marilyn Monroe*. 1967. Portfólio de 10 serigrafias, cada composição e folha: 91.5 x 91.5 cm. The Museum of Modern Art, Nova Iorque.

Figura 6: Andy Warhol. *The Six Marylins (Marilyn Six-Pack)*. 1962. Tinta serigráfica sobre tinta polímero sintético sobre tela. Coleção Emily e Jerry Spiegel.

Figura 7: Sequência de 4 *frames* do vídeo “*Andy Warhol eating a Cheeseburger*”, originalmente dirigido por Jørgen Leth em 1982 para o filme “*66 Scenes from America*”;

Figura 8: Sequência de Frames do clipe “Ritmo”, de J Balvin e Black Eyed Peas;

Figura 9: Sequência de frames do clipe Accelerated, de Miami Nights 1984;

Figura 10: Andy Warhol. *Brillo Box*. 1964. Tinta serigráfica sobre madeira. (43.3 x 43.2 x 36.5 cm);

Figura 11: Andy Warhol. *Coke Bottle*. 1962. Tinta acrílica, serigráfica e caneta esferográfica sobre linho. (28,3 x 15,2 cm)

Figura 12: Captura de Tela do canal *Artzie Music*, do YouTube. Acesso em agosto de 2020;

Figura 13: Captura de tela do clipe “Like this track for no reason”, de Agrume, no YouTube;

Figura 14: Capa do Álbum *Vaporwave*, de Mario Cerdà (pseudônimo Nakata7), 2016;

Figura 15: Capa do álbum *.exe*, de S I C K, 2016;

Figura 16: Capa do álbum *ATMOSPHERES 第3*, de Eco Virtual, 2014;

Figura 17: Capa do álbum “*Softcore Mall Inc.*”, Sea Of Voices, 2019;

Figura 18: Colagem digital 1 coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead"; "A sociedade de consumo consumirá a si mesma", tradução livre.

Figura 19: Captura de tela do perfil do Instagram "Neon Talk";

Figura 20: Captura de tela do site de marca de roupas Baw Clothing;

Figura 21: Captura de tela do site da marca de roupas Vapor95;

Figura 22: Colagem digital coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead". Título da imagem em tradução livre e aproximada: "kit iniciante da infância de estética proto-vaporwave não intencionalmente influente";

Figura 23: Colagem digital coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead".

Figura 24: *Drakeposting template* disponível em busca no *Google Images*.

Figura 25: Imagem encontrada na internet. A escrita em tradução livre é "quando você ouve alguém falando sobre vaporwave".

Figura 26: Colagem digital 3 coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead".

Figura 27: Colagem digital 4 coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead".

Figura 28: Template do meme "Is This a Pigeon?" coletada do site *Know Your Meme*;

Figura 29: Colagem digital 5 coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead";

Figura 30: Colagem digital 6 coletada no grupo do Telegram "Fashwave".

Figura 31: Colagem digital 7 coletada no grupo do Telegram "Fashwave".

Figura 32: Colagem digital 8 coletada no grupo do Telegram "Fashwave".

Figura 33: Colagem digital 9 coletada no grupo do Telegram "Fashwave".

1. Introdução

O presente estudo tem a intenção de analisar um tipo de arte a partir de um olhar do século XXI, aquela que se dá a partir da apropriação e que faz uso de figuras de linguagem como a ironia. Para isso, o estudo considera produções da Pop Art como antecessores de seus objetos e adiante analisa produções visuais em mídias participativas e meméticas na realidade da internet e na pós-história. Como objeto central que permeia todo o estudo, o fenômeno do Vaporwave será considerado como exemplo de uma arte pós-histórica, irônica e que se dá por apropriações na realidade da internet. Considerando este objeto, é necessário entender o Vaporwave em seu panorama geral.



Figura 1: Colagem digital encontrada no Google a partir da busca por “vaporwave”;

Esta imagem é uma das primeiras aparições nos resultados do Google sobre a busca do termo Vaporwave e diz respeito a uma ilustração utilizada pela Wikipedia em seu artigo sobre Vaporwave. A iconografia da imagem é elucidativa porque não tenta partir das formas enquanto aparências vazias de significado, mas faz uso daquelas que serão reconhecíveis em algum nível por fazerem parte de um universo iconológico específico (e, ao mesmo tempo, generalizado).

O uso da marca do "*Microsoft Windows 98*", ainda que alterado de sua forma original, já direciona o que há de representativo para um recorte de espectadores

que reconhecem o logo enquanto ícone da digitalização de um determinado tempo. Ao mesmo tempo, a imagem traz na parte esquerda de sua composição a área de trabalho de um programa digital de edição/manipulação de imagem/desenhos digitais igualmente icônico deste tempo, o *Microsoft Paint*. O software, incluso no sistema operacional do Windows, foi um dos primeiros editores de imagem com o qual a geração que viveu as primeiras infâncias nos anos 80 e 90 seguramente teve contato e, sobretudo, uma das primeiras experiências com o universo do desenho digital.

A imagem também faz uso de um espaço perspectivado que faz alusão a um horizonte com um pôr do Sol - pôr do Sol este cuja representação é desnaturalizada, digitalizada, em degradê do magenta para o amarelo. A perspectiva da imagem é produzida pelo desenho de um "piso quadriculado", um *grid*, que encontra o "Sol" na imagem sobre um degradê de azul claro e rosa. Há elementos na composição em simetria, que "tenta" acompanhar a perspectiva do piso, mas isto intencionalmente não é o maior interesse. A presença de uma coluna greco-romana sobre a qual se encontra a marca, os monumentos e palmeiras fazem juntos um conjunto iconográfico muito recorrente nas produções Vaporwave e demonstram como estes objetos ovacionam o imaginário de determinadas naturezas e tempos.

Em uma busca intencionalmente rápida no motor de busca (*search engine*) "*top of mind*" dos usuários da internet, o Google reúne de maneira imediata os primeiros resultados associados ao nome "vaporwave". As imagens demonstram tanto diálogo visual entre elas mesmas que inegavelmente este nome, hoje, passa a demonstrar em sua conotação uma "estética visual consolidada"¹, passível de teorizações e agrupamentos.

¹ Mais adiante, o estudo esclarecerá a acepção exata com que estes termos devem ser entendidos nesta escrita.

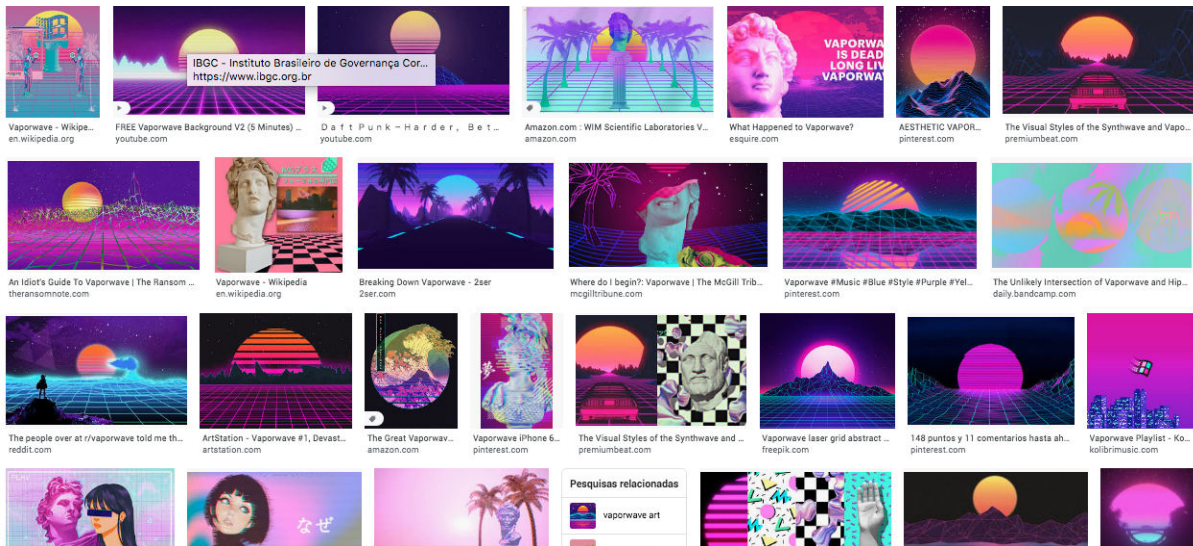


Figura 2: Captura de tela do resultado da busca por "vaporwave" no Google. Acesso em junho de 2020.

Assim, é possível entender o "Vaporwave" como uma estética visual e sonora que começa a surgir no final da primeira década dos anos 2000. Vaporwave, hoje, acaba por agrupar várias manifestações audiovisuais. Ainda que o desenrolar de sua definição enquanto "movimento" ou "estilo" seja incipiente diante de sua disseminação cultural, podemos considerar a seguinte definição provisória: um gênero de música eletrônica nascido na internet e caracterizado pelo uso de *remixes*, modulados pela aplicação de efeitos, como ecos, *reverb* e *delays*, e comumente acompanhado por imagens e/ou vídeos que fazem uso de cultura visual e midiática dos anos 1980 e 1990. Como afirma Grafton Tanner:

Porque o vaporwave existe quase que inteiramente fora da esfera de relações públicas e da indústria musical como um todo, ele tem um tremendo apelo "*underground*". Aqui está uma inteira comunidade de artistas, músicos, *remixers* e críticos escutando e criando sons estranhos e excitantes que lidam com nostalgia, consumismo e estranhamento na era digital. (TANNER, G. *Babbling Corpse*. Winchester e Washington: 2016, p. 12. Tradução livre.)

Embora o Vaporwave seja uma manifestação ainda em teorização e descobrimento, existe certa historicidade que elucida o seu surgimento (considerando o potencial documental e arquivístico que as manifestações na internet possuem). Primeiramente, "Vaporwave" em seu termo faz alusão ao processo físico da sublimação (que diz respeito à passagem do estado sólido para o estado gasoso das substâncias), que em português pode ser traduzido como "onda de vapor". Ademais, pode ser remanescente alguma menção ao Manifesto Comunista que diz que "tudo que é sólido desmancha-se no ar" (Marx & Engels, 1998, p. 14). Adicionalmente, o termo alude às noções de "vaporware" e de "vapordesign", que dizem respeito às concepções de produtos (em geral, tecnológicos) que são anunciados para o público (e para os quais chega-se a fazer publicidade) mas que nunca são lançados concretamente no mercado, porém sem serem cancelados - apenas não se materializam. Além disso, o sufixo "wave", a "onda", é uma denominação comum em vários estilos musicais no inglês (New Wave, Coldwave, Chillwave...).



Figura 3: Capa do álbum "Floral Shoppe", de Macintosh Plus.

Vaporwave, portanto, não é um acidente cósmico digital que aconteceu de maneira casual a partir de uma geração frustrada por um futuro que jamais

chegaria. Vaporwave tem sua existência cunhada na crítica ao comportamento hiperconsumista disseminado nas últimas décadas do século XX. Vaporwave, em origem e em finalidade, passa pelo cunho da crítica política, anti-sistêmica e anti-hegemônica.

Assim, entender seu surgimento é partir do preceito de que as apropriações de conteúdos da Indústria Cultural e da Propaganda (enquanto instituição do Capitalismo) são a primeira camada de ironia - óbvia e clichê - que o Vaporwave há de emular. *Floral Shoppe*, álbum lançado em 2011, por Ramona Xavier (Macintosh Plus, Vektroid, dentre outros pseudônimos), é um marco para a introdução do entendimento sobre Vaporwave. É possivelmente a primeira obra do gênero que muitas pessoas conheceram ao procurar por isso. O vídeo original da música *Lisa Frank 420 Modern Computing*, a segunda faixa do álbum, havia sido visualizado mais de 40 milhões de vezes no Youtube antes de ser retirado da plataforma devido a uma queixa de quebra de direitos autorais pela *Sony Music*.

Este feito também demonstra a particularidade do gênero em ter seu surgimento a partir da fonografia independente e, subordinado a isso, a estética surgia com a finalidade de atestar visualmente a produção fonográfica. *Floral Shoppe* conseguiu incorporar todos os elementos *vaporwavísticos* mais proeminentes, tanto na capa do álbum quanto em sua sonoridade. O uso do rosa pastel como fundo e a tipografia em verde-água, a representação tonal de um piso quadriculado e perspectivado, o busto grecorromano, os grafismos orientais e a imagem novaiorquina (com baixa resolução, como se extraída de um clipe de VHS desgastado), anunciavam a existência de uma cibercultura que se descobria e entendia sua próprio universo imagético.

"(...) vejo o Vaporwave como a ideia que busca trazer uma análise sobre os objetos que representam a Nostalgia e isso, podemos dizer, é algo muito maior que enxergá-lo apenas como um gênero musical. O Vaporwave agora é um veículo que vem sendo utilizado de inúmeras maneiras por pessoas que entenderam o seu conceito e estão criando ideias

realmente únicas e inovadoras através dessa inspiração."
(XAVIER, Ramona. 2018)²

A nostalgia, mencionada por Ramona Xavier, será também objeto de análise neste estudo, enquanto um instrumento inerente nas criações de "nativos digitais". Este trabalho também se encarregará de dissertar acerca da Hauntologia, que seria uma leitura filosófica sobre assombros do passado e teorizações sobre o tempo. Assim, o aspecto formador das mídias será considerado como um reflexo geracional em produções de uma época - especialmente, na era da informação e na revolução digital.

Entretanto, a mídia participativa e memética possui questões políticas salientes que precisam ser analisadas e consideradas, especialmente quando um estilo visual como o Vaporwave é apropriado por direções políticas distintas e em contextos diversos. Segundo matéria publicada sobre o Vaporwave em junho de 2019 pela Folha de S. Paulo, há uma discrepância no modo como o estilo visual do Vaporwave é aplicado em circunstâncias distintas:

Enquanto no Brasil o vaporwave pelo visto se resume à paródia através de memes, no exterior há versões mais extremas dessa estética. Suásticas, pelotões nazistas e o próprio Hitler aparecem com frequência, como salvadores de um mundo assombrado por demônios. (Meireles, 2019, Folha de S. Paulo).

² Entrevista para I Hate Flash, disponível em <https://ihateflash.net/zine/vektroid>

O que é vaporwave, a estética criada na música eletrônica e apropriada pela nova direita

Distópicas e semelhantes a VHS gasto, imagens remetem a futurismo retrô e inundam perfis bolsonaristas nas redes

10.jun.2019 às 12h00

Atualizado: 10.jun.2019 às 16h16

Maurício Meireles

SÃO PAULO A tradição não é o culto às cinzas, mas a preservação do fogo. Essa frase, algo apoteótica, acompanha uma estátua de inspiração greco-latina com uma espada em riste. Mas, fora a escultura, a imagem não tem uma estética classicista —com azul e lilás, ela remete mais a um VHS já carcomido pelo tempo.

A mensagem depreendida é evidente. O fogo —roubado dos deuses, metáfora da civilização— está ameaçado e é preciso reavivá-lo. Os hunos que querem extingui-lo, no caso, podem ser os esquerdistas que se dedicam a confrontar os pilares da cultura ocidental, a atacar a família e a pregar uma sexualidade degenerada.

Essa imagem faz parte de um movimento disseminado. É a estética vaporwave, nascida de um ramo da música eletrônica, que foi apropriada pela nova direita em ascensão no mundo. Há quem a chame de fashwave, juntando a palavra “fascist” —mas, independentemente do nome que se dê, há uma produção visual em curso que é típica da nova direita. E ela já se dissemina também no Brasil.

Se você buscar [vaporwave](#) no Twitter, verá dezenas de perfis bolsonaristas com essa estética em seus avatares —ou postando memes que vão pelo mesmo caminho.

Neste sábado (8) um dia depois de uma entrevista que o vice-presidente, Hamilton Mourão, deu à revista Época, o assessor internacional de Bolsonaro, [Filipe G. Martins](#), fez um post em latim no seu perfil do Twitter.

Era uma montagem a partir de versículos da carta de São Paulo aos coríntios, que diz que os homens viraram a “escória da terra, o lixo do mundo” —e reafirma a glória do espírito. Entre as respostas, surgiram alguns memes com o vice retratado como um pavão; todos dizem variações de “cala a boca, general”.



<https://www1.folha.uol.com.br/amp/ilustrada/2019/06/o-que-e-vaporwave-a-criada-na-musica-eletronica-e-apropriada-pela-nova-direita.shtml> Page 2 of 8

Figura 4: Captura de tela de matéria sobre Vaporwave e a apropriação pela nova direita, publicada em junho de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/amp/ilustrada/2019/06/o-que-e-vaporwave-a-estetica-criada-na-musica-eletronica-e-apropriada-pela-nova-direita.shtml>>. Acesso em junho de 2020.

Assim, este estudo incorporará ao entendimento do Vaporwave (especialmente suas produções visuais) as questões que o uso da ironia e da apropriação na síntese de imagens podem acarretar no universo da mídia memética. Algumas produções visuais recentes têm colocado em cheque o caráter político do Vaporwave enquanto estilo visual memético. Apropriações visuais por usuários de direta na internet têm fermentado discussões sobre o Vaporwave e, desse modo, uma parte deste estudo se dedicará a entender tais apropriações e suas razões.

Portanto, este estudo será o intento de uma compreensão geral sobre o Vaporwave a partir da visão da teoria da Arte, analisando-o formalmente e suas temáticas. Ademais, este trabalho tratará de questões sobre a pós-história e como ela pode ser entendida como momento chave para produções de imagens do Vaporwave.

2. Apropriação e Ironia no Século XX

A ironia e o cinismo pós-modernos se tornaram um fim em si mesmos, uma medida de sofisticação descolada e esperteza literária. Poucos artistas ousam tentar falar sobre modos de trabalhar visando redimir o que está errado, porque eles vão parecer sentimentais e ingênuos para todos os fatigados ironistas. A ironia foi de libertadora para escravizadora. [...]. A obra patricida dos fundadores pós-modernos foi ótima, mas patricídio produz órfãos...

David Foster Wallace, 1993³

A caracterização das manifestações do Vaporwave como um exemplo de arte pós-histórica do século XXI que lança mão da apropriação e da ironia exige confronto com tais conceitos, exige que sejam situados. Primeiro problema: especificar em que sentido as produções vaporwave podem ser qualificadas como 'arte'. Questão temerária; vamos lidar com isso logo e passar a coisas mais interessantes. Em seu texto 'A noção de obra de arte' (2004), o semiólogo Jean-Marie Schaeffer diferencia seis aspectos semânticos que concorrem para a pluralidade semântica da noção de obra de arte, a saber:

1. a dimensão genérica, que diz respeito ao pertencimento a classes de objetos como "pintura", "poesia", "filme", etc.;
2. a dimensão genética, referindo-se aí à origem do objeto, a partir de um emprego específico de faculdades humanas (criatividade) ou de uma relação específica entre o produto e quem o cria (intenção);
3. a perspectiva semiótica, que reconheceria na obra um funcionamento semiótico diferenciado;
4. a dimensão funcional, que possibilitaria enquadrar como obra de arte toda produção que cumprisse a função postulada como sendo a

³ Tradução livre, cf. Larry McCaffrey. Entrevista expandida com David Foster Wallace. In: BURN, Stephen J. *Conversations with David Foster Wallace*. Jackson, University Press of Mississippi, 2012, p. 21-52.

função da arte: representação (do sagrado, da realidade), expressão (da interioridade artística), deleite estético, protesto, crítica ou denúncia, ou também propaganda legitimadora, dentre outras possíveis funções que podem ser postuladas;

5. o componente institucional, que diz respeito à inserção da obra, do produto ou da ação em algum enquadramento institucional socialmente reconhecido como sendo parte do "mundo das artes", da esfera ou circuito das atividades artísticas (inserção que é capaz de funcionar como profecia auto-realizadora, critério de reconhecimento tautológico: "é arte porque está na galeria, está na galeria porque é arte");
6. a perspectiva normativa, do julgamento de inclusão singular ou exclusão singular.

De todas essas camadas semânticas que são alternadamente mobilizadas quando se faz referência à noção de obra de arte, Schaeffer aponta que o juízo normativo includente ou excludente diferencia-se das outras camadas semânticas pois este sempre vai ao encontro de uma ou mais camadas de significação recebidas do campo artístico. Como o autor afirma:

negar que um objeto é uma obra de arte na acepção normativa do termo só tem sentido pelo tanto que o objeto em questão faz genética, semiótica, genérica ou institucionalmente parte de uma classe de objetos que podem ser candidatos à avaliação artística. Logo, negar que um objeto seja uma obra de arte do sentido normativo do termo, pressupõe que ele seja uma no sentido genético, genérico, semiótico, funcional ou institucional do termo [...] (SCHAEFFER, 2004, p. 71)

Schaeffer continua a discorrer sobre as posições normativas acerca da arte, afirmando que "não se exclui em nome de uma definição normativa senão aquilo que, em virtude de outros critérios, postula a qualidade de obra de arte" (idem, ibidem). O autor lembra, a propósito de tal afirmação, que o romance e a fotografia enquanto gêneros foram, durante muito tempo, excluídos da arte (o mesmo se

dando com o jazz e o rock); porém, deixa claro que essa prática de exclusão genérica só tem sentido na medida em que os gêneros em questão fazem parte de classes mais abrangentes de produções candidatas à avaliação artística: a música, literatura, representação figurativa, etc. Por fim, Schaeffer conclui acerca da exclusão em virtude de uma norma, que esta coloca-se sempre em conflito com um ou mais dos outros componentes semânticos da noção de obra de arte.

A partir de tal entendimento, pode-se afirmar: Vaporwave enquanto gênero é música e é produção visual (e mais frequentemente, audiovisual, dado que as situações de recepção das obras no meio digital facilitam a associação das mídias visuais e sonoras) e ambas as dimensões (sonora e imagética) são dotadas de coordenadas estilísticas que permitem seu reconhecimento enquanto pertencentes a um gênero. As discussões sobre as características musicais do Vaporwave demandariam outro universo investigativo além daquele que aqui é proposto. Cabe, porém, ressaltar alguns pontos.

Enquanto gênero musical, Vaporwave é comumente aproximado de outros gêneros com os quais compartilha alguns traços. Alguns dos gêneros musicais mais citados em comparação com o Vaporwave são *plunderphonics*, música *ambient*, e música *noise*, todos estes gêneros considerados mais experimentais. *Plunderphonics* é um gênero musical em que as faixas são produzidas a partir de *samples*⁴ de áudio, sejam estes de músicas, programas de notícias, anúncios, e o material '*sampleado*' é geralmente o único tipo de som empregado para produzir uma faixa (diferentemente do que acontece com o uso de *samples* no *Hip hop*, por exemplo, onde os *samples* são empregados em conjunto com sons originais). O termo surgiu em 1985, a partir do artigo *Plunderphonics, or Audio Piracy as a Compositional Prerogative*⁵, escrito por John Oswald, pioneiro do gênero, que estabelece nesse texto as fundamentações teóricas e as problemáticas do estilo, especialmente a propósito de noções como originalidade, pirataria e direito autoral.

⁴ Traduzido literalmente: 'amostra'. O termo é aqui empregado como empréstimo da língua inglesa que designa trechos de áudio ou vídeo, tomados de gravações já existentes, para uso em edições e mixagens novas. Os neologismos 'samplear', 'sampleado' são de uso corrente, especialmente no vocabulário relacionado à música e vídeo.

⁵ Disponível em: < <http://www.plunderphonics.com/xhtml/xplunder.html> >. Acesso em: maio 2021.

É digno de nota que *plunderphonics* pode ser considerado um tipo de "colagem musical", pois a característica de colagem aparece também nas produções Vaporwave. Já o termo *ambient* pode ser creditado a Brian Eno, que, na capa de seu álbum de 1978, *Ambient 1: Music for Airports*, escreveu que a música *ambient* visa "realçar as idiossincrasias acústicas e atmosféricas dos espaços, ao contrário da música comercial enlatada, devendo acomodar muitos níveis de atenção auditiva, sendo tão ignorável quanto interessante"⁶.

Já a música *noise*, que também possui conexões com as experimentações musicais, artísticas e conceituais do século XX, assim como *plunderphonics* e *ambient* possuem, encontra-se vinculada ao Vaporwave por meio da produção recente de alguns músicos experimentais. Destacamos aqui a obra de Daniel Lopatin, conhecido como Oneohtrix Point Never, cujas raízes musicais vinculam-se à cena underground de música *noise*⁷. Oneohtrix Point Never merece destaque uma vez que seus projetos paralelos *Memory Vague*, de 2009 e *Chuck Person's Eccojams Vol.1*, de 2010, são reconhecidos como obras pioneiras do Vaporwave. *Memory Vague* é um projeto audiovisual lançado como um DVD de edição limitada pela gravadora Root Strata. Os vídeos que compõem o projeto estão disponíveis no canal do YouTube⁸ sunsetcorp⁹ (criado por Lopatin) e consistem de trechos de clipes manipulados por Lopatin usando o software Windows Movie Maker¹⁰. Várias das faixas musicais que acompanham os vídeos de *Memory Vague* constam do álbum *Chuck Person's Eccojams Vol.1*, que pode ser caracterizado como um produto de "sons encontrados", sampleados como no *plunderphonics*, porém editados até o

⁶ O manifesto de Eno, impresso na capa do álbum, pode ser lido no endereço: < <https://web.archive.org/web/20160313104100/http://ambientmusicguide.com/pages/history.php> >. Acesso: maio 2021.

⁷ Como reporta Simon Reynolds para o The Village Voice em julho de 2010: < <https://www.villagevoice.com/2010/07/06/brooklyn-noise-scene-catches-up-to-oneohtrix-point-never/> >. Acesso: maio de 2021.

⁸ Plataforma *online* de compartilhamento de vídeos criada em 2005.

⁹ Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/sunsetcorp/videos> >. Acesso: maio de 2021.

¹⁰ Entrevista concedida a Kiran Sande, para a Fact Magazine, publicada em 22 de junho de 2010. Disponível em: < <http://www.factmag.com/2010/06/22/oneohtrix-point-never-computer-vision/> >. Acesso: maio de 2021.

ponto da distorção (como na música *noise*), estabelecendo uma ambiência sonora de estranhamento.

Similarmente, a dimensão visual do Vaporwave também é constituída a partir de empréstimos e manipulações de elementos previamente existentes. As ideias que regem a visualidade do gênero poderiam ser remontadas à video-arte e, mais remotamente, à colagem surrealista¹¹. Contudo, neste ponto, devemos introduzir uma hipótese específica. Além do termo Vaporwave se referir a um gênero de música e conjunto de imagens que com esse se relacionam, o que nos permite qualificar o Vaporwave como uma produção artística deve ser buscado em seus elementos característicos - devemos nos voltar para as especificidades das produções Vaporwave no nível dos processos de linguagem. Ao constatar isso, deve-se observar dois traços considerados centrais nos procedimentos de linguagem do Vaporwave: uso de apropriação e uso de ironia (que são empregados conjuntamente).

Para iluminar o sentido que esses dois traços assumem no que compreende-se aqui como arte pós-histórica, devemos assim, considerar um precedente histórico do Vaporwave no uso de apropriação e ironia: a Pop Art, e mais especificamente, a obra de Andy Warhol. Este artista é de particular interesse pelo tratamento que dá aos elementos da cultura de massa que incorpora em suas criações. Como afirma Fredric Jameson:

A obra de Andy Warhol de fato gira centralmente em torno da mercantilização, e as grandes imagens publicitárias da garrafa de Coca-Cola ou da lata de sopa Campbell, que explicitamente colocam em primeiro plano o fetiche da mercadoria de uma transição para o capitalismo tardio, *deveriam* ser declarações políticas poderosas e críticas. Se elas não o são, então certamente iria-se querer saber por que, e iria-se começar a

¹¹ Comparações entre fenômenos próprios da internet e manifestações artísticas do século XX já foram estabelecidas por outros autores, cf. GRESZES, Sam. *Why Shitposting is the 2018 version of post-WWI Dadaist art*. In: Polygon. Disponível em: < <https://www.polygon.com/2018/12/17/18142124/shitposting-memes-dada-art-history> >. Acesso em: maio 2021.

questionar um pouco mais seriamente sobre as possibilidades de arte política ou crítica no período pós-moderno ou capitalista tardio. (JAMESON, 1991, p. 9. Tradução livre; grifo do autor)

Tanto o Vaporwave como a Pop Art de Warhol se apropriam de signos visuais da cultura midiática de massa de suas respectivas épocas. Encaramos os usos dessas apropriações como permeados por ironia. Para começar a atacar essa questão, passaremos a uma consideração acerca da obra de Warhol, para então lidarmos com o caráter do momento pós-histórico, antes de tratarmos das problemáticas mais diretamente relacionadas com o Vaporwave.

A fim de melhor entender a temática do Vaporwave, este estudo também fez uso de entrevistas com artistas que contribuem para a produção da cena em algum nível na internet. Foram entrevistados, em outubro de 2020, o produtor musical VHS LOGOS e Alek Aune - ambos produzem a partir de conteúdos digitalizados e já produziram alguma faixa Vaporwave em algum momento. As entrevistas estão disponíveis na íntegra nos anexos deste documento.

* * *

A longo do século XX ganha força a discussão e o processo de teorização sobre a apropriação na Arte¹². O que é sugestivo acerca de 'apropriação' nas visualidades pode ser percebido na obviedade do termo: tornar próprio algo que, antes, não o era. As noções de origem, pertencimento e autoralidade se desestabilizam juntamente com as noções auráticas de artista, genialidade e obra de arte em um contexto no qual aparatos tecnológicos, máquinas e a comunicação de massa¹³ passam a fazer parte dos seres mais do que eles possam se dar conta.

¹² Tornar a arte um substantivo próprio, ao fazer uso da letra maiúscula, é um recurso subjetivo e metodologicamente livre para direcionar seu sentido ao de uma instituição sistêmica.

¹³ Termo empregado aqui em referência às mídias impressas e analógicas no contexto do século XX.

A prática da apropriação nas artes passa a ser não apenas notada e identificada, mas considerada em certo momento como prática estruturante de movimentos e manifestações artísticas. Ela é abraçada e envolvida pelo cenário da Arte como modo de fazer justificado, ainda que encarada também como problemática (mas indubitavelmente presente nos instrumentos legitimadores do mercado artístico e nas discussões da crítica).

A recorrência de produções que faziam uso de *ready-mades*, colagens e *assemblages* em galerias e museus interferia nas práticas tradicionais de Arte - a pintura¹⁴, especialmente - juntamente com aquilo que a urbanidade cotidiana oferecia às visualidades (e adjacências). Ao lado do que se entende por "comunicação de massa", estaria também a força das visões do ordinário urbano-industrial na produção da Arte.

Em atenção a este momento, a poética de Andy Warhol¹⁵ trazia à Arte a pauta do culto descomedido por pessoas, estilos de vida, práticas de ostentação e consumismo. A exemplo disso, o histórico de reprodução do retrato da atriz Marilyn Monroe, por Warhol, demonstra uma poética pautada na ironia, na prática da apropriação e na provocação. As serigrafias a partir de um retrato de Marilyn, um dos trabalhos mais icônicos de Warhol, ironizam o retrato enquanto gênero visual, a figura do indivíduo representado, a "indústria do *status*" e a Arte enquanto instrumento de erudição nociva. Ao serigrafar um retrato e saturá-lo ao máximo da sua capacidade cromática, Warhol coisificava a figura representada. Warhol parece fazer uso da aura de Marilyn justamente pelo potencial de reconhecimento imediato que possuía, tornando-a, assim, um produto¹⁶. O reconhecimento da figura de

¹⁴ "E parte do isso significava foi que a pintura, tendo deixado de ser o veículo principal do desenvolvimento histórico, passava a ser apenas um meio na disjunção aberta dos meios e das práticas que definiam o mundo da arte, o que incluía a instalação, a *performance*, o vídeo, o computador, e várias modalidades de *mixed media* (técnicas mistas), para não mencionar a arte da terra, a arte do corpo, o que chamo de "arte do objeto", e uma grande quantidade de arte outrora sarcasticamente estigmatizada como artesanato." (DANTO, 2006, p. 150)

¹⁵ Pittsburgh, 6 de agosto de 1928 — Nova Iorque, 22 de fevereiro de 1987. Grande figura da Pop-Art.

¹⁶ Nota-se aqui uma das primeiras camadas críticas da obra de Warhol. A escolha da imagem de Marilyn já denota a posição de Warhol diante da Indústria Cultural e suas manifestações.

Marilyn estaria tão automatizado - enquanto manifestação cultural de massa - que sua forma humana se esvaziaria da possibilidade do anonimato, da possibilidade da existência enquanto forma humana feminina.

A arte de Warhol trouxe objetividade à mente cultural comum. Participar dessa mentalidade implica conhecer imediatamente o significado e a identidade de certas imagens: conhecer, sem precisar perguntar, quem são Marilyn, Elvis, Liz e Jackie, sopa Campbell e Brillo (...). Ter que perguntar a quem essas imagens pertencem é declarar a própria distância em relação à cultura. Isso fez de Warhol um artista público e abrangente em relação à cultura que ele tornou objetiva. (...) Ter fama verdadeira na vida moderna significa ter uma imagem reconhecida por outras pessoas que nunca conheceram nada além dessa imagem. Ter verdadeira imortalidade é atingir uma imagem que ultrapasse a duração de si, e que continue a fazer parte da mente comum indefinidamente (...). (DANTO, 2004, p. 114).



Figura 5: Andy Warhol. *Marilyn Monroe*. 1967. Portfólio de 10 serigrafias, cada composição e folha: 91.5 x 91.5 cm. The Museum of Modern Art, Nova Iorque.

A primeira vez que Warhol utilizou a imagem de Marilyn foi em uma obra chamada *Marilyn Six-Pack*, de 1962¹⁷. Warhol apropriou-se dessa mesma imagem, retirada de uma foto promocional de cinema, várias outras vezes durante os anos 60, apresentando exatamente a ideia de produção mediante a reprodução, a realização da prática artística que reproduz por moldes, cópias, padrões e modelos progressivamente, sendo a matéria-prima, sobretudo, uma fotografia de reprodução em larga escala. Aqui, identifica-se a semelhança entre um elemento imagético que se dá pela repetição de um padrão com a tecnologia advinda do *sampler*¹⁸, no contexto da indústria fonográfica, em que também emergia a prática da apropriação. Do que fala o processo da apropriação se não das exposições involuntárias, comunitárias, globalizadas, diante das quais o apropriador é posto? Do que trata a prática da apropriação senão de escolhas, intencionalidades, instigações em deslocar, transgredir e comunicar?

¹⁷ Catálogo de “*Andy Warhol, a retrospective*”: the Museum of Modern Art, New York, February 6 to May 2, 1989 [contribuidores: John G. Hanhardt... et al.] Disponível em: <<https://www.moma.org/calendar/exhibitions/1815>>. Acesso em maio de 2021.

¹⁸ Tecnicamente falando, ao se considerar a definição básica de *sampling*, isso é o que ocorre nessa primeira etapa; a tecnologia inicial permitiu que as pessoas "sampleassem" a partir do mundo e, eventualmente, de materiais sampleados. Nos tempos atuais, este último se torna um estado padrão com o computador: samplear significa copiar/cortar e colar. Mais importante ainda, esta ação é a mesma para imagem, som e texto. (NAVAS, 2012, p. 15. Tradução livre.)



Figura 6: Andy Warhol. *The Six Marylins (Marilyn Six-Pack)*. 1962. Tinta serigráfica sobre tinta polímero sintético sobre tela. Coleção Emily e Jerry Spiegel.

Pode-se conceber a figura de linguagem da ironia, em geral, como "explorar o vão entre o que é dito e o que se pretende dizer, entre como as coisas tentam aparentar e como elas realmente são" (WALLACE, 1993, p. 182. Tradução livre.). Em atenção à ironia de Warhol, instrumentalizada em sua poética, pode-se dizer que esta contribui para a prática da apropriação exatamente na ordem processual. A produção de diferenças a partir do já visto e a quebra de expectativa no decurso do deslocamento daquilo que é ordinário faz do ato de se apropriar, no contexto de Warhol, algo constantemente irônico. Deparar-se com o inesperado passa a ir além das sensações de estranhamento ou desconforto buscadas nas interpretações da Arte na pós-história¹⁹. Em Warhol, a possibilidade de livre-associação de pensamentos e ideias é explorada sobretudo na perspectiva infinita das reações (a considerar a poética do boato, do riso implícito de um artista monossilábico que

¹⁹ "Uma vez tendo estabelecido que uma definição filosófica de arte não implica nenhum imperativo estilístico, de modo que qualquer coisa pode ser uma obra de arte, adentramos no que chamo de período pós-histórico." (DANTO, 2006, p. 51)

debocha do circuito artístico²⁰). A mensagem irônica é encontrada no campo da visualidade para além da narrativa gerada a partir da temática do objeto em si e suas representações. Warhol, portanto, demonstra de modo cirúrgico o fazer irônico a partir da apropriação, quando desloca o ordinário para o alcance do aurático e, concomitantemente, ironiza o aurático ao conquistá-lo pelo uso do ordinário. Resta, contudo, uma ambiguidade latente: para o público (os públicos), as obras de Warhol assumem quais sentidos? Ao usar imagens do universo da celebridade e da cultura de consumo, resolve-se a tensão entre comemoração celebratória, ridicularização crítica ou exposição banalizante destas?

O problema da ironia já havia sido dissecado pelo escritor estadunidense David Foster Wallace em seu ensaio de 1993 *Et Unibus Pluram*. Influente expressão de impaciência para com o pós-modernismo, esse texto de Wallace elabora a crítica de que a ironia pós-moderna, instrumento crítico nos anos 1960 e 1970, foi absorvida pela cultura de massa dos anos 1980 e 1990, notadamente pela linguagem da televisão. Segundo Wallace, a televisão tomou os elementos do pós-moderno: "a involução, o absurdo, a fadiga sardônica, o iconoclasmo e a rebelião - e os torceu para fins de espetação (*sic*) e consumo" (WALLACE, 1993, p. 182). Para o autor, a ironia havia sido produtivamente empregada na contracultura das décadas precedentes:

E a ironia rebelde da melhor ficção pós-moderna não era apenas crível como arte; parecia de fato socialmente útil na sua capacidade para o que críticos da contracultura chamavam "uma negação crítica que deixaria evidente para todo mundo que o mundo não é o que parece". [...] Ironia na cultura e na arte dos anos sessenta começou do mesmo modo que rebeldia juvenil. Era difícil e dolorosa, e produtiva - um diagnóstico sombrio de uma doença há muito negada. As suposições por trás dessa ironia pós-moderna inicial por outro lado, eram francamente idealistas: que etiologia e diagnóstico

²⁰ Por exemplo, em entrevista de Andy Warhol e Edie Sedgwick concedida ao Merv Griffin Show em 1965. Disponível em: < <https://youtu.be/qYLiw5bInIE> >. Acesso em: maio de 2021.

apontavam para cura; que revelação do aprisionamento rendia liberdade. (WALLACE, 1993, p. 183. Tradução livre.)

Wallace usa o veículo da televisão como um exemplo que expressa a sua grande crítica sobre a atitude irônica presente do estado geral da cultura no momento em que escrevia. A crítica de Wallace não vai exclusivamente de encontro à televisão em si, mas ressalta uma problemática da televisão enquanto meio disseminador do caráter irônico que passou a ser encontrado em diversos aspectos na cultura geral de sua época. A dinâmica diagnosticada por este autor continua presente atualmente, o que se faz evidente, por exemplo, nos usos da imagem de Warhol - imagem que havia se estabelecido no circuito da Arte e, em certa medida, de celebridade. O artista foi filmado em 1982 comendo um hambúrguer do Burger King para uma cena do documentário *66 Scenes From America*, de Jørgen Leth. Em 2019, tal cena voltou a circular em larga escala quando um clipe desta cena foi utilizado em um comercial televisivo para a própria rede de *fast food* Burger King²¹. Este destino da imagem do artista Warhol, artista que conquistou celebridade ao fazer arte que se apropriava diretamente da visualidade comercial, sendo transformada em si em uma peça de publicidade, evidencia o argumento de Wallace, quando este escritor afirma que a ironia crítica, presente nas artes dos anos 1960 e 1970, passou a permear, enquanto atitude difusa, o meio midiático geral da cultura contemporânea a partir dos anos 1980 e 1990.

²¹ Evento descrito por matéria do Meio e Mensagem publicada em 2019. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/02/05/o-significado-de-andy-warhol-comer-um-whopper-no-super-bowl.html>>. Acesso em junho de 2021.



Figura 7: Sequência de 4 frames do vídeo "Andy Warhol eating a Cheeseburger", originalmente dirigido por JØrgen Leth em 1982 para o filme "66 Scenes from America".²²

Seguindo em seu diagnóstico, Wallace afirma que as aspirações da contracultura não se traduziram em transformações sociais sistêmicas do tipo que seus proponentes desejavam. Wallace questiona como então é que a ironia veio a ser um elemento não libertador, mas debilitante?

Uma pista há de ser encontrada no fato que a ironia ainda está presente, maior que nunca como o modo dominante de expressão *descolada*. Não é um modo que se desgasta especialmente bem. Como Hyde coloca, "Ironia tem apenas uso emergencial. Carregada ao longo de um tempo, é a voz dos presos que vieram a gostar de sua jaula". Isto porque a ironia, divertida como é, serve uma função exclusivamente negativa. É crítica e destrutiva, um nivelamento. Certamente esse é o modo como nossos pais pós-modernos viam. Mas a ironia é singularmente mal-sucedida quando se trata de construir algo para substituir as hipocrisias que ela desmascara. (Id. *ibid.* Tradução livre.)

²² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fLQcmTJCS8>>. Acesso em junho de 2021.

A ironia da TV estadunidense passou a ser uma operação tão difundida e esperada que perdeu completamente seu viés crítico engajado e se tornou um veículo de humor, descompromissado com qualquer espectro político-ideológico e, ademais, normalizador.

O que você faz quando rebeldia pós-moderna se torna uma instituição da cultura pop? Pois isso é claro é a segunda pista do porquê a ironia e rebeldia de vanguarda se tornaram diluídas e malignas. Elas foram absorvidas, esvaziadas e reempregadas pelo mesmo *establishment* televisual que elas originalmente haviam se posicionado contra. (Idem, p. 184. Tradução livre.)

E o autor prossegue:

E não se enganem: a ironia nos tiraniza. A razão pela qual nossa ironia cultural difusa é ao mesmo tempo tão poderosa e tão insatisfatória é que um ironista é impossível de fixar. Toda ironia é uma variação de um tipo de *poker face* existencial. Toda ironia estadunidense é baseada num "Eu não realmente acredito no que digo" implícito. Então o que a ironia como uma forma cultural quer dizer? Que é impossível acreditar no que você diz? Que talvez seja lamentável que é impossível, mas *se se toca logo*? Mais provavelmente, eu acho, a ironia de hoje acaba dizendo: "Quão banal perguntar o que quero dizer" (...). E aqui reside a opressividade da ironia institucionalizada, o rebelde demasiado bem-sucedido: a habilidade de interditar a questão sem atentar para seu conteúdo é tirania. É a nova *junta*, usando a mesma ferramenta que expôs seu inimigo para se proteger. (Id., *ibid.*. Tradução livre.)

A crítica tão ferrenha de Wallace ao modo como a ironia disseminada pela cultura televisiva possibilita e facilita uma consciência e uma atitude de

permissividade e passividade pode ser extrapolada para a internet²³, onde posicionamentos ofensivos podem ser manejados como se fossem meras peças de um jogo lúdico.

O problema encontrado na linguagem que visa ridicularizar já havia sido analisado por Fredric Jameson, em seus escritos dos anos 1980. O autor argumenta que, na pós-modernidade, a paródia é substituída pelo pastiche. Ambas as formas envolveriam a imitação de maneirismos e tiques de outros estilos. Porém, há uma diferença essencial:

Pastiche é, como a paródia, a imitação de um estilo único ou peculiar, o uso de uma máscara estilística, discurso numa língua morta: mas é uma prática neutra de tal mímica, sem o motivo ulterior da paródia, sem o impulso satírico, sem riso, sem o sentimento latente de que existe algo *normal* comparado com o qual o que está sendo imitado é um tanto cômico. Pastiche é paródia vazia, paródia que perdeu seu senso de humor [...]. (Jameson, apud FOSTER, 1983, p. 114.)

A exemplo disso, o videoclipe "Ritmo", de J. Balvin e Black Eyed Peas, lançado em 2019, é um clipe de uma música pop-reggaeton, de um artista latino e um grupo americano de alcances globais. O clipe apresenta a estética futurista do *synthwave* e *outrun*, dialogando visualmente com uma série de conteúdos visuais oitentistas que são desde filmes e videoclipes até jogos digitais.

²³ Recentemente tomamos conhecimento de uma obra que faz justamente este balanço, da passagem da ironia televisiva para a ironia da internet. Trata-se do livro *Before the internet: What 90s culture can teach us about today*, escrito por Matthew McKeever. Por limitações de tempo, esta obra não pode ser incorporada à pesquisa. Um rascunho não publicado da obra encontra-se disponível em: < <https://mipmckeever.weebly.com/uploads/9/4/1/3/94130725/90sbookfinal.pdf> >. Conforme o artigo de McKeever de 2018, How irony moved from the TV to the internet, disponível em: < <https://mittmattmutt.medium.com/irony-and-the-internet-e-unibus-pluram-25-years-on-cf9f8c95b6d5> >. Acesso em: maio de 2021.

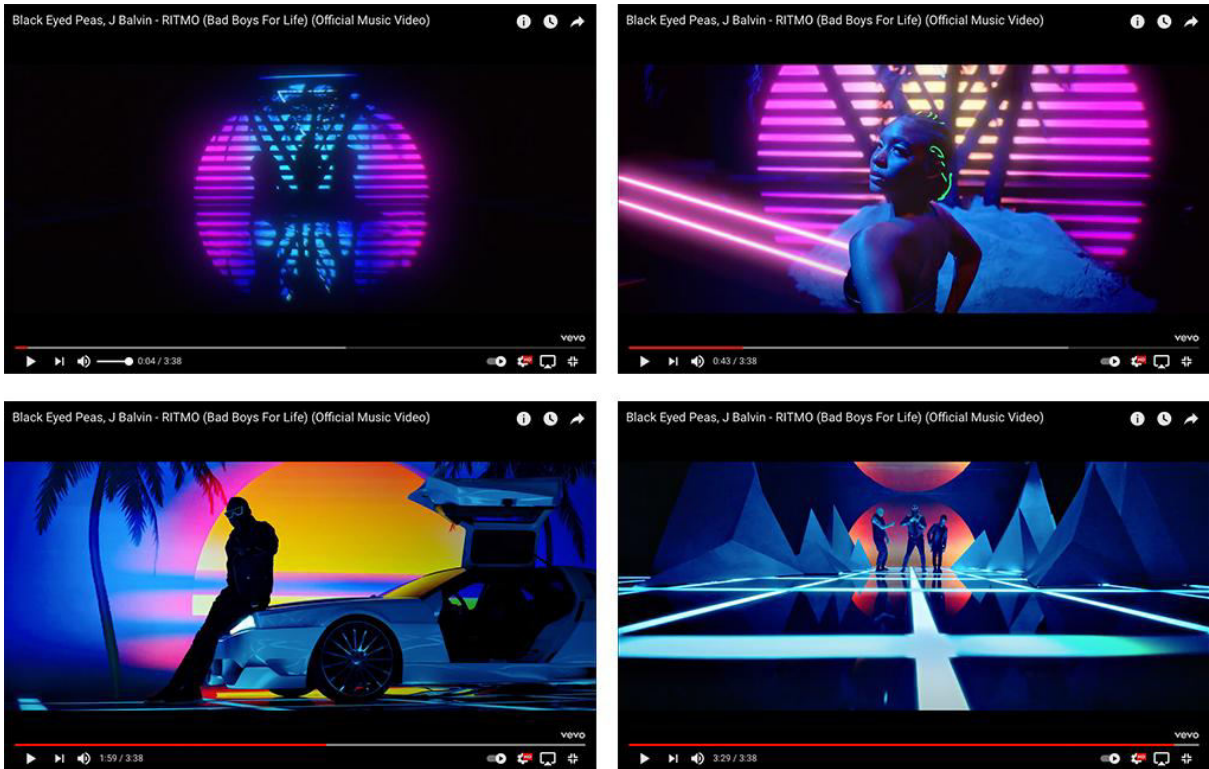


Figura 8: Sequência de Frames do clipe “Ritmo”, de J Balvin e Black Eyed Peas

Há uma questão interessante nesse videoclipe sobre a apropriação de uma estética estabelecida por um conteúdo comercial de grande massa e, ainda, por um gênero musical que não necessariamente dialoga igualmente com as referências musicais do *synthwave*, como a estética visual do videoclipe assim o faz. *Synthwave*, não ocasionalmente, é um estilo musical e visual que precede produções do Vaporwave, sendo considerado um gênero que influenciou o surgimento do Vaporwave musicalmente.



Figura 9: Sequência de frames do clipe Accelerated, de Miami Nights 1984

Já a faixa “Accelerated”, de Miami Nights 1984, também é uma música lançada no século XXI (especialmente, 2010), mas se contrapõe ao uso da estética do synthwave feita pelo clipe Ritmo, uma vez que o uso desse estilo visual no clipe Accelerated é feito para além de uma tendência visual global estabelecida para consumo do grande público. A apropriação, aqui, é sobretudo temporal, para além de um modo específico de fazer imagens, já pasteurizado.

Nesse sentido, entende-se o processo da apropriação e o uso da ironia nas suas relações de interdependência e subordinação: enquanto uma é processo e o caminho, a outra os revela enquanto fim. A apropriação estética nas produções culturais no capitalismo tardio também diz sobre um modo irônico em falar do tempo e usar da historicidade das visualidades em momentos posteriores como um modo específico de produzir na realidade cultural de uma época que precisa fazer a partir de reapropriações.

3. Arte Pós-Histórica²⁴

O uso da ironia estratégica, além da prática da apropriação, são identificados neste momento não só como instrumento de síntese da *Pop Art* de Warhol, mas como um marco narrativo. Acerca da apropriação em si e seu lugar na Arte, é coerente reconhecer a progressão da ocorrência dessa prática como um "maneirismo"²⁵ pertencente ao contexto de uma arte produzida na pós-história. A pós-história pode ser entendida como a contemporaneidade de um processo que não mais permite conceber-se como a realização de desenvolvimentos temporais (como se a história fosse a superação de um acontecimento em detrimento do outro). O futuro da história, para além da cronologia sequencial de fatos, passa a não mais ser premeditado, inferido ou decidido a partir do que já aconteceu, uma vez que os diálogos com o passado se tornam obsoletos a partir do momento em que o próprio passado assim o é²⁶.

A ideia do fim da história, que emerge de teorizações autoconscientes da pós-modernidade, se relaciona primordialmente com os estados socioeconômicos e

²⁴ Apenas recentemente tomei conhecimento de um texto de Fredric Jameson intitulado '*End of Art' or 'End of History'?*', originalmente publicado em 1994 (portanto, posterior às teses de Danto sobre o fim da arte), em que o autor reflete sobre os dois temas, ambos de origem Hegeliana, e identifica um elemento conservador no *revival* destes nos anos 1990. Essas reflexões não puderam ser incorporadas aqui, porém não alterariam substancialmente o conjunto deste trabalho. Cf. ANDERSON, P. In: JAMESON, Fredric. *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998*. Londres: Verso Books, 1998, p. XIII.

²⁵ Substantivo pertencente à terminologia da arte que denota produções quinhentistas que apresentavam certa revisão de valores academicistas, a partir de um "modo de fazer" específico delimitado segundo o artista. Tendo em vista uma aplicação anacrônica do termo, este estudo explora a acepção do sentido de "maneirismo" como uma maneira específica de fazer arte, de modo que o processo artístico se revele no resultado final da obra em algum nível.

²⁶ Pode-se aqui sugerir uma aproximação com a caracterização de Fredric Jameson sobre a pós-modernidade e a consciência pós-moderna. Este escreve: "É mais seguro apreender o conceito do pós-moderno como uma tentativa de pensar o presente historicamente numa época que esqueceu como pensar historicamente em primeiro lugar" (JAMESON, 1991, p. IX).

políticos predominantes nas últimas décadas do século XX. Fukuyama, por exemplo, aponta como marco do fim da história (a considerar uma ótica especialmente política e filosófica) o alcance da liberal democracia enquanto "ponto final da evolução ideológica da humanidade e a forma final de governo humano"²⁷. Fukuyama, posteriormente, notou a necessidade de retratar-se quanto à ideia por ele cunhada sobre o fim da história, especialmente pelo modo simplista com que esta passou a ser absorvida e utilizada em contextos não acadêmicos²⁸. É necessário, portanto, entender a leitura hegeliana feita por Fukuyama ao defender que a história chega ao fim. Essa ideia não pressupõe a história apenas em sua acepção primária, a que a vê enquanto desenrolar sequencial de fatos e eventos. O entendimento do pensamento sobre o fim da história em sua completude passa pela noção de história enquanto um processo autoconsciente de produção de sentidos e juízos acerca do encadeamento dos fatos.

"Muitas pessoas ficaram confusas no início com o meu uso da palavra "história". Entendendo a história em um sentido convencional como a ocorrência de eventos, as pessoas apontaram para a queda do Muro de Berlim, a repressão comunista chinesa na Praça Tiananmen e a invasão iraquiana do Kuwait como evidência de que "a história continuava" e que eu estava 'ipso facto' comprovadamente errado. E, no entanto, o que eu sugeri que havia chegado ao fim não era a ocorrência de eventos, mesmo grandes e graves, mas História: isto é, a

²⁷ "A afirmação, então, de que a democracia liberal constitui o "fim da história" não depende dos avanços ou retrocessos de curto prazo a respeito da democracia mundial em 1994 (ou 1989, ou 1939, ou 1806). É uma declaração normativa sobre os princípios de liberdade e igualdade que fundamentam as revoluções francesa e americana, no sentido de que elas estão no final de um longo processo de evolução ideológica, e que não há um conjunto superior de princípios alternativos que com o tempo os substituirá." (FUKUYAMA, 1995, p. 30. Tradução livre)

²⁸ "Praticamente todas as semanas leio uma história nos jornais que contém algumas variantes das palavras: "Como podemos ver, a história não acabou, mas só agora está começando..." (Esta frase tem sido usada por Margaret Thatcher, Mikhail Gorbachev, George Bush, Hosni Mubarak, [...]; proponho uma "moratória", pois agora isso representa a falência total da arte do redator de discursos." (FUKUYAMA, 1995, p. 28. Tradução livre).

história entendida como um processo único, coerente, evolutivo, quando se leva em conta a experiência de todos os povos em todos os tempos.” (FUKUYAMA, 1992, p. 7. Tradução livre)

Assim, entender a história no âmbito de como e por quem é contada é também compreender que o fim da história não tem a ver com o fim dos tempos e dos acontecimentos, mas com uma espécie de *télos* no processo como ela é concebida e, ainda, premeditada e esperada.

Porém, alternativamente à leitura liberal elaborada por Fukuyama (que ocupava uma posição no Departamento de Estado da presidência de George Bush à época da publicação de suas teses sobre o fim da história), entende-se a crise da consciência histórica correlacionada com a difusão da noção de 'fim da história', como a própria crise do capitalismo tardio, desse modelo de produção e consumo hegemônico política, econômica e culturalmente no qual se elabora a própria noção de pós-história. Mark Fisher, no capítulo do livro *Capitalist Realism* intitulado "É mais fácil imaginar o fim do mundo que o fim do capitalismo"²⁹, cita Fukuyama³⁰ ao dizer que o fim da história é uma realidade sobretudo acompanhada de uma sensação maligna e definhosa de que realmente não há mais nada de novo nas produções culturais (FISHER, 2009, p. 6). Esta noção coloca em foco a existência da uma consciência histórica que estaria em crise, que rumaria para o esgotamento e, ainda, impediria a possibilidade da existência de desenvolvimentos contemporâneos "inéditos".

²⁹ Em tradução livre. Esta frase que serve como título do capítulo de Fisher também é reproduzida em *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming* (DUNNE, Anthony; RABY, Fiona. Cambridge, Massachusetts e Londres: MIT Press, 2013, p. 2) e é alternadamente creditada a Slavoj Žižek e a Fredric Jameson. Podemos confirmar a ocorrência dessa proposição, fraseada de modo diferente, no início do texto 'The Antinomies of Postmodernity', in: JAMESON, Fredric. *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998*. Londres: Verso Books, 1998, p. 50.

³⁰ Encontramo-nos no notório 'fim da história' proclamado por Francis Fukuyama após a queda do Muro de Berlim. A tese de Fukuyama de que a história atingiu o clímax com o capitalismo liberal pode ter sido amplamente ridicularizada, mas é aceita, até mesmo assumida, a nível do inconsciente cultural. (FISHER, 2009, p. 6)

A posição de Fukuyama é, de certa forma, uma imagem espelhada da de Fredric Jameson. Jameson afirmou que o pós-modernismo é a "lógica cultural do capitalismo tardio". Ele argumentou que o fracasso do futuro era constitutivo de uma cena cultural pós-moderna que, como ele profetizou corretamente, seria dominada pelo pastiche e pelo revivalismo. (FISHER, 2009, p. 7. Tradução livre)

Fisher, adiante, ao citar Fredric Jameson, levanta a problemática da rubrica da pós-modernidade³¹. Fisher sobrepõe à ideia da pós-modernidade a noção do Realismo Capitalista³² por três motivos³³. O primeiro deles baseia-se na diferenciação do estado político geral no qual os anos 80 se encontravam e a sensação de esterilidade cultural e exaustão do agora (a possibilidade de existência de políticas alternativas ao capitalismo era concebida como real em 1980, fato que o autor não acredita existir no capitalismo tardio e recente). A segunda problemática vinculada à ideia da pós-modernidade, segundo Fisher, seria o manutenção de vínculos com a modernidade, no preceito de que a pós-modernidade configuraria

³¹ Termo rejeitado por Danto e usado como contra-argumento para o entendimento da ideia de fim da história (e fim da arte) e, assim, justificar a transferência da utilização do termo pós-modernidade para a noção de pós-história.

³² Ideia à qual sua obra é dedicada, a fim de teorizar o realismo capitalista como realidade única na consciência geral do capitalismo tardio: "O 'realismo capitalista' não é uma cunhagem original. Foi usado (o termo) na década de 1960 por um grupo de artistas pop alemães e por Michael Schudson em seu livro 'Advertising, The Uneasy Persuasion', de 1984, ambos fazendo referências paródicas ao realismo socialista. O que há de novo no uso do termo é o mais abrangente - até exorbitante - sentido que atribuo a ele. O realismo capitalista, como eu o entendo, não pode ser confinado à arte ou à forma quase propagandística como a Publicidade funciona. É mais como uma atmosfera penetrante, condicionando não apenas a produção de cultura, mas também a regulamentação do trabalho e da educação, agindo como uma espécie de barreira invisível que restringe o pensamento e a ação." (FISHER, 2009, p. 16. Tradução livre.)

³³ "Em última análise, há três razões pelas quais prefiro o termo realismo capitalista ao pós-modernismo. Na década de 1980, quando Jameson apresentou pela primeira vez sua tese sobre o pós-modernismo, ainda havia, pelo menos no nome, alternativas políticas ao capitalismo. O que estamos lidando agora, no entanto, é uma sensação mais profunda, muito mais difusa, de exaustão, de esterilidade cultural e política." (op. cit., p. 7. Tradução livre.)

alguma relação com a modernidade na ordem do confronto - o realismo capitalista, por sua vez, não performaria enganosamente este tipo de confronto com a modernidade, pois ela já estaria morta enquanto ideal de vida e, na ocorrência de seu regresso, esta seria espiritualmente a ovação estética de uma temporalidade morta³⁴. O terceiro motivo seria a problemática de referencialidade memorial e relacional de uma geração nascida nos estágios limítrofes de um capitalismo saturado nas suas possibilidades de expansão - especialmente dos modos de produção material - e que, assim, acabaria por estender às esferas imateriais a viabilização de novas formas de dilatação do capitalismo neoliberal.

"Para a maioria das pessoas com menos de 20 anos na Europa e na América do Norte, a falta de alternativas ao capitalismo não é mais um problema. O capitalismo ocupa perfeitamente os horizontes daquilo que é pensável." (FISHER, 2009, p. 8)

Fisher, assim, constrói o argumento de que a cultura pós-moderna, no geral, acreditou, de certo modo, na falácia capitalista de que a inovação era possível, na crença da existência de um terreno fértil para a criatividade humana em meio à fortificação da globalização, como se criar, comunicar ideias, ter "sucesso" e liberdade fossem uma realidade legítima e viável em meio a processos como o da aculturação (consequência do mundo capitalizado e altamente globalizado). Entretanto, Fisher comprova com exemplos da Indústria Cultural que suas manifestações do fim do século XX não pertenciam de fato a este tempo, ou seja, eram apenas a reprodução alterada de um passado³⁵.

³⁴ Interpretação pessoal a partir do pensamento de Fisher.

³⁵ Fisher disserta sobre a produção musical da banda Nirvana e o integrante Kurt Cobain: "como a cultura pós-moderna em geral, Cobain se encontrou em 'um mundo em que a inovação estilística não é mais possível, [onde] tudo o que resta é imitar estilos mortos, falar através das máscaras e com as vozes dos estilos no museu imaginário.' Aqui, até o sucesso significava fracasso, já que ter sucesso significaria apenas que você era a nova carne da qual o sistema poderia se alimentar." (Fisher, 2009, p. 9. Tradução livre.)

A preferência por outra terminologia no lugar da noção de pós-modernidade é constatada nas teorizações de Danto sobre arte pós-histórica. Danto expressa propensão pela ideia de uma arte pós-histórica em detrimento da arte dita "contemporânea" ou "pós-moderna". Um dos exemplos desta propensão é a interpretação de Danto de que caberia à filosofia a compreensão sobre as obras, enquanto aos artistas o gozo da liberdade de estarem além da história. O dito "fim da arte", defendido por Danto, seria um desvio na linearidade da história da arte - a história produzida pela sucessão de períodos históricos e/ou estilos de maneira dialética, que a faria caminhar rumo ao seu sentido verdadeiro, à "verdadeira arte" (AITA, 2003, p. 145). Danto argumenta que o 'fim da arte' consiste na tomada de consciência da verdadeira natureza filosófica da arte (DANTO, 2006, p. 34), dando à arte uma possível autonomia e emancipação sobre suas próprias questões, a partir de instrumentos próprios, que possivelmente não poderia haver acontecido no curso da história da arte anteriormente. Assim, Danto também reafirma a noção hegeliana de história: "supõe um movimento interno ao desenvolvimento histórico em cujo curso a arte atingiu a consciência da sua própria identidade (autoconsciência), e tornou-se sua própria filosofia" (AITA, 2003, p. 146).

A noção de pós-história, portanto, aplicada ao contexto de uma arte imersa nas contribuições midiáticas, ilustra uma possível quebra de limitações dos pontos de partida em relação aos processos, temáticas, representatividades, viabilidades plásticas e conceituais dos quais artistas poderiam fazer uso: as possibilidades da arte, assim, se tornaram infinitas em um sentido filosófico³⁶ e de referencialidade histórica. É por esta visão que entende-se que a Pop, enquanto tantas outras manifestações deste contexto, é expressão de uma arte que podia ser feita a partir de tudo e qualquer coisa (ou coisa qualquer), pois tudo já havia sido feito e estaria à disposição de artistas. A pós-história libertaria, portanto, a arte da ótica narrativa de ter de ser a afirmação de um novo estilo que supera outro anterior e, assim, tudo seria disponível e possível ao artista. O cânone acabara, por fim, por ser

³⁶ "Para mim, uma vez que a própria arte destacou a verdadeira forma da questão filosófica - isto é, a questão da diferença entre obras de arte e coisas reais -, a história chegou ao fim." (DANTO, 2006, p. 126)

desestabilizado na própria concepção da narrativa da história da arte e na maneira de contá-la³⁷.

"Não existe mais uma forma especial que determina como devem ser as obras de arte. E este é o presente, eu diria, o momento final da narrativa mestra. É o fim da história."
(DANTO, 2006, p. 52)

Em síntese, a arte pós-histórica, para Danto, fala de uma arte que rompe com a estruturação de um modo específico de se conceber e de narrar a produção artística e se emancipa filosoficamente pelo alcance de uma consciência própria, que precisa dar conta de seus próprios instrumentos, já que seus objetos não mais refletem em si a dialética historicizada de suas escolhas, representatividades, pensamentos e materialidades. Danto chegar a discorrer sobre a poética de Duchamp³⁸ e Warhol a partir de suas produções e, assim, assume-as como eventos artísticos importantes que demonstram a revogação das características perceptivas de obras que poderiam ser "meras coisas", mas que filosoficamente pertencem a uma problemática que as acolhe enquanto objetos materialmente indiscerníveis (AITA, 2003, p. 146). A Arte a partir da apropriação é, portanto, autoconsciente de seu momento na história, inclusive a ponto de saber que a ela não pertence e, sobretudo, que seus objetos e manifestações acabarão por não remeterem estritamente a tempo algum.

³⁷ "Penso que a abordagem desconstrucionista, ainda que verdadeira, não chega ao cerne da questão - e quero pensar esse "cerne da questão" como a estrutura profunda da história da arte na era contemporânea. A estrutura profunda, como eu a vejo, é um tipo de pluralismo sem precedentes, compreendida precisamente em termos da disjunção aberta de meios que de uma só vez serviram à disjunção correspondente de motivações artísticas e bloquearam a possibilidade de uma narrativa desenvolvida e progressiva mais aprofundada do tipo exemplificado por Vasari ou por Greenberg. Não mais havia veículo favorecido para qualquer desenvolvimento, e isso, parece-me, deve-se ao sentido explícito de que a pintura havia avançado até onde pôde, e isso de modo que a natureza filosófica da arte foi finalmente compreendida. Com isso, artistas foram liberados para seguir seus próprios caminhos." (DANTO, 2006, p. 163).

³⁸ Marcel Duchamp (1887-1968) artista francês, associado ao Dadaísmo e à poética do *ready-made*.

É possível, portanto, entrever as múltiplas facetas da arte pós-histórica enquanto uma arte que pratica a apropriação a partir de diferentes critérios. O processo de apropriação em Warhol e na Pop Art muito reside na maneira irônica de fazer Arte sistêmica³⁹ com procedimentos do universo da reprodutibilidade técnica⁴⁰, em um momento em que o confronto ao cânone se fazia uma questão nas discussões sobre arte. A Pop apropria-se em várias instâncias do nicho do Design e da Comunicação, começando pelo uso de técnicas como a serigrafia. Porém, a prática da apropriação não se revela apenas na sua ruptura⁴¹ com métodos tradicionais do fazer artístico. A contribuição dessa prática à Pop Art (e à arte pós-histórica, de modo geral) é também temática quando esta corrente artística representa ou reproduz as formas e figuras do universo da comunicação de massa. Essa apropriação imagética é encontrada em trabalhos da Pop e em Warhol de maneira mais evidente, já que é por meio desta prática que a ironia inconfundível da Pop Art de Warhol se permite expressar.



Figura 10: Andy Warhol. *Brillo Box*. 1964. Tinta serigráfica sobre madeira. (43.3 x 43.2 x 36.5 cm)

³⁹ Termo usado para caracterizar a arte que faz parte do circuito artístico, do sistema específico que envolve museus, galerias, crítica e comercialização em altos valores.

⁴⁰ Sobre esta noção, vide o tão citado texto de Benjamin *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*.

⁴¹ Ruptura essa concebida décadas antes, no próprio desenrolar da história tradicional da arte.

Brillo Box é uma reprodução mimética das caixas de sabão encontradas nos supermercados. A apropriação imagética neste trabalho é inegável, especialmente por não se saber, à primeira vista, se se trata de um *ready-made* ou da *mímese escultopictórica* de um objeto industrial. Deslocar o espírito de um supermercado, mediante imagens que a este pertencem, para o cubo branco não é apenas o ato de apropriar-se de imagens, mas a prática autoconsciente de apropriar-se ironicamente das formas de um universo apartado.coke

Uma outra instância apropriativa praticada por alguns trabalhos da Pop é a apropriação de estilos artísticos estabelecidos e reconhecidos. A obra *Coke Bottle*, de Warhol, não desafia efetivamente a pintura tradicional de cavalete, como outros trabalhos lograram fazer. Nem vai completamente pelo caminho contrário, quando a técnica serigráfica torna possível trabalhos reprodutíveis em série, de formas idênticas, apresentados de maneira repetitiva no cubo branco como uma prateleira de supermercado. *Coke Bottle* é uma pintura na qual a ironia apropriativa é alcançada pelo que está representado e, ao mesmo tempo, exemplifica o processo pós-histórico de fazer um tipo específico de arte do passado. Pintar uma garrafa de refrigerante de uma grande marca famosa notoriamente apresenta a prática da apropriação na temática do trabalho, porém, ainda, há nesta pintura a apropriação estilística de uma visualidade que dialoga com as vanguardas históricas artísticas. O contraste abrupto entre o verde-pastel, o preto e o branco dá à forma da garrafa o volume pictórico de pinturas ou até de xilogravuras expressionistas, alcançado juntamente com a linearidade das pinceladas visíveis, que contribuem à pintura a característica de brilho. Neste sentido, a apropriação estilística é como um processo que emula um gênero, uma qualidade específica, um modo de se fazer arte advindo de um período artístico passado, sobre o qual já há uma narrativa sedimentada. Este é outro entendimento objetivo sobre a ideia de fim da arte de Danto, em que a "narrativa mestra" da história da arte se adequa à arte que se defronta com esta narrativa (a arte que estaria "além da história"), de maneira apropriativa.



Figura 11: Andy Warhol. *Coke Bottle*. 1962. Tinta acrílica, serigráfica e caneta esferográfica sobre linho. (28,3 x 15,2 cm)

A possibilidade de se distinguir diferentes tipos de apropriação é indicativa de que a discussão sobre pós-história na arte fala, na realidade, sobre circunstâncias pós-históricas mais gerais. A arte pós-histórica não seria, de maneira simplista, uma arte que de tudo pode se fazer, mas uma arte que se manifesta enquanto exteriorização de processos pós-históricos⁴². A propósito de Warhol especificamente, Anne Cauquelin afirma:

É verdade que Warhol 'pertence', na história da arte, à pop art, aos anos 1960 - anos do triunfo norte-americano - e, portanto à arte moderna. Mas, se ele está no mesmo nível de James Rosenquist, Roy Lichtenstein e Claes Oldenburg, distingue-se deles, contudo, pela forma como vê de que modo a arte se articula à sociedade e, em particular, ao mundo dos negócios.

⁴² "No nível da prática artística, contudo, não havia mais o imperativo histórico de estender os trilhos até o desconhecido estético. Na fase pós-histórica existem incontáveis direções a serem tomadas para a prática da arte, nenhuma delas mais privilegiada, pelo menos historicamente, do que as demais." (DANTO, 2006, p. 150).

É sobre essa articulação que convém refletir, e é ela que nos leva a considerar Warhol parte da arte contemporânea, na qualidade de embreante da sociedade de comunicação (CAUQUELIN, 2005, p. 109).

É possível aproximar o que Cauquelin chama de 'arte contemporânea' com o que Jameson (1991) chama de 'cultura pós-moderna', entendendo ambas as denominações como rótulos que apontam para manifestações que afloraram no período pós-histórico (cuja consciência de si torna-se progressivamente mais evidente). Cauquelin não está sozinha em seu juízo sobre Warhol, outros autores também aproximaram a Pop Art com o início do pós-modernismo⁴³. Assim, o século XX anunciou a forma como produções pós-históricas haveriam de lidar com a temporalidade. Com o advento da Internet, torna-se ainda mais evidente o quanto a história da arte não mais faz parte de uma realidade presente, enquanto instrumento legítimo que rege a lógica do desenvolvimento artístico.

⁴³ Cf. MCHALE, Brian. *The Cambridge Introduction to Postmodernism*. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. Recentemente tomamos notícia da obra de Jost Hermand *Pop, oder die These vom Ende der Kunst* (Pop, ou a Tese do Fim da Arte), publicada em 1978 e que, segundo Fredric Jameson, cobre virtualmente todas as inovações formais do pós-modernismo - porém, devido à barreira linguística, este texto não pode ser consultado.

4. *Hauntologia*

"A memória de hoje se caracteriza por um amontoado de lixo e de dados em 'lojas de sucata' ou 'armazéns', entulhados de massas e de uma variedade de imagens possíveis e imagináveis, totalmente desorganizados, mal conservados, cheios de símbolos desgastados". Nessas lojas de sucatas as coisas simplesmente estão ao lado de outras, sem qualquer organização. Por isso, falta-lhes história, não podendo recordar de si mesmas nem de si se esquecer.

Byung-Chul Han, *Sociedade da transparência*, 2017⁴⁴

A passagem do século XX para o século XXI tem marcos porosos (tecnológicos, políticos, econômicos, artísticos, e, sobretudo, informacionais). A Era da Informação⁴⁵ se torna tão fatídica quanto a dificuldade em dimensioná-la. O processo da digitalização das mídias e o nascimento do meio *online* trouxe à arte a possibilidade de se tomar a prática da apropriação como um dos seus principais caminhos estéticos.

A partir desse cenário, a Internet se torna um espaço de múltiplas manifestações artísticas. Desde o início dos anos 2000, com o advento de diversos canais de comunicação *online*, plataformas de compartilhamento de arquivos e textos, redes sociais e fóruns, a Internet progressivamente vai consolidando linguagens, universos semânticos e culturas próprias. Isso permite que a formação de símbolos e signos particulares aos usuários da Internet afete diretamente as

⁴⁴ HAN, Byung-Chul. *Sociedade da transparência*. Petrópolis: Vozes, 2017. O trecho entre aspas é uma referência à VIRILIO, P. *Information unb Apokalypse - Die Strategie der Tauschung*. Munique, 2000.

⁴⁵ Era da Informação: período associado à disseminação da internet, criação da World Wide Web, popularização da TV a cabo e dos telefones celulares.

manifestações visuais que surgem a partir dessa mídia/meio. Observa-se, por exemplo, o fenômeno do Vaporwave como um conjunto de manifestações visuais, sonoras e audiovisuais que surge a partir dos sentidos atribuídos a partir de uma simbologia própria da Internet.

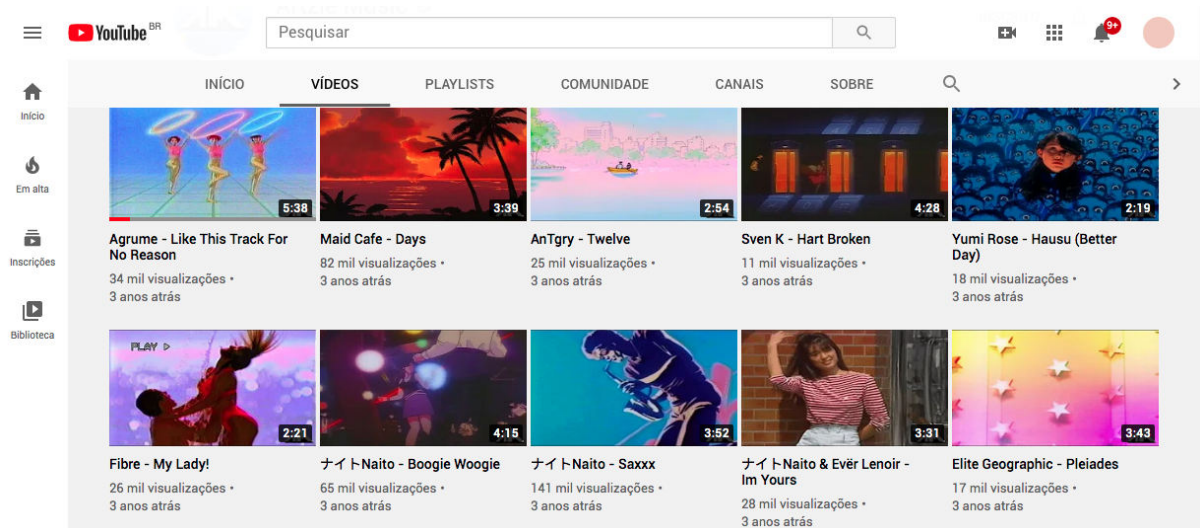


Figura 12: Captura de Tela do canal *Artzie Music*, do YouTube. Acesso em agosto de 2020.

Os atributos de criação por meio de apropriação e de uso da ironia, associados à arte pós-histórica, são identificáveis em produções visuais específicas do meio *online*. A exemplo disso, a imagem acima é a captura de tela da listagem de vídeos de um canal no YouTube chamado *Artzie Music*. Esse canal é responsável pela difusão⁴⁶ de produções musicais desde 2011 e, causal ou consequentemente, de produções audiovisuais. O canal se autoproclama o primeiro destinado à "música única"⁴⁷ em sua descrição na plataforma.

Esta captura de tela reúne *thumbnails* de diversos videoclipes produzidos a partir de vídeos já existentes, disponíveis em seus suportes primários como mídias diversas (fitas-cassetes, DVDs ou a própria internet), que foram transpostos para o YouTube depois de alguma manipulação específica. Esses vídeos são criados, portanto, como apropriações de materiais midiáticos. As imagens utilizadas são

⁴⁶ O canal possui 198.687.178 visualizações, segundo dados coletados no próprio canal do YouTube em julho de 2020.

⁴⁷ Tradução livre.

expressamente pertencentes à estética⁴⁸ de uma época - são apropriações de materiais que demonstram em suas visualidades o resultado das condições técnicas de uma determinada época do meio audiovisual.



Figura 13: Captura de tela do clipe “Like this track for no reason”, de Agrume, no YouTube;

⁴⁸ A palavra “estética” faz parte de terminologias de áreas do conhecimento específicas. Em seu significado técnico, a palavra pertence ao campo de estudo da Filosofia que busca sistematizar reflexões acerca das sensações e emoções sensíveis (*aisthesis*). Segundo o *Dicionário da Filosofia* (São Paulo: Martins Fontes, 2007), de Nicola Abbagnano, esse substantivo significa propriamente “doutrina do conhecimento sensível”. Assim, a Estética, enquanto campo de conhecimento dedicado a refletir sobre os efeitos (intelectuais, morais, sensíveis) dos dados sensórios, teve muito da sua produção de pensamento voltado aos efeitos provocados pelas obras de arte em espectadores individuais ou em um grupo. Por extensão, o termo foi usado para se referir ao conjunto de valores estéticos visados ou evocados por um conjunto identificável de obras artísticas (a 'estética clássica' e a 'estética romântica', por exemplo) e, em uma ampliação ainda maior do seu uso, o termo passou a ser usado para se referir a um conjunto de traços identificáveis que caracterizam, por exemplo, um gênero de produção visual ('estética cyberpunk', 'estética retrô', 'estética futurista', etc.). Segundo Abbagnano, em sua acepção técnica, “hoje, esse substantivo designa qualquer análise, investigação ou especulação que tenha por objeto a arte e o belo, independentemente de doutrinas ou escolas” (ABBAGNANO, 2007, p. 367). Portanto, no presente estudo utiliza-se do termo “estética” em sua acepção genérica, enquanto linguagem formal, que diz respeito a um conjunto de fundamentos, características e efeitos expressos em linguagens artísticas identificáveis com alguma recorrência em determinados conjuntos de produções visuais, plásticas, sonoras e audiovisuais.

Um dos *thumbnails* presentes na captura de tela anterior é do videoclipe "Like This Track For No Reason", de Agrume, ilustrado na imagem acima. O videoclipe consiste em uma imagem em *looping* a partir do corte de algum material da TV japonesa do fim do século XX. As manipulações entram na construção do ambiente e na inserção de objetos em "neon", que acompanham o movimento das personagens (*tracking camera*). O fundo infinito em azul com o piso computadorizado que imita um *grid* perspectivado anuncia certa aura de um ambiente "futurista", laboratorial ou de um centro comercial. As personagens parecem movimentar-se de acordo com uma dança em sincronia, que lembra aulas de exercícios aeróbicos ou apresentações de programas de auditório da TV dos anos 90 - impressão reforçada também pelas roupas que vestem e por todas estarem vestidas com o mesmo figurino.

O gênero da música poderia pouco importar, mas contribui ainda mais para a poética dessa estética. Grosso modo, *Artzie Music* é um canal de música eletrônica - e assim pode ser chamado por servir como plataforma de busca de novas músicas (que assim são classificadas pelo modo como são produzidas). Notoriamente, as músicas que este canal hospeda são produzidas essencialmente a partir de manipulações de maquinários que tornam possível sintetizar, *samplear* e *remixar* sons. Não ocasionalmente, os videoclipes das canções fazem juz a este modo de produção e acabam também por configurar *remixes* de imagens de filmes, programas de TV, séries e vídeos dos anos 80 e 90.⁴⁹ Mais precisamente, *Artzie Music* contribuiu para a popularização do Vaporwave, com vários vídeos perceptivelmente vinculados à sonoridade e à visualidade do gênero, passando a ser postados no canal a partir de 2013.

Uma plataforma que também muito contribuiu para propagação das produções de Vaporwave é o sítio-web chamado *Bandcamp*. *Bandcamp* surge em

⁴⁹ Encontramos aí o tipo de procedimento que Nicolas Bourriaud diagnostica na poética de diversos artistas contemporâneos, porém aqui, não estamos lidando com obras tangíveis (os vídeos poderiam estar em outra plataforma que não o YouTube, inclusive) e não estamos tratando de produções veiculadas a partir do circuito expositivo das artes *strictu sensu*. Cf. BOURRIAUD, N. *Pós-Produção*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

2007⁵⁰, como uma plataforma online para divulgação e hospedagem de produções musicais de artistas independentes. Hoje, Bandcamp é referência entre usuários da Internet que buscam por músicas livres de selos ou gravadoras, ou evitam reproduzir músicas a partir do *streaming* "mainstream". Outras análises porém, apontam que tais separações são muito menos efetivas do que inicialmente podemos supor:

A ideia de uma subcultura discreta, delimitada, que se opõe a um mainstream hegemônico é falaciosa, ou ao menos mais turva que um simples binário. Holly Kruse (2003) e Wendy Fonarow (2006) argumentam que a relação entre cenas musicais "indie" e culturas musicais "mainstream" é muito mais interdependente do que a narrativa da "autenticidade subcultural" sugere. O mesmo pode ser dito para as práticas que foram vagamente rotuladas de "cultura da internet" ao longo da última década. Lamentar que "4chan é muito seguro agora," ou que "Reddit é muito popular," ou que "Tumblr é comercial demais" obscurece as maneiras pelas quais esses sites, seus participantes, e os textos que produzem sempre estiveram interligados com a cultura *mainstream*. Mesmo os primeiros memes do 4chan apropriavam mídias estabelecidas como músicas pop, personagens de televisão e videogames. A linha entre cultura de internet e cultura popular foi sempre difusa. (MILNER, Ryan. *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. Cambridge e Londres: MIT PRESS, p. 46-47. Tradução livre.)

⁵⁰ Disponível em <<https://bandcamp.com/about>>. Acesso em agosto de 2020.



Figura 14: Capa do Álbum *Vaporwave*, de Mario Cerdà (pseudônimo Nakata7), 2016.

Dentre o acervo de álbuns disponíveis no Bandcamp, a capa do álbum intitulado *Vaporwave*, de Mario Cerdà, apresenta muito da iconografia dessa estética. O álbum pertence ao gênero musical ao qual faz referência em seu nome e, ainda, apresenta resumidamente algumas das grandes referências imagéticas das produções visuais desse estilo. Algumas dessas referências podem ser vistas na colagem da imagem de um computador sobre um fundo natural de palmeiras em céu azulado, na máquina em tom magenta e sua tela com a imagem da água sobre um azulejo azul-piscina em nuances holográficas... essas composições fazem parte da iconografia de um estilo que fala sobre a obsolescência temporal e tangível e a agência espiritual dos objetos ultrapassados que permanecem.



Figura 15: Capa do álbum *.exe*, de S I C K, 2016.

Já a capa do álbum *.exe*, também do gênero Vaporwave, é uma colagem digital de elementos do universo semântico da visualidade da internet. Sobre um fundo feito a partir de um *grid* azul levemente "torcido", o nome do autor, escrito acima em caracteres verdes, acompanha o recorte de figuras como a ilustração de uma árvore, o "*smile* triste" e Donald Trump. Abaixo, tem-se o nome do álbum ilustrado no ícone de um tipo de arquivo chamado ".exe", uma extensão de arquivos cuja execução é vinculada ao sistema operacional *Microsoft Windows*. *Microsoft Windows*, ademais, faz parte da iconografia Vaporwave por ser tão associado ao universo de aparatos tecnológicos dos anos 90.



Figura 16: Capa do álbum *ATMOSPHERES 第3*, de Eco Virtual, 2014.

ATMOSPHERES 第3, de Eco Virtual, também apresenta iconograficamente muito do que outras manifestações do Vaporwave fazem uso. As colunas jônicas, pertencentes à arquitetura da Grécia Antiga, são exploradas no Vaporwave, juntamente com vários elementos da estatuária greco-romana. A inserção de elementos clássicos em meio a espaços infinitos, cromáticos, perspectivados, de aura "tecno-futurista" pode indicar o modo irônico com o qual o Vaporwave também pode operar ao praticar apropriações imagéticas.

O levante iconográfico de um passado em produções da Internet, como as de Vaporwave, é resultado de múltiplos fatores que convergem com as leituras sobre o fim da história de Fukuyama, Danto⁵¹ e Fisher. A questão pós-histórica da arte aqui

⁵¹ "A narrativa mestra da história da arte – no Ocidente, mas por fim não só no Ocidente – é a de que houve uma era da imitação, seguida por uma era de ideologia, seguida pela nossa era pós-histórica em que, com qualificação, tudo vale. Cada um desses períodos é caracterizado por uma diferente

se coloca para além das possibilidades ilimitadas de se fazer arte em tipos e estilos passados⁵². Entender o fim da história enquanto momento histórico-cultural do final do século XX e começo do século XXI - enquanto um estado geral da cultura capitalista global - permite à contemporaneidade compreender que os processos de diálogo e pensamento da arte são encontrados também em produções que se dão a partir de instrumentos que extrapolam os critérios e linguagens de uma “arte histórica” (a que possui uma narrativa definida e, sobretudo, definitiva).

O jogo reminescente entre as apropriações imagéticas de ícones de uma época passada e a construção de representações que apresentam a sensação nostálgica de uma promessa de futuro irrealizada é a viagem memorial e fantasmagórica que o Vaporwave propõe. Vaporwave diz respeito a um agrupamento de produções visuais que tem, marcadamente, o familiar (estranhado) como um grande instrumento de conexão com o passado, juntamente com a sensação irônica de frustração pela falsa promessa de um futuro altamente tecnológico. Entende-se, aqui, a faceta pós-histórica de produções que evocam o espírito de um tempo morto, como se o presente estivesse assombrado por uma ideia de futuro perdido e inconcebível. Para melhor compreender isso, a referência à *Hauntology*⁵³ servirá aqui de apoio.

estrutura na respectiva crítica de arte. A crítica de arte, no período tradicional ou mimético, esteve fundada na verdade visual. A estrutura da crítica de arte na era da ideologia é aquela do qual estou buscando me desvencilhar: ela caracteristicamente se funda em sua própria ideia filosófica do que é a arte, numa distinção excludente entre a arte aceita (a verdadeira) e todo o resto que não é verdadeiramente arte. O período pós-histórico é marcado por uma separação de caminhos entre filosofia e arte, o que significa que a crítica de arte no período pós-histórico tem de ser, como a própria arte, tão pluralista quanto pós-histórica." (DANTO, 2006, p. 52)

⁵² O entendimento de Danto sobre arte pós-histórica considera não apenas um pluralismo de processos e meios não-tradicionais, mas a liberdade de fazer, na contemporaneidade, arte "de tipo" surrealista, expressionista, impressionista, clássico ou de qualquer outra referencialidade, na disponibilidade consciente de tais tipologias estilísticas.

⁵³ Termo cunhado inicialmente por Jacques Derrida, que funciona como um trocadilho com a palavra "*ontologie*". "Ontologie" e "Hauntologie" são homófonas no idioma francês enquanto que, concomitantemente, referem-se a objetos completamente distintos na Filosofia. Enquanto *Ontologie* seria o estudo da existência, *Hauntologie* seria um neologismo para referir-se ao estudo dos

"O capitalismo é o que resta quando as crenças entram em colapso no nível do ritual ou da elaboração simbólica, e tudo o que resta é o consumidor-espectador, caminhando pelas ruínas e as relíquias." (Fisher, 2009, p. 4. Tradução livre.)

Em relação a essas sensações mencionadas, que acompanham muitas das manifestações na pós-história, Mark Fisher disserta sobre o estado geral da cultura no fim do século XX e início do século XXI e expõe a noção de *Hauntology* atrelada aos objetos musicais, realizando, assim, um recorte filosófico acerca desta ideia, aplicada a produtos culturais da contemporaneidade. *Hauntology*, segundo Fisher, tenderia a dizer especialmente sobre o fracasso do futuro. O termo aparece na necessidade de se descrever trabalhos que soam "fantasmagóricos", "espectrais", "assombrados", somados a um certo "impasse cultural" que não se expressaria nas produções apenas em suas estéticas.

Fisher aponta que a música eletrônica aproximadamente desde 2005 já não mais estaria entregando sons que fossem "futuristas" (ou de um futuro que soasse "estranho" ou "dissonante"⁵⁴). Segundo Fisher, o século XXI musicalmente fracassou em um sentido muito específico, em que praticamente nada do que foi produzido nos anos 2000 parece haver sido realmente gravado nesta época, mas nos anos 90 ou antes⁵⁵. O mundo estaria, portanto, no momento "após o futuro", assombrado pelo espectro atmosférico (ou estético) de um passado, em que a noção de inovação não passaria de mais uma forma de retrospectão.

"O que assombra os becos sem saída digitais do século XXI não é tanto o passado, mas todos os futuros perdidos que o século XX nos ensinou a antecipar. Os futuros perdidos foram

espectros e dos assombros (do passado). A palavra *Hauntology* é empregada por Fisher como a transposição anglófona do termo.

⁵⁴ FISHER, 2012, p. 16. Fisher não chega a tratar explicitamente do Vaporwave, que então dava seus primeiros passos (com os primeiros álbuns do gênero datando de 2010 e 2011). Apesar do Vaporwave soar "estranho" e "dissonante", este não soa "futurista", pois reconhecemos aí o eco distorcido de sons do passado.

⁵⁵ O autor se refere, especialmente, à música eletrônica.

mais que uma questão de estilo musical. De forma mais ampla e mais preocupante, o desaparecimento do futuro significou a deterioração de todo um modo de imaginação social: a capacidade de conceber um mundo radicalmente diferente daquele em que vivemos atualmente." (FISHER, 2012, p. 16. Tradução livre.)

A lógica cultural do capitalismo tardio estaria atrelada à uma inabilidade de encontrar formas para o presente e também de antecipar novos futuros (FISHER, idem). As produções culturais (principalmente pertencentes à cultura popular, à Indústria Cultural ou à Indústria do Entretenimento) estariam, assim, a reagir a este estado a partir de um levante de um possível "modo nostálgico". Fisher disserta sobre este termo a partir do argumento de Frederic Jameson sobre um caráter anacrônico particular do pós-modernismo.

"O futuro é sempre vivenciado como uma assombração: como uma virtualidade que já atinge o presente, condicionando as expectativas e motivando a produção cultural. O que a música hauntológica lamenta é menos o fracasso de um futuro em transpirar - o futuro como realidade - do que o desaparecimento desta virtualidade efetiva. Leyland James Kirby, o homem por trás do projeto Caretaker, lançou um álbum cujo título capturou perfeitamente o sentimento de anseio por um futuro do qual nos sentimos furtados: 'Infelizmente, o futuro não é mais o que era'. Diante do colapso em um tempo dominado pelo pastiche e pela reiteração, a música hauntológica se viu no centro de um paradoxo. Será que a única oposição a uma cultura dominada pelo que Jameson chama de "modo nostálgico" pode ser uma espécie de nostalgia do modernismo?" (FISHER, 2012, p. 17. Tradução livre.)

Segundo Fisher, Jameson⁵⁶ argumenta, a partir do exemplo do filme *Body Heat*, de Lawrence Kasdan, sobre a intencionalidade da produção audiovisual do

⁵⁶ JAMESON, Fredric. 'Postmodernism and Consumer Society', in: *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998*. Londres: Verso Books, 1998, p. 1-20.

filme de distanciar o espectador da contemporaneidade em que encontrava, usando da edição⁵⁷ de elementos de cena e de fotografia que parecem fazer a narrativa se passar "em um eterno anos 30, além do tempo histórico real" (FISHER, 2012, p. 17). O que diferenciaria *Body Heat* de ser de fato uma produção de época é uma notável negação em ter sido feita qualquer referência explícita ao passado. Portanto, para Jameson, segundo Fisher, o que evidencia o anacronismo "pós-moderno" de *Body Heat* é o "declínio da historicidade" que traz à tona um questionamento sobre uma possível incapacidade de formar representações de nossa própria experiência atual (FISHER, 2012, p. 17). Assim, Fisher reitera o termo "pastiche" enquanto uma prática do século XXI que estaria longe de ser excepcional, mas tão presente que se torna até difícil de ser notada.

Adiante, Fisher diferencia a produção de *Body Heat* de demais produções hollywoodianas do século XXI (FISHER, 2012, p. 17). Em sua visão, *Body Heat* "edita" (no sentido de selecionar, cortar e retirar) "artefatos e aparelhos" visando projetar o espectador para um tempo "além da história", enquanto outras produções são o caso apostado: apresentam um obsessivo "primeiro plano" dos artefatos tecnológicos relacionados ao consumidor contemporâneo, juntamente com o uso exacerbado de tecnologias do universo digital.

"No entanto, essa insistência ansiosa na parafernália do contemporâneo ofusca o fato de que as características formais do que vemos e ouvimos são familiares a ponto de se esgotarem. Atualizações tecnológicas implacáveis —a mesma coisa, vista e/ou ouvida em uma nova plataforma— disfarçam o desaparecimento da inovação formal e um novo tipo de experiência sensorial." (FISHER, 2012, p. 18. Tradução livre.)

Fisher, ainda, explicita a ligação entre a produção de filme e televisão do início do século atual com o que estaria acontecendo com a produção musical, e assim, justifica como a Hauntologia⁵⁸ pode ser encontrada num espectro geral da

⁵⁷ No sentido técnico do termo, relacionado ao universo audiovisual.

⁵⁸ Aportuguesamento do termo *Hauntology*, sem a pretensão de traduzir o jogo linguístico presente nos termos correspondentes na língua inglesa e na francesa.

cultura neste momento, de modo que fosse possível observar características hauntológicas se apresentando em diversas linguagens - aludindo à cultura de um passado próximo que estaria tentando continuar em voga. Ao passo que o caráter hauntológico fantasia um futuro imensurável, também há a alusão ao passado que enaltece sua própria obsolescência, como se a atrofia temporal sugerida pela atmosfera hauntológica fosse exatamente o que a contemporaneidade haveria de ansiar. Assim, Fisher constrói o argumento de que existem duas direções da Hauntologia: a primeira que se refere àquilo que, na realidade, "não mais é", mas que ainda opera enquanto virtualidade; a segunda que se refere ao que ainda não aconteceu, mas que também já consegue operar no âmbito da virtualidade e da fantasia enquanto uma espécie de ansiedade de uma promessa.

A discussão sobre presença, na Hauntologia de Fisher, passa pelo conceito de *Hauntologie* de Jacques Derrida que afirma justamente que, se a Hauntologia é sobre a não-presença, então o "assombro" haveria de estar, sobretudo, na construção desse próprio conceito (FISHER, 2012, p. 19) (que acabaria por dar-se, em suma, enquanto um processo de desconstrução⁵⁹). Vê-se aqui a oposição conceitual intencional da Hauntologia em contrapartida à Ontologia, que identifica na figura do espectro uma de suas metáforas principais: o fato de não poder estar presente em completude, ainda que se expresse materialmente ou virtualmente enquanto uma relação com o que já foi e/ou com o que ainda não é.

⁵⁹ "Adicionalmente a ser um outro momento da desconstrução derridiana - onde 'hauntology' retomaria o trabalho anteriormente feito por conceitos como o traço ou *différance* - *Espectros de Marx* foi também um engajamento específico com o contexto histórico imediato provido pela desintegração do império Soviético. Ou melhor, foi um engajamento com o suposto desaparecimento da história anunciado por Fukuyama. O que aconteceria agora que o socialismo realmente existente havia colapsado, e o capitalismo podia assumir a dominância de espectro total, com suas reivindicações de domínio global não mais frustradas pela existência de todo um outro bloco, mas por pequenas ilhas de resistência como Cuba e Coréia do Norte? *Espectros de Marx* foi também uma série de especulações sobre as tecnologias de mídia (ou pós-mídia) que o capital havia instalado em seu território agora global - Hauntologia não era de modo algum algo rarificado; era apropriado à época de 'tecno-tele-discursividade, tecno-tele-iconicidade', 'simulacros', e 'imagens sintéticas.'" (FISHER, 2012, p. 19).

A Hauntologia, portanto, pode ser melhor entendida e percebida em um momento no qual todo o ciclo de distribuição e consumo de produtos culturais é concebido a partir da digitalização dos meios e do alto teor de reprodutibilidade das linguagens⁶⁰. Isso amplia as possibilidades da Hauntologia a uma discussão que não só fala sobre o tempo, mas também sobre espaço, já que o assombro do tempo não permite, por consequência, uma equalização dimensional entre ambos⁶¹, uma vez que os espaços na pós-história são como o resultado da sina material de uma cultura de consumo exibicionista, que não consegue construir espaços sem marcas do tempo⁶², ainda que a tentativa seja de evocar e emular o “futuro prometido”.

A erosão da espacialidade tem sido amplificada pela ascensão do que Marc Augé chama de “não-lugares”: aeroportos, centros comerciais, e lojas de franquias que se assemelham uns aos outros mais do que se assemelham aos espaços particulares nos quais estão localizados, e cuja proliferação ameaçadora é o signo mais visível da implacável difusão da globalização capitalista. O desaparecimento do espaço caminha junto do desaparecimento do tempo: existem não-tempos assim como não-lugares. (FISHER, 2012, p. 19. Tradução livre.)

Uma figura especialmente pertinente para este entendimento (e sua relação com aspectos do Vaporwave) é a figura do *shopping-center*. Enquanto um objeto de carga simbólica, econômica, política e social (especialmente do capitalismo do fim do século XX), o *shopping-center* funciona como símbolo informal do capitalismo pós-moderno, que carrega em si problemáticas que podemos vincular às noções de não-tempo e não-lugar que permeiam a Hauntologia reconhecida nos produtos

⁶⁰ "(...) o discurso da hauntology deveria ter sido atrelado à cultura popular no momento em que o ciberespaço desfrutou de domínio sobre a recepção, distribuição, e consumo da cultura." (id., ibid.).

⁶¹ " 'Haunting' pode ser visto como sendo intrinsecamente resistente à contração e homogeneização do tempo e do espaço. Acontece quando um lugar é manchado pelo tempo, ou quando um lugar particular se torna o sítio para um encontro com o tempo quebrado." (id., ibid.)

⁶² As marcas do tempo nos espaços capitalistas não dizem respeito apenas às ruínas, mas também à construção de espaços feitos para serem atemporais, livres da possibilidade de associação temporal.

culturais deste contexto. O *shopping-center* traz consigo algo paradoxal relacionado ao entendimento de não-lugar (especialmente a partir dos preceitos de Marc Augé sobre o conceito⁶³). Contudo, não se pode falar deste espaço enquanto um não-lugar para as pessoas que trabalham em um *shopping-center*, diferentemente da erosão temporal que um *shopping-center* pode propor a outros frequentadores de seu espaço, notadamente, os consumidores. Marco Lazzari⁶⁴ aponta as nuances de diferença no modo como gerações distintas concebem o comportamento de frequentar um *shopping-center* e identifica pessoas mais jovens - os chamados nativos digitais⁶⁵ - como pessoas que usam o *shopping-center* como um lugar de encontro em tempo livre, diferentemente de adultos, que em suma se relacionam com os *shopping-centers* (em determinadas culturas) na disposição de não-lugares.

"Essas locações são significantes do consumo capitalista à medida que servem apenas para promover a compra e venda de produtos. (...) Elas podem ser encontradas em múltiplos lugares em múltiplas cidades, dissolvendo assim o senso de pertencimento a um determinado local." (TANNER, 2016, p. 45. Tradução livre.)

Entretanto, a questão dos *shopping-centers* (espaços de troca, de passagem, de funcionamento econômico e comercial) vai além da sua problemática enquanto não-lugar. A carga simbólica deste espaço, na realidade, traz em si novamente as

⁶³ Que aponta o teor de transitoriedade como grande elemento para definir um não-lugar, cf. AUGÉ, Marc. *Non-Places: an introduction to supermodernity*. Londres: Verso Books, 2008.

⁶⁴ The role of social networking services to shape the double virtual citizenship of young immigrants in Italy", Proceedings of the IADIS International Conference on ICT, Society and Human Beings 2012, Lisbon, Portugal, July 21-23, 2012, pp. 11-18.

⁶⁵ "Nativos digitais – um termo cunhado por Marc Prensky em 2001 – vêm de um mundo digitalmente bombardeado. Quando se referindo à geração digital, Prensky a define como falantes nativos da língua da tecnologia digital, ou seja, falam 'digital' como uma língua materna." FRANCO, Claudio de Paiva. Understanding digital natives' learning experiences. *Revista brasileira de linguística aplicada*, Belo Horizonte, v. 13, n. 2, pp. 643-658, Junho 2013. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-63982013000200013&lng=en&nrm=iso >. Acesso: maio de 2021.

saliências do estado geral da cultura durante a virada dos séculos - e como isso se evidencia e se torna uma questão nas temáticas dos produtos culturais do século XXI. Isso quer dizer que o *shopping-center* de hoje não pode ser o mesmo do que o do fim do século XX (e essa alteração possui implicações econômicas e culturais). O caráter indelével atribuído ao *shopping-center* na construção de sua figura capitalista se esvai aos poucos (caráter esse relacionado a uma espécie de tentativa sintética de configurar o sentimento de felicidade-modelo na realidade capitalista). Soma-se isso aos sinais de esgotamento que os meios de produção capitalistas pós-modernos começaram a evidenciar.

Ao passo que as gerações que viveram a infância e a adolescência no fim do século XX presenciaram em suas rotinas idas de horas ininterruptas a *shopping-centers* de portes variados, muito rapidamente o *shopping-center* passa a ser um espaço genérico e distante de revisita memorial, associado a modelos passados e antiquados de vida, como se, para as gerações atuais, os *shopping-centers* não passassem de ecossistemas condensados, pensados a partir de uma velha maneira de conceber qualquer tipo de consumo ou trabalho, de gastar o tempo livre ou de praticar atividades utilitárias da vida adulta. Seguramente, esta mudança é um reflexo evidente do processo de digitalização dos meios.

"Nossas vidas digitais são livres de fricção e impiedosamente eficientes, com varejo e romance disponíveis a um clique. *Shoppings* foram projetados para lazer, abundância, perambulação. Você estacionava e planejava passar um tempo. Hoje, muito desse tempo foi dado a vidas mais ocupadas e empregos secundários e aplicativos que te deixam arrastar para a direita em vez de rondar a praça de alimentação. *Shoppings*, diz o professor de negócios de Harvard, Leonard Schlesinger, foram construídos para padrões de interação social que cada vez mais não existem'." (SANBURN, 2017, p. 3. Tradução livre.)⁶⁶

⁶⁶ Disponível em <<https://time.com/4865957/death-and-life-shopping-mall/>>. Acesso em: agosto de 2020.

Entende-se, assim, que o *shopping-center* pode ter se tornado um símbolo memorial crucial para a compreensão do processo hauntológico de assombro do passado e, também, é uma figura acompanhada da sensação de esterilidade cultural do capitalismo tardio. Novamente identifica-se a implicação crítica da visão finita da história, quando a promessa de um futuro positivo e jamais visto - de fertilidade cultural e criativa prometida pelo capitalismo no auge da pós-modernidade - encontra a perspectiva pós-histórica da contemporaneidade de que esta entrega não ocorreu (e provavelmente não ocorrerá).

Assim, a figura do *shopping-center* apresenta, juntamente com o modelo político, econômico e cultural que a fez surgir, um trajeto narrativo falacioso que conduziu os caminhos da liberal democracia a uma espécie de ludíbrio. Os *shopping-centers* passam a não mais representar o início do futuro das facilidades, das "modernidades", do consumo enquanto realização, mas acabam por evocar a sensação de arruinamento, de abandono⁶⁷, de - mais uma vez - obsolescência tangível e intangível de um modo de vida oferecido por meios de produção que estão em crise.

Isso pode ser explicado pelo argumento de Jeremy Rifkin, que levanta como um fator crucial para a crise do capitalismo tardio o modo de produção a custo marginal zero⁶⁸. Rifkin disserta sobre as mudanças dos meios de produção da

⁶⁷ Exemplificado por produções como a *Dead Mall Series*, série de vídeos que explora os edifícios abandonados de *shopping-centers* que fecharam as portas. Disponível em: < <https://www.youtube.com/playlist?list=PLNz4Un92pGNxQ9vNgmnCx7dwchPJGJ3IQ> >. Acesso em: maio de 2021.

⁶⁸ Expressão que, na Economia, designa o custo de produção de uma unidade adicional de um produto qualquer, uma vez que os custos fixos de produção tenham sido cobertos. Por exemplo: para uma editora, o custo fixo de produção de um livro engloba todo o valor gasto com papel, tinta e o maquinário da gráfica que imprime o primeiro exemplar, a remuneração do autor e de revisores, editores, diagramadores, advogados (de direitos autorais, etc.) e todos os trabalhadores envolvidos no processo de produção do livro. Já o custo marginal diz respeito ao dispêndio para produção de cada exemplar adicional, uma vez que o primeiro exemplar de um livro já tenha sido concluído. Com o avanço das tecnologias de mídia digital, o custo de produção de exemplares adicionais tende a zero. Um e-book custa o mesmo para ser feito, não importando se o número total de exemplares produzidos será um, ou mil, ou dez milhões. Com isso, inúmeros criadores/produtores emergentes passam a concorrer em pé de igualdade com grandes empresas estabelecidas, causando disrupção

cultura popular e, sobretudo, da Indústria Cultural, que notoriamente sofrem uma grande ruptura do ciclo de produção, distribuição e consumo com o advento das tecnologias digitais, da Internet e da *World Wide Web*. Uma vez que o acesso a aparatos tecnológicos que concedem conexão ao meio *on-line* se dissemina desenfreadamente, o consumidor passa a possuir caráter ativo em diversas variáveis do ciclo de produção da cultura globalizada. Além do processo de compartilhamento de produções textuais e audiovisuais a custo marginal zero ("copia e cola"), a produção "doméstica" (ou independente) de custo marginal zero também passa a ser uma realidade preocupante à variável do lucro no sistema capitalista. Inegavelmente os meios de produção capitalistas tradicionais e suas indústrias concebidas de modo hierarquicamente consolidado não se adaptam à própria exigência da revolução informacional e, portanto, confirmam um paradoxo do sistema que o direciona a uma crise.

É notável, por exemplo, uma mudança de ênfase das novas gerações no modo como suas relações são mediadas. As bases materiais pelas quais produtos culturais se concebiam - produtos esses que se comportavam como compositores de valores associados às identidades individuais, que viabilizavam a formação de juízos e sentidos geracionais - sofrem uma brusca ruptura material com o processo da revolução digital. Em décadas passadas, enquanto mídias analógicas e materialmente tangíveis operavam o tráfego de produtos culturais, o foco de consumo dos indivíduos pertencentes a esta realidade aderiu às linguagens codificadas nesses produtos, como a textual e a musical. Isso quer dizer que o fluxo de produtos culturais era regido por suas condições de reprodutibilidade técnica e midiática. Assim, ao analisar os modos de compartilhamento de produções culturais da Indústria Cultural ou da cultura popular dessas gerações passadas, é considerável a limitação de propagação em comparação aos modos de compartilhamento de produtos culturais reproduzíveis em mídias digitais. Basta pensar no quanto a coleção pessoal de LPs em vinil pesava para a constituição de identidades pessoais e para o estabelecimento de 'cenas' coletivas, por meio do

nos setores editorial, musical, audiovisual, jornalístico e em outras indústrias cujos produtos tenham sido digitalizados (Cf. RIFKIN, Jeremy. *The zero marginal cost society: the internet of things, the collaborative commons and the eclipse of capitalism*. Nova York: Palgrave Macmillan, 2014).

empréstimo/compartilhamento de discos com pessoas com as quais se tinha gostos em comum. Devido a uma notória mudança nos aparatos tecnológicos em que os produtos culturais são reproduzidos, existiu, junto, uma mudança também no enfoque sobre as linguagens que estas mídias haveriam de explorar - antes, um livro ou uma fita cassete eram compartilhados ou copiados nas formas eram possíveis: trocas, compras físicas, reprodução em larga escala para vendas físicas (fitas pirateadas) e unitárias.

Hoje, o foco de consumo se integra à realidade das mídias digitais, que virtualizaram o trânsito de produtos culturais e, ainda, o modo como as relações são mediadas. Assim, há um enfoque imagético e visual na transitabilidade de produtos culturais que geram valores sociais, sendo o vídeo a “linguagem-base” na disseminação de produtos culturais que se autoalimentam e transitam em meios virtualizados. Basta pensar na multiplicação de telas e dos meios de produzir imagens: câmeras digitais, dispositivos como os smartphones, capazes de filmar ou fotografar e compartilhar na rede instantaneamente. Tal virada para o âmbito imagético explica em parte o peso da dimensão visual no surgimento de novas subculturas jovens. Isso exemplifica como o Vaporwave consegue conceber-se como um gênero não apenas musical, uma vez que a disseminação de gêneros musicais passa a valer-se da linguagem do vídeo para maior abrangência e penetração social.

O aspecto formativo-geracional de mídias em fluxo é, neste contexto, identificado por um ângulo hauntológico. Isso quer dizer que as mídias têm um valor formativo⁶⁹, que acabam sendo marcas temporais num consciente comum e coletivo: os filmes famosos da época de infância, as músicas que ficaram gravadas na cabeça porque eram *hits* e tocavam em vários lugares, além da experiência dos

⁶⁹ A “mídia formativa” é aquela que colabora na “formação” de um indivíduo enquanto ser social. Uma mesma geração, exposta à mídia prevalente durante seu período formativo, compartilha esse universo de referências como marco associado ao período de suas experiências formativas. Cf. OPERMANN, Signe. 'Understanding changing news media use: Generations and their media vocabulary', in: *Northern Lights*, Volume 11, pp. 123-146, 2013. Disponível em: < https://sisu.ut.ee/sites/default/files/genire_eng/files/opermann_nl_2013.pdf >. Acesso: maio de 2021.

próprios dispositivos (ter que rebobinar a fita de VHS para devolver na locadora de vídeo, por exemplo)...

Desse modo, a transformação na forma como se consome na realidade do capitalismo tardio, além de contribuir para uma espécie de declínio dos *shopping-centers*, também coloca a sua figura como um símbolo nostálgico, representativo de um determinado tempo e como uma marca geracional (que colaborou para a formação de um determinado grupo).

Essa realidade não se mostra apenas em dados comportamentais de gerações definidas, mas sobretudo na temática de produções audiovisuais que se valem do digital enquanto meio e suporte. Um subgênero musical do Vaporwave, o "Mallsoft", apresenta a figura do *shopping-center* como um artifício hauntológico que vai além da intenção de apenas resgatar o passado (mas sim de ironizá-lo, usar-se dele de modo astucioso). Mallsoft surge pela primeira vez em 2012, combinando as principais características do Vaporwave musical com o que pode ser descrito como "música de background" e "música de elevador". O Mallsoft "sampleia" músicas tocadas em shopping-centers e outros centros comerciais com forte uso de *reverb*. Evoca uma atmosfera nebulosa em seus vídeos e músicas, com imagens de shopping-centers vazios, às vezes completamente desabitados, abandonados e, concomitantemente, com sons de uma realidade selvática e caótica de *shoppings-centers* aglomerados e lotados.

Um consumidor vagando por um 'não-lugar' típico, como um shopping por exemplo, deveria perceber os sons assim como as imagens de uma tal estrutura drenada. Não é coincidência que o shopping é um símbolo usado por múltiplos compositores vaporwave para evocar um local em que sua música retorcida poderia ser ouvida (TANNER, 2016, p. 45. Tradução livre.)

Mais precisamente, o Mallsoft se comporta como um subgênero do Vaporwave que usa como matéria-prima de seus samplers formas de músicas associadas ao 'Muzak' (Easy Listening, Smooth Jazz, Ambient, etc.). O nome

"Muzak" foi cunhado pela empresa *Muzak Corporation*⁷⁰ em analogia ao nome da Kodak, marca que o fundador da Muzak Corporation admirava. A Muzak Corporation se dedicava a gravar produções musicais próprias que exerciam uma funcionalidade muito específica, nascidas a partir de parâmetros de música que objetivavam emular, pela ordem sonora, o "preenchimento espacial" de ambientes corporativos e comerciais, salas de espera, elevadores, sistemas telefônicos, aeroportos e qualquer outra variante de sítio que se findasse, funcionalmente, em um utilitarismo que inevitavelmente recorresse a algum tempo de espera do ocupante - transeunte, usuário, consumidor, empregado (com o benefício de que as empresas, centros comerciais e espaços afins não precisariam pagar royalties às grandes gravadoras musicais pois não estariam usando músicas catalogadas em direitos autorais). Por associação com o nome da empresa, o termo passou a ser usado para se referir ao produto. Assim, Muzak é um termo que se refere às canções produzidas com a finalidade de integrar possíveis não-lugares do universo pragmático do capital, que demonstram o caráter de fábrica sonora da indústria da música, salientando o aspecto pasteurizado de produções que não passam de simulacros musicais.

Com o advento da noção de "consumidor", passa-se a pensar a jornada ou o percurso completo da experiência de *personas*⁷¹ a partir de determinados produtos e serviços, com foco na realização de alguma ação. Muzak é como um artifício evasivo da indústria (especialmente de segundo e terceiro setores) que parece querer demonstrar preocupação com o bem-estar de contribuintes em esfera privada, porém acaba em uma prática ambígua de cortesia duvidosa.

Neste sentido, o Mallsoft parece brincar com a dualidade dessas formas de música enquanto lembrança geracional. Ao mesmo tempo que músicas Mallsoft inegavelmente recorrem a formas materiais do passado em forma de espectro e assombro, há certa ironia em trazer algumas sonoridades de volta ao presente,

⁷⁰ Nome usado para referir-se à marca desde 1934 (registrada oficialmente como marca, porém, em 1954).

⁷¹ No universo do Marketing, "persona" é um modelo de possível usuário ou consumidor, criado por planejadores e pesquisadores do Marketing, a fim de aproximar o produto ou o seguimento comercial estudado ao máximo do seu público-alvo.

como se esse trajeto sonoro-memorial fosse percorrido pela ordem da comicidade em reviver experiências passadas de maneiras imprecisas - como Fisher levanta a prática do pastiche na pós-história.



Figura 17: Capa do álbum "Softcore Mall Inc.", Sea Of Voices, 2019.

Relacionada ao Mallsoft, a obra de *Sea of Voices* possui seis faixas que têm em comum a característica de serem a síntese sonora e ecossistêmica de um *shopping-center* completamente lotado. As faixas apresentam sons abafados e distantes de pessoas rindo e conversando desenfreadamente - sem que se possa identificar o que estão dizendo, como um ruído ambiente contínuo -, de cachorros latindo, bebês e crianças que sorriem e choram, de correntes e quedas de águas controladas por fontes decorativas internas, de plantas se movimentando pelo efeito do vento como se fossem gigantes jardins de inverno, vozes em *slowmotion* sobre linhas melódicas lentas, marasmáticas - muito do que Grafton Tanner chama de

"música periférica"⁷². O álbum não é um resumo sucinto, mas a experiência sonora detalhada de andar por um shopping-center caótico e, ao mesmo tempo, previsível, de acordo com a proposta que se preza: como o lugar "ideal" para o tempo-livre daqueles que contribuem e concebem o consumo como a maneira "correta" de escape de uma realidade vazia de sentido (a realidade do ofício maçante, do trabalho alienado, da ascensão econômica ilusória).

A capa do álbum é uma ilustração digital análoga a alguma praça central de shopping-center. Há fontes de água decorativas, plantas de cultivo interno, escada-rolante e lojas com fachadas de luzes em neon. As luzes do reflexo das águas formam uma espécie de textura padrão em todo o quadro. Essas mesmas luzes reluzem na imagem aludindo novamente a uma característica neon, "futurista", como se a imagem fosse uma colagem digital de elementos concebidos em diversas perspectivas, formando um ambiente existente e não-existente ao mesmo tempo.

Essa sensação de reminiscência espacial, a partir de um ambiente não necessariamente existente no modo como é representado, funciona como uma sinopse hauntológica dessas produções, como um aviso de que a imagem inevitavelmente trata de algo presente na memória coletiva, mas sem que seja a representação mimética de alguma lembrança. Há, por meio do exagero, um aspecto irônico na capa do álbum de *Sea of Voices*, como se fosse uma imagem que trata do passado de maneira estratégica a fim de zombar do futuro que se seguiu a esse passado.

É notável, ainda, a presença de um sentimento nostálgico a partir da figura do *shopping-center*. Uma vez que, atualmente, é possível falar da morte dos *shopping-centers* - pela mudança de comportamento no modo de consumir e tratar o tempo-livre -, o álbum de *Sea of Voices* é como uma espécie de resgate (também) irônico de uma vivência específica, como uma proposta acompanhada do aviso de

⁷² Isso é a música que ouvimos conforme performamos uma ação perfunctória, chata, mas necessária que tipicamente envolve consumo, em o propósito da música é transformar nossa experiência anestesiante em algo um pouco menos enfadonho enquanto tenta nos vender algo no processo. É o lubrificante que nos desliza ao longo de nossa jornada da existência material diária, de não-lugar em não-lugar, engajando nas glórias do livre-mercado enquanto nos narcotizado para o desconforto.

que, sim, os shopping-centers estão morrendo e já não são mais como antes... este aqui, proposto neste álbum, é o verdadeiro shopping-center.

Por enquanto, nós vivemos no shopping, mas eu acho que está fechando logo. Existem forças lá fora quebrando o vidro, ameaçando interromper esse sonho pelo qual estamos vagando, dopados em bens de consumo, bebidas energéticas e produtos da Apple, escalando rumo à luz brilhante da redenção digital. Se elas puderem irromper a tempo, pode haver um modo de nos salvar, e então nós poderemos desligar a música de linha-de-montagem que está sendo bombeada através desses grandes halls de comércio. Talvez elas vão derrubar toda a farsa, e nós podemos acordar o suficiente para mobilizar, para fazer planos para um mundo não simulado, para instruir nossas crianças a nunca se conformar com a vida no shopping assombrado. (TANNER, 2016 p. 74. Tradução livre.)



Figura 18: Colagem digital 1 coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead"; "A sociedade de consumo consumirá si mesma", tradução livre.

5. Nostalgia e a Mídia Formativa

O aspecto nostálgico das produções do Vaporwave parece se manifestar exatamente por um tipo de "tendência"⁷³ de produções culturais atuais no que diz respeito ao “resgate de tempos *parcialmente* vividos”. Isto quer dizer que aquilo que se cria enquanto linguagem/produto cultural faz referência a tempos que não necessariamente são uma memória real, mas são lembrados de alguma forma a partir do teor *formador* que a Indústria Cultural possui no processo reminescente das pessoas inseridas em um contexto geracional.

"Cavanaugh (1989) sugeriu que a rememoração nostálgica ajuda indivíduos a compreender mudanças pessoais ao longo do tempo, enquanto Kaplan (1987) concluiu que a nostalgia ajuda jovens adultos a lidar com a perda de uma infância e inocência idealizadas. Similarmente, Davis (1979) argumentou que a nostalgia ajuda pessoas a se adaptarem a descontinuidades na vida e na sociedade. Nostalgia, portanto, pode ser considerada como uma ferramenta essencial que indivíduos usam para se adaptarem às inevitáveis mudanças na vida. Nostalgia pode restaurar um senso de identidade pessoal ao 're-tecer os fios rompidos da história' e pode até reforçar identidade de grupo ao permitir conexões com outros (Mills & Coleman, 1994.)" (KALININA, 2016, p. 11. Tradução livre.).

A nostalgia é não apenas uma sensação encontrada, mas uma leitura necessária para o entendimento de produções do Vaporwave. A nostalgia possui a memória como um meio viabilizador de um estado emocional que dialoga com a melancolia na ânsia da revivência e, assim, se manifesta em corpo segundo

⁷³ Em aspas, respeitando as nuances do termo.

sensações diversas. Vaporwave é o resultado de uma leva geracional de produções que flertam com essas sensações para manifestarem-se esteticamente. É notória a recorrência de produções que fazem referências diretas e indiretas, estéticas ou não, a décadas passadas, como um modo de diferenciarem-se ao se encontrarem com o que não mais é possível existir ou simplesmente já passou. Aparentemente, há algo de valioso, para essas gerações, naquilo que é antigo exatamente por assim sê-lo.

"(...) redes sociais não apenas espalham imagens em meio a comunidades imaginadas de usuários, mas também impõem uma estética que olha para trás enquanto provém uma sensação visual daquela atmosfera. Em tais ambientes, nós lidamos na verdade com nostalgia auto-induzida – nostalgia que é criada por meio da criação de estímulos por uma atmosfera nostálgica (Bartholeyns, 2014).

Niemeyer escreveu que o *boom de nostalgia* pode de fato ser considerado como uma reação aos '*desenvolvimentos mais recentes de novas tecnologias de comunicação assim como aos usos crescentes de redes sociais.*' (2014, p. 2)" (KALININA, 2016, p. 13. Tradução livre.)

Estudos recentes têm apontado como a nostalgia pode ser um fenômeno experimentado não apenas em relação a experiências passadas vividas pela pessoa que sente nostalgia, mas também em relação a situações imaginadas, projeções de passados imaginados, não experimentados diretamente. Felipe de Brigard, por exemplo, afirma que:

"Nostalgia, então, é um complexo estado mental com três componentes: um componente cognitivo, um afetivo, e um conativo. Isto é geralmente reconhecido. Entretanto, minha caracterização difere da tradicional ao pôr a imaginação no seu cerne. Primeiro, eu sugiro que o componente cognitivo não precisa ser uma memória, mas um tipo de imaginação, da qual memórias autobiográficas episódicas são um caso. Segundo, nostalgia é de valência-mista afetiva, o que resulta da

justaposição do afeto gerado pelo ato de simular - que é tipicamente negativo - com o afeto provocado pelo conteúdo simulado, que é tipicamente positivo. Finalmente, o componente conativo não é um desejo de voltar ao passado mas, ao invés, uma motivação de re-estaurar no presente as propriedades do conteúdo simulado que, quando entretido, nos faz sentir bem." (DE BRIGARD, 2020. Tradução livre.).

A partir deste entendimento sobre nostalgia, De Brigard aponta que o campo da neurociência está descobrindo aí algo que a propaganda já sabia. Sobre isso, o autor escreve:

"Pesquisadores de nostalgia usualmente distinguem entre nostalgia 'pessoal' e 'histórica'; a primeira tende a ser estudada por psicólogos sociais, enquanto que a última tende a ser estudada no marketing. Como resultado, a maioria dos paradigmas experimentais na psicologia social da nostalgia pede aos participantes que pensem em memórias específicas que os fazem se sentirem nostálgicos. Em contraste, pesquisadores de marketing tendem a usar pistas externas historicamente datadas, como 'pense em programas de TV nos anos 1980s', para provocar sentimentos de nostalgia – que são então associados a algum tipo de comportamento de consumidor (...)." (Id., ibid.. Tradução livre.)

A referência a pesquisas no campo do marketing é esclarecedora. Há diferentes instrumentalizações de nostalgia histórica ou coletiva em meio à cultura de massa e do entretenimento, com seus supostos ciclos⁷⁴ de 20, 30 ou 40 anos

⁷⁴ Cf. WICKMAN, Forrest. 'The 20-Year Nostalgia Cycle—or Is It 40 Years? 15?', Slate, Abril de 2012. Disponível em: <
<https://slate.com/culture/2012/04/the-golden-forty-year-rule-and-other-nostalgia-cycles-could-trends-possibly-return-every-40-years-20-years-and-12-15-years.html>>. Acesso: maio de 2021.

nas tendências de moda e em padrões estilísticos. Tais ciclos condicionam, por exemplo, as safras de *remakes* de sucessos cinematográficos⁷⁵.

Como Jameson aponta, a cultura pós-moderna é marcada pelo 'modo nostálgico', com suas produções sendo permeadas por revivalismos (JAMESON, 1998, p. 7-10). Esses revivalismos culturais são incorporados à esfera da produção e do consumo, alimentando o capitalismo multinacional:

"O que aconteceu foi que a produção estética hoje se tornou integrada na produção de mercadoria em geral: a urgência econômica frenética de produzir novas frescas de bens cada vez mais aparentemente-novos (de roupas a aviões), a ritmos de renovação cada vez mais intensos, agora atribui uma função e posição estrutural cada vez mais essencial à inovação e experimentação estética." (JAMESON, 1991, p. 4-5. Tradução livre.)

Sobre este ponto, Jameson conclui em outro texto:

Certamente o que caracteriza a pós-modernidade na área cultural é a supersessão (sic) de tudo fora da cultura comercial, sua absorção de todas as formas de arte elevada e rebaixada, junto com a produção de imagem em si. A imagem é a mercadoria hoje e é por isso que é vão esperar uma negação da lógica da produção de mercadoria dela (...) (JAMESON, 1998, p. 135. Tradução livre.)

⁷⁵ Vide a lista fornecida por Patrick Metzger de filmes e seus *remakes*, com a indicação do intervalos de anos entre a produção original e aquela que se beneficia da carga nostálgica. Cf. MEZTGER, Patrick. 'The nostalgia pendulum: a rolling 30-year cycle of pop culture trends', The Patterning, fevereiro de 2017. Disponível em: <
[https://thepatterning.com/2017/02/13/the-nostalgia-pendulum-a-rolling-30-year-cycle-of-pop-culture-tr
ends/](https://thepatterning.com/2017/02/13/the-nostalgia-pendulum-a-rolling-30-year-cycle-of-pop-culture-trends/)>. Acesso: maio de 2021.

Tais reflexões podem ajudar a compreender melhor certos destinos do Vaporwave mais recentemente. O perfil "Neon Talk" na rede do Instagram⁷⁶ traz em sua descrição a seguinte frase: "A maior página da estética dos anos 80 e início dos anos 90". A página não faz referência direta ao Vaporwave, mas notoriamente trata das mesmas referências, fala da mesma coisa.

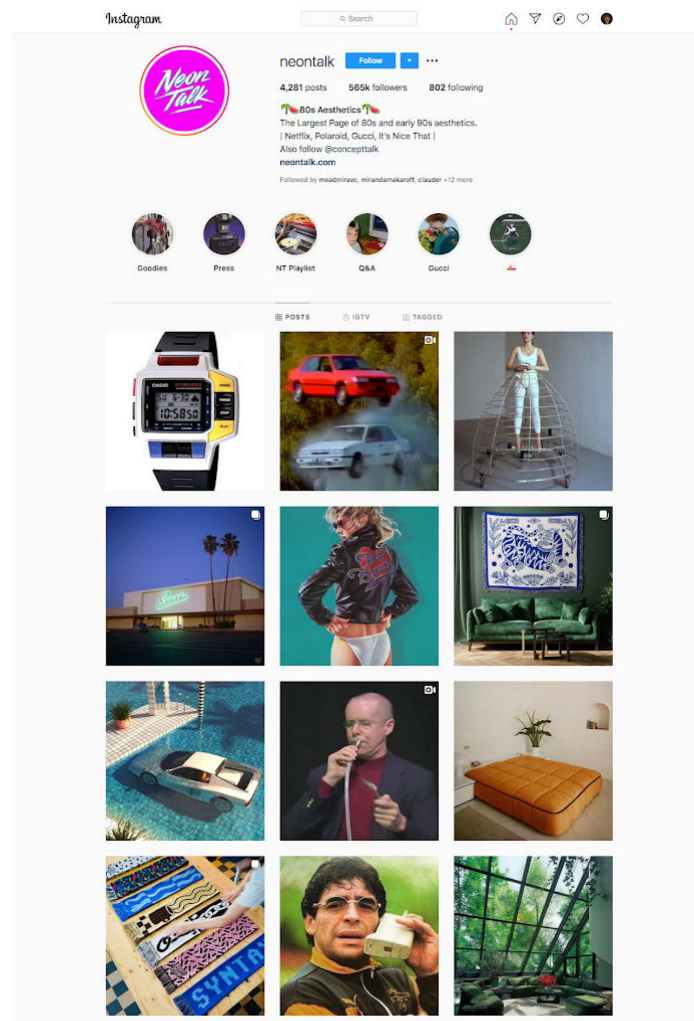


Figura 19: Captura de tela do perfil do Instagram "Neon Talk";

⁷⁶ O Instagram surgiu em 2010 com a função de ser um aplicativo para fotografar "instantâneos" em filtros retrô, com a possibilidade de compartilhamento em sites como Twitter, Flickr, Tumblr e Facebook. Atualmente, o Instagram é uma das maiores redes sociais da "Internet popular", com enfoque em linguagens como a fotografia e o vídeo.

Existem hoje marcas de roupas, vertentes de moda e também de música que se fundamentam especialmente no processo de resgate de décadas passadas. Isso não é uma constatação nova, já que a discussão sobre ciclos temporais na Indústria Cultural se repetirem a cada 20 ou 30 anos é um pressuposto disseminado ao longo das últimas décadas:

(...) a música, moda, sempre funciona sob o ciclo dos 20 anos, ou seja, o que foi tendência há duas décadas atrás, sempre volta revisitada no presente, de forma renovada. O passado sempre serve como inspiração para o presente. (Jarrier, aka. VHS LOGOS, produtor musical, beatmaker e artista audiovisual, realizada em outubro de 2020)

A partir disso, é evidente que a geração conhecida como “nativos digitais” possivelmente reconheceria na cultura dos anos 80 e 90 algo de especial em sua estética, e sobretudo no que essa estética pode representar: um estilo de vida e de consumo.

Baw Clothing © FEMININO ACESSÓRIOS CALÇADOS BAWTLET Q que você está procurando?

LANÇAMENTOS

Modelo Estilo Cor Tamanho

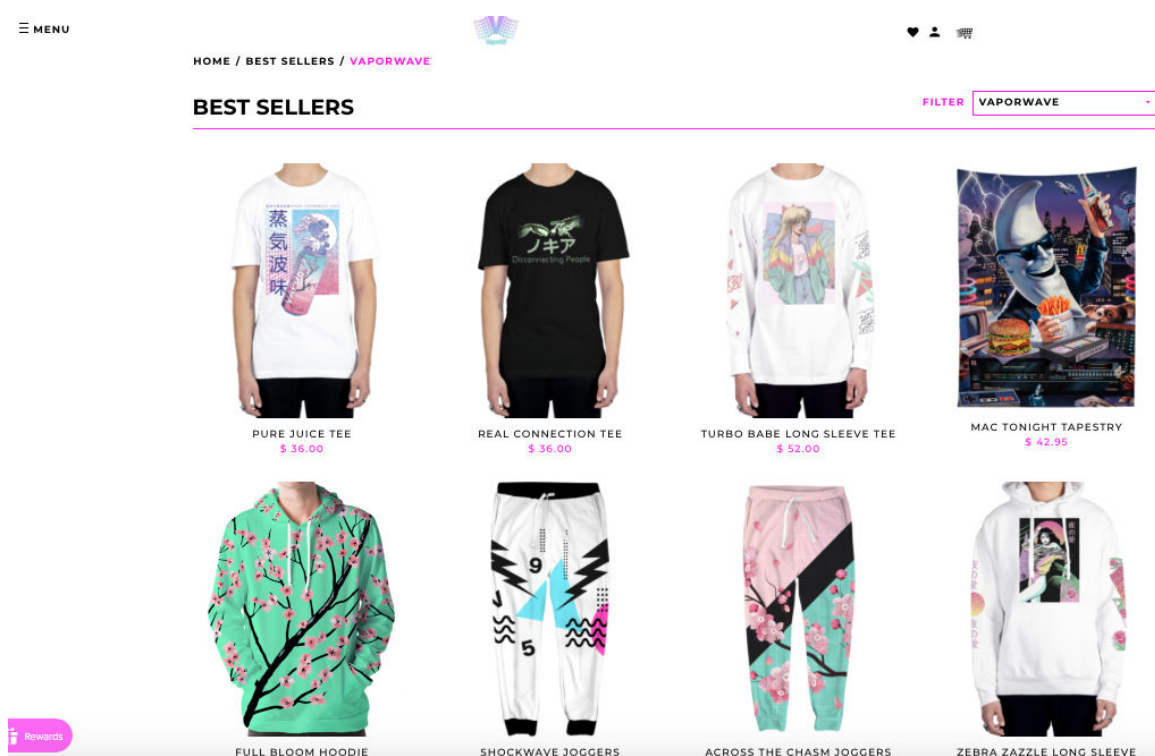
Visualização: 3 5 7

Ordenar por

CAMISETA MTV ICE CREAM R\$ 139,90	CAMISETA ROCKET POWER R\$ 139,90	CAMISETA BOB ESPONJA POP ART R\$ 139,90	CAMISETA CATDOG R\$ 139,90	CAMISETA MTV CANDY COLORS R\$ 139,90
CAMISETA MTV POPSICLE R\$ 139,90	CAMISETA MTV POP ART R\$ 139,90	CAMISETA ROCKO'S MODERN LIFE R\$ 139,90	CAMISETA RUGRATS THRONE R\$ 139,90	CAMISETA RUGRATS WINTER FUN R\$ 139,90

Figura 20: Captura de tela do site de marca de roupas Baw Clothing;

A exemplo disso, marcas como a *Baw Clothing*⁷⁷ - que apesar do nome estrangeiro, é nascida e atuante no Brasil - são evidência importante de que a nostalgia emanada por produções do tipo Vaporwave vai além delas mesmas. Uma marca como essa pode ser associada ao Vaporwave, mas não necessariamente é como a *Vapor95*, que produz exclusivamente coisas relacionadas ao universo do Vaporwave já estabelecido. Marcas como a *Baw Clothing* demonstram que, para além do Vaporwave, há uma ânsia "oitentista" e "noventista" nos jovens de hoje, que os fazem valorizar essas referências por justamente dizerem respeito a algo passado, para além do que suas representações de fato são.



⁷⁷ É possível identificar que os produtos da Baw Clothing apropriam-se e dialogam, na maioria das vezes, com a estética e o design dos anos 80 que foi muito estabelecida a partir da forte influência do chamado Memphis Group - grupo italiano que nasce do "*radical movement*", no fim dos anos 60, na Itália. O *radical movement* reagia à estética e prática minimalistas do modernismo. Cf. Sara Barnes, 2018. Disponível em: <<https://mymodernmet.com/what-is-memphis-design/>>. Acesso em: maio de 2021

Figura 21: Captura de tela do site da marca de roupas *Vapor95*;

Acho que cada vez mais vai acontecer de isso (o Vaporwave) ser usado em propaganda de xampu, meme de fascista e marca de roupa cara pra adolescente rico. Ao mesmo tempo, também acredito que tem muito pra aparecer, muito mais influência em mídias *mainstream* como *Midnight Gospel*, da Netflix, e o curta-metragem *Kung Furry* (que é mais *outrun*, mas francamente hoje em dia já dá pra dizer que é tudo a mesma coisa até certo nível). (Alek Aune, outubro de 2020)

O trecho reproduzido da entrevista fornece a pista que aponta para uma consciência, da parte desta geração de "nativos digitais", da nostalgia presente no Vaporwave enquanto gênero e nas apropriações comerciais da visualidade deste estilo corresponderem não a uma realidade da cultura de décadas passadas, mas a um construto, uma projeção imaginária que sobrepõe referências visuais e valores emocionais. Essa consciência, auto-reflexiva, remeteria ao que Ekaterina Kalinina qualifica de 'nostalgia irônica':

(...) nostalgia irônica pode frequentemente desafiar representações históricas totalizantes ao ridicularizá-las. Assim, nostalgia irônica, usualmente avistada em apropriações comerciais do passado, serve uma função similar à nostalgia reflexiva de Svetlana Boym, levantando dúvidas acerca de verdades e normas e provocando a renegociação de tradições. (KALININA, 2016, p. 12. Tradução livre.)

unintentionally influential proto-vaporwave childhood aesthetics starter pack



Figura 22: Colagem digital coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead". Título da imagem em tradução livre e aproximada: "kit iniciante da infância de estética proto-vaporwave não intencionalmente influente".

Assim, o Vaporwave consegue estar em universos estéticos diversos, navegando pelo potencial propagador rizomático da internet como hoje ela se encontra: incontrolável, veloz e onipresente no globo. A existência de marcas de roupa "alternativa" que fazem uso de elementos da estética vaporwave e de suas referências ou fontes imagéticas dos anos 1980 e 1990 é evidência da popularidade (de nicho) dessa visualidade. A disseminação de uma tendência visual (de "look") nos meios comunicacionais/informacionais atuais se dá através de processos específicos de propagação - no caso, de uma disseminação memética. Que essa visualidade pode ser apropriada para fins comerciais (ou políticos) é algo que será discutido mais adiante.

6. Apropriação e Ironia no Século XXI, Memética e Política

Na ironia, há sempre a consciência da dissociação entre linguagem e realidade. Como figura retórica, a ironia consiste em afirmar negando, em dizer uma coisa para dizer o seu contrário. Mas não é exatamente assim. É e não é assim. Não podemos definir a ironia de maneira tão unívoca e precisa. Defini-la seria pouco irônico. A ironia é a consciência da irreduzibilidade da linguagem ao mundo e do mundo à linguagem. Ela sugere que não levemos tão a sério o que dizemos, o que propomos, e, sobretudo, sugere que não assumamos a responsabilidade pelo mundo tal como ele é nem por aquele que nós mesmos fazemos. A ironia é espírito de irresponsabilidade e, portanto, é a dissolução do sentimento de culpa.

Franco Berardi, Depois do Futuro, 2019.

O Vaporwave hoje é, sobretudo, uma tendência visual/de estilo disseminada memeticamente nas criações *online*, algo que escapou completamente de qualquer alcance que os expoentes do Vaporwave puderam um dia sequer imaginar (no sentido de que o Vaporwave não se originou enquanto um movimento artístico estratégico, como uma vanguarda que publica seu manifesto, aliás, muito pelo contrário). Ao referir-se a "expoentes do Vaporwave", fala-se aqui não apenas de criadores/produtores dos álbuns de música vaporwave, mas também de criadores de vídeos e imagens (ou GIFs⁷⁸) com essa temática, usuários da internet, nativos

⁷⁸ "Por exemplo, um híbrido multimodal único se tornou predominante na ecologia da mídia participativa. Não exatamente imagem, não exatamente vídeo, arquivos GIF animados são comuns em sites como Tumblr, Reddit e Imgur, entre muitos outros. Normalmente, os GIFs são pequenos arquivos de vídeo em looping (feitos a partir da exibição rápida e sucessiva de imagens individuais) que não possuem controles de áudio ou reprodução. Os GIFs podem parecer muito pequenos e limitados para a era digital de alta definição. No entanto, sua versatilidade e 'propagabilidade' os

digitais e gerações adjacentes, que tiveram como mídia formativa os aparatos digitais e/ou analógicos, em que processos como os de apropriação, remixagem e reprodução se manifestam como uma realidade precoce em suas vidas⁷⁹. Para entendermos melhor a especificidade desse processo de disseminação da visualidade do Vaporwave é preciso estabelecer o que entende-se aqui por meme⁸⁰, mídia participativa e memética.

Por ser um "movimento" nascido *online* e digitalmente, é útil analisar o Vaporwave a partir da realidade da difusão memética dada pela internet. Ryan Milner, autor de *The World Made Meme*, propõe diferenciar as mensagens criadas no universo digital e *online* a partir dos contextos com os quais estas mensagens se interrelacionam. A partir disso, é possível considerar que há um procedimento mais complexo de interrelação que passa a vigorar na internet (o que Milner chama de memética ou processo memético). Para adentrar melhor este entendimento, Milner discorre sobre o que seria a "mídia participativa", que, para ele, são as diversas formas de comunicação e interação *online* construídas a partir da contribuição de

_____ tornaram um gênero ressonante de mídia memética. Eles 'apimentam' as seções de comentários e pontuam as conversas por mensagem de texto. Jason Eppink (2014) argumenta que os GIFs têm seu próprio 'ethos', 'utilidade' e 'estética', o que facilitou sua difusão. Eppink diz que os arquivos pequenos 'são promíscuos e sem atrito, com poucas barreiras para visualização, processamento e compartilhamento. É principalmente por causa de suas limitações que o GIF prospera.'" (MILNER, 2016, p. 59. Tradução livre.)

⁷⁹ "Geralmente utilizo comerciais antigos e outros tipos de filmagens das décadas passadas; eu edito nos softwares populares de edição de vídeo: Vegas, Premiere. A fonte geralmente é o Youtube mesmo. Mas ultimamente estou interessado em filmar e produzir meus próprios vídeos, sem samplear, mais por questões de direitos autorais, pensando no futuro. E para ter de fato um trabalho mais autoral." Entrevista com Jarrier, aka. VHS LOGOS, produtor musical, beatmaker e artista audiovisual, realizada em outubro de 2020 [a transcrição de toda a entrevista segue em anexo].

⁸⁰ "Os memes da internet assumem a forma de imagens legendadas no Reddit, trocadilhos com hashtag no Twitter e vídeos misturados no YouTube. Eles podem ser frases de efeito amplamente compartilhadas, canções ajustadas automaticamente, fotos manipuladas ou gravações de apresentações físicas. Eles são usados para fazer piadas, discutir pontos e conectar amigos. O conceito ganhou destaque nos últimos vinte anos, emergindo dos fóruns esotéricos e *salas de bate-papo* onde os participantes primeiro vincularam as teorias de replicação cultural de Richard Dawkins (1976, 1982) a piadas, bordões e *signature texts* compartilhados." (MILNER, 2016, p. 3. Tradução livre.)

vários usuários, que editam e compartilham textos, imagens, vídeos, GIFs, dentre outros tipos de material midiático em plataformas como fóruns, *blogs*, redes sociais, dentre outras, tecendo conversas públicas que são como "mundos criados memeticamente". Segundo ele, nessas conversas públicas novas contribuições culturais emergem do "remix *mediatizado*", *mashup* e reapropriações de textos e ideias que vieram antes, que são seus próprios remixes, *mashups* e reapropriações (MILNER, 2016, p. 4).

Nesse ambiente, a expressão mediada e o debate ocorrem de forma consistente por meio e em torno de uma coleção cada vez maior de textos meméticos populares. A mídia memética tem como premissa a participação por reapropriação, em equilibrar o familiar e o estrangeiro à medida que novas iterações se entrelaçam com ideias estabelecidas. Dessa forma, pequenos fios entrelaçam grandes conversas que são cada vez mais proeminentes, vibrantes e instantâneas. (MILNER, 2016, p. 2. Tradução livre.)

Deve-se ressaltar que o entendimento da memética parte da premissa de que os memes são apenas uma parte estruturante de um processo advindo de conversas públicas existentes e criadas em mídias participativas.

As mídias meméticas são textos agregados, criados, circulados e transformados coletivamente por incontáveis participantes culturais. Eles são inúmeros—tão densos quanto vibrantes—e compreender suas implicações para a conversa pública requer a compreensão das conexões intertextuais, mesmo ao avaliar textos singulares. (MILNER, 2016, p. 2. Tradução livre.)

Assim, de acordo com Milner, o que caracteriza o processo memético não seria o meme enquanto uma peça de mídia individual. A memética seria, em última instância, uma prática sociocoletiva de participação em conversas públicas. Milner inicia sua narrativa sobre a explanação de memética de maneira que a define como

conjunto de práticas sociais, não focando exclusivamente nos memes como textos individuais.

Um tweet ou imagem ou mashup ou vídeo individual não é em si um meme, embora possa ser memético em sua conexão com outros tweets, imagens, mashups e vídeos, e pode se espalhar memeticamente junto com outros da mesma espécie. Nesta conexão e propagação está o verdadeiro significado da mídia memética. (MILNER, 2016, p. 3. Tradução livre.)

A partir disso, Milner discorre sobre a "gramática multimodal"⁸¹ necessária para entender a participação memética. Para o autor, qualquer gramática de textos meméticos não pode ser unicamente linguística ou visual, ou seja: ela deve ser multimodal, de maneira que múltiplos modos de comunicação podem ser empregados para objetivos de expressão, comentário e conversação (MILNER, 2016, p. 57).

A reapropriação multimodal inerente aos memes garante que eles sejam textos em camadas. As mesmas ferramentas que facilitam a multimodalidade facilitam a remixagem de materiais encontrados. Em um ambiente de reapropriação prevalente, a gramática memética não trata apenas de ler e escrever imagens, ou mesmo ler e escrever textos multimodais. Trata-se de fazer esse trabalho pegando emprestado as contribuições de outros e transformando essas contribuições em algo único. Desse modo, uma gramática baseada na lógica memética depende da bricolagem e do "*poaching*". (MILNER, 2016, p. 61. Tradução livre.)

⁸¹ "A gramática multimodal essencial para a participação memética pode ser aplicada a contextos grandes ou pequenos, subculturais ou convencionais, públicos ou privados. Assim como a gramática linguística facilita a compreensão compartilhada da linguagem falada e escrita, a gramática multimodal facilita a criação, circulação e transformação compartilhadas da mídia memética." (MILNER, 2016, p. 60. Tradução livre.)

Assim, Milner descreve cinco lógicas pelas quais opera a dimensão memética de circulação de conteúdo na internet. São elas: a multimodalidade, a reapropriação, a ressonância, o coletivismo e a propagação⁸².

A multimodalidade diz respeito aos diversos modos com que a comunicação se expressa e é possível, uma vez que diferentes meios de comunicação conduzem a diferentes "modos de comunicação". Isso quer dizer que, diferentemente do jornal, por exemplo, que tem "modos de comunicação" estabelecidos como o texto e a imagem, a internet seria multimodal, já que seus modos vão além de linguagens definitivas por conta da digitalização dos meios, apresentando, assim, texto, imagem, vídeo, áudio, GIFs e afins como diversos focos modais de comunicação.

A reapropriação, por sua vez, é o procedimento - mais antigo, claramente, que a internet - de mover e deslocar as mídias de um contexto a outro, algo que vai além do movimento da "apropriação-primeira"⁸³, fazendo o conteúdo do meme estar, sempre, sujeito à mutação contínua, à recombinação, à mistura.

Já a ressonância aparentemente tem um caráter mais contextual e social para a memética. A ressonância diria respeito à manifestação de afinidades pessoais fortes, uma vez que, segundo Milner, conteúdos midiáticos se tornam memes quando se conectam com um número suficiente de participantes que se inspiram em iterar o conteúdo a partir de uma premissa fixa. Nas palavras de Milner:

⁸² Tradução livre de *multimodality, reappropriation, resonance, collectivism e spread*.

⁸³ "A reapropriação é um princípio bem estabelecido de participação cultural. Para Michel de Certeau, navegar na cultura popular significa engajar-se na "pluralidade e criatividade" do 'uso e reuso'; os participantes populares trabalham dentro de um sistema imposto, 'fazendo uso de seus restos' (1984, 28-30). Henry Jenkins aplica os argumentos de De Certeau aos fãs da mídia de massa 'que se apropriam de textos populares e os releem de uma forma que serve a interesses diferentes' (1992, 23). A mídia memética acelera esse processo de "poaching", conferindo às conversas públicas ainda mais riqueza e complexidade. Sem reapropriação não haveria mídia memética. A digitalização permite que os textos se entrelacem com regularidade e facilidade: de *mashup* a machinima a memes, novas expressões criativas emergem de forma consistente de contextos existentes. A mídia memética é costurada pela reapropriação criativa de vários modos de comunicação." (MILNER, 2016, p. 26. Tradução livre.)

A natureza dessa ressonância é difícil de articular definitivamente ou universalmente, já que textos individuais ressoam em pessoas diferentes por razões diferentes. Os textos carregam significado e importância pessoal; esse significado e importância motivam a criação, circulação e transformação essenciais para a mídia memética. (MILNER, 2016, p. 29. Tradução livre.)

Assim, entende-se um pouco mais sobre as premissas do coletivismo e da propagação, que são os outros aspectos da difusão memética. Milner ainda aponta que os indivíduos se conectam a grupos sociais e identidades sociais por meio de textos e conversas compartilhados. Por causa disso, a participação memética é "populista" e lembra as conceituações mais antigas das culturas oral e popular (MILNER, 2016, p. 34). A lógica da propagação, por sua vez, é o que diferencia a difusão memética do processo de viralização na Internet:

Nahon e Hemsley (2013) analisam algumas diferenças entre os dois termos do ponto de vista da propagação. Eles argumentam que apenas um caminho de propagação textual pode ser suficientemente classificado como o que eles chamam de 'evento viral'. Quando um evento viral é mapeado quantitativamente - digamos por interesse de pesquisa ou número de visualizações de página - ele segue uma 'distribuição de lei de potência' que, explicam Nahon e Hemsley, 'é caracterizada em um gráfico por um pico alto à esquerda que apresenta uma inclinação acentuada para baixo e então se nivela conforme a linha do gráfico vai para a direita'. A disseminação viral forma uma distribuição de lei de potência quando um texto relativamente desconhecido é compartilhado em uma onda de interesse por um curto período de tempo e depois desaparece do interesse de massa após isso. (MILNER, 2016, p. 37. Tradução livre.)

Aqui, é preciso entender o que Milner compreende enquanto "*bricolage*" e "*poaching*"⁸⁴. A bricolagem se diferencia do artesanato por ser produzida por um participante cultural que se contenta com o que está em seu alcance, ou seja: os insumos de um "*bricoleur*" são "finitos" e "heterogêneos", já que produzem sempre a partir daquilo que por outros já foi criado.

(...) essas criações são fundamentais para a participação memética; os meios meméticos estão repletos de bricolagem. Na verdade, se a gramática rotula os sistemas de compreensão socialmente construídos, a gramática memética depende da bricolagem. É o coração do sistema social memético. Os exemplos de bricolagem em textos meméticos são incontáveis; camadas de referências intertextuais, uma após a outra, conforme o conteúdo se espalha. Nenhum texto de mídia está a salvo de reapropriação memética. (...) Ao todo, a mídia memética, como muitas formas de mídia populares antes delas, tem como premissa a bricolagem e o *poaching*, pegando elementos de contextos estabelecidos e tecendo-os em uma nova expressão. A facilidade da criação multimodal, as dimensões coletivistas desse processo criativo e a difusão participativa de textos meméticos acrescentam ainda mais ao significado da bricolagem e do *poaching* na cultura popular. (MILNER, 2016, p. 62. Tradução livre.)

Adiante, Milner disserta sobre os critérios defasados de longevidade (quanto tempo um meme dura), fecundidade (até onde um meme se espalha) e fidelidade (quão verdadeiro um meme permanece à sua origem) da teoria memética de Dawkins - que não podem medir, portanto, o teor de "sucesso" de memes⁸⁵ atuais.

⁸⁴ Dessa forma, o termo "*poaching*", na escrita de Milner, sempre acompanha o termo "*bricolage*" de maneira que "*bricolage and poaching*" sejam aplicados juntos, como sinônimos do jargão popular "copiar e colar" (alusão ao "*ctrl + C, ctrl + V*").

⁸⁵ Neste momento do texto, Milner aponta oposições à teoria memética de Richard Dawkins (1976). Dawkins usa o termo 'meme' em uma analogia a 'gene', como uma unidade básica de informação que se reproduz. No entanto, Dawkins se refere ao processo social de disseminação de ideias em meio a uma população (assim como genes podem se disseminar e se tornar prevalentes em meio a

Portanto, a prática da reapropriação parece ressignificar esses critérios, demonstrando o quão imperfeitos podem ser para a análise dos memes da Internet.

A fecundidade pode ser importante ao discutir o quão viral um texto ou ideia é, mas um texto pode ser memético mesmo entre apenas alguns amigos, desde que eles estejam imitando e transformando de uma premissa compartilhada dentro do grupo. Ambos os critérios são complicados pela flexibilidade da mídia participativa. Uma gramática baseada na reapropriação e transformação produz mutações conversacionais que influenciam a duração e o fluxo da mídia memética. Mas a reapropriação e a transformação tornam a fidelidade, em particular, um ajuste inadequado para a mídia memética. (MILNER, 2016, p. 64-65. Tradução livre.)

A partir da compreensão de que, para memes de internet atuais, a medida de seu "sucesso" pode residir justamente na sua mutabilidade, em vez de na fidelidade a uma forma original, fica evidente que as transformações e variações criadas a partir da disseminação e popularização de um meme marcam precisamente a vitalidade do meme assim multiplicado. Sob essa ótica, a diversidade de manifestações do Vaporwave, com algumas de suas subdivisões e derivações possuindo caráter contraditório umas em relação às outras, atesta a fecundidade do gênero como um todo. A partir disso, é preciso entender o Vaporwave naquilo que o constitui, na ordem do que o faz ser uma estética passível de inúmeras interpretações, hermética e caracterizada por uma sobreposição de sentidos. Para começar a construir essa compreensão, vamos comentar algumas imagens que se deram a partir do processo memético.

uma população). A teoria memética de Dawkins, portanto, se refere a outro tipo de objeto, não ao que nós entendemos atualmente quando nos referimos a 'memes da internet'. A primeira transposição da teoria memética de Dawkins para explicar práticas interativas por parte de internautas, aplicando os termos 'meme' e 'memética' para descrever a disseminação de comentários e piadas recorrentes nos nichos de usuários de fóruns *online* data de 1994, conforme Mike Godwin: < <https://www.wired.com/1994/10/godwin-if-2/> >. Acesso: abril 2021.



Figura 23: Colagem digital 2 coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead".

Considerando o entendimento sobre memética, a imagem acima é exemplo de um meme que se concebeu em mídia memética e por um processo memético. A imagem é inegavelmente constituída por várias camadas de textos, que exigem entendimentos prévios sobre determinados assuntos e, ainda, o entendimento de que o resultado final deste meme o faz pertencer a um determinado grupo de memes de um mesmo estilo.

O quadro da imagem é dividido em 4 partes, em uma narrativa cuja leitura deve ser feita de cima para baixo e da esquerda para a direita. Segundo o site *"Know Your Meme"*⁸⁶, o meme *"Drakeposting"* é um tipo estabelecido de meme que usa de

⁸⁶ Em 2012, Know Your Meme havia se estabelecido como o guia de referência para memes da Internet. Este também foi o ano da última conferência de cultura da Internet ROFLCon, que os fundadores Tim Hwang e Christina Xu (2014) dizem que se tornou assustadoramente comercial. Da

capturas de frames do clipe do cantor Drake, *Hotline Bling*, em que, em uma captura, o cantor parece fazer um gesto de rejeição e, na segunda, um gesto de aceitação. A partir disso, o meme se espalha por meio da reapropriação dessa sequência de capturas, quando os usuários querem ironizar uma ideia antagônica de rejeição e adesão de uma determinada coisa.



Figura 24: *Drakeposting template* disponível em busca no *Google Images*.

Tendo claro este entendimento, o meme em questão usa da imagem do ator Ryan Gosling, que estrelou diversos filmes *blockbusters*, para comicizar a ideia de que ele, em sua “forma comum”, exige um pôr-do-sul igualmente comum e este conjunto está no lado de “rejeição” da imagem. Já o ator em seu personagem do filme *Drive*, exige um pôr-do-Sol retrofuturista, que remete às paisagens “*outrun*” do Vaporwave e, por isso, está na parte “aprovada” da imagem do meme.

mesma forma, em 2012, o fundador do 4chan, Christopher “moot” Poole disse à Forbes que “conforme a cultura online mudou para offline, a cultura pop mudou para online, eles se encontraram no meio e se tornaram a mesma coisa agora” (citado em Olson 2012). Nesse entrelaçamento, a ressonância subcultural dos memes da internet aparentemente havia percorrido seu curso. (MILNER, 2016, p. 45).

Outro exemplo memético de disseminação do Vaporwave é o meme da figura 22, que usa de um formato mais “clássico” dentre os tipos de memes para novamente alcançar humor.



Figura 25: Imagem encontrada na internet. A escrita em tradução livre é “quando você ouve alguém falando sobre vaporwave”.

Este é um tipo comum de meme e sua interpretação passa pelo conhecimento de que o Vaporwave usa muito da estética da Antiguidade Clássica - mais especialmente, apropria-se muito de imagens de torsos, colunas jônicas e monumentos greco-romanos. O humor neste meme reside na imagem, que é uma alusão ao ato de “bisbilhotar” uma conversa, porém sendo feita por uma estátua greco-romana, como um trocadilho imagético.

Esses memes não apenas falam sobre vaporwave, mas são conteúdos do Vaporwave em si mesmos. Ao mesmo tempo que o usam como temática memética, esses conteúdos se dão e se espelham a partir de um processo memético pertinente à estrutura do Vaporwave. É impossível entender o Vaporwave sem considerar a memética: a memética é parte estruturante do entendimento do Vaporwave.

Outra imagem que exemplifica o alcance do humor irônico *vaporwavístico*⁸⁷ pelo uso da estética da Antiguidade Clássica é esta colagem digital de Felipe Cañón:



Figura 26: Colagem digital 3 coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead".

Nesta colagem, há um busto greco-romano usando óculos de realidade virtual, imerso numa composição gradiente de magenta e azul claro, texturas quadriculadas e marmorizadas. Abaixo, a frase "it's not a phase mom", que em tradução livre diz "não é uma fase, mãe". Nessa mensagem, há uma comicidade no uso da ironia em ridicularizar usuários viciados em tecnologia e seus impasses familiares que os fazem justificar usos e investimentos em aparatos tecnológicos. Vestir um busto greco-romano com esta realidade é sarcástico aos próprios

⁸⁷ "O humor é uma emoção ressoante para textos meméticos, e esse humor pode carregar tanto antagonismo quanto o seu oposto." (MILNER, 2016, p. 138).

simpatizantes do Vaporwave. A imagem ainda é toda construída nessa própria estética, fazendo-a pertencer ao Vaporwave mesmo que possa vulgarizá-lo.

A ironia do Vaporwave começa na esfera apropriativa simbólica, material e processual e consegue se auto-ironizar, rir de si e rir do outro que a assiste, fazendo desse jogo de sentidos um processo meta-irônico na sua mensagem. Nesse sentido, é possível afirmar que entender o teor irônico de produções do Vaporwave exige considerar, sobretudo, o público que o produz: aquele imerso em um contexto pós-histórico e de reapropriações.



Figura 27: Colagem digital 4 coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead".

O meme da figura 24, encontrado em um grupo de compartilhamento coletivo de arquivos no Telegram⁸⁸ chamado "*Vaporwave is not dead*", é pertencente a uma variação do meme "*Is This a Pigeon?*"⁸⁹. Falaremos especialmente sobre como este meme surgiu, para que adiante possamos entender as camadas de significados dessa figura.

A frase "Is this a pigeon?", que em português quer dizer "Isso é um pombo?", é colocada no quadro da imagem de um anime, série animada japonesa, dos anos 1990 chamada "*The Brave Fighter of Sun Fighbird*". Trata-se de uma cena em que o personagem identifica uma borboleta como um pombo. Assim, na internet, essa captura de cena passa a ser usada com a legenda traduzida para o inglês, expressando confusão e dubiedade e sendo amplamente alterada para abarcar questões de certa obviedade, mas que irônica e concomitantemente também são confusas.

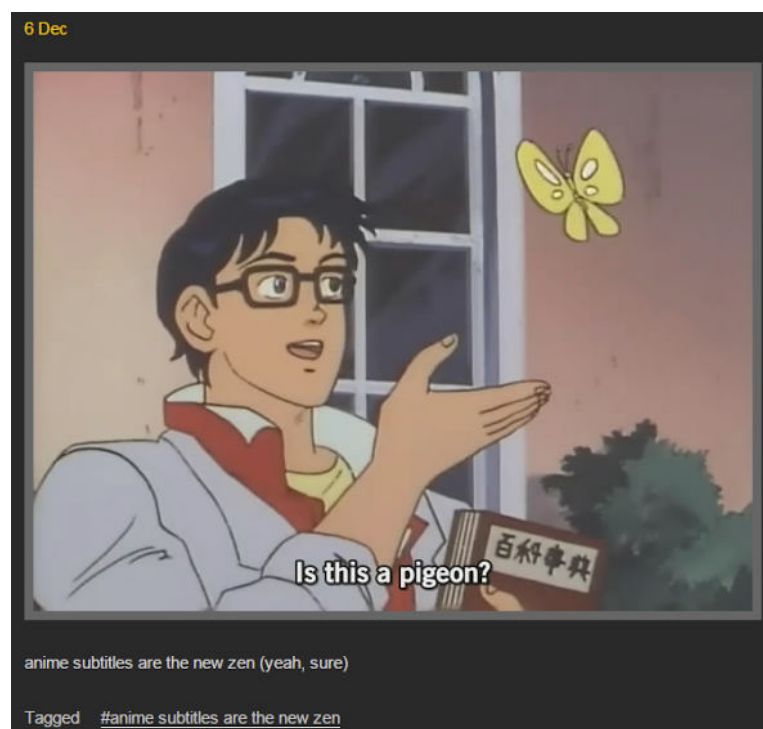


Figura 28: Template do meme "Is This a Pigeon?" coletada do site *Know Your Meme*;

⁸⁸ Telegram é um software/aplicativo de troca de mensagens e arquivos, tendo a possibilidade de participação em "grupos de transmissão" de até 200 mil membros.

⁸⁹ Consulta realizada no website *Know Your Meme*. Disponível em: <<https://knowyourmeme.com/memes/is-this-a-pigeon>> Acesso em maio de 2021.

A partir dessa primeira captura, outras centenas de memes surgiram. A figura 24 é um exemplo dessa reapropriação e busca instigar, a partir da temática do Vaporwave, se de fato a reprodução de um modo estabelecido de alterar imagens pode significar a criação de imagens Vaporwave.

"Is this aesthetic?" em português quer dizer "Isso é estética?". Porém, para usuários conhecedores do Vaporwave, o termo *"aesthetic"*⁹⁰ é usado entre estes grupos para fazer referência à linguagem visual do próprio Vaporwave, que aponta para estes temas cujo conteúdo musical e audiovisual do gênero abarcam e elaboram. Perguntar se algo é *"aesthetic"* é o mesmo que perguntar se algo necessariamente é Vaporwave enquanto estilo visual e nas temáticas abordadas. Na reelaboração do meme *"Is this a pigeon?"*, na figura 24, o personagem pergunta se "qualquer imagem estranha 'salpicada' de ciano e magenta" é *"aesthetic"*. Ora, se esta questão se torna um meme a partir da reapropriação de um outro meme que ironiza questões que são paradoxalmente óbvias e confusas, o Vaporwave também traz consigo a questão de poder haver se tornado uma estética (agora no sentido em que este estudo entende sobre estética) de reprodução e interpretação vazias, ao menos para parte dos usuários da internet.

⁹⁰ Ironicamente (ou meta-ironicamente), esse apagamento do significado e essa ausência de aura são os fatores que criam o significado complexo e ambíguo do vaporwave. Identificar essa ambiguidade, e esse estilo tão específico, é o que leva as pessoas a comentar "A E S T H E T I C", como um adjetivo, quando veem alguma imagem que por mais falsa e meta-representada que seja, tem uma espécie de aura, tão real quanto o David de Michelangelo em uma visita virtual 360 ao Vaticano. (Alek Aune, entrevista concedida em outubro de 2020. A entrevista completa segue em anexo).



Figura 29: Colagem digital 5 coletada no grupo do Telegram "Vaporwave is not dead";

Outro meme que aborda a mesma questão é o ilustrado pela figura 26. O personagem tem tatuagens inseridas em seu corpo, representando, possivelmente, a figura de uma persona "cool" na contemporaneidade. Ele pergunta se abordagens visuais relacionadas ao Vaporwave são "aesthetic" - abordagens essas como os bustos greco-romanos sobre *grids* e a captura de tela do programa *Paint* em magenta (pertencente ao *pacote office* do *Windows 95*), no momento em que o próprio meme está sendo reapropriado e elaborado. Aqui, a leitura da imagem requer a interpretação de que este personagem busca tendências de estilo "em alta" e "descoladas", uma vez que, por estar com boa parte do corpo com tatuagens "tradicionais", este personagem pode representar um tipo de persona que tem um padrão de consumo na moda e no "lifestyle" bem definidos - e este padrão em questão busca um estilo de vida, de consumo e estilo visual que possam ser considerados "inovadores" ou "legais".

Estes memes demonstram a questão da interpretação em momentos reapropriativos na construção de imagens do tipo Vaporwave - e uma possível razão pela qual Vaporwave é encontrado, considerado e erroneamente identificado em imagens que possuem temáticas que não falam sobre o que o Vaporwave é. A partir de um modo de fazer muito definido (paletas, filtros e símbolos determinados), um

estilo visual do Vaporwave foi criado e essa realidade na era da reprodutibilidade técnica é passível de reapropriações esvaziadas do sentido primeiro proposto à estética. Isso quer dizer que não é porque uma imagem tem traços visuais associados ao Vaporwave que ela necessariamente diz respeito a ele, às suas mensagens e críticas.

Outra temática intrínseca ao entendimento do Vaporwave é a da ironia⁹¹. Assim, entendendo a memética como uma realidade estruturante de conversas públicas do meio *online* - e, entendendo o Vaporwave como uma estética que se dá a partir da memética -, compreende-se, também, que o Vaporwave é um exemplo importante sobre a participação da ironia nestes processos estéticos e comunicacionais. O Vaporwave pode ser encarado como uma pílula memética e atuante na propagação de conteúdos reapropriados e irônicos.

O vaporwave e muitos outros movimentos recentes na internet têm uma forma completamente distinta e inédita de se aproximar à ironia. A semi-ironia, quando existe um caráter satírico porém ambíguo na mensagem, é fundamental para a crítica que é também idealização da sociedade de consumo. Além da semi-ironia, há a pós-ironia (um retorno à sinceridade através de um tom sarcástico), quando um meme depressivo ou suicida literalmente é um pedido de socorro, por exemplo. Existe também, com um peso muito importante para o vaporwave e as culturas de memes Dank e memes surreais, a meta-ironia, quando há um tom ou uma sinalização jocosa, enquanto o significado não existe ou não importa. Estes níveis complexos de ironia explicam de forma bastante satisfatória quase todas as supostas contradições entre mensagem e forma pelas quais o vaporwave é frequentemente criticado. (Alek Aune em entrevista concedida ao trabalho em outubro de 2020).

⁹¹ " 'A ironia verbal ou instrumental, por sua vez, ocorre quando há uma inversão semântica e, nesse caso, a ironia constitui em dizer uma coisa para significar outra, "como uma forma de elogiar a fim de censurar e censurar a fim de elogiar [...]' (Muecke, 1995, p.33). Nesse tipo de manifestação da ironia, temos um sujeito sendo irônico; logo, trata-se, em certa medida, de um modo de comportamento." (ALAVARCE, 2008, p. 26).

Sobre o jogo irônico textual na memética, Milner agrega à discussão da memética a temática da “trollagem” pela visão de Whitney Phillips⁹². Segundo Milner, “trolling” surgiu “da mesma ecologia de mídia que muitos memes esotéricos da internet. Eles cresceram na mesma ‘sopa cultural’ e sites como *4chan*, *Something Awful* e outros durante o início dos anos 2000” (MILNER, 2016, p. 43, 44)⁹³. Considerando a “trollagem” na internet, é possível entender como usuários podem agir com a finalidade de invadir, silenciar e atacar grupos de posicionamentos contrários e performar a partir do comportamento de “troll” e com o uso ofensivo da ironia⁹⁴.

A dificuldade em separar o antagonismo “irônico” do antagonismo “sério” é prevalente o suficiente para vir com um nome em subculturas meméticas: Lei de Poe. De acordo com Know Your Meme, a Lei de Poe “é um axioma da Internet que afirma que é difícil distinguir a sátira de extremismo do extremismo em discussões online, a menos que o autor indique claramente sua intenção (...)” (MILNER, 2016, p. 142. Tradução livre.).

Outras pesquisas, que não focam na comunicação memética e na cultura da internet, também chegam a conclusões semelhantes no que diz respeito ao emprego da ironia. Camila da Silva Alavarce disserta sobre as funções da ironia

⁹² “Em 2012, relata Phillips (2015b), os termos troll e meme exibiam uso em massa simultâneo e ambigüidade de definição. Phillips argumenta que o surgimento do banco de dados de referência Know Your Meme sinalizou uma grande mudança nas dimensões subculturais dos memes da Internet, bem como no trolling. (MILNER, 2016, p. 45. Tradução livre.).

⁹³ “Phillips narra as práticas meméticas cada vez mais autorreferenciais, intertextuais e esotéricas dos trolls durante esses anos, mas também a diluição dessas práticas no final de seu estudo. ‘No início de 2012’, escreve Phillips, ‘ficou dolorosamente claro que eu não estava mais escrevendo um estudo de fenômenos subculturais emergentes. Em vez disso, estava narrando um ciclo de vida subcultural’ ” (2015b, 44–45). (MILNER, 2016, p. 44. Tradução livre.)

⁹⁴ “Quando o conteúdo e a forma estão tão fundamentados na crítica irônica, a função comunicativa torna-se ambígua. Shaw ecoa essa ambigüidade em sua análise do assédio em blogs feministas, comentando que algumas participantes antagônicas ‘expressam seus comentários em civilidade enquanto, simultaneamente, descarrilam a discussão.’” (MILNER, 2016, p. 144. Tradução livre.)

segundo Linda Hutcheon, em "Teoria e política da ironia". Segundo a autora, a ironia teria nove funções: reforçadora, complicadora, lúdica, distanciadora, autoprotetora, provisória, de oposição, atacante e agregadora. Assim, uma das funções apresentada por Hutcheon flerta diretamente com intenções e efeitos abarcados pela 'Lei de Poe' na internet: a partir do sentido ambíguo de uma mensagem, ataques passam a ser legítimos se elaborados em linguagem irônica. A função autoprotetora explica exatamente o ato de esconder-se na ambiguidade da ironia para dizer aquilo que pode ofender:

para o ironista, a ironia significa nunca ter de se desculpar. Você pode sempre se proteger e argumentar (de uma perspectiva de intenção) que você estava apenas sendo irônico. Você pode até mesmo transformar um erro numa piada com a mesma declaração; você com certeza pode usá-la para sair de qualquer situação embaraçosa. Usar ou mesmo atribuir ironia dessa maneira é recorrer à sua função de "veste protetora". (Hutcheon, apud, ALAVARCE, 2008, p. 54.)

Desse modo, é possível avançar a compreensão sobre a propagação multilateral da estética do Vaporwave. Compreende-se aqui a problemática apresentada no início deste estudo, que diz respeito a fenômenos de apropriação de estéticas e estilos visuais por uma nova direita brasileira (e global). Isso quer dizer que o "modo visual" do Vaporwave passou a ser identificado, também, em conteúdos de públicos que não necessariamente fizeram parte do seu surgimento.

A matéria publicada pela Folha de S. Paulo em junho de 2019⁹⁵ é um marco importante para manifestações relacionadas ao Vaporwave por ser uma das primeiras confirmações, no Brasil, de algo que estava acontecendo não somente aqui, mas de maneira geral em todo mundo. A disseminação do Vaporwave

⁹⁵ MEIRELES, Maurício. O que é vaporwave, a estética criada na música eletrônica e apropriada pela nova direita. Folha de S. Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/amp/ilustrada/2019/06/o-que-e-vaporwave-a-estetica-criada-na-musica-a-eletronica-e-apropriada-pela-nova-direita.shtml>> . Acesso em junho de 2020.

enquanto “estilo visual” apropriado por públicos antagônicos é fatídica. Este tudo se encaminhará em função do entendimento dessa questão.



Figura 30: Colagem digital 6 coletada no grupo do Telegram "Fashwave".

Há algum tempo, imagens como a figura 27 têm sido recorrentes em grupos do Telegram, do Facebook e perfis do Instagram. A colagem digital é de autoria desconhecida, como quase sempre imagens meméticas são. Em um fundo que emula *glitches* e ruídos de transmissões e gravações analógicas, uma águia é colocada no centro do quadro seguida da frase "Ansioso? Tente o Facismo." Esta não é uma produção isolada, uma vez que é notório que ultimamente usuários da internet de extrema direita - e, especialmente, paqueradores convictos do Facismo - têm produzido conteúdos com a estética Vaporwave de maneira recorrente, como se esta fosse sua nova forma de apresentarem-se ao mundo.



Figura 31: Colagem digital 7 coletada no grupo do Telegram "Fashwave".

Essas imagens *vaporwavísticas* que usam de um vocabulário bélico, por ora declaradamente Facista, ou às vezes sutil naquilo que enaltece, têm se mostrado frequentes. O surgimento do Vaporwave enquanto estética se vale da ironia a símbolos capitalistas, entretanto, parte do público da internet parece não ter entendido o movimento satírico e caricato do Vaporwave; ou parece determinada a cooptá-lo ideologicamente.

Essa dubiedade apresenta uma problemática interpretativa dos receptores da mensagem, que desvencilham seu conteúdo das figuras de linguagem utilizadas. Além disso, é possível notar, em alguns conteúdos, nuances de cinismo no processo de se apropriarem da estética elaborada pelo Vaporwave. É verdade que, por se valer de símbolos capitalistas e ironizá-los, o Vaporwave apresenta-os de maneira “valiosa” e, por isso, a ironia de sua mensagem é tão evidente e ao mesmo tempo tão complexa. Entretanto, há algo mais profundo no processo de apropriação dessa estética pelo neofascismo que, de vazio, acaba tornando-se estratégico.

É possível que o levante do neofacismo perceba em estéticas simpatizantes da esquerda algo interessante a ponto de usarem-se delas em várias situações. Muitas vezes, usam-se delas na sua camada primária interpretativa, sem dar-se

conta de que a apropriação dos elementos simbólicos capitalistas do Vaporwave é altamente irônica e auto-irônica. Entretanto, há algo neste processo que pode fazer com que o ativismo conservador da internet veja neste mecanismo apropriativo irônico um caminho cínico de adentrar no universo do inimigo, a fim de usá-lo pelo puro prazer da violação, ou, ainda: para honrar o pressuposto de dominação e exploração astuciosa ou cinicamente. Outra possibilidade é que a combinação de nostalgia e referência crítica a um sistema atual (que garantem boa parte do apelo do Vaporwave) sejam também apreciadas por esses grupos de direita, que também partem de um incômodo com o mundo atual, porém querem conduzi-lo para uma direção bem distinta da esquerda. Estéticas fascistas passadas empreenderam semelhantes apropriações de signos da esquerda de modo a atrair mais pessoas descontentes para sua causa - o exemplo óbvio sendo o nome do Partido Nacional Socialista.

Mas o que faz esses grupos existirem de fato? O que há por trás da insurgência neofascista e, sobretudo, a criação de conteúdos tão cínicos que fazem uso de uma estética notoriamente antagônica a estes preceitos?

Segundo um artigo publicado pela *Vice* em janeiro de 2017, intitulado "Trumpwave e Fashwave são apenas os exemplos mais recentes e perturbadores da apropriação da música eletrônica pela extrema direita" (em tradução livre), produtores musicais do Vaporwave já se reuniam para discutir o "fascismo crescente" dentro da cena em fevereiro de 2016⁹⁶. Este artigo narra a sucessão de fatos que descrevem essa intrigante "apropriação" por parte de simpatizantes da extrema direita - e pessoas declaradamente fascistas - do Vaporwave, um gênero musical que sempre pareceu ter uma tendência progressista que satirizaria a cultura de consumo. Algo indefinido acontece neste "movimento apropriativo" que parece residir justamente no teor irônico das apropriações simbólicas do Vaporwave.

⁹⁶ Bullock, Penn; Kerry, Eli; 2017, Trumpwave and Fashwave Are Just the Latest Disturbing Examples of the Far-Right Appropriating Electronic Music. Disponível em < https://www.vice.com/en_us/article/mgwk7b/trumpwave-fashwave-far-right-appropriation-vaporwave-synthwave >. Acesso: maio de 2021.

Os fascistas de hoje estamparam synthwave e vaporwave com uma suástica e os retomaram para inventar uma nova subcultura de música eletrônica chamada fashwave (o "fash" referenciando "fascismo"), e outro micro-gênero relacionado chamado Trumpwave. A estética de ambos pode ser resumida como *Triunfo da Vontade* numa grid de *Tron*. (Bullock, Penn; Kerry, Eli; 2017. Tradução livre.)

O Trumpwave, por sua vez, é uma evidência atual de que, ao mesmo tempo que uma parte de um todo resgata um passado por busca de contravenção, há uma outra que busca o mesmo objeto por ansiar o retorno à tradição, como um antagonismo de fato às ideias liberais. Felipe De Brigard, em seu artigo que disserta sobre a não-necessidade de ter-se memórias reais para falar do sentimento de nostalgia, reforça que, nos últimos anos tem-se visto o ressurgimento de movimento políticos nacionalistas que ganharam força por meio da promoção dos retornos “à tradição”, como “Make America Great Again” nos Estados Unidos, ou “We Want Our Country Back” no Reino Unido. De Brigard argumenta que essas são “políticas de nostalgia” que promovem a implementação de ideias como a de que seria possível resgatar as nações a tempos em que as pessoas estariam em “melhor situação”. Parte do eleitorado que apoia movimentos nacionalistas é composta de pessoas mais velhas e de tendência conservadora, que percebem seu passado - com precisão ou não - como melhor do que o presente. Segundo o autor, existe também um grande número de jovens apoiando avidamente políticas nostálgicas com o mesmo argumento de que as nações precisam ser devolvidas a um passado - e, neste caso, um passado que esses jovens jamais experienciaram (DE BRIGARD, 2020).

A política da nostalgia não capitaliza as memórias das pessoas de eventos passados específicos que elas possam ter experimentado. Em vez disso, faz uso de propaganda sobre como as coisas eram, a fim de fornecer às pessoas os materiais episódicos certos para invocar a imaginação de possíveis cenários que provavelmente nunca aconteceram. Essas mesmíssimas estratégias propagandísticas ajudam a convencer as pessoas de que sua situação atual é pior do que

realmente é, de modo que quando o conteúdo simulado - que, quando assistido, provoca emoções positivas - é justaposto a pensamentos de valor negativo sobre seu estado atual, uma motivação para eliminar esse descompasso emocional segue e, com ela, uma inclinação para a ação política. A política da nostalgia tem menos a ver com memórias de um passado róseo e mais com propaganda e desinformação. Isso sugere, paradoxalmente, que a melhor maneira de contra-atacar pode ser melhorar nosso conhecimento do passado. (DE BRIGARD, 2020. Tradução livre.)

Considerando a simbologia do Vaporwave, em que muito se vê o uso dos estatutários greco-romanos, por exemplo, é possível entender que as colagens digitais e reapropriações a partir de uma iconografia classicista e tradicionalista demonstra a ironia de usuários que entendem o Vaporwave como uma estética anti-sistêmica, enquanto outra parte o vê como aclamação do retorno à tradição. Isso quer dizer que o Vaporwave é como uma vítima de sua própria história. Ao fazer uso de um recurso linguístico e retórico - a ironia -, que apropria-se sarcasticamente de processos, instrumentos, símbolos e signos, sua vulnerabilidade é exposta à sua crítica mais severa e à sua grande questão: o correr da história até então e o levante conservador.

O futuro real não seria o modernismo popular, mas o conservadorismo populista: a destruição criativa desencadeada pelas forças dos negócios de um lado, o retorno às formas estéticas e culturais familiares do outro. (FISHER, 2012, p. 19. Tradução livre.)

Assim, a nostalgia presente no Vaporwave e o uso irônico de elementos do passado em seu estilo visual servem também a grupos conservadores que possivelmente não compreendem estes signos em seu uso irônico, ou leem as imagens do Vaporwave desconsiderando todas as camadas de textos necessárias para a sua real compreensão. Para entendermos melhor esta questão, o estudo adentrará ao entendimento sobre o “Fashwave”.



Figura 32: Colagem digital 8 coletada no grupo do Telegram "Fashwave".

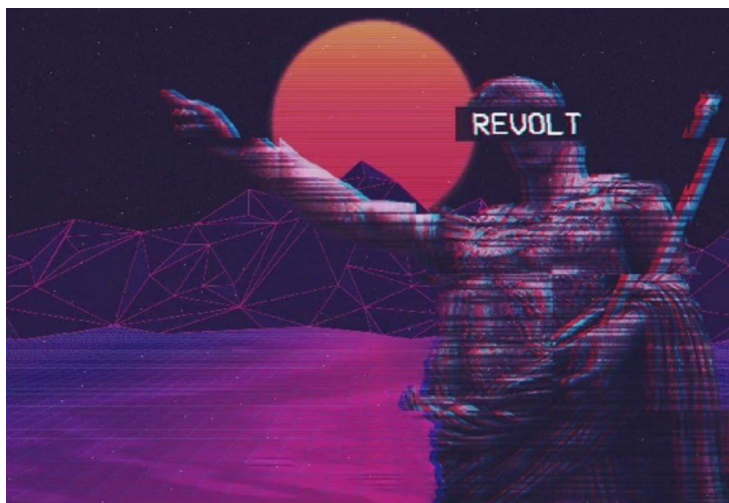


Figura 33: Colagem digital 9 coletada no grupo do Telegram "Fashwave".

O Fashwave se tornou como uma propaganda do movimento "alt-right"⁹⁷. Segundo a Vice, o "alt-right" e seus defensores tendem a rejeitar o "politicamente correto", comércio, imigração, islamismo, feminismo, esquerda, globalização e apoiam o conservadorismo estabelecido. Isso demonstra a ascensão atual da extrema direita que possui precursores que estrategicamente buscavam infiltrar e refazer a cultura popular, sendo assim o Fashwave uma ferramenta de mesmo

⁹⁷ Como o fascismo ao longo das décadas, o alt-right está repleto de contradições; muitos de seus seguidores rejeitam o racismo, a homofobia e o anti-semitismo. Mas seu motivo subjacente ainda é o da "franja" de onde surgiu: o etnonacionalismo branco e o autoritarismo. (Bullock, Penn; Kerry, Eli; 2017).

objetivo aparentemente inofensiva e altamente penetrável na cultura *mainstream*. Segundo a Vice, há um nítido interesse da alt-right pelos anos 80, que é derivado do ato de “olhar para trás, nos dias felizes, como os últimos dias da América branca”. O Fashwave, portanto, vincula diretamente a nostalgia generalizada pela cultura pop dos anos 80 à ideologia racista da extrema direita. Isto seria, segundo um *alt-direitista* no Twitter, “o único fator de conexão, é a crença da supremacia dos anos 1980”. (Bullock, Penn; Kerry, Eli; 2017)

Fashwave é apenas a mais recente em uma longa linha de apropriações fascistas, se estendendo além da música: a suástica Nazista é, claramente, uma inversão literal de um símbolo budista. Mas diferentemente de outros gêneros, fashwave surge num momento em que o próprio fascismo ascendendo ao poder global pela primeira vez desde os anos 1930, e ambos sua música e visual podem parecer uma premonição do futuro. Refratando uma nostalgia pelos anos 1980 e um amor pelo capitalismo através do prisma de Trump, fashwave projeta uma imagem de uma distopia iminente, uma que avulta-se mais plausível a cada dia. (Bullock, Penn; Kerry, Eli; 2017. Tradução livre.)

Isso atesta nitidamente a permanência de um imaginário fascista da modernidade que se perpetua no capitalismo tardio, disfarçando-se em meio a uma liberal democracia que se vende ao reacionarismo - com a particularidade de que seu último disfarce pós-moderno é o que se vale da ironia cínica. Entrelaçamentos entre esse imaginário e empresas têm uma longa história. Um exemplo de tais entrelaçamentos pode ser entrevisto no fato de a corporação Muzak, tão utilizada e emulada no cancionário vaporwave, também ter sido interpolada pelo facismo no seu decorrer, quando produziu uma música para a *National Fascist Militia Band* em 1934, uma banda italiana criada por Benito Mussolini⁹⁸.

⁹⁸ A corporação The Muzak canalizou as faixas da National Fascist Militia Band para lobbies de hotéis, restaurantes, e domicílios sob um pseudônimo sanitizado: "The Pan-American Brass Band". (Bullock, Penn; Kerry, Eli; 2017)

A corporação Muzak não era um grupo fascista em si, mas seu uso de música enlatada de fácil escuta para estimular consumidores e trabalhadores tem origens marcadamente militares. Seu fundador, Major General George Owen Squier, foi o oficial chefe de sinais dos Estados Unidos durante a Primeira Guerra Mundial, responsável pelas redes de comunicações dos militares. (Bullock, Penn; Kerry, Eli; 2017. Tradução livre.)

Portanto, o processo da apropriação irônica permite o objeto da mensagem estar disponível a receptores que fazem do processo irônico uma armadilha cínica, como um possível ato de violência silenciosa contra a linguagem. A apropriação irônica executada pelo Vaporwave não se equipara ao movimento de apropriação da estética vaporwavista pelo fascismo, uma vez que esses procedimentos se concebem de formas muito diferentes - um parte de um impulso satírico, o outro de certo cinismo, ora ignorante, ora oportunista. O objeto em si não comunica. Suas apreensões são realizadas a partir de mecanismos construídos e, por isso, a internet é um terreno fértil para interpretações em desvio, vazias ou transfiguradas intencionalmente. Ryan Milner, ao concluir sobre a problemática desses furtos da linguagem por aqueles que estrategicamente querem recriar uma cultura conservadora, diz que os símbolos não significam de fato algo, eles significam o que é socialmente descrito sobre eles⁹⁹.

Esta cuidadosa tensão entre ironia e sinceridade era parte do que fez o vaporwave divertido — ele flertava com a transgressividade implícita de apreciar sua matéria-prima agressivamente comercial. Mas aquela ambiguidade deixou a estética perturbadoramente fácil de apropriar pela alt-right ao remover a ironia e brincadeira — levando a sério, como uma glorificação do capitalismo. Similarmente, quando artistas synthwave exumam filmes dos anos 1980 como *Blade Runner*, *Robocop*, e *Exterminador do Futuro*, eles também vestiram a música no retrofuturismo fatalista da década. Um vislumbre na

⁹⁹ Podcast da MIT PRESS, gravado em agosto de 2017. Disponível em: <<https://mitpress.podbean.com/e/meme-spreading/>>.

arte do álbum de Cyber Nazi — com seus policiais ciborgues de coturno indo de porta em porta — mostra como para os fascistas essa distopia é uma utopia. Extrapolando a partir dos anos 1980, fashwave acolhe a ficção científica sombria daquela década como um paraíso. (Bullock, Penn; Kerry, Eli; 2017. Tradução livre.)

Portanto, a pós-história se vê num desafio extenuante em lidar com as questões temporais que a cercam e a dificuldade de criar a partir de tudo. Ainda, há a armadilha de receptores de mensagens que violam a linguagem a fim de criarem cinicamente a partir da ironia que, de politicamente crítica e engajada, passa a dizer sobre um grupo usurpador, de valores reacionários, que presumem expandir seu conteúdo mediante defloramentos culturais.

7. Considerações finais

As ciências sempre procuraram oferecer ao espírito do tempo as fórmulas adequadas nas quais ele deve se reencontrar e tomar consciência de si. Todavia, se formos honestos, o célebre discurso acadêmico satisfaz apenas a si mesmo. Ou será que esse discurso não quer convencer insistentemente o mundo não acadêmico que este depende dele, embora a realidade pareça diferente? Do fingimento acadêmico, a cultura de massas e o mundo da mídia assimilam apenas palavras isoladas, para consumi-las rapidamente como informações culturais em busca de sua própria clientela. No caso da arte, o discurso ultrapassa de antemão o cenário acadêmico, motivo pelo qual o tema tem resistido ultimamente à ordem de um método científico.

Hans Belting, O Fim da História da Arte.

Como reunir os diversos temas discutidos até aqui de modo a alcançar uma conclusão coerente sobre o conjunto? A experiência imagética dos nossos dias é pautada por um universo midiático muito além do que teorias sobre o espetáculo ou sobre simulacros pretenderam dar conta. Quando se trata de manifestações artísticas visuais, seria ingênuo ignorar essa realidade.

A indagação sobre a ironia se faz presente neste trabalho em diversos momentos e em diversos níveis. Foram citados durante a escrita termos como "meta-ironia", "auto-ironia", "pós-ironia", cinismo, sarcasmo... todos termos que dizem respeito à ironia aplicada em modos e níveis distintos. Este trabalho não tem o intuito de entender a ironia e suas ramificações a ponto de defini-la e definir cada um dos seus troncos. Este trabalho foi o processo de explicar produções visuais no capitalismo tardio e considerar as novas problemáticas que a criação de imagens por reapropriações na pós-história tem tornado evidentes.

O Vaporwave funciona como objeto que sintetiza a ideia da produção pela reapropriação e o uso da ironia na realidade da internet. Foi demonstrado diante desse fato, portanto, o problema que mensagens irônicas carregam em um contexto

pós-histórico, de marcos geracionais relevantes, a ponto de criar-se no estado cultural do capitalismo tardio um sinal de alerta. Vê-se aqui uma questão importante a qual este estudo precisa apontar, como mensagem atuante na contemporaneidade. Somos seres cíveis e autoconscientes do sistema em colapso em que se vive atualmente, a problemática do uso da apropriação de mensagens irônicas na mídia memética é de interesse social e político.

* * *

Este trabalho aponta para um problema na leitura de conteúdos irônicos por diferentes públicos. A ironia destrinchada por Wallace, no início do texto, pode ser encontrada nas apropriações estéticas do Vaporwave por produções fascistas, que chegam a criar um conjunto próprio de produções a partir de um movimento que de fato não criaram e inegavelmente subverteram. Em alguns momentos por incapacidade interpretativa, em outros, como uma estratégia astuciosa, como citado por Ryan Milner ao falar sobre o meme *Pepe the Frog* - Milner levanta as apropriações de memes como este (que são em sua origem *apolíticos*) por nacionalistas extremos e supremacistas brancos e diz: "você não sabe se estão brincando ou não, e isso faz parte do jogo deles e de toda sua piada" (MILNER, 2017).

A ironia se torna, portanto, uma problemática. Empregá-la de modo crítico, para produzir paródias, seria difícil, ou quase impossível, em meio à cultura da pós-modernidade - o que restaria seriam vários pastiches. A era da pós-história se distende, imersa em meios multimodais, assombrada por um passado de confrontos políticos que insistem em persistir - e assim o fazem com ajuda daqueles que os reprisam (primeiro como tragédia, depois como farsa?). O caso de grupos como o "alt-right" e o surgimento do Fashwave/Trumpwave não diz respeito a uma falha no modo de se fazer estética, mas ao sistema no qual a produção estética ocorre.

(...) os afetos que predominam no capitalismo tardio são o medo e o cinismo. Essas emoções não inspiram pensamentos ousados ou saltos empreendedores, elas geram o

conformismo e o culto à variação mínima, à produção de produtos que se assemelham muito aos que já fazem sucesso. (FISHER, 2009, p.9, Tradução livre.)

A afirmação de Fisher pode ser aplicada às apropriações pela direita on-line da visualidade do Vaporwave, uma vez que esse grupo buscou cooptar uma estética de nicho associada com inconformismo. Outra face de processos de cooptação também é comentada por Fisher, quando este propõe que, neste estado de coisas atual, ideologicamente infectado pelo realismo capitalista, não estaríamos mais diante da "antiga luta entre *détournement* e recuperação, entre subversão e incorporação" (FISHER, 2009, p. 9). Segundo este autor:

O que estamos lidando com agora não é a incorporação de materiais que previamente pareciam possuir potenciais subversivos, mas em vez disso, com sua precorporação, a formatação preventiva e modelamento de desejos, aspirações e esperanças pela cultura capitalista. (FISHER, 2009, p. 9. Tradução livre.).

De fato, esse parece ser o caso quando se observa as apropriações comerciais da estética do Vaporwave. Roupas que simbolizam inconformismo vendem bem (como outrora aconteceu com camisetas com a face de Che Guevara estampada).

Uma última consideração precisa ser feita aqui sobre a cultura pós-moderna/pós-histórica. No prefácio ao livro *A Anti-Estética: Ensaio sobre Cultura Pós-Moderna*, Hal Foster diferencia entre duas correntes de pensamento pós-moderno. Foster afirma que existe, na política cultural, uma "oposição básica entre um pós-modernismo que busca desconstruir o modernismo e resistir ao *status quo* e um pós-modernismo que repudia o primeiro e celebra o último" (FOSTER, 1983, p.XI-XII. Tradução livre.). O chamado "pós-modernismo da reação" se orienta para uma repudição do modernismo, afirma Foster, acrescentando que:

Esta repudição, vocalizada mais estridentemente talvez pelos neoconservadores mas ecoada em toda parte, é estratégica:

como Habermas convincentemente argumenta, os neoconservadores separam o cultural do social, e então culpam as práticas de um (modernismo) pelos males do outro (modernização). Com causa e efeito assim confundidos, a cultura "adversária" é denunciada mesmo enquanto o *status quo* político e econômico é afirmado (Id., *ibid.*. Tradução livre.)

Pesquisas recentes¹⁰⁰ avançam essa frente de investigação aberta pela análise de Foster, que chama atenção para o contra-movimento pós-moderno, diametralmente oposto às críticas progressistas (e seus correlatos avanços sociais) às pretensões totalizantes da cultura moderna/modernista. Investigação complexa, que não pode deixar de levar em conta o meio comunicacional/midiático que nos circunda e nos é disponível. Como parte desse esforço maior, aqui foi lançada uma contribuição sobre a questão da apropriação irônica na arte pós-histórica.

Há um embate notório entre grupos acerca daquilo que a cultura moderna implanta socialmente: por um lado, a crítica por parte de progressistas que entendem a modernidade enquanto uma paródia vazia e, por outro, o ataque conservador ao moderno no argumento de que a alternativa para o agora seria o passado. O capitalismo tardio fomenta um estado cultural que acaba pasteurizando a pós-modernidade/modernidade em produtos culturais, de modo que a cultura popular e a Indústria Cultural se intersectam e se auto-alimentam. A noção da pós-história é um exemplo do confronto temporal com que a atualidade tem de lidar. Ferramentas de linguagem específicas criando estéticas inteiras que se confluem e transitam por realidades anti-sistêmicas e neofascistas comprovam a ideia de que as ironias incidentais presentes nesses produtos culturais fazem a própria cultura perder a sua normatividade para o absurdo.

Portanto, este trabalho acaba por apresentar que a função da crítica - especialmente quando externalizada pelo humor/mensagem irônicos - demonstra a necessidade do que vai para além da tomada de consciência sobre determinado fato a ser criticado. A ironia crítica em si instrumentalizada nos produtos culturais na

¹⁰⁰ Vide MCMANUS, Matthew. *What is Postmodern Conservatism: Essays on our hugely tremendous times*. Londres: John Hunt Publishing / Zero Books. 2019. Também por limitações de tempo, esta obra não pode ser incorporada à análise empreendida aqui.

pós-história passa a não ser suficientemente engajada e transformadora, já que ela acaba por escapar da sua responsabilidade também de formadora de opinião e de mobilização social, com tantos ruídos comunicacionais e subversão de linguagens no capitalismo tardio.

O Vaporwave passa a representar um estilo visual que não só demonstra essas problemáticas, mas uma estética em fluxo atuante nas novas mídias. E, dessa forma, é importante apontar também os aspectos positivos do Vaporwave, enquanto um fenômeno que contribui para o fomento da bricolagem na produção cultural. O *movimento maker* deve ser enaltecido a partir da sua função social e sua atividade formadora. Ainda que estejamos lidando com os desvios interpretativos das mensagens do Vaporwave, um movimento infinitamente melhor deve ser considerado, quando pensamos nessa estética e seu alcance, na atuação desse estilo ao movimentar beatmakers, videomakers, artistas visuais e músicos para o descobrimento e domínio de novas tecnologias. O Vaporwave é a insurgência do fazer a partir do disponível, de modo que suas produções possam ser elevadas à cultura popular.

6. Referências bibliográficas

ABBAGNANO, Nicola. Dicionário da Filosofia. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

AITA, Virginia H. Arthur Danto: Narratividade Histórica "Sub specie Aeternitatis" ou A Arte Sob Olhar do Filósofo.

Aita, V. H. A. (2003). Arthur Danto: narratividade histórica "sub specie aeternitatis" ou a arte sob o olhar do filósofo . ARS (São Paulo), 1(1), 145-159.

<https://doi.org/10.1590/S1678-53202003000100012>

ALAVARCE, CS. A ironia e suas refrações: um estudo sobre a dissonância na paródia e no riso [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 208 p. ISBN 978-85- 7983-025-9. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

AUGÉ, Marc. Non-Places: an introduction to supermodernity. Londres: Verso Books, 2008.

BOURRIAUD, Nicolas. Pós-Produção. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BULLOCK, Penn; KERRY, Eli; Trumpwave and Fashwave Are Just the Latest Disturbing Examples of the Far-Right Appropriating Electronic Music. Vice: 2017. Disponível em <https://www.vice.com/en_us/article/mgwk7b/trumpwave-fashwave-far-right-appropriation-vaporwave-synthwave>. Acesso em maio de 2021.

DANTO, Arthur C. Após o fim da arte: a arte contemporânea e os limites da história. Tradução: Saulo Krieger. São Paulo: Odysseia Editora, 2006.

DANTO, Arthur C. O filósofo como Andy Warhol. ARS. v. 2, n. 4. São Paulo, 2004. pp. 99-115.

DE BRIGARD, Felipe. Nostalgia reimagined: Neuroscience is finding what propaganda has long known: nostalgia doesn't need real memories – an imagined past works too-an-imagined-past-works-as-well. 2020. Disponível em: <<https://aeon.co/essays/nostalgia-doesnt-need-real-memories-an-imagined-past-works-as-we>>. Acesso em maio de 2021.

FISHER, Mark. *Capitalist Realism: Is There No Alternative?*. Winchester, UK: Zero Books, 2009.

FISHER, Mark. "What Is Hauntology?" *Film Quarterly*, vol. 66, no. 1, 2012, pp. 16–24. JSTOR, www.jstor.org/stable/10.1525/fq.2012.66.1.16. Accessed on May 2021.

FOSTER, Hall. *A Anti-Estética: ensaios sobre cultura pós-moderna*. Port Townsend: Bay Press, 1983.

FUKUYAMA, Francis. *O fim da história e o último homem*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

FUKUYAMA, Francis. "Reflections on the End of History, Five Years Later." *History and Theory*, vol. 34, no. 2, 1995, pp. 27–43. JSTOR, www.jstor.org/stable/2505433. Accessed on May 2021.

JAMESON, Fredric. 'Postmodernism and Consumer Society', in: *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998*. Londres: Verso Books, 1998.

JAMESON, Fredric. *Postmodernismo, or The Late Cultural of Logic of Late Capitalism*. p. 53-92

KALININA, Ekatarina. *What Do We Talk About When We Talk About Media and Nostalgia?* *Medien & Zeit*, p. 6-15, Copenhagen University, Denmark; Södertörn University, Sweden: 2016

LAZZARI, Marco. "The role of social networking services to shape the double virtual citizenship of young immigrants in Italy", *Proceedings of the IADIS International Conference on ICT, Society and Human Beings 2012*, Lisbon, Portugal, July 21-23, 2012, pp. 11-18.

MARX, Karl; Engels, FRIEDERICH; *O Manifesto Comunista*. [tradução Maria Lucia Como] - Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

MEIRELES, Maurício. *O que é vaporwave, a estética criada na música eletrônica e apropriada pela nova direita*. Folha de S. Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/amp/ilustrada/2019/06/o-que-e-vaporwave-a-estetica-criada-na-musica-eletronica-e-apropriada-pela-nova-direita.shtml>> . Acesso em junho de 2020

MEZTGER, Patrick. 'The nostalgia pendulum: a rolling 30-year cycle of pop culture trends', The Patterning, fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://thepatterning.com/2017/02/13/the-nostalgia-pendulum-a-rolling-30-year-cycle-of-pop-culture-trends/>> . Acesso: maio de 2021.

MILNER, Ryan. The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media. Cambridge e Londres: MIT PRESS, 2016.

MILNER, Ryan; GONDAK, Chris. Meme Spreading. Podcast da MIT PRESS, gravado em agosto de 2017. Disponível em: <<https://mitpress.podbean.com/e/meme-spreading/>>.

NAVAS, Eduardo. Remix Theory: The aesthetics of sampling. Springer-Verlag/Wien, Nova York, 2012.

OPERMANN, Signe. 'Understanding changing news media use: Generations and their media vocabulary', in: Northern Lights, Volume 11, pp. 123-146, 2013. Disponível em: <https://sisu.ut.ee/sites/default/files/genire_eng/files/opermann_nl_2013.pdf> . Acesso: maio de 2021.

RIFKIN, Jeremy. The zero marginal cost society: the internet of things, the collaborative commons and the eclipse of capitalism. Nova York: Palgrave Macmillan, 2014.

SANBURN, Josh. Why the Death of Malls Is About More Than Shopping. Time, 2017. Disponível em <<https://time.com/4865957/death-and-life-shopping-mall/>>. Acesso em: agosto de 2020.

SCHAEFFER, Jean-Marie. A noção de obra de arte. In: OLIVEIRA, Ana Claudia (org.). Semiótica plástica. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

TANNER, Grafton. Babbling Corpse: vaporwave and the commodification of ghosts. Winchester: Zero Books, 2016.

WALLACE, David Foster. E Unibus Pluram: Television and U.S. Function, Review of Contemporary Fiction, 13:2, (1993: Summer) p.151-193.

WICKMAN, Forrest. 'The 20-Year Nostalgia Cycle—or Is It 40 Years? 15?', Slate, Abril de 2012. Disponível em: <

<https://slate.com/culture/2012/04/the-golden-forty-year-rule-and-other-nostalgia-cycles-could-trends-possibly-return-every-40-years-20-years-and-12-15-years.html> >. Acesso: maio de

2021.

Anexos

a) Entrevista realizada com Jarrier (VHS LOGOS), em outubro de 2020:

1- Como você gostaria de ser apresentado?

Eu sou produtor musical, beatmaker, mas também faço edições de vídeo, imagem.

Produtor, artista audiovisual, por aí. Estamos aí para entreter.

2- Qual a sua área de formação/atuação profissional?

Eu não tenho formação acadêmica. Já trabalhei com fotografia, design, produção musical, entre outras funções.

3- Há quanto tempo você produz conteúdo audiovisual? O início da sua produção de mídias audiovisuais foi inspirado por algo em particular?

Conteúdo audiovisual, talvez há uns 10 anos ou mais. Com áudio tenho experiência de uns 20 anos, mas nunca fui muito prolífico.

Não tive nenhuma inspiração em particular, sempre tive uma tendência para as artes, começando com desenho; contudo, acho que com música é muito melhor para se expressar, o alcance é maior, e as coisas foram fluindo, coincidiu com o aperfeiçoamento e viabilização dos softwares de produção, vieram as redes sociais, o youtube, e tudo foi rolando.

4- VHS Logos é o nome de um canal no Youtube e de um perfil no Instagram. O que te levou a criar conteúdo para divulgar nessas plataformas?

VHS LOGOS é um projeto musical - e visual - meu, é natural que eu esteja presente em todas redes. Minha música é distribuída em todas plataformas. Eu crio e compartilho conteúdo, seja no youtube, instagram, twitter, etc, para dar uma imagem ao projeto, estar em contato com fãs e parceiros, divulgar minhas paradas. Eu tô presente e atento desde sempre.

5- Os clipes que estão no canal VHS Logos no youtube dialogam com outras formas de produção audiovisual, na sua opinião? Se sim, quais?

Sei lá, não sei te responder isso. Eu não fico conceituando muito meu trabalho. Eu sampleei muitos comerciais e programas de tv antigos para minhas tracks.

6- O último vídeo do canal do youtube é de 2017. Você vê essa sua produção tendo alguma continuidade, no seu próprio canal? Se sim, de que modo? Se não, por que?

Eu lancei um álbum agora em 2020 chamado "Street Smarts", está em todas plataformas de streaming. É na verdade uma coletânea de singles que produzi anteriormente. De fato o canal no youtube ficou meio de lado, mas esse ano fiz algumas lives de produção musical por lá, porém

ocultei os vídeos porque acho que é um conteúdo muito chato, técnico, moroso, não é um bom entretenimento pra quem só quer consumir a música, os visuais.

O canal vai continuar sim, tenho mais de 1 milhão de views totais, é um bom número para um projeto underground como esse meu. Novos vídeos de futuras novas produções serão postados nele.

7- Qual a importância de outros canais de música, sites e plataformas na divulgação do seu trabalho? Como isso funciona na cena da música que você faz?

Eu recebi muito suporte espontâneo de canais de música no youtube que postam meus sons, e todos sites e plataformas como o soundcloud, spotify, instagram, twitter, são importantes na divulgação do meu trabalho. Funciona naturalmente, organicamente, você compartilha com os outros o que gosta e faz (ou o que não gosta também).

Às vezes um adolescente fazendo uma dancinha no tiktok, sendo famoso(a) ou não, pode usar sua música de fundo (e minhas músicas estão disponíveis lá também) e a coisa pode viralizar, fazendo com que procurem e conheçam seu trabalho. Existem muitos exemplos do tipo. Isso é muito importante, e eu valorizo e tenho respeito por qualquer pessoa que use meus sons espontaneamente, por realmente gostarem. Acontece muito em vídeos do youtube por exemplo, pessoas me pedem autorização, outras não pedem e usam, e pra mim está tudo ok. Jamais vou pensar em entrar em alguma treta com essas pessoas, ou tentar derrubar o vídeo ou canal, como muitos artistas e gravadoras fazem.

8- Quais são suas fontes de "matéria-prima" para seus vídeos? Onde você busca esse material? Que tipo de tratamento você dá a esse material? (edição, remixagem, etc....)

Geralmente utilizo comerciais antigos e outros tipos de filmagens das décadas passadas, eu edito nos softwares populares de edição de vídeo, Vegas, Premiere. A fonte geralmente é o youtube mesmo. Mas ultimamente estou interessado em filmar e produzir meus próprios vídeos, sem samplear, mais por questões de direitos autorais, pensando no futuro. E para ter de fato um trabalho mais autoral.

10- Como é a "cena" para quem produz esse tipo de conteúdo? No Brasil ou internacionalmente, você se sente alinhado com outras produções? Quais?

Há um bom tempo é bastante comum ver alguns produtores musicais, beatmakers, samplearem e editarem vídeos para acompanhar suas tracks, é o que eu faço e fiz também. Eu fico feliz por receber diversas mensagens, a maioria de estrangeiros (no meu spotify o Brasil é o 7º na lista de países que ouvem minhas músicas), dizendo que eu fui uma inspiração para os projetos deles, então eu diria que eles estão alinhados comigo e vice-versa. Mas são muitos para citar só meia dúzia.

11 - Qual o meio que você mais utiliza como fonte de novos conteúdos (música nova e novas visualidades)?

Uso muito o youtube, soundcloud, instagram, twitter, spotify, deezer, tô sempre ligado no que tá rolando. Amanhã ou depois poderão ser outras plataformas. Eu tô fora da estatística e pesquisa que diz que perto dos 30 anos ou logo após a pessoa começa a parar de se interessar por músicas novas.

Nunca existiu uma época como agora, onde tantas músicas boas são produzidas e lançadas, mas você precisa aprender a filtrar, procurar pelos artistas e selos legais. Depois os algoritmos te ajudam.

Geralmente nessa faixa etária muitas pessoas não têm mais saco nem tempo para se atualizar nessa área, estão preocupadas com casamento, filhos, contas, e outras coisas mais urgentes.

Não importa a sua idade, se você diz "antigamente que era bom, não se faz mais músicas como OUTRORA", é só um sinal de que você está ficando velho e se voltando para a memória afetiva, que te faz lembrar só do que (no seu gosto pessoal) foi feito de bom no passado, em detrimento de toda música ruim (no seu gosto pessoal) que era feita também e que sempre existiu. O som ruim do mainstream também é usado como exemplo negativo, como se só existisse a opção de ouvir esses artistas pop. Usam um raciocínio falacioso para validarem seus pontos.

12 - Existe algum caminho futuro que seja possível premeditar para o tipo de conteúdo que você produz? (Rumos dessa 'cena', desse meio)

Eu produzo música em vários tipos de BPM, sampleando ou criando do zero. Crio e edito visuais também. Eu estou inserido em várias "cenas", talvez você esteja falando de vaporwave, mas não é só nessa "cena" que estou inserido.

Fazer previsões para o futuro é meio furada, mas a música, moda, sempre funciona sob o ciclo dos 20 anos, ou seja, o que foi tendência há duas décadas atrás, sempre volta revisitada no presente, de forma renovada. O passado sempre serve como inspiração pro presente.

13- Por que o nome 'VHS Logos'? Por que a imagem de uma caveira?

O nome VHS LOGOS vem das vinhetas de antigas empresas distribuidoras de filmes em fitas VHS, no youtube você pode achar várias delas. Eu adoro isso e vejo como um tipo de arte, é interessante, as empresas tinham poucos segundos para tentar impactar as pessoas usando o máximo de tecnologia da época em áudio e vídeo, utilizando técnicas e coisas que hoje em dia são obsoletas, como o fantástico scanimate, e caríssimos sintetizadores analógicos. Era uma época pré-CGI. Aquelas vinhetas têm muito a ver com o som que eu faço.

É um nome sonoro. Também gosto da ideia da junção de VHS representando o aspecto lo-fi e LOGOS, no sentido original da palavra em grego, usado na filosofia.

O crânio é um símbolo atemporal, impactante (hoje não tanto), representa muitas coisas, o início e fim, a sabedoria, renovação, transformação. Existe esse simbolismo positivo, mas eu não pensei muito nisso na hora de usá-lo para representar o projeto. No momento achei que era legal esse contraste com o tipo de som que eu estava fazendo; na música, no design, os contrastes funcionam bem.

Em 2012 estávamos formatando a tal cena vaporwave, e eu precisava de algo a mais pra me destacar e me identificar dentre os poucos projetos do tipo naquela época, e parece que funcionou bem. É um símbolo forte, gera curiosidade.

14- Quais são suas opiniões sobre a difusão dessa visualidade em clipes de música pop, em lançamentos da indústria da moda e em produtos comerciais em geral?

Acho que é natural, os "cool hunters" contratados pela indústria e até mesmo particulares que trabalham para grandes artistas pop, estão sempre de olho no que tá acontecendo no underground, e aí se inspiram ou copiam quase que integralmente alguma referência, mas geralmente tem um delay grande. É bem louco que uma coisa que fazíamos lá em 2012 com o início do vaporwave, esteja

chegando só hoje em 2020 para o mainstream, a estética de VHS, detalhes de produções musicais e tal.

15- E qual é sua opinião sobre as apropriações políticas dessa estética?

Nenhuma. Eu não misturo meu trabalho com política, eu não gosto de político e nem dos fã clubes deles. Mas estou muito por dentro do que você está falando. Essa chamada "estética vaporwave" ficou bem pop mesmo, tá na boca de gente que nem sabe do que tá falando ou escrevendo, mas não me incomoda, não me atrapalha, não quero ter opinião sobre tudo.

16- Como você vê os "featurings" na cena da música que você faz?

Reforçando mais uma vez que eu não sou um artista de uma cena só, de um gênero só. :) Eu faço muitos tipos de música, como você pode comprovar. Eu acho os feats normais, é natural que ocorram essas collabs. Eu não faço muito, não é algo que eu goste, trabalhar em dupla, em equipe. Mas ocasionalmente pode acontecer.

17- Como você vê a criação de pseudônimos dos produtores/criadores na cena da música que você faz?

Eu faço house, synthwave, future funk, r&b, ambient, funk (funk FUNK mesmo), vaporwave, entre outros. Sobre os pseudônimos alheios eu não tenho muito o que opinar, cada um escolhe o que quiser!

18- Existe algum "equivoco" dos consumidores da sua música ao tentarem te associar a alguma estética? Qual o "erro" na tentativa de traçar definições estéticas para a música/vídeo que você faz?

Sim, erram quando acham que só faço um tipo de música, de uma maneira só; mas a minha obra - que não é tão grande - está aí para provar o contrário, basta pararem para ouvi-la. Eu adoro vaporwave e fui pioneiro, criei o primeiro projeto do tipo no Brasil, mas eu não quero ficar dentro de uma caixinha com um rótulo. Conforme eu disse anteriormente, eu faço música em vários tipos de BPM e texturas. Esse meu projeto VHS LOGOS tem pelo menos umas 10 tags ou hashtags para identificá-lo, não só uma.

19- Como você descreveria o conteúdo que produz, grosso modo e de maneira geral?

Eu produzo música usando samples ou do zero, meus grooves são lentos ou rápidos, e com essa estética lo-fi que eu gosto para representá-la. Eu sou um artista independente, então posso mudar a direção do projeto a qualquer momento se eu quiser.

20- Seu trabalho já lhe concedeu alguma implicação comercial? Algo já lhe foi imposto por algum tipo de mercado?

Não, absolutamente. Eu não estou ligado a nenhum selo ou gravadora, e posso dizer que isso é uma escolha pessoal, pois já tive convites e oportunidades de lançar minha música por algumas dessas empresas, mas preferi fazer as minhas paradas sozinho. Todavia, por 1 milhão de doletas ou por muuuito menos eu posso fazer música ``on demand``, sem problemas.

Já fiz alguns trabalhos como "ghost producer", fazendo músicas que não gosto para terceiros, mas sem assinar meu nome.

21- Seu trabalho já lhe concedeu "frutos comerciais"? Como? Quais você considera? Por que acha que isso ocorreu?

O que seriam "frutos comerciais", dinheiro? Se for, sim. Minhas tracks estão em todas plataformas de streaming, conforme mencionei anteriormente, isso rende alguma coisa mensalmente, são milhares de plays mensais, estão aumentando progressivamente. Já licenciei algumas tracks minhas também para 2 temas de Playstation 4 criados por um estúdio americano, para 3 vídeos de skate, um de uma marca/loja da Nova Zelândia, outro de uma marca americana, e o terceiro para um vídeo da famosa revista/marca Thrasher. Também rolou um licenciamento de uma track minha para um vídeo de uma marca de roupa francesa agora em 2020, que foi mostrado no New York Fashion Week para a imprensa.

Tem alguns outros "frutos comerciais" que não me lembro no momento, mas todos aconteceram partindo de fãs do meu trabalho, que curtem minhas músicas, e assim sendo videomakers, designers, quiseram incluir em seus trabalhos meu som. Isso é demais!

Também produzo o que chamam de "stock music" ou "stock audio" sob outros pseudônimos, em sites como o audiojungle. São músicas e vinhetas sonoras royalty free, que por meio do pagamento de uma licença, são usadas em comerciais de tv, rádio, vídeos do youtube, jogos, etc.

b) Entrevista com Alek Aune, em outubro de 2020:

1- Como você gostaria de ser apresentado?

Como o Alek, entusiasta da cultura de internet, aliás H o k u s a i Jr., músico e artista de Vaporwave.

2- Qual a sua área de formação/atuação profissional?

Estudante de Design, terminando opção em História e Economia.

3- Como você definiria Vaporwave?

Um micro gênero da música contemporânea e uma subcultura/ meme da internet que se caracterizam por uma crítica semi-irônica da sociedade de consumo e do capitalismo. Na música utiliza principalmente samples desacelerados e distorcidos de pop, *lounge* e *smooth jazz*, e visualmente se manifesta através de colagem digital com elementos de computação gráfica retrô, estátuas romanas, anime e videogames.

4- Como se deu seu interesse por isso?

Eu não lembro exatamente. No fim de 2015, eu era um enorme fã de Filthy Frank, um personagem do artista japonês-americano George Miller, hoje mais conhecido como Joji. Um dos personagens, Pink Guy que tem um comportamento bizarro e irreverente, lançou um disco que chegou aos top 10 do Spotify e do iTunes em 2017. A música era tremendamente maluca e as letras um tanto ofensivas e escandalosas, e me impressionou muito que um cara que fazia memes na internet fizesse tanto sucesso com música, que era boa, mas deprimida e semi-irônica, com um estilo e uma estética muito marcadas com glitches, tons intensos de rosa, e uma pegada meio anos 90. Não sei se por algoritmo do Youtube, ou por um meme, ou escutando a radio de Lo-fi Hiphop pra estudar, mas eu já estava escutando e adorando coisas como Mega Ecco, Floral Shoppe e Blank Banshee. Tinha uma vibe de Radio Continental só que a música nunca ia pra frente, e toda a parte visual me impactou muito. Afetou todo meu estilo até hoje. (eu estudava engenharia de minas e tinha um estilo meio hippie meio neopagão, e hoje literalmente me visto de rosa todos os dias, ainda que seja só um dos bonés da minha coleção de bonés rosas kkkkkkk)

5- Você considera Vaporwave uma estética, um gênero musical, um estilo de vida? Como isso apareceu em sua vida?

Considero principalmente uma subcultura ou um movimento artístico que não se leva exatamente a sério. Apareceu na minha vida pelos algoritmos e buracos negros da internet. (sempre fui um fã de memes, meu convite de formatura da oitava série eu fiz um baita design com rage faces, e cheguei a ser moderador do South America Memes por um tempo, quando ainda era o maior grupo de facebook no mundo.)

6- Você consome música Vaporwave? Algum subgênero em específico (future funk, mallsoft, etc.)?

Consumo. Eu sou um nerd em muitas coisas na vida, e sei muita informação inútil, mas com escutar música, não estou muito ligado nos subgêneros e saber o nome de tudo. Tenho muitas playlists tanto

em mp3s ilegais como no Spotify ou no Youtube, com coisas que interseccionam com LoFi, seapunk, Synthwave, etc.

7- Como você vê a separação sonora e visual do Vaporwave? Você acha equivocado separá-los?

A separação entre a música e a gráfica do vaporwave é pra mim um pouco mais evidente que em subculturas como o emo ou o punk. Talvez porque tudo seja meio colagem e meta-edição, a identidade é um pouco difícil de manter e identificar. Pela mesma razão eu acho que é tão complicado pra mim separar os subgêneros. O vaporwave rouba, recorta e recicla tantas coisas de tantos lugares que o significado se perde um pouco. Obviamente essa repetição e a ideia de cópias de cópias é parte da sátira à sociedade consumista e à falta de significado no capitalismo tardio, mas essa complexidade e ambiguidade no discurso permitem que existam coisas hilárias e contraditórias como memes bolsonaristas com estética vaporwave.

8- Quais são suas opiniões sobre a difusão dessa visualidade em clipes de música pop, em lançamentos da indústria da moda e em produtos comerciais em geral?

É, de certa forma, inevitável. A parte visual do vaporwave é muito mais capitalizável do que a música. O capitalismo se apropriando de uma estética que está feita pra criticá-lo é muito mais que uma contradição, é uma sátira que se faz sozinha. Seja em um meme protofascista, em uma marca de roupa como a Vapor95, ou em um clipe de Kpop, o significado satírico do vaporwave só se intensifica com a contradição. Isso acontece porque o vaporwave satiriza e romantiza ao mesmo tempo a estética do capitalismo tardio. A nostalgia é ao mesmo tempo a afirmação de que essa era já fracassou, e só estamos esperando que colapse. Uma estátua romana em um shopping, esteja ela estampada num álbum de vaporwave ou num moletom de 56 dólares fabricado na China, continua significando a mesma coisa: da mesma forma que Roma caiu, esse império também vai cair.

9- Você acha que Vaporwave é apropriado pela indústria cultural? Se sim, quando passou a notar esse movimento de apropriação?

Sim. Muito. Principalmente a parte gráfica. Eu percebi muito fortemente isso quando vi uma propaganda de um curso de francês que era uma estátua grega genérica em 3d com umas luzes de neon. Baudrillard chegou a dar uma piscadinha no túmulo e me cochichou “eu falei, porra !!!!”. Não tinha significado nenhum, nem conexão nenhuma com a mensagem. Era simplesmente uma peça gráfica até que bem feitinha de vaporwave no lado dos dizeres “entra a Alianza Francesa. El mejor de Colombia” ou alguma outra coisa genérica assim.

10- Como você vê a apropriação estética por parte da extrema direita de noções que dialogam com o Vaporwave?

Eu acho maravilhoso. Adoro. É extasiante e delicioso ver o miserável fracasso intelectual dos meus inimigos. É de uma ironia tão inacreditavelmente grande. Não cabe na minha cabeça o quanto precisa ser burro pra gerar uma aberração dessas. É como ver o cara que te fazia bullying na escola ir no *The Voice* e cantar muito muito mas muito mal e achar que arrasou. É bizarro, e perturbador, mas quando você enxerga a ironia da coisa é simplesmente inacreditável.

11- Que procedimentos você considera que mais fazem parte da produção do Vaporwave (visual e sonora)?

Eu, particularmente, produzo com basicamente 3 procedimentos :

1- roubo (sampling, recorte, etc)

2- edição

3- modificação do significado.

Um exemplo que eu creio que faça a mesma coisa é リサフランク420 - 現代のコンピュー de Floral Shoppe (o hino nacional do vaporwave que ninguém aguenta mais). A artista rouba diretamente da canção "It's your move", de Diana Ross, recortando, desacelerando e editando partes instrumentais e vocais. No material fonte, a letra é sobre uma relação afetiva com esforços assimétricos entre o eu lírico e seu interesse romântico, a quem ela repete que "é a sua vez" de agir. Verktroid, sob o pseudônimo de Floral Shoppe, muda completamente o significado da música. Depois de quase cinco minutos de repetição de um riff de guitarra desacelerado, a voz distorcida de Diana canta "I'm giving up on trying to sell things that you ain't buying". No material fonte, é uma metáfora amorosa. Quando apropriada pelo vaporwave, a frase é um gritante alarme sobre a situação humana no capitalismo tardio, quando até mesmo as relações afetivas são pensadas com uma lógica de consumo.

12- Você já criou algum conteúdo Vaporwave?

Sim. Tenho em torno de 10 singles e videoclipes lançados sob pseudônimos diferentes.

13- Como você acha que o Vaporwave te influencia esteticamente em escolhas cotidianas?

Sim. Meu quarto está coberto de um papelão metálico cor de rosa. Meu computador está todo organizado pra parecer um Windows 98. Tenho uma coleção de bonés cor de rosa semi-irônicos (que vão desde tema de despedida de solteiro até memes que eu mesmo imprimir nos bonés, passando por uma companhia de cimento) e uso todos os dias esses bonés.

14- Você se considera uma pessoa que vive o Vaporwave esteticamente (na moda, na música, na produção de imagens em redes sociais)?

Pra caralho.

15- Quais artistas que você considera do Vaporwave você mais consome (de qualquer linguagem)?

Verktroid, Joji (por mais que não seja, é kkkk), Saint Pepsi, HahaTechnology, BillWurtz (tbm não é, mas é), Atlas e muitas páginas de memes.

16- Explique como você vê a frase "Vaporwave is dead".

"Um espectro ronda a internet. O fantasma do vaporwave." Marx, Ka... não, pera lkkkkjj

Eu sinto que é ao mesmo tempo parte dessa nostalgia/desejo pelo fim, e um pouco de interseção com o culto à morte que tem outras subculturas como o emo por exemplo.

Materialmente falando, é falso. A frase começou a ser dita por aí em 2013, dois anos antes da explosão de popularidade do vaporwave na internet.

Se o vaporwave morreu, o fantasma tá fazendo a festa.

17- Quais rumos você acredita que essa estética tomará?

Acho que cada vez mais vai acontecer isso de ser usado em propaganda de xampu, meme de fascista, e marca de roupa cara pra adolescente rico. Ao mesmo tempo, também acredito que tem muito pra aparecer, muito mais influência em mídias mainstream como *Midnight Gospel*, da Netflix, e o curta metragem *Kung Furry* (que é mais outrun, mas francamente hoje em dia já dá pra dizer que é tudo a mesma coisa até certo nível). Eu adoraria por exemplo um filme grande, importante caríssimo de Hollywood com essa estética, tanto ironicamente como não.

18- A estética do Vaporwave atualmente se dissipa especialmente por ser uma estética nostálgica ou essa propagação se dá pela busca desenfreada por nostalgia dessa geração? Você vê alguma diferença?

Claramente a nostalgia dos anos 80 e 90 facilitam muito a propagação do gênero. No meu caso, essa nostalgia é quase que 100% gerada pelo vaporwave. Mas entendo que, culturalmente, num mundo que está mais próximo do colapso social e ambiental do que jamais estivemos na história, haja um desejo de voltar, especialmente a um época que vimos muito na tv e na internet mas não chegamos a viver. Penso que a nostalgia pelos anos 80 e 90 (as últimas décadas e o ápice do capitalismo justo antes do colapso que já estamos vivendo) se pode comparar de forma muito direta com a visão idealizada do neoclassicismo frente à estética do império romano tardio: uma nostalgia não vivida de um grande império à borda do colapso.

19- Explique, na sua visão, a faceta anticapitalista do Vaporwave e dos seus modos de produção/propagação.

Não diria uma faceta, senão uma parte fundamental de todo o movimento. Frente à inevitabilidade de um capitalismo avançado, o vaporwave usa a ironia para lidar com a inconformidade. Romantizar e ao mesmo tempo criticar uma estética consumista que de forma bastante direta nos está levando a um colapso social, econômico e social, é uma forma quase desesperada de protestar contra um sistema que nos condicionou e programou psicologicamente através da publicidade desde que éramos bebês.

Obviamente a geração Z quer a revolução. Mas a gente também ama Toddynho, Playstation, xis burger, Bob Esponja. No Capitalismo avançado, a própria identidade das pessoas se origina por meio do consumo.

A crítica é contraditória porque racionalmente queremos o fim do capitalismo, um futuro onde exista oxigênio e água limpa. Mas esteticamente estamos viciados e obcecados a um nível existencial a todo o hiper estímulo que o capitalismo proporciona.

20- O entendimento sobre nostalgia é crucial para a compreensão dos produtos culturais da geração vigente? Como você enxerga essa ideia?

Não diria crucial, porém muito importante. Tenho a impressão de que produtos culturais que apelam muito pra nostalgia se direcionam mais a Millennials que à geração Z. *Stranger Things*, *Wheezer*, e outros produtos são oferecidos à geração mais nova como sua primeira fonte de contato com produtos culturais dos anos 80 e 90. Alguém nascido em 1999 ou depois muito provavelmente viu *Stranger Things* antes de ver *ET*, ou a trilogia original de *Star Wars*. Os produtos culturais da geração vigente se definem mais pela metatextualidade e uso exagerado de referências a outras matérias que à nostalgia em si. Bons exemplos disso seria *Super Smash Bros Ultimate*, *Fortnite* e universo cinematográfico da Marvel.

21- Por que a ironia é tão importante para o entendimento do Vaporwave, na sua opinião?

O vaporwave, e muitos outros movimentos recentes na internet têm uma forma completamente distinta e inédita de se aproximar à ironia. A semi-ironia, quando existe um caráter satírico porém ambíguo na mensagem, é fundamental para a crítica que é também idealização da sociedade de consumo. Além da semi-ironia, há a Pós-ironia (um retorno à sinceridade a través de um tom sarcástico), quando um meme depressivo ou suicida literalmente é um pedido de socorro, por exemplo. Existe também, com um peso muito importante para o vaporwave e as culturas de memes Dank e memes surreais, a Meta ironia, quando há um tom ou uma sinalização jocosa, enquanto o significado não existe ou não importa.

Estes níveis complexos de ironia explicam de forma bastante satisfatória quase todas as supostas contradições entre mensagem e forma pelas quais o vaporwave é frequentemente criticado.

22- Você acha possível Vaporwave ser realmente compreendido por outras gerações senão as que o produz e consome?

Sim. Um exemplo famoso é Michael Nesmith, integrante da banda Monkees, popular nos anos 60 e 70, que é um enorme fã do Vaporwave.

Questiono, porém, o que se quer dizer com “compreender”. Ainda que a mensagem exista em níveis elevados de ironia próprios da internet e das gerações mais jovens, o vaporwave não está livre da polissemia à qual estão submetidas todas as obras de arte.

23- Existe a possibilidade do desinteresse pelo Vaporwave, a partir do que ele tem se tornado e a forma como tem se propagado? Por que?

Não creio, mas pode acontecer. Ainda que como seres humanos podamos negociar e alterar nossa situação, somos profundamente influenciados por nosso contexto material em nosso período histórico. O vaporwave hoje, pra mim, representa de uma forma perfeitamente adequada o espírito da nossa época: uma forma que se rebela, e está triste, quase desesperada com o mundo, mas encontra refúgio, alívio e a própria identidade no mesmo modelo de produção e consumo que nos tortura.

24- O que você mais tem consumido musicalmente, hoje? E esteticamente (nas escolhas de roupas, artigos, peças cotidianas)? Qual seu interesse estético atualmente?

Tenho escutado muitas baladas de pistoleiro (música country americana que relata histórias geralmente trágicas de homens jovens e violentos no velho oeste), Jofi, música de aeróbica dos anos 80, e jazz contemporâneo maluco. Vaporwave e LoFi, só pra estudar esses últimos meses.

Na moda, tingi todas as roupas brancas que eu tinha de rosa. Tenho consumido muito pouco, já que quase tudo que comprava (fora comida e bebida) era em mercados de pulga que estão fechados ou muito limitados pela pandemia.

Meu interesse estético é uma mistura maluca de cowboys gays comunistas retrofuturistas com vaporwave.

25- Você participa de grupos/comunidades/fóruns sobre Vaporwave? O que tem notado de mudanças ocorrendo nessas reuniões?

Hoje em dia, não. As discussões eram muito formais sobre a forma e os limites de subgêneros e muito pouco sobre a mensagem ou as implicações sociais e culturais, então me afastei aos poucos sem perceber.

26- Qual a importância da história/aura dos objetos no Vaporwave?

Creio que nenhuma das duas coisas importa de forma genuína no vaporwave. Na verdade, de isso se trata grande parte do vaporwave. Uma coluna grega pré-clássica num cenário de videogame dos anos 90 não tenta conectar os valores dessas duas épocas de forma direta. A própria ideia de aura, é quase que ridicularizada pelo vaporwave. Em uma época em que todas as nossas experiências são digitais, ou mediadas pelo digital, a aura das obras de arte “““““verdadeiras””””” é algo tão fantasioso ou fictício como todos os outros elementos que o vaporwave recorta, e cola, fazendo muitas vezes uma reprodução de uma edição de uma outra reprodução. A história não serve para mais que dar o contexto dos signos que se vão editar e recombinar para criar uma mensagem com a qual nem o próprio autor se importa verdadeiramente. Ironicamente (ou meta-ironicamente), esse apagamento do significado e essa ausência de aura são os fatores que criam o significado complexo e ambíguo do vaporwave. Identificar essa ambiguidade, e esse estilo tão específico, é o que leva as pessoas a comentar “ A E S T H E T I C ”, como um adjetivo, quando veem alguma imagem que por mais falsa e meta-representada que seja, tem uma espécie de aura, tão real quanto o David de Michelangelo em uma visita virtual 360° ao Vaticano.