



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

GABRIELA BOURDETTE FERREIRA

***VAPORWAVE*: TEMPO E ESPAÇO NA ARTE DIGITAL**

Rio de Janeiro/RJ
2019

GABRIELA BOURDETTE FERREIRA

VAPORWAVE: TEMPO E ESPAÇO NA ARTE DIGITAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

Orientadora: Prof. Dr^a. Maria Beatriz da Rocha Lagôa

Rio de Janeiro/RJ
2019

VAPORWAVE: TEMPO E ESPAÇO NA ARTE DIGITAL

Gabriela Bourdette Ferreira

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda.

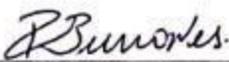
Aprovado por



Prof. Drª Maria Beatriz Rocha Lagôa – orientadora



Prof. Drª Marta de Araújo Pinheiro



Prof. Drª Patrícia Cecília Burrowes

Aprovada em: 01/07/2019

Grau: 10

Rio de Janeiro/RJ

2019

CIP - Catalogação na Publicação

B768v Bourdette Ferreira, Gabriela
Vaporwave: Tempo e Espaço na Arte Digital /
Gabriela Bourdette Ferreira. -- Rio de Janeiro,
2019.
60 f.

Orientadora: Maria Beatriz Rocha Lagôa.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da
Comunicação, Bacharel em Comunicação Social:
Publicidade e Propaganda, 2019.

1. Arte contemporânea. 2. Arte digital. 3.
Nostalgia. 4. Vaporwave. 5. mallsoft. I. Rocha
Lagôa, Maria Beatriz , orient. II. Título.

AGRADECIMENTO

Aos, assim como eu, entusiastas das infinitas expressões culturais que existem no enigmático mundo da internet.

À internet, por permitir encontros inusitados.

Aos que fizeram da ECO um lugar repleto de memórias para mim.

À Beatriz Lagôa, pelo conhecimento, paciência, estímulo e liberdade, essenciais para a construção desta pesquisa.

FERREIRA, Gabriela Bourdette. *Vaporwave: tempo e espaço na arte digital*. Orientadora: Maria Beatriz da Rocha Lagoa. Rio de Janeiro, 2019. Monografia (Graduação Em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

RESUMO

A internet alterou a maneira como os indivíduos se relacionam com o passado, presente e futuro. Por ser um marco na era informacional, analisar as expressões artísticas advindas desse lugar tornou-se uma das possibilidades para entender a sociedade no momento atual. Com essa intenção, abordaremos o *Vaporwave*, movimento artístico online que, através de sons e imagens cotidianos evoca a nostalgia, sentimento que parece guiar o imaginário cultural da contemporaneidade. Por sua vez, o *mallsoft*, vertente do *Vaporwave*, levanta reflexões sobre o capitalismo tardio, através da reprodução de sons ambientes, como *muzaks* e sons de passos e conversas entreouvidas, sonoridades típicas de templos do consumo. Conceitos fundamentais, como a modernidade líquida (Zygmunt Bauman) e o pastiche (Fredric Jameson) serão aprofundados, além da sociedade em rede para o sociólogo Manuel Castells, o não-lugar para o antropólogo Marc Augé e a heterotopia para o filósofo Michel Foucault.

Palavras-chaves: arte contemporânea; arte digital; nostalgia; *mallsoft*; *Vaporwave*.

ABSTRACT

The internet changed the way that individuals relate to the past, present and future. Since it's an important event in the information age, analysing it's artistic expressions seems like a fair possibility in order to evoke questions of the current society. Thus, this paper deals with Vaporwave, an online artistic movement that throughout sounds and images of daily routine emphasise nostalgia, a remarkable feeling of today's society. For instance, mallsoft, a subvertent of Vaporwave, reflects aspects of late capitalism by reproducing ambient sounds, such as muzaks and sounds of steps and overheard conversations, typical sounds of temples of consumption. The paper also discusses fundamental concepts such as liquid modernity (Zygmunt Bauman) and pastiche (Fredric Jameson). In addition to network society to Manuel Castells, non-place to Marc Augé and other spaces to Michel Foucault.

Keywords: contemporary art; digital art; nostalgia; mallsoft; Vaporwave.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1** - Exemplo de arte do Vaporwave..... 8
- Figura 2** - O quadro “A Musas Inquietantes” de Giorgio de Chirico produzido em 1917..... 35
- Figura 3** - A capa do álbum “Floral Shoppe” de Macintosh Plus 39
- Figura 4** - Montagem que denota a nostalgia do que nunca existiu 39
- Figura 5** - Usuário compartilha no fórum “R/Vaporwave” o vinil “Mana Pool” de Vaperror42
- Figura 6** - A capa e a lista de músicas do álbum “Notícias das 11” de 猫 シ Corp. 43
- Figura 7** - A capa e a lista de músicas do álbum “Palm Mall” de 猫 シ Corp. 48
- Figura 8** - A capa e a lista de músicas do álbum ”Estamos abertos!” de 식료품 Groceries... 49

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. O CAMINHO PARA UMA SOCIEDADE FANTASMAGÓRICA	12
2.1 A polêmica da pós-modernidade	12
2.2 Modernidade líquida e o pastiche, uma nova forma cultural	17
3. CONSIDERAÇÕES SOBRE O TEMPO E O ESPAÇO	24
3.1 Redes, internet e novas considerações sobre o tempo	24
3.2 Não-lugar e heterotopia.....	28
4. ARTE, TEMPO E ESPAÇO NA CONTEMPORANEIDADE	34
4.1 Pintura metafísica: um importante antecessor	34
4.2 Afinal, o que é <i>Vaporwave</i> ?.....	37
4.3 <i>Mallsoft</i> : heterotopia e não-lugar no <i>Vaporwave</i>	44
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
6. REFERÊNCIAS	54

1 INTRODUÇÃO

A arte pode revelar dilemas e questões existentes em uma sociedade. Hoje, vive-se em meio a uma grande revolução informacional, a partir de um mundo globalizado e digital. Assim, observar as expressões artísticas realizadas por meio da internet, a intrigante rede que conecta parte da sociedade contemporânea, pode revelar pistas sobre os dilemas existentes.

O historiador da arte Wolf Lieser (2010) aponta o computador como uma ferramenta que revolucionou a evolução da arte e da cultura de uma maneira apenas comparável ao surgimento da fotografia. Para ele, o desenvolvimento da arte digital teve início nos anos 60, primeiro, por meio de cientistas, expandindo-se aos artistas que realizaram os primeiros gráficos e desenhos com ajuda de aparelhos informáticos. A partir deste momento, o computador é tido por muitos indivíduos como uma ferramenta criativamente versátil, uma vez que tem a possibilidade de mudança como fundamento. Lieser (2010), então, afirma, que esta é a arte do século XXI.

Neste sentido, é importante entender o que a arte atual nos revela sobre o momento em que vivemos. A revolução digital consolidou a elaboração de projetos artísticos através do computador e trouxe para a arte um novo local, o ciberespaço. Assim, o objeto de estudo deste trabalho, o *Vaporwave*, é um momento na arte típico deste curioso espaço.

O *Vaporwave* é uma expressão artística digital que desenvolve inusitadas associações entre sons e imagens do cotidiano, criando novos sentidos para esses elementos. O aspecto sonoro, a partir de ecos e reverberações de músicas ambientes e *samples* de *hits* dos anos 80 e 90, cria uma aura etérea e é inseparável das imagens que o acompanham. A iconografia é construída por meio de imagens de símbolos do capitalismo, como comerciais antigos, ferramentas tecnológicas ultrapassadas, esculturas greco-romanas, logotipos de marcas multinacionais, textos em japonês e em outros idiomas exóticos ao mundo ocidental, que cumprem mais uma função estética do que semântica, conforme pode-se observar no exemplo abaixo. Por conseguinte, as imagens não servem apenas como um pano de fundo para as músicas, mas são uma forma de elucidar questões latentes dos dias atuais.



Figura 1 - Exemplo de arte do *Vaporwave*.
Fonte: Jornal Capacious¹

É curioso que uma vertente artística como essa tenha sido apropriada esteticamente para o *mainstream*, tanto pela comunicação visual da MTV², quanto por comerciais do Spotify³ e, até mesmo, por uma coleção da Farm⁴. Dessa forma, é um tema relevante no que se diz respeito à cultura e à publicidade. Não existem muitos trabalhos acadêmicos sobre o assunto no Brasil, por isso, o ineditismo da temática justifica a escolha do objeto de estudo.

Portanto, esta pesquisa pretende analisar o *Vaporwave*, a fim de compreender o que ele fala sobre a contemporaneidade. É uma celebração do chamado pós-modernismo, uma crítica ao momento em que vivemos ou os dois? O que nos mostra sobre o tempo e o espaço no momento pós-moderno? Em paralelo, discorre-se sobre pontos essenciais para o entendimento da cultura deste momento e debate-se sobre a Pintura Metafísica, um imprescindível momento na história da arte para a criação de uma expressão artística como essa.

Neste contexto, a metodologia escolhida para guiar este trabalho é o estudo de caso. Assim, chega-se ao *Vaporwave*, fenômeno artístico proveniente da esfera cibernética. Faz-se o uso também de artifícios netnográficos, visto que por ser uma pesquisa sobre uma comunidade online, é fundamental exercer um olhar crítico e analítico sobre o comportamento de seus participantes. Portanto, a partir de agora, é abordada em mais detalhes a metodologia utilizada nesta monografia.

¹ Disponível em < <http://capaciousjournal.com/article/do-you-want-vaporwave/> >. Acesso em: 31 de maio de 2019.

² Disponível em: < <https://ffw.uol.com.br/lifestyle/cultura/a-influencia-do-vaporwave-na-mtv-no-tumblr-e-na-moda/> >. Acesso em: 28 de maio de 2019.

³ Disponível em: < https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/bnp71n/spotify_vaporwave_ad_2017/ >. Acesso em: 28 de maio de 2019.

⁴ Disponível em: < <https://adoro.farmrio.com.br/mundo-farm/glitch-tropical/> >. Acesso em: 21 de maio de 2019.

No segundo capítulo, falamos sobre o contexto em que vivemos, necessário para o entendimento sobre o que é a arte neste tempo. Destarte, por meio de um debate sobre as possíveis diferenças entre modernidade e pós-modernidade, chegamos à análise das novas formas culturais do chamado pós-modernismo, a partir das noções de modernidade líquida abordada pelo sociólogo Zygmunt Bauman e do pastiche, noção relevante para o teórico Fredric Jameson.

O terceiro capítulo aborda as novas considerações sobre o tempo e o espaço no mundo contemporâneo. Assim, a partir das mudanças relacionadas ao tempo no momento pós-moderno, tecidas pelo sociólogo Manuel Castells, em conjunto aos anteriormente citados, Bauman e Jameson, são relacionadas às mudanças sobre espaço, por meio de textos do antropólogo Marc Augé e do filósofo Michel Foucault.

No quarto capítulo, o *Vaporwave* é apresentado, elucidando a capacidade da arte digital de criar deslocamentos do tempo e do espaço, ao desenvolver inusitadas associações entre elementos do cotidiano pertencentes a diferentes momentos e lugares. Anteriormente, foi interessante discorrer sobre um importante momento na arte, a Pintura Metafísica, que aborda questões potencializadas pelo movimento estudado nesta pesquisa. Em seguida, discutimos o *mallsoft*, subvertente do *Vaporwave* que mais se relaciona com as questões do tempo e espaço na contemporaneidade, visto que tem como temática o consumismo entranhado em nossa sociedade, a partir do uso de imagens e sons que remetem a shopping centers e supermercados.

A metodologia escolhida para estudar o *Vaporwave* é da ordem do qualitativo-exploratório, a partir do método do estudo de caso netnográfico. Assim, é necessário estipular as significações atribuídas a esses termos neste trabalho.

Toledo e De Farias (2009) defendem a pesquisa qualitativa como uma forma de analisar dados em profundidade. A abordagem qualitativa é frequentemente utilizada para estudos voltados à compreensão do comportamento humano em campos como a sociologia, antropologia, psicologia e outros das ciências sociais. Selltiz, Wrightsman e Cook (1987) percebem a relação entre o modelo de pesquisa qualitativo e o exploratório, mediante, principalmente, técnicas observacionais que permitem uma análise em profundidade dos eventos, mesmo que não permita as generalizações que pesquisas quantitativas proporcionam. É nesse sentido que se torna interessante o uso de tal metodologia para entender um fenômeno da cibercultura.

É possível definir o estudo de caso como uma forma de investigação aplicável a diferentes áreas do conhecimento. Os estudos de caso têm natureza investigativa, através de

fundamentação teórica, problematização e outras questões complementares que ajudam a construir a pesquisa. Indagações adicionais podem acontecer no curso de imersão do estudo, ocasionando novos recortes e conseqüentemente novas análises. O estudo de caso é um processo fortemente relacionado a aspectos subjetivos, pois o olhar e a perspectiva do pesquisador são extremamente importantes para o método. Dessa forma, torna-se uma experiência imersiva que conecta diferentes possibilidades (ROCHA; MONTARDO, 2005).

O *Vaporwave* se configura no ciberespaço, por isso, é pertencente a um espaço marcado pela desterritorialização e não pertencimento físico do lugar, que pode ser lido pelo conceito de não-lugar de Marc Augé, trabalhado no terceiro capítulo desta monografia. Por isso, parece interessante, utilizar a netnografia enquanto método, como conceituam as pesquisadoras Paula Rocha e Sandra Montardo (ROCHA; MONTARDO, 2005). O imaginário virtual criado pelos usuários desse não-lugar é, então, analisado a partir da técnica de observação não participante.

Rocha e Montardo (2005) definem o termo netnografia a partir do pesquisador estadunidense Robert Kozinets. Kozinets defende a netnografia como “uma nova metodologia de pesquisa qualitativa que adapta técnicas da pesquisa etnográfica⁵ para o estudo de culturas e comunidades emergindo através das comunicações mediadas por computador” (KOZINETTS, 2002, p. 2).

À luz dessas considerações, esta pesquisa se pauta na análise de dados qualitativos através de um estudo de caso com viés netnográfico para entender o objeto de estudo e estabelecer correlações com a sociedade contemporânea. Portanto, a netnografia é utilizada como maneira de analisar as interações e o compartilhamento de conteúdo dos indivíduos que disseminam o *Vaporwave*.

Além da pesquisa bibliográfica, o texto a seguir conta com a análise do conteúdo das postagens publicadas num dos sites de redes sociais em que o movimento mais se faz vivo, o Reddit, especificamente a comunidade “R/*Vaporwave*”, que conta com 132 mil membros. O Reddit por ser um site de rede social que funciona como um fórum online, viabiliza o compartilhamento de posts que redirecionam a outros sites, como o Youtube, o Bandcamp⁶ e outros fóruns do próprio Reddit. Assim, as postagens foram escolhidas a partir dos seguintes critérios: maior número de comentários, curtidas e visualizações no período de 1 ano, de 31 de maio de 2018 até 31 de maio de 2019. A amostragem não é probabilística, mas é uma

⁵ De acordo com Baztán, citado por Rocha e Montardo (2005, p.8), é o estudo descritivo da cultura de uma comunidade, ou de algum de seus aspectos fundamentais, sobre a perspectiva de compreensão global da mesma.

⁶ Rede popular de distribuição de música alternativa e artistas independentes.

população culturalmente representativa. Portanto, é uma pesquisa subjetiva que analisa pessoas, percepções, sentimentos e ideias, sendo essencialmente interpretativa.

2 O CAMINHO PARA UMA SOCIEDADE FANTASMAGÓRICA

Percebemos a importância de começar as discussões acerca deste trabalho com um termo polêmico: pós-modernismo. A crise da modernidade é um momento propício para aflorar discussões entre diferentes perspectivas e posicionamentos teóricos. Pós-modernidade é um conceito amplo, que não designa uma escola de pensamento em específico, estilo artístico ou movimento organizado. A modernidade, enquanto projeto, foi superada, não suprimindo mais os dilemas da sociedade contemporânea? Discutir essa nova fase, principalmente em sua dimensão cultural, é essencial para entendermos como chegamos a novos formatos de arte, especialmente *onlines*.

Neste sentido, este capítulo tem como objetivo investigar mais profundamente a polêmica do pós-modernismo, não apenas a sua definição, mas os seus condicionantes, principalmente na esfera cultural. Iniciaremos com um breve debate sobre a modernidade, para em seguida estabelecer uma relação entre modernidade e pós-modernidade e, posteriormente, analisar com maior profundidade os aspectos culturais dessa nova fase, partindo de Zygmunt Bauman e Fredric Jameson. Dessa maneira, pretendemos entender questões imprescindíveis para a construção de fenômenos artísticos da sociedade contemporânea.

2.1 A polêmica da pós-modernidade

Para iniciarmos as discussões sobre a pós-modernidade, é importante tecer algumas considerações sobre o modernismo em si. Embora alguns autores relacionem exclusivamente o surgimento do conceito de modernidade ao Renascimento ou ao Iluminismo, ele surge historicamente antes desses movimentos. Considerar-se moderno foi uma dinâmica tanto no século 12 d.C., na época de Carlos o Grande, quanto na polêmica intelectual da Querela dos Antigos e dos Modernos⁷ da França no século 18 d.C. Tempos em que uma nova consciência foi criada, sendo necessária a reconsideração do modelo sociocultural em que se vivia (FOSTER, 1983).

O século XVII, também chamado de “O Grande Século”, trouxe exímios pensadores para a nossa história. Galileu Galilei, Francis Bacon, René Descartes. Esses foram alguns dos muitos nomes essenciais para o desenvolvimento do pensamento ocidental. Com a Revolução

⁷ Segundo Foster (1983), foi uma polêmica intelectual na Academia francesa em que se debatia a superioridade ou não dos autores da Antiguidade Clássica perante o pensamento moderno.

Científica deste mesmo século, novas descobertas passaram a colocar a razão na disputa pelo local até então ocupado pela fé. Assim, a racionalidade passou a ser percebida como uma ferramenta possível de ser utilizada para uma melhor compreensão sobre o universo. O iluminismo, tendo como alicerce o racionalismo, foi a força motriz para os estadunidenses do Norte em sua luta pela independência, aos franceses na luta contra o absolutismo e aos líderes da América Espanhola em seus movimentos anticoloniais. A razão torna-se indispensável à civilização, até mesmo na prática religiosa. A racionalidade, a lógica e a consciência da individualidade do sujeito eram as soluções para as adversidades enfrentadas, chegando a pontos de vista que seriam aplicados à sociedade como um todo (ARAÚJO, 2007).

O início do momento moderno historicamente possuía a pretensão de ir na contramão da tradição, em direção ao exame crítico da razão e da experimentação, mesmo que muitos costumes tenham permanecido em diversas esferas da vida. Três grandes eventos foram imprescindíveis para o rumo da era moderna: a descoberta da América e a consequente nova visão de mundo, a Reforma na Igreja e o desenvolvimento do telescópio, apontando como o ponto de partida de uma nova ciência (ARAÚJO, 2007). Ela é sinônimo de sociedade moderna ou civilização industrial e está relacionada a um conjunto de ideias perante o mundo, segundo Araújo:

como a idéia de que o mundo é passível de transformação pela intervenção humana; um complexo de instituições econômicas, em especial a produção industrial e a economia de mercado; toda uma gama de instituições políticas, como o Estado nacional e a democracia de massa; a primazia e a centralidade do indivíduo e não, do grupo como sujeito de direitos e de decisões; o primado da subjetividade; o pluralismo e a ideologia; a concepção linear de história; a realimentação mútua entre ciência e tecnologia, com a hegemonia de sua racionalidade própria; o predomínio cada vez maior do simbolismo formal de cunho numérico-matemático (informática); a pesquisa e industrialização em níveis diversos de qualidade técnica (transformadora, inovadora, criadora); a burocratização e a organização política da sociedade (2007, p. 26).

Com o decorrer da história, o projeto moderno passou a sofrer árduas críticas, muitas delas, inclusive, falam sobre estarmos agora em uma nova fase: a pós-modernidade⁸. Existem vários autores que defendem esse conceito, assim como inúmeras divergências entre eles. É um termo extremamente amplo que se perpetua na música, no cinema, na literatura, na ciência, e não designa uma escola de pensamento específica ou um movimento formado. Há, no entanto, uma espécie de senso comum sobre a aplicação dos termos pós-modernidade e pós-modernismo, dessa maneira é preciso ir além de defini-los e contextualizá-los.

⁸ No texto, assumimos sentidos diferentes aos termos “pós-modernidade” e “pós-modernismo”. Ao falar em “pós-modernidade”, o sentido atribuído é o de periodização, enquanto “pós-modernismo”, um sentido estético e cultural.

A ideia do pós-moderno surge após a Segunda Guerra Mundial, subsequente a todas os traumas causados por ela. Jean-François Lyotard (apud KARASEK, 2010) foi o primeiro autor a conceituar o termo pós-modernidade, associando esse conceito à abolição da noção de verdade, decretada em função da perda da credibilidade das metanarrativas. É dessa maneira que as experiências da pós-modernidade são pautadas pelo fim da crença de visões totalizantes e universais da história, tendo o saber marcado pelas incertezas, desconstruções e diferentes perspectivas (LYOTARD, 1986 apud KARASEK, 2010).

O crítico literário Andreas Huyssen (apud HOLLANDA, 1992, p.15-81) defende que as discussões sobre o pós-modernismo sejam feitas de uma forma séria, sem ridicularizações ou negações. Ele tece as suas considerações sobre a condição pós-moderna a partir de dois polos: o afirmativo, em que fazem parte as manifestações artísticas que mesmo com as suas aparentes desconstruções acabam por reafirmar os valores da sociedade⁹; e o crítico, no qual efetivamente há uma ruptura com os valores pré-estabelecidos.

Afirma Huyssen (apud HOLLANDA, 1992) que o elemento mais importante que o pós-modernismo nos oferece é a ruptura com as dicotomias entre passado e presente, tradição e inovação, cultura de massas e alta cultura, “parte da mudança que tenho tentado descrever reside no fato de que estas dicotomias, básicas para as análises clássicas do modernismo, tenham caído por terra” (apud HOLLANDA, 1992, p. 74). A crise do modernismo marcou então uma nova forma de perceber a relação entre a arte e a sociedade, superando a ideia de uma arte engajada com a transformação social. É nesse sentido que cabe o uso do termo pós-modernidade, mesmo que essas transformações não impliquem uma total ruptura com a modernidade em si, pois a própria ideia do pós-moderno existe apenas a partir de uma perspectiva relacional com a modernidade (apud HOLLANDA, 1992).

Já Habermas (apud MONTEIRO, 1995) elabora duras críticas ao conceito de pós-modernidade. Para ele, o projeto da modernidade, definitivamente, ainda não chegou ao seu fim. Inclusive, assumir a existência da pós-modernidade seria assumir a decadência do projeto iluminista, que é por excelência moderno, em conjunto a todo o ideário de racionalidade e progresso. Habermas também percebe o século XX como o grande culpado por aquecer frustrações à modernidade. Assumir uma postura pós-moderna seria, na verdade, ser anti moderno, uma vez que os pós-modernos em suas tentativas de negar e transcender a tradição acabam por permanecerem presos aos pressupostos modernos. O autor percebe a importância

⁹ Huyssen utiliza uma ida ao museu com seu filho para exemplificar a incoerência da arte pós-moderna. No museu, percebe que a arte pós-moderna existe também sob as velhas concepções sobre a arte: não tocar, não ultrapassar. O museu é visto como templo, o artista como profeta e a obra como objeto de culto (apud HOLLANDA, 1992).

de refutar o conceito de pós-modernidade para retornarmos ao projeto iluminista (apud MONTEIRO, 1995).

Ann Kaplan é essencial para se debater o pós-modernismo culturalmente. Para Kaplan (1993), a confusão sobre o termo pós-moderno (e seus atributos) surge por eles serem aplicados a inúmeras obras, independente dos seus contextos de produção, exibição e consumo. Ademais, o termo tem uma conotação para estudiosos da cultura literária, outro para estudiosos da cultura popular¹⁰ e outro para feministas¹¹. Admite o pós-modernismo "comercial", teorizado inicialmente por Baudrillard - e McLuhan, como um fenômeno ligado ao novo estágio do capitalismo multinacional e multi conglomerado de consumo, em conjunto a todas as novas tecnologias que esse estágio produz. É radicalmente transformador do sujeito, por meio da extinção da cultura. O espaço privado não pode se opor ao público. A alta cultura e a cultura de massa já não se contrastam mais, "um mundo em que a tela da televisão tornou-se a única realidade, onde o corpo humano e máquina televisiva são praticamente indistinguíveis" (KAPLAN, 1993, p.15). Nos dias de hoje, acreditamos que tal constatação seria expansiva para a Internet e para as telas dos smartphones. Nos tornamos um só.

É nessa perspectiva que Kaplan (1993) discorre sobre o conceito de pós-modernismo não ser completamente aceito ou sequer compreendido na atualidade. As manifestações pós-modernistas emergem principalmente de dois polos: de um lado, o pós-modernismo surge como uma demarcação do fim de algumas separações fundamentais, como a alta cultura e a cultura popular, do outro lado, a noção de pós-modernidade surge como reação às formas estabelecidas do modernismo:

contra este ou aquele modernismo canônico dominante que conquistou as universidades, os museus, a rede de galerias de arte e as fundações. Os estilos antes subversivos e aguerridos - o expressionismo abstrato; a grande poesia modernista de Pound, Eliot ou Wallace Stevens (...) considerados escandalosos ou chocantes por nossos avós, são encarados pela geração que desembarcou dos anos sessenta como o establishment e o inimigo: (...) monumentos reificados que é preciso destruir para fazer coisa nova" (KAPLAN, 1993, p.26).

Zygmunt Bauman (2001) prefere usar o termo "modernidade líquida" para conceituar esse novo momento, uma vez que não acredita que tenha existido uma total ruptura com a modernidade, que chama de "modernidade sólida". Bauman (2001) caracteriza os nossos tempos como líquidos, uma época pronta e propensa à mudança. Esse é um ponto forte de separação com a modernidade sólida. Percebe que a antiga fase da modernidade também tinha

¹⁰ Adverte-nos acerca do fim dos binarismos produzidos por novas tecnologias ou é ambivalente sobre essas mudanças

¹¹ Fala sobre a busca de uma nova posição libertária que nos livre das restrições e dos limites das oposições binárias e opressivas.

como intuito acabar com os “sólidos”, mas acabou por erguer “novos e aperfeiçoados sólidos” (BAUMAN, 2001, p.9) que substituíram os do passado. A modernidade líquida¹², por outro lado, não está interessada em construir novos sólidos, mas ser livre de fundamentos fixos, de verdades absolutas.

O crítico literário marxista Terry Eagleton (1998) percebe o pós-modernismo como um fenômeno contraditório, com impulsos radicais e conservadores, característica de sociedades capitalistas em estágio avançado. A razão disso é a própria lógica do mercado, o prazer, a pluralidade, o efêmero e o descontínuo, uma grande rede de desejo em que as pessoas são reflexos passageiros. Eagleton percebe as condições da pós-modernidade como:

o "pós" é um marcador histórico ou teórico? Se a História como a modernidade a concebe não passa de ilusão, então algumas alegações pós-modernistas com efeito se mostraram verdadeiras o tempo todo, ainda que não possamos distinguir com precisão verdadeiras para quem. Para começar, nunca existiu qualquer Progresso ou Dialética ou Espírito-de-Mundo; o mundo não é assim, nem nunca foi. Mas a teoria pós-moderna desconfia de frases como "do jeito que o mundo é", ou era; será que ela não está opondo a "ilusão ideológica" à "verdade", numa jogada epistemológica que consideraria ingênua demais? Talvez então a modernidade tenha sido mesmo, no seu tempo, bastante real — talvez essas noções de progresso e de dialética e de todo o resto tenham apresentado resultados concretos, tenham de certa forma correspondido realmente a alguma realidade histórica. Mas, nesse caso, o pós-modernismo só consegue sua imunidade à ingenuidade epistemológica à custa de um historicismo que ele reputa repugnante tanto quanto. Isto também sugere certa superioridade nossa em relação ao passado, o que pode ofender seu relativismo antielitista (EAGLETON, 1998, p. 38).

Eagleton é um pensador essencial para se entender as condições artísticas do pós-modernismo, complementando suas ideias às de Fredric Jameson, que percebe a pós-modernidade como a lógica cultural do capitalismo tardio (JAMESON, 1985).

As visões sobre a existência de uma nova fase posterior a modernidade se dividem, independente dela ser vista como uma consequência, continuação ou total ruptura do momento moderno. Portanto, optamos pelo posicionamento em que, nos dias de hoje, vive-se um momento diferente da modernidade. Esse momento que é chamado de pós-modernidade (Jameson, Eagleton, Kaplan, Lyotard, Huyssen), hipermodernidade (Baudrillard), modernidade líquida (Bauman) ou cruamente a modernidade com aspectos peculiares (Habermas) é um conceito de diversas contradições internas, como a sua relação com os próprios preceitos da modernidade, porém acreditamos que não caiba a este trabalho abordá-las, para além das já mencionadas. É inegável que as profundas transformações ocorridas na década de 60 dos anos XX reverberam até hoje na sociedade contemporânea. É nesse sentido

¹² A noção de “modernidade líquida” será aprofundada no item 2 deste capítulo.

que paira a importância de debater o momento pós-moderno, a fim de compreender as novas formas culturais no contexto contemporâneo.

2.2 Modernidade líquida e o pastiche, uma nova forma cultural

O poder que o consumo exerce sobre a sociedade contemporânea e o pastiche são noções extremamente importantes para se entender a cultura no mundo atual. Por conseguinte, a fim de estabelecer essa relação, é necessário aprofundar o pensamento de Bauman sobre a modernidade líquida, brevemente apresentado no subcapítulo anterior. Bauman (2001) percebe a condição pós-moderna como um momento marcado pela angústia. Vive-se em um mundo com tantas possibilidades, cada uma mais apetitosa que a outra, que essa liberdade de escolha carrega consigo um grande fardo, acabando por gerar sensações conflitantes que vão do desejo à infelicidade. É mais fácil não ter escolhas, seguir velhos scripts, porém os tempos atuais são tempos em que isso não é mais possível, assim:

O arquétipo dessa corrida particular em que cada membro de uma sociedade de consumo está correndo (tudo numa sociedade de consumo é uma questão de escolha, exceto a compulsão da escolha — a compulsão que evolui até se tornar um vício e assim não é mais percebida como compulsão) é a atividade de comprar (BAUMAN, 2001, p.87).

É nesse sentido que tudo numa sociedade do consumo é sobre escolher e essa escolha sempre diz respeito ao comprar. O ato da compra é aqui definido para além de sua comum associação apenas a objetos em templos do consumo. Consumir é o estado em que levamos as nossas vidas. Ir ao supermercado, ao cinema, trabalhar e até mesmo sonhar, por exemplo, são atividades performadas como ir às compras. Assim, “o código em que nossa ‘política de vida’ está escrito deriva da pragmática do comprar” (BAUMAN, 2001, p.87).

Bauman (2008) conclui que essa lógica do consumo acaba implicando um dos aspectos mais notórios desta nova fase. Na modernidade líquida, o sujeito, que é por excelência consumidor, tornou-se mercadoria. Agora, até mesmo a subjetividade performa os atributos de um produto, essa transfiguração de pessoas em mercadorias é a característica mais palpável da sociedade dos consumidores, mesmo que disfarçada e encoberta a todo custo. A ocultação da realidade é produto do que Bauman chama de fetichismo da subjetividade. Esse conceito surge a partir de uma correlação ao fetichismo da mercadoria, desenvolvido por Marx, referente a fases anteriores do capitalismo. Marx define a mercadoria como:

a mercadoria é misteriosa simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens, apresentando-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho; por ocultar, portanto, a relação social entre os trabalhos individuais dos produtores e o trabalho social total, ao refleti-la como relação social existente, à margem deles, entre os produtos do seu próprio trabalho (MARX, 1994, p.81).

Marx (1994) aponta o fetichismo da mercadoria a partir da noção de que as mercadorias podem se relacionar por conta própria, sem depender da ação humana. O produto ganha vida própria para além de seu produtor, ficando esse alienado em relação à mercadoria. Dessa forma, as mercadorias ocultam as relações sociais de exploração no trabalho. Através desse pensamento, Bauman conceituou o que chama de fetichismo da subjetividade:

a “subjetividade” numa sociedade de consumidores, assim como a “mercadoria” numa sociedade de produtores, é (para usar o oportuno conceito de Bruno Latour) um fetiche – um produto profundamente humano elevado à categoria de autoridade sobre-humana mediante o esquecimento ou a condenação à irrelevância de suas origens demasiado humanas, juntamente com o conjunto de ações humanas que levaram ao seu aparecimento e que foram condição sine qua non para que isso ocorresse. No caso da mercadoria na sociedade de produtores, foi o ato de comprar e vender sua capacidade de trabalho que, ao dotá-la de um valor de mercado, transformou o produto do trabalho numa mercadoria – de uma forma não visível (e sendo oculta) na aparência de uma interação autônoma de mercadorias (BAUMAN, 2008, p.23).

Na sociedade do consumo, vende-se a subjetividade, símbolos identitários e de construção do “self”, que na verdade, acaba sendo um “simulacro”¹³ por representar ao invés de ser. Almeja-se ser uma mercadoria desejável e atraente enquanto a subjetividade é feita de ações de compras. A identidade existe, então, com um único propósito: ser vendável. Vive-se um estado ilusório, no qual cada um incorpora um produto como a sua verdade e é, por isso, instaurado um círculo vicioso de consumo, processo, descarte: o nosso propósito passa a ser definido como o consumir os sempre recicláveis desejos, anseios e vontades humanos (BAUMAN, 2008). Bauman (2008) relaciona essa questão ao medo que temos de novas ações, do desconhecido.

Estamos a todo momento imersos numa abundância de informações, vivendo um mundo em que nunca se produziu tanto conhecimento. Quanto mais informação adquirimos, menor é o poder de assimilação e o envolvimento em relação à ela, tudo acaba sendo descartável. Por conseguinte, o consumismo aposta na irracionalidade dos consumidores, estimulando impulsos que não cultivam a razão e possuem sérias implicações sobre a formação da identidade. O máximo que se constrói de identidade na modernidade líquida é a

¹³ Bauman (2008) utiliza o termo “simulacro” à luz de Baudrillard. Para o autor, na sociedade pós-moderna, a realidade não existe mais, vive-se, na verdade, uma representação dela divulgada pela mídia. Os simulacros são simulações do real que parecem mais atraentes do que o próprio objeto imitado.

noção de estilo, seja por roupas, cortes de cabelo, amigos ou lugares que se frequenta. A personalidade, então, é moldada por atos de compra, pela satisfação que se tem nesse processo. Marcas se tornam praticamente uma metonímia de quem nós somos (BAUMAN, 2008).

Bauman (2001) ressalta que o consumo, na verdade, não é relativo ao saciamento de necessidades, nem mesmo as de identificação ou auto segurança. O que move o ato do consumo é, antes de tudo, o desejo, “entidade muito mais volátil e efêmera, evasiva e caprichosa, e essencialmente não-referencial que as ‘necessidades’, um motivo autogerado e auto propelido que não precisa de outra justificção ou causa” (BAUMAN, 2001, p.88).

Tudo que se almeja é atingir a tão prometida felicidade. Bauman (2008) destaca a sociedade do consumo como a única na história a prometer felicidade na vida terrena. Ser feliz é a métrica de avaliação desse tempo em que consumir é o caminho para tal feito. Porém, essa promessa nunca é cumprida, uma vez que o mercado precisa que existam clientes que não estejam completamente satisfeitos para comprarem mais. Sempre existe um produto novo, mais atualizado e que promete uma maior satisfação que o antigo. Esse sentimento de insatisfação é gerado, inclusive, por produtos que saciam a vontade, mas criam um novo desejo. Ou seja, a frustração dos desejos é essencial para a movimentação dessa economia e o excesso de informação gerado por ela leva a uma incapacidade de assimilação por parte dos seus membros e a uma atitude “blasé” desta sociedade, em relação ao conhecimento, ao trabalho e ao estilo de vida (SIMMEL apud BAUMAN, 2008). É quando fica em evidência esse cinismo diante da vida que podemos fazer uma correlação com o pensamento de Fredric Jameson.

No sentido de estabelecer uma relação entre os dois autores é preciso também aprofundar alguns aspectos do pensamento de Jameson. Ele percebe o pós-modernismo como a dominante cultural dessa era pós Segunda Guerra Mundial. É o capitalismo em sua fase globalizada, neoliberal e pós-industrial. Dessa maneira, a mudança em relação à modernidade parte da forma de funcionamento da produção cultural, percebendo “o pós-modernismo não como um estilo, mas como uma dominante cultural” (JAMESON, 1985, p.29).

Para fundamentar a destruição da autonomia da cultura, Jameson cita a noção de “capitalismo tardio”, que é a terceira etapa do capitalismo, em que as leis por aparecerem em seu estado puro acabam implicando o fim da liberdade na cultura, elaborada pelo economista Ernest Mandel, assim:

o “capitalismo tardio” propõem-se não apenas a fazer a anatomia da originalidade histórica dessa nova sociedade (que ele [Mandel] considera como um terceiro

estágio ou momento na evolução do capital), mas também a demonstrar que se trata aí de nada mais nada menos do que um estágio do capitalismo mais puro do que qualquer dos momentos que o precederam) (JAMESON, 1985, p. 29).

Mandel identificou três diferentes fases do capitalismo partindo da concepção de “ondas longas”: o capitalismo de mercado, o capitalismo de monopólio ou imperialismo, e o momento atual, o capitalismo pós-industrial ou multinacional. Portanto, o capitalismo tardio é lido como a expansão das grandes corporações multinacionais pela globalização dos mercados e do trabalho, pelo consumo de massa e pela intensificação dos fluxos internacionais do capital. O seu início se deve a passagem das relações industriais para as pós-industriais, marcadas pela exploração de bens simbólicos, por exemplo, a cultura e a informação (JAMESON, 1985).

Segundo Jameson (1985), na modernidade, a cultura era detentora de uma autonomia parcial, agora, na pós modernidade, isso não existe mais. O autor percebe o conceito de indústria cultural, desenvolvido por Adorno e Horkheimer, como imprescindível ao entendimento da cultura, que hoje se encontra globalizada. Agora, estar “fora” do pós-modernismo não é uma opção, uma vez que todo o aspecto cultural funciona segundo esse paradigma. Cada vez mais imersos na ideologia capitalista, “é mais fácil imaginar o fim do mundo que o fim do capitalismo” (apud FISHER, 2009, p.10). Esse é o sentimento disseminado de que o capitalismo não é apenas o único sistema possível e imaginar uma alternativa efetiva a ele soa impossível. O pós-modernismo é, então, também um “conceito de periodização” (JAMESON, 1985, p. 17), ou seja, uma manifestação que se expressa no tempo.

Os artistas do alto modernismo que nasce como uma espécie de luta contra a cultura de massa, foram a última expressão do artista-artesão. A alta cultura que até a modernidade era produzida pelo artista-artesão, agora, é absorvida e subordinada pela mídia (JAMESON, 1985). Ou seja, a obra de arte única, derivada do ato criativo do artista foi perdida, a arte na pós modernidade existe sob a condição de gerar lucro para o capital, para além do desenvolvimento de uma marca estilística.

A cultura é um aspecto que sofre extrema influência de vivermos na sociedade do consumo, um momento com todas essas mazelas apontadas por Bauman. Assim, Jameson (1985) percebe a cultura pós-moderna como a cultura da sociedade dos consumidores. O espectro cultural ganha um novo papel em meio a saturação das relações sociais por signos e mensagens, devido ao desenvolvimento da produção de mercadorias em conjunto à ascensão

das tecnologias da informação, cabe então dizer que "tudo em nossa vida social tornou-se cultural" (JAMESON, 1985, p.74).

Eagleton (1983) complementa as ideias de Jameson ao pontuar que na cultura pós-moderna existe um distanciamento de toda crítica do modernismo e da vanguarda (Surrealismo, Dada, Futurismo, Cubismo e Expressionismo), com suas experiências “bizarras” anti representação. É da vanguarda que a pós-modernidade herda a dissolução da arte na vida social, a repulsa à tradição e a oposição à “alta” cultura, mesmo que alguns elementos da modernidade sejam preservados, como o “eu fragmentário e esquizóide” (EAGLETON, 1983, p.68). De acordo com Jameson (1985) a arte pós-moderna não é mais um reflexo, uma vez que não existe mais um senso de realidade. A dissolução da arte e da vida social em uma *commodity* implica que a realidade se torna a estética. As experiências cubistas de Picasso, o Surrealismo de André Breton, a irreverência de Duchamp não chocam mais a nossa sociedade, ficamos acostumados a propagandas com inspirações do Dada e a ter todas essas vanguardas que no passado foram transgressoras legitimadas pela universidade. Nesse sentido, Jameson (1985) discorre sobre a perda do potencial transformador das vanguardas. A obra de arte agora é lida como “materialidades significantes pairando livremente, cujos significados estão em vias de se evaporarem” (JAMESON, 1985, p.24), afastando-se do poder de nomear a realidade. É a partir desse momento que as possibilidades de inovações estilísticas se esgotam, surgindo o pastiche e uma temporalidade esquizofrênica¹⁴.

O pastiche é certamente um ponto principal na leitura do pós-modernismo por Jameson que pode ser analisado no *Vaporwave*. Esse movimento tem como base a apropriação das estéticas dominantes dos anos 1980 e 1990, desmanchando significações e produzindo novos sentidos por meio de montagens, que são constituídas por músicas, vídeos, imagens estáticas e textos. É a evidência de uma sociedade que, segundo Jameson (1985), ficou obcecada pelo simulacro, pela cópia ao invés do original. Assim, surge o pastiche, que “como a paródia, é o imitar de um estilo único, peculiar ou idiossincrático, é o colocar uma máscara linguística, é falar uma linguagem morta” (JAMESON, 1985, p.44). É o simulacro platônico, a cópia de algo que nunca existiu.

Eagleton (1983), de certa maneira, contesta a visão de Jameson sobre a predominância da arte pós-moderna ser o pastiche. Ele sugere que paródia possui um papel fundamental na arte dos nossos tempos, mesmo que não seja de forma consciente, como postula:

¹⁴ Esse aspecto será aprofundado no capítulo 3 deste trabalho.

o que se parodia na cultura pós-moderna, com sua dissolução da arte nas formas predominantes de produção de mercadorias, é nada menos que a arte revolucionária de vanguarda do século XX. É como se o pós-modernismo fosse, entre outras coisas, uma piada de mau gosto à custa desse vanguardismo revolucionário, que tinha como um de seus principais impulsos, como Peter Bürger defendeu convincentemente em seu Teoria da vanguarda, dismantelar a autonomia institucional da arte, eliminar as fronteiras entre cultura e sociedade política e repor a produção estética no seu lugar humilde e desprivilegiado, no conjunto das práticas sociais (EAGLETON, 1983, p.53)

Ann Kaplan (1993) em seus comentários sobre as obras de Jameson bem postula sobre a questão do pastiche e da paródia, apontando a hegemonia do pastiche em detrimento da paródia. No momento em que existe uma fragmentação total da sociedade, quando não existe nada além da diversidade e da heterogeneidade estilísticas, é o momento em que aparece o pastiche e a paródia se torna impossível. O pastiche "é uma prática neutra dessa mímica, sem a motivação ulterior da paródia, sem o impulso satírico, sem o riso, sem aquele sentimento latente de que existe algo normal, comparado ao qual aquilo que está sendo imitado é muito cômico. O pastiche é a paródia vazia, a paródia que perdeu seu senso de humor" (JAMESON, 1985, p.44 apud KAPLAN, 1993, p.29).

É possível, ainda, unir a noção do pastiche ao pensamento de Bauman sobre a modernidade líquida. Se para Bauman (2008) as inviáveis promessas de felicidade plena e instantânea através do consumo nunca são realmente realizadas, ocasionando um estado de completa apatia e cinismo, pode-se entender que esse estado repercute, inclusive, na relação com a produção artística. Quando não se acredita no presente e não se enxerga um futuro, já que o momento atual é extremamente líquido, rodeado de incertezas e decepções faz sentido ficarmos presos ao passado e a arte escolher como saída o pastiche. Assim, a obra de arte nasce vazia de sentido e neutralizada da história (JAMESON, 1985). Seria o *Vaporwave* um movimento estritamente crítico à sociedade do consumo, simplesmente a consagração do pastiche ou os dois?

Estamos, então, presos a um presente que está viciado em voltar ao passado, inaptos a construção de novos futuros. Representa-se, na verdade, não o passado por si, mas as nossas percepções e estereótipos sobre o passado, que logo se transforma em história *pop*. É nesse sentido que a produção cultural fica condicionada a um espaço mental que está condenado a buscar a história através de imagens *pop* e simulacros (JAMESON, 1985). Vivemos num mundo em pessoas nascidas em 1997 se sentem nostálgicas pelos não vividos anos 1980. É nessa lógica que somos uma sociedade assombrada, fantasmagórica (TANNER, 2015).

Queremos usar *mom jeans*, guardar dinheiro em pochetes, jogar jogos *8 bits*¹⁵, ouvir músicas em Toca Discos, escrever em máquinas tipográficas, postar fotos com filtros analógicos no Instagram, criar montagens no Photoshop com bustos greco-romanos e cores neons. É a nostalgia de um passado que não existe da maneira que acreditamos que exista. A nostalgia de um passado que nunca foi vivido. Essa obsessão em construir o presente com referência de décadas passadas quase que por meio de uma alegoria é um tema central deste trabalho, imprescindível ao surgimento de diversos movimentos da arte na pós-modernidade, como o *Vaporwave*.

¹⁵ Jogos antigos que tinham seus gráficos extremamente pixelados.

3 CONSIDERAÇÕES SOBRE O TEMPO E O ESPAÇO

As mudanças que permeiam o tempo-espaço são necessárias para compreender as novas formas de arte na sociedade contemporânea. É nesse sentido que entendemos a importância em abordá-las. Dessa forma, no primeiro item deste capítulo mencionaremos mudanças relacionadas ao tempo na pós-modernidade, por meio das ideias de Manuel Castells, Zygmunt Bauman e Fredric Jameson. O segundo item fala sobre mudanças relacionadas ao espaço, a partir do pensamento de Marc Augé e Michel Foucault.

3.1 Redes, internet e novas considerações sobre o tempo

O conceito de rede sempre existiu, mas, definitivamente, o século XXI trouxe consigo uma nova aplicação a esse termo: a internet. Para discorrer sobre esse fenômeno que ocasionou diversas mudanças em como lidamos com o espaço e o tempo, expandindo-se para a arte, é primeiro necessário abordar as bases da Revolução da Tecnologia da Informação que marcou todas as esferas da atividade humana. O sociólogo Manuel Castells toma essa revolução como ponto de partida para analisar a nova sociedade, economia e cultura em formação. O autor ressalta que “a tecnologia não determina a sociedade: incorpora-a. Mas, a sociedade também não determina a inovação tecnológica: utiliza-a (CASTELLS, 2009, p. 43)”. Ou seja, ele refuta o determinismo tecnológico ao colocar os seres humanos como detentores da tecnologia e, assim, como controladores dessas inovações, escolhendo os fins para os quais tais meios são utilizados.

Castells (2009) atribui à Revolução da Tecnologia da Informação uma importância comparável à Revolução Industrial do século XVIII. Segundo o sociólogo, a característica da atual revolução tecnológica é a aplicação da informação para geração de novos conhecimentos e dispositivos que propagam o acúmulo informacional, num ciclo retroativo entre a inovação e o uso. No entanto, tal revolução se encontra em meio a um dilema: ao mesmo tempo em que o mundo está cada vez mais conectado, existem muitos lugares que estão excluídos dessa integração. A lógica das redes é uma marca extremamente importante do momento atual, uma vez que se vive um tempo em que as redes globais conectam e desconectam seus nós a partir de decisões estratégicas, enquanto os indivíduos constroem suas organizações por meio do que são ou do que acreditam ser. Para Castells (2009), “nossas sociedades estão cada vez mais estruturadas em uma oposição bipolar entre a Rede e o Ser” (p. 23).

É a partir da noção de rede que surge a possibilidade de criar coletivamente em meio a um dos mais notórios frutos dessa revolução tecnológica: a internet. Para além de uma rede de computadores interligados, Castells (2009) vê no ciberespaço um lugar de possibilidades múltiplas. O autor percebe esse sistema de comunicação como o meio pelo qual um novo tipo de cultura surge: a cultura da virtualidade real. Essa nova cultura denomina a ligação entre o real e o virtual, uma vez que as mídias digitais acabam por representar o mundo concreto virtualmente. Assim, para Castells (2009) não há oposição entre real e virtual no mundo de hoje. Nesse sentido, não se vive uma “realidade virtual”, mas uma “virtualidade real”. O mundo “real” pode ser acessado de diversas formas e lugares.

A tecnologia permitiu a compactação de todos os tipos de mensagens, sons e imagens, a fim de formar uma rede que comunica todos os símbolos. Assim, existem diversas microrredes no mundo, dos mais variados tipos. A sociedade em rede surge, então, no contexto em que a sociedade de massa se transforma no que Castells chama de sociedade segmentada, pois as novas formas de tecnologia possibilitam que a audiência escolha exatamente o que quer ver (CASTELLS, 2009). Um importante aspecto da cultura mediada pelo computador é a multimídia, que é caracterizada por integrar diferentes veículos de comunicação em conjunto ao seu potencial interativo:

talvez a característica mais importante da multimídia seja que ela capta em seu domínio a maioria das expressões culturais em toda a sua diversidade. Seu advento é equivalente ao fim da separação e até da distinção entre mídia audiovisual e mídia impressa, cultura popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão. Todas as expressões culturais, da pior a melhor, da mais elitista a mais popular, vêm juntas nesse universo digital que liga, em um supertexto histórico gigantesco, as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa. Com isso, elas constroem um novo ambiente simbólico. Fazem da virtualidade nossa realidade (CASTELLS, 2009, p. 394).

Castells (2009) percebe a internet como uma ferramenta extremamente importante na formação da cultura consumista estruturada em rede, uma vez que ideias e pensamentos são propagados por meio dela. Assim, “a internet é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores (CMC): é a rede que liga a maior parte das redes” (CASTELLS, 2009, p. 431). Para o autor, essa rede também possui uma marcante característica em relação às interações sociais proporcionadas por ela: as comunidades que são formadas por meio da internet não são irreais, funcionam num outro plano da realidade. São majoritariamente baseadas em laços fracos, diversificadas e especializadas. É por esse ângulo que Castells (2009) percebe essa nova tecnologia como uma alternativa promissora para a resolução de

algumas questões da sociedade pós-moderna, como a solidão, pois proporciona um novo tipo de sociabilidade.

No mesmo sentido que Castells, Zygmunt Bauman (2008) compreende o tempo atual, referido pelo autor como modernidade líquida¹⁶, como um momento marcado pela produção de informação em excesso. O autor entende a contemporaneidade como um tempo em que há a oferta de uma quantidade imensa de signos descontextualizados que são conectados uns aos outros de forma quase aleatória. Volumes que são cada vez maiores de informação são distribuídos a uma velocidade alta, tornando complicada a criação de narrativas e sequências de desenvolvimento. A rapidez, o excesso e o desperdício são as bases de nossa sociedade e a internet é o meio pelo qual isso se torna mais evidente.

Ao discorrer sobre o potencial da internet, Bauman (2008) desenvolve o seu pensamento em uma direção divergente de Castells. Enquanto Castells (2009) percebe a internet como um meio que majoritariamente possibilita democratização e liberdade para seus usuários, Bauman (2008) defende que tal pensamento é uma ilusão, pois essa tecnologia acaba por ser um meio pelo qual é criado um falso engajamento, mesmo que a reconheça como um facilitador no que se refere ao acesso à informação e à liberdade de expressão dos indivíduos. Para o autor, a abundância de informação implica uma diminuição do poder de assimilação e envolvimento da sociedade em relação a si mesma.

A internet alterou, inclusive, as noções de tempo e espaço. Para Castells (2009), neste novo panorama, as localidades ficam dispersas do seu sentido cultural, histórico e geográfico, para reintegrarem-se em redes ou colagens de imagens. O espaço desse novo mundo informacional é chamado pelo autor de “espaço de fluxo”, contrapondo-se aos antigos “espaços de lugares”.¹⁷ Nos espaços de fluxo, o tempo é apagado, uma vez que passado, presente e futuro podem interagir na mesma mensagem, ocorrendo a inclusão de diversas expressões culturais. Destarte, o espaço de fluxos e o tempo intemporal são a base da cultura contemporânea. Para o autor, a cultura da virtualidade real transforma o irreal em realidade (CASTELLS, 2009).

Bauman (2008) também entende a mudança do tempo para a sociedade pós-moderna como um fator extremamente importante para se pensar a cultura nestes tempos. Para o autor, o tempo da sociedade moderna líquida é um tempo pontilhista, no sentido de ser descontínuo e não dimensional. Assim, existe uma renegociação do significado do tempo. Para o autor,

¹⁶ Conceito analisado no capítulo dois desta monografia.

¹⁷ Castells (2009) descreve “espaço de fluxos” como redes invisíveis criadas pelo avanço da tecnologia da informação. Esse espaço permite a criação e destruição de lugares. Os “espaços de lugares” são dicotômicos e anteriores aos de fluxo, existem de maneira independente às novas tecnologias.

esse tempo pontilhista é fragmentado, construindo-se a partir de uma multiplicidade de instantes que parecem eternos. É nesse sentido que os momentos são sempre interrompidos por novos instantes, criando situações descontínuas. A sociedade de consumidores tem como regra uma busca incessante pelo novo, o antigo, dessa forma, é sempre preterido. Bauman (2008) ressalta que isso é aplicado, inclusive, em relacionamentos.

No mesmo sentido, Castells (2009) ressalta que embora as sociedades contemporâneas ainda sejam dominadas pelo tempo cronológico, o tempo é cada vez mais fragmentado, dissociando-se de suas antigas características: o tempo linear, irreversível e mensurável. Essa fragmentação ocasiona uma mistura de tempos, criando um universo eterno, que não é cíclico, mas aleatório. É da ordem do tempo intemporal e a tecnologia é a ferramenta pela qual se cria os presentes eternos.

Antes dos autores citados, Fredric Jameson (1985) já dissertava importantes considerações sobre o tempo no momento pós-moderno. Para o autor, na modernidade, coexistiam temporalidades: a do campo, em que se nascia; a da cidade, em que se estudava e trabalhava; a da velhice; a da morte. A vida era moldada a partir da passagem de tempos. Na pós-modernidade, Jameson percebe a esquizofrenia como a principal característica do tempo. Quando fala em esquizofrenia, Jameson utiliza o sentido teórico elaborado pelo psicanalista Jacques Lacan para aplicá-lo à cultura. A teoria lacaniana parte da relação de significados e significantes e dos possíveis transtornos entre eles a partir da linguagem.¹⁸ Dessarte, a temporalidade humana (a ideia de presente, passado e futuro) é um efeito da linguagem. A esquizofrenia se configura como um problema da linguagem, nas palavras de Jameson (1985):

a experiência esquizofrênica é uma experiência da materialidade significante isolada, desconectada e descontínua, que não consegue encadear-se em uma sequência coerente. O esquizofrênico não consegue desse modo reconhecer sua identidade pessoal no referido sentido, visto que o sentimento de identidade depende de nossa sensação da persistência do “eu” e de “mim” através do tempo (p. 22).

É nesse sentido que Jameson aborda a “morte do sujeito” atrelado à pós-modernidade e ao capitalismo tardio. O sujeito não encontra sua identidade pessoal e por isso não consegue se diferenciar do restante do mundo, perdendo a noção da continuidade do tempo. O esquizofrênico se encontra inerte em meio ao bombardeamento de informação dos tempos atuais. Os meios de comunicação possuem um importante papel na disseminação dessa nova

¹⁸ Os significados e os significantes compõem a teoria da linguagem psicanalítica. A partir dos conceitos estipulados pelo linguista Saussure, Lacan utilizou a linguagem para analisar o inconsciente. A linguagem é formada pelos significantes, que remetem aos sujeitos situações do inconsciente (como sonhos e atos falhos). O significado é, portanto, também mutável, pois se comporta como um significante. O signo é a articulação do significante com o seu significado (apud JAMESON, 1985).

temporalidade, uma vez que a enorme quantidade de informações propagadas em um pequeno espaço de tempo extrai dos espectadores o senso de continuidade temporal. Para o autor, essa confusão provocada inibe a sociedade de um pensamento crítico. Por isso, percebe o pós-modernismo como um momento cultural fruto da cultura de massa capitalista (JAMESON, 1985).

O paradigma informacional, a sociedade em rede e a temporalidade esquizofrênica são elementos importantes para o entendimento do surgimento de movimentos artísticos na contemporaneidade. O tempo é uma dimensão significativa para o início desse debate, porém, é inevitável reconhecermos a predominância do espaço no momento pós-moderno, que é o que será discutido no próximo subcapítulo.

3.2 Não-lugar e heterotopia

Hoje, shopping centers, supermercados, autoestradas, consultórios, aviões, ônibus, trens, metrô, hotéis multinacionais e centros comerciais são espaços em que estamos constantemente. Esses espaços, apesar de tão familiares, despertam sentimentos confusos, inclusive em relação a nós mesmos, muitas vezes gerando sensações de anestesia sobre a vida fora deles, revelando mazelas dos nossos tempos. Por estarem tão presentes no cotidiano da sociedade contemporânea, são objetos recorrentes e extremamente importantes para a criação do universo onírico e fantástico que é o *Vaporwave*, movimento artístico que analisamos neste trabalho.

Marc Augé trouxe novas percepções sobre esses espaços, a partir da supermodernidade¹⁹, termo pelo qual se refere a condição pós-moderna. O autor chegou à conclusão que a supermodernidade é a grande criadora desses não lugares. Para entender o que é o não lugar, é preciso antes citar algumas características de seu oposto: o lugar antropológico. Augé (1994) define o lugar antropológico como identitário, relacional e histórico. Assim, o não lugar é definido como um espaço que não é identitário, nem relacional, nem histórico. Para o autor, o espaço do viajante é o arquétipo do não lugar:

onde nem a identidade, nem a relação, nem a história fazem realmente sentido, onde a solidão é sentida como superação ou esvaziamento da individualidade, onde só o movimento das imagens deixa entrever, por instantes, a quem as olha fugir, a hipótese de um passado e a possibilidade de um futuro (AUGÉ, 1994, p. 81).

¹⁹ Augé (1994) define a supermodernidade como um período posterior à modernidade marcado pela superabundância de informações.

Augé (1994) acrescenta a esse pensamento as duas faces do “não lugar”, que são complementares, mas distintas. O não lugar é um espaço que designa um fim, que pode ser o transporte, o comércio, o entretenimento, a saúde, mas também fala sobre a relação que os indivíduos mantêm entre si e com esse espaço. Na pós-modernidade, o fim é comprar: viagens para lugares exóticos, alimentos da moda, visitas ao médico ou apenas vislumbrar pelo shopping o mar de possibilidades que o capitalismo tardio nos oferece. Dessa forma, os não lugares criam uma tensão solitária, enquanto o lugar antropológico cria um social orgânico. É por essa perspectiva que é possível estabelecer uma correlação com a modernidade líquida. Um não lugar se caracteriza a partir da transitoriedade, efemeridade, tornando vínculos identitários, históricos e relacionais líquidos. Só existe um fim: a circulação.

A dinâmica dos não lugares é entendida por meio de palavras ou textos que são apresentados: placas como “É proibido fumar” em restaurantes, “Pague aqui” em lojas de conveniência, “Retire o ticket” em estacionamentos pagos, “Cuidado com o trem entre o vão e a plataforma”, o clássico comando de cada estação do MetrôRio. Fica implícito que é preferível à comunicação nesses espaços que se dê através de textos, evitando ao máximo a interação com outros indivíduos, mesmo que se esteja cercado de pessoas. É o que Augé (1994) chama de invasão do espaço pelo texto.

No mesmo sentido, esse espaço é também invadido pelas músicas. É a partir do *muzak* que a experiência auditiva dos não lugares é construída. O músico Schoenberg (apud KUNDERA, 2015) destacou que o papel da música, a partir do século XX, seria delegado à condição de ruído. O rádio foi a grande ferramenta pela qual pautava essa teoria: ele nos abarrota de músicas sem perguntar se queremos escutá-las. A música se torna um simples ruído, uma vez que é ouvida em todos os lugares incessantemente, há música em lojas de departamento, salas de espera de consultórios, metrô, carros, restaurantes, elevadores. Essa música que se torna um ruído possui uma característica importante: ela é anônima, pois só existem fragmentos de diversas canções que acabam por se tornarem irreconhecíveis (apud KUNDERA, 2015). Surge, então, a noção de *muzak*. O *muzak* é definido como uma adaptação facilitada de obras mais complexas, rítmica ou harmonicamente, sempre retirando a letra dessas canções. Arranjos mais comedidos substituem as sonoridades e timbres que facilitam o reconhecimento de suas fontes. Existem alguns gêneros musicais preferidos na escolha de composições *muzaks*, como a bossa nova, as canções temáticas de filmes clássicos, baladas românticas, músicas famosas do momento, boleros, jazz (RODRIGUES, 2011).

O espaço da supermodernidade - que é o não lugar - trabalha uma contradição, uma vez que nele as pessoas se tornam indivíduos: cliente, passageiro, usuário, apenas mais um em

meio à multidão, parte de um grupo de massa. O indivíduo fica liberto de sua própria vida, de seus afazeres, angústias, memórias. Augé (1994) descreve tudo isso como “uma suave possessão, à qual se abandona com mais ou menos talento ou convicção, como qualquer possuído, saboreia por um tempo as alegrias passivas da desidentificação e o prazer mais ativo da interpretação do papel” (p. 94). Essa desidentificação tem como fruto o encontro a uma imagem estranha de si. Ou seja, o não lugar muda, inclusive, percepções que temos sobre nós mesmos. Porém, nas entradas ou nas saídas, perde-se esse anonimato, ocorre uma identificação, pois, requer-se nome, profissão, data de nascimento. É aí que em meio ao anonimato, o passageiro do não lugar reencontra sua identidade, a partir de pedágios, caixas registradoras e controle da alfândega. Por conseguinte, o não lugar não cria identidade nem relação, mas solidão e similitude (AUGÉ, 1994).

Em não lugares não há, também, relação com a história, mesmo que eventualmente ela seja transformada em elemento de espetáculo, assim como todos os exotismos e os traços locais, que acabam por não significar muito, cumprindo mais um papel de fantasia e fetichização, coexistem individualidades distintas umas às outras. O não lugar é um espaço do presente, por isso, o que impera é a atualidade e a urgência, ou seja, notícias do dia, propagandas e informação (AUGÉ, 1994). Salas de espera de aeroportos são um lugar em que isso fica bastante explícito: somos bombardeados por televisões que mostram incessantemente os noticiários do dia e todas as tragédias que existem neles, por propagandas que vem tanto da televisão quanto do próprio lugar físico, que lembram num ritmo incansável o cartão de crédito que te trouxe até ali.

O não lugar é, ao mesmo tempo, estranho e familiar. Augé (1994) usa como exemplo o estrangeiro viajante, que perdido em um país que não conhece, encontra-se no anonimato dos aeroportos, autoestradas, postos de gasolina, hotéis. No lugar do estrangeiro viajante, o sentimento de estar “em casa” surge ao se deparar com o letreiro de uma marca multinacional de algum posto de gasolina; ao perceber uma placa que indica que o próximo McDonald’s está a 5km de onde estamos; ao entrar numa loja de conveniência e notar que nada mudou nas mesmas prateleiras lotadas de alimentos de marcas globalmente conhecidas. É possível reconhecer essas marcas até mesmo quando estão em outro alfabeto. Sabe-se que a Coca-Cola é a Coca-Cola independente do texto de sua embalagem estar em hebraico ou em português. O rótulo vermelho e seu líquido preto é uma combinação que qualquer indivíduo do mundo globalizado consegue reconhecer.

É no mesmo sentido que Augé afirma que na atualidade os lugares e os não lugares se misturam, para concluir que:

no mundo da supermodernidade, sempre se está e nunca se está “em casa”: as zonas fronteiriças ou os “limites” de que ele [Descombes]²⁰ fala nunca mais introduzem a mundos totalmente estrangeiros. A supermodernidade (que procede simultaneamente das três figuras do excesso que são a superabundância factual, a superabundância espacial e a individualização das referências) encontra naturalmente sua expressão completa nos não lugares (AUGÉ, 1994, p. 100).

Assim, o não lugar é o contrário da utopia: ele existe e não abriga nenhuma sociedade orgânica. Desse modo, tal conceito pode ser associado ao pensamento do filósofo francês Michel Foucault. Para Foucault (1986), o século XX foi o século do espaço, demarcando a importância dos lugares em detrimento dos tempos e durações. Assim, desenvolveu o que chama de “heterotopia”, conceito que pode ser atrelado à noção de não lugar desenvolvida por Augé.

Foucault (1986) discorre sobre a significação que a sociedade exerce sob determinados espaços e a mudança desses significados ao longo do tempo. Ao analisar espaços que se relacionam com todos os outros, de uma forma que neutralizam, secundam ou invertem a rede de relações por si estabelecidas e refletidas ele chega a duas definições: as utopias e as heterotopias. As heterotopias são espaços que existem em níveis reais e imaginários, as utopias, no entanto, são apenas formações imaginárias, não existem na realidade.

Demarcar o que Foucault entende como utopia é essencial para compreender a noção de heterotopia. Foucault (1986) entende a utopia como um espaço sem lugar real. São lugares que são um reflexo do espaço real da sociedade, podendo mostrá-la tanto de uma maneira aperfeiçoada, quanto o completo oposto disso. Assim, utopias são espaços que, por excelência, são irreais e existem a partir de expectativas individuais e coletivas.

Os espaços heterotópicos, então, surgem a partir da noção de utopia. Para estabelecer essa relação Foucault aponta que:

Há também, provavelmente em todas as culturas, em todas as civilizações, espaços reais – espaços que existem e que são formados na própria fundação da sociedade - que são algo como contra-sítios, espécies de utopias realizadas nas quais todos os outros sítios reais dessa dada cultura podem ser encontrados, e nas quais são, simultaneamente, representados, contestados e invertidos. Este tipo de lugares está fora de todos os lugares, apesar de se poder obviamente apontar a sua posição geográfica na realidade. Devido a estes lugares serem totalmente diferentes de quaisquer outros sítios, que eles refletem e discutem, chamá-los-ei, por contraste às utopias, heterotopias. Julgo que entre as utopias e este tipo de sítios, estas heterotopias, poderá existir uma espécie de experiência de união ou mistura análoga à do espelho (FOUCAULT, 1986, p. 1).

²⁰ Augé (1994) utiliza o filósofo Vincent Descombes para abordar a questão dos lugares na supermodernidade, a partir da noção de “país retórico”. Descombes aborda nesse conceito o sentimento de estar em casa como mais atrelado ao território retórico (no sentido clássico de *atos retóricos*) do que ao território geográfico.

É nesse sentido que Foucault explora o espelho como exemplo de um espaço entre a utopia e a heterotopia. Ao olhar para um espelho, aparece-se num lugar irreal, virtual, é possível se perceber, mesmo nessa ausência. Assim, é construída a utopia do espelho. Porém, o espelho também existe enquanto heterotopia, uma vez que ele existe na realidade e gera uma contraposição à posição que se ocupa. É por meio desse reflexo que se tem noção do próprio corpo e ocorre a identificação (Ibid.). Neste momento, o espelho funciona como uma heterotopia:

transforma este lugar, o que ocupo no momento em que me vejo no espelho, num espaço a um só tempo absolutamente real, associado a todo o espaço que o circunda, e absolutamente irreal, uma vez que para nos apercebermos desse espaço real, tem de se atravessar esse ponto virtual que está do lado de lá (FOUCAULT, 1986, p. 4).

Foucault (1986) define essas heterotopias como “lugares outros”. Um espaço heterotópico é, então, ao mesmo tempo mítico e real. O reconhecimento de espaços heterotópicos é feito a partir de seis princípios, porém não cabe a este trabalho analisar todos esses princípios. Por conseguinte, apresentaremos apenas os que são relacionáveis com o *Vaporwave*. Assim, abordaremos o terceiro, o quarto e o sexto princípio, já que o primeiro, o segundo e o quinto pouco se relacionam com o objeto de estudo.

O terceiro princípio fala sobre as heterotopias conseguirem sobrepor, num só espaço material, diversos espaços que seriam inviáveis e até mesmo contraditórios, essa é a propriedade da justaposição. Foucault (1986) usa como exemplo os jardins persas. Enquanto microcosmos, esses jardins abrigavam diferentes vegetações de todas as partes do mundo real. Partes que nunca teriam existido juntas em qualquer outro lugar do cosmos. O jardim é visto como uma pequena parcela ao mesmo tempo que é a totalidade do mundo. Os tapetes persas, que surgiram a partir da reprodução desses jardins, tornavam-se jardins que podiam se locomover nos mais variados espaços.

O quarto princípio fala sobre a relação das heterotopias com o tempo. Dessa forma, as heterotopias estão relacionadas à quebra do tempo convencional, sendo também heterocronias. Foucault (1986) começa a explicar esse princípio a partir do exemplo de museus e bibliotecas, que são heterotopias acumulativas do tempo, no sentido de acumularem elementos de diversas épocas num mesmo lugar, tornando-se atemporais. Posteriormente, discorre sobre as heterotopias associadas a temporalidade na sua vertente mais efêmera e passageira, como os festivais e as festas, são temporais e detêm de uma absoluta cronicidade.

Finalmente, o último e sexto princípio fala sobre as heterotopias serem detentoras de uma função específica ao espaço que sobra, a partir de dois polos:

o seu papel será ou o de criar um espaço ilusório que espelha todos os outros espaços reais, todos os sítios em que a vida é repartida, e expondo-os como ainda mais ilusórios (parece-me ter sido esse o papel desenvolvido pelos famosos bordéis dos quais fomos privados). Ou então o de criar um espaço outro, real, tão perfeito, metucioso e organizado em desconformidade com os nossos espaços desarrumados e mal construídos. Este último tipo de heterotopia seria não de ilusão, mas de compensação (FOUCAULT, 1986, p. 7).

Definir as características determinadas por Foucault sobre os espaços heterotópicos e a noção de não lugar de Augé é extremamente importante para que possa chegar à aplicação desses conceitos no *Vaporwave* no terceiro capítulo, já que o estilo artístico existe para além das noções de tempo e espaço, atualidade e passado, real e imaginário.

4 ARTE, TEMPO E ESPAÇO NA CONTEMPORANEIDADE

A arte pode refletir questões presentes em uma sociedade. É a partir das novas considerações do tempo e do espaço no momento contemporâneo apresentadas no terceiro capítulo deste trabalho, que se analisa o *Vaporwave*. A curiosidade sobre momentos anteriores na história da arte que abordassem a justaposição de elementos de diferentes tempos e espaços nos fez chegar à Pintura Metafísica, essencial para a existência de uma expressão artística como o objeto de estudo desta pesquisa.

4.1 Pintura Metafísica: um importante antecessor

A internet é uma ferramenta que possibilita encontros inusitados de diferentes tempos e espaços para a arte contemporânea. É, portanto, curiosa a existência de uma expressão artística, anterior à perspectiva de uma sociedade que possui acesso ao passado, presente e futuro a uma tela de distância, que desenvolvia essas estranhas associações. Trata-se da Pintura Metafísica, momento artístico que aborda fusões entre elementos de diferentes momentos e lugares. Porém, para este trabalho, falaremos, especialmente, do pintor greco-italiano Giorgio de Chirico, pois as suas obras despertam um novo olhar sobre o cotidiano, assim como o *Vaporwave*.

A Escola Metafísica nunca foi um movimento artístico formal, como, por exemplo, o Cubismo. O seu princípio básico era provocar estados de espírito que levam o espectador a duvidar da existência desligada e impessoal do mundo empírico, percebendo os objetos corriqueiros como parte exterior de uma experiência imaginativa e enigmática. Isso se dava por meio de construções sólidas e definidas, completamente objetivas. É nesse sentido que a Pintura Metafísica não está interessada nos sonhos, mas nas estranhas associações que nascem a partir do cotidiano (BARBOSA, 2011). Como declara De Chirico:

É necessário um controle constante de nossos pensamentos e de todas as imagens que nos vêm à mente, mesmo quando acordados, e que têm, mesmo assim, uma íntima relação com as imagens que encontramos nos sonhos. É curioso que nenhuma imagem onírica, por mais estranha que pareça, nos atinge como força metafísica (DE CHIRICO, 1909 apud SOBY, 1955).

Era a proposta de uma nova realidade pautada num certo mistério enigmático. Ao retirar objetos e lugares de seus contextos e associá-los de maneiras disruptivas, sugere-se a criação de uma “contra-realidade” que causa estranhamento em quem a contempla (SOBY,

1955). Foi o primeiro momento na história da arte a explorar veementemente o uso de imagens de diversas épocas numa imagem só, construindo um mundo além da realidade em si. A proposta da metafísica não era subverter os objetos, mas fazer ver o que sempre esteve presente, porém escondido (SOBY, 1955).

O enigma e a melancolia são dois conceitos principais para a Pintura Metafísica. Ela requer contemplação e busca de informações e referências para que possa fazer algum sentido. Por meio de padrões arquitetônicos, elementos simbólicos, manequins, trens, chaminés, grandes espaços entre elementos e a exploração do vazio, De Chirico constrói um ambiente que é concomitantemente estranho e familiar, antigo e moderno, sereno e desconfortável (VANWAGENEN, 2016). De Chirico trabalha espaços que são locais de passagens. É nessa perspectiva que se pode ligar suas telas ao que Marc Augé posteriormente chamaria de não lugar. Os espaços de caminhada e entretenimento tornam-se espaços anônimos e de transição, não identitários, nem históricos, nem relacionais. Espaços que não são mais formados por pessoas, mas por visitantes. Visitantes que vêm e vão e dão a impressão de nunca serem captados pelo pintor, deixando a arte em sua solitária existência (VANWAGENEN, 2016).

De Chirico também usava em suas obras as estátuas, que saem como representação da vida. Manequins, nus ou vestidos à moda clássica, ou outras alusões à figura humana, sempre enigmáticos e muitas vezes desprovidos de rostos, ajudavam na discussão sobre a condição humana. Essas figurações revelavam o estranhamento dos seres humanos em relação ao meio em que vivem (VANWAGENEN, 2016).



Figura 2 - O quadro “A Musas Inquietantes” de Giorgio de Chirico produzido em 1917
Fonte: SOBY, J. **Giorgio de Chirico**. The Museum of Modern Art. 1955, p. 126

Pode-se observar no quadro acima, “As Musas Inquietantes”, as características mencionadas presentes nas obras de De Chirico. É criado um lugar sem tempo, em que existe o Castelo do Este, monumento renascentista italiano; as três musas, que são manequins frios, imóveis, sem identidade, em posições estranhas, misturando diversas concepções de beleza ao longo da história, como o ideal clássico, a representação barroca e renascentista; as chaminés vermelhas, símbolos da indústria; o chão laranja e o sombrio pôr do sol. A luz traz a esses elementos um tom de tensão, por meio de seu jogo de luzes e sombras fora do comum (ARGAN, 1992). Todos esses objetos existem sob uma perspectiva impossível, criando uma atmosfera enigmática e, de certa forma, perturbadora:

Talvez mais que qualquer outro trabalho de De Chirico, “As Musas Inquietantes” ilustram a ambivalente e metafísica natureza de seus primeiros trabalhos. Essa obra, ao mesmo tempo, atrai e repele, envolve quem a contempla por meio de uma suave aura suave e nostálgica, mas que em concomitância sugere o início de uma catástrofe. Não há nenhuma ação, a praça está parada e as estátuas também. O que vai acontecer? Não existe resposta (SOBY; BARR, 1949).

Essas estátuas denotam uma importante característica na arte de De Chirico: o senso de destruição do real e a substituição dele por seu simulacro, uma cópia do real. Em suas obras, as estátuas habitam o espaço mais do que os humanos, sendo elas imitações de seres humanos, mesmo removidas de seu status de representação. Não são apenas simulacros de pessoas, mas também simulacros dos próprios manequins e estátuas. São vazias, com rostos frequentemente apagados, corpos desproporcionais e perspectivas incomuns. De Chirico leva o espectador a um senso de alienação do mundo moderno (VANWAGENEN, 2016).

Portanto, a obra metafísica de De Chirico, situada entre a nostalgia do passado e a incerteza do futuro foi uma alternativa para a reflexão das questões levantadas em seu tempo, como a Primeira Guerra Mundial e a Segunda Revolução Industrial. O enigma do desconhecido traz um novo olhar sobre os espaços cotidianos. De Chirico não pretendeu manter qualquer relação com o mundo presente, não combateu causa alguma, nem foi aliado a alguma ideologia: pintou a morte de um universo até então extremamente vivo (ARGAN, 1992). É nesse sentido que percebemos a Pintura Metafísica, especialmente, o que diz respeito às obras de Giorgio de Chirico como um antecessor extremamente importante e necessário para a existência de um movimento como *Vaporwave* nos dias de hoje.

4.2 Afinal, o que é *Vaporwave*?

O nascimento de um movimento como o *Vaporwave* possibilita reflexões acerca do rumo da arte na contemporaneidade. Segundo o Google Trends²¹, a primeira menção ao movimento ocorreu em 2012. Esse ano é, portanto, tomado como o ano de criação dessa interessante expressão artística que tem como marca a alteração de significados de elementos cotidianos de uma sociedade tomada pela modernidade líquida e pelo capitalismo tardio. Assim, produz novos sentidos ao usual, a partir de montagens, que são feitas por músicas, vídeos, imagens estáticas e textos. É importante ressaltar que o *Vaporwave* existe quase que completamente na esfera cibernética, não tendo associações com o mundo offline, salvo algumas exceções²². Por conseguinte, a escolha de observar e monitorar o subreddit²³ “*Vaporwave*”, a maior comunidade online sobre o assunto, e, ocasionalmente, chegar a diferentes sites como o Youtube, Bandcamp e outros subreddits pareceu coerente para esta pesquisa.

É complicado chegar a uma conclusão sobre qual foi a obra responsável por iniciar o gênero. Porém, o mais comum é associá-lo ao lançamento de “*Chuck Person’s Ecco Jams Vol.1*” de Daniel Lopatin devido a duas características em específico: as colagens de sons ambientes, *muzaks*, e os *loopings* feitos a partir desses sons. Esses dois aspectos são percebidos como bases, no que diz respeito ao som, para o *Vaporwave*. O crítico musical Grafton Tanner (2015), estudioso dessa vertente artística, aponta a existência do *sample* eletrônico como um marco importante na história da arte. Pois, demarca a possibilidade de manipulação de músicas que já existem, a fim de criar canções. Tanner (2015) cita o também crítico musical Simon Reynolds (2010) ao entender o ato de samplear como uma fantasmagórica viagem no tempo. Reynolds (2010) postula o *sample* como um reflexo da transformação da música em mercadoria, a partir da invenção do mp3. Para ele, a música começa, então, a ser uma *commodity*. Ela é fadada à descontinuidade, uma vez que existe a possibilidade de pausar, avançar e voltar ao tempo em uma canção. Dessarte, a música se transfaz numa forma de regressão nostálgica.

O reconhecimento global do gênero ocorreu a partir da viralização do álbum “*Floral Shoppe*” de *Macintosh Plus* em fóruns *onlines* e sites de redes sociais. *Macintosh Plus* é um

²¹ Disponível em: < <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&q=vaporwave>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

²² A Vektroid, por exemplo, já fez um show no Brasil no XXX Bornival, porém, normalmente, os artistas do movimento não performam shows. Inclusive, pouco se sabe sobre quem de fato são os artistas que fazem parte do movimento. Disponível em: < <https://ihateflash.net/zine/vektroid> > Acesso em: 15 de maio de 2019.

²³ Termo pelo qual se chama um fórum no Reddit.

dos projetos mais relevantes do nicho, segundo o Sonemic²⁴ e, ao contrário da anonimidade que comumente enlaça os artistas, sabe-se quem está por trás: Ramona Xavier, que também é conhecida pelo pseudônimo *Vektroid*. “*Floral Shoppe*” foi de estranhos sons e imagens presentes no Bandcamp, para um dos maiores memes de 2015, consagrando-se, atualmente, como um dos mais importantes álbuns da década por veículos de música alternativa, como o Pitchfork. O escritor Adam Harper (2014) foi também de extrema importância para a ascensão do gênero, quando o apontou, em 2014, como o novo punk, por entendê-lo como um gesto crítico ao capitalismo.²⁵ Dessa maneira, foi apresentada uma nova forma de fazer arte, que continua a rodar pela Internet em uma amplitude efervescente, mantendo, até os dias atuais, a sua relevância nos *charts* experimentais, como o Bandcamp.

“*Floral Shoppe*” conta com 50 minutos de canções criadas a partir de samples de *hits* pops antigos, como “*It’s Your Move*” de Diana Ross, que gerou, inclusive, a música tema do movimento, *リサフランク420 / 現代のコンピュー*. O uso de caracteres japoneses é bem presente no gênero e a sua tradução parece importar menos do que a sua estética e o estranhamento gerado por ela.²⁶ A famosa canção de Macintosh Plus pode ser traduzida como “Lisa Frank 420/Computação moderna”, percebida por alguns participantes como uma alusão à tecnologia (Computação moderna), à psicodelia (420)²⁷ e a cultura *pop* (Lisa Frank)²⁸. No que diz respeito ao aspecto visual, a capa do álbum é memorável e trabalha as principais características visuais do gênero: a justaposição de imagens que não estariam juntas em nenhum outro lugar a não ser ali, como o encontro de uma estátua greco-romana, a imagem de um noticiário que mostra uma grande cidade, caracteres japoneses, cenário 3D a partir do *grid*²⁹ e cores saturadas em RGB³⁰. É nesse ponto, a incomum mistura de elementos³¹, que se constrói a forte associação entre o *Vaporwave* e a Pintura Metafísica. Ele potencializa a Pintura Metafísica através das possibilidades geradas pela tecnologia. É por meio de uma

²⁴ Site que funciona como uma base de dados de música alternativa e faz um ranqueamento a partir de votação popular.

²⁵ Indie Goes Hi-Tech: The End of Analogue Warmth and Cosy Nostalgia. 2014.

Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=HYCkxalBg54&t=2s> > Acesso em: 20 de maio de 2019.

²⁶ Disponível em:

<https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/ahv2ka/what_is_with_japanese_text_and_vaporwave/>.

Acesso em: 12 de jun. de 2019.

²⁷ Alusão à cultura canábica, implicando a psicodelia.

Disponível em:< https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/04/140418_maconha_420_mm > Acesso em: 1 de jun. de 2019.

²⁸ Lisa Frank é uma designer responsável por adesivos famosos nos anos noventa. Disponível em: < <http://mentalfloss.com/article/66688/17-bright-and-colorful-facts-about-lisa-frank> >. Acesso em: 01 de jun. de 2019.

²⁹ Estrutura geométrica constituída por eixos.

³⁰ Abreviação das cores vermelho, verde e azul utilizadas digitalmente.

³¹ Esse aspecto é aprofundado no item seguinte.

figuração objetiva e sólida que transforma usuais elementos do dia-a-dia em imagens e sons estranhos e incomuns. Surge uma “contra-realidade” onírica, que constrói uma experiência enigmática e metafísica ao espectador.



Figura 3 - A capa do álbum “*Floral Shoppe*” de *Macintosh Plus*
Fonte: Youtube³²

É no uso de colagens de sons e imagens previamente existentes, especialmente dos anos oitenta e noventa, que se sustenta o movimento. Seria uma comprovação da relação entre o pós-modernismo e o pastiche para Jameson? A inovação estilística não é mais possível? Para o autor (1985), a história foi delegada ao papel de “museu do imaginário” em que os objetos do passado são, hoje, apenas uma forma de ganhar dinheiro. A partir de gatilhos nostálgicos que prometiam um futuro que nunca aconteceu, vende-se a sensação de que, na verdade, a vida era melhor no passado. Dessa forma, a história se torna um artefato a ser vendido. Esse fenômeno pode ser exemplificado pela imagem abaixo.



Figura 4 - Montagem que denota a nostalgia do que nunca existiu
Fonte: Reddit³³

³² Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=cCq0P509UL4> >. Acesso em: 1 de maio de 2019.

A montagem, ao justapor palmeiras, uma estrada e um típico computador dos anos noventa, em conjunto às frases “Tudo que eu quero é que as coisas voltem a ser da forma que elas nunca foram” e “Por que não podemos?” evocam um tom melancólico e nostálgico que remete à idealização de um futuro tecnológico e progressista que nunca aconteceu completamente. Dessa forma, a figura representa a frustração com o futuro real que leva à idealização das antigas formas de tecnologia, visto que elas simbolizam a promessa de um mundo melhor, no qual ainda era possível ter algum tipo de esperança sobre o rumo da civilização, como percebido pelo comentário de ORJUAN_SC sobre essa figura, “estou nostálgico por um 1980 que não aconteceu”.³⁴

Tanner (2015) propõe uma interessante leitura sobre a arte pós-moderna através da noção de pastiche de Jameson: o capitalismo tardio força a atrofiação da inovação artística por meio de expressões culturais produzidas em massa que apenas utilizam a estética do passado para vendê-la novamente em outra roupagem. Como exemplo, cita as músicas *pops* que tocam em rádios, percebendo-as como uma eterna repetição de ideias, e os filmes de super-heróis que são remakes de obras de décadas passadas que possuíam como público alvo crianças, agora, são vendidos para adultos, como *Star Wars*. Aqui, é possível ir além dos exemplos elaborados por ele ao citarmos, por exemplo, a nova campanha global da Coca-Cola, que relança a “*New Coke*”, fracasso comercial nos anos oitenta, associada ao lançamento da terceira temporada da série *Stranger Things* no Netflix.³⁵ Um produto fracassado volta às vendas a partir de uma série que trabalha a nostalgia de enredos clássicos dos anos oitenta.

Para Tanner (2015), o *Vaporwave* quebra essa lógica, a partir da maneira que utiliza os artefatos do passado. A iconografia que representa a sociedade do consumo é desenvolvida de uma forma diferente do comum por meio de repetições sonoras, reuso de estéticas antigas e esvaziamento do significado. Portanto, essas novas obras não são transformadas em produtos, mas em uma versão estranha e incômoda desses objetos. Segundo o teórico cultural Mark Fisher (2014), é sintomático que, por exemplo, os futurísticos filmes de ficção científica, repitam *plots* e temas já explorados em *blockbusters* de épocas passadas, como a década de 1980. Ou seja, continuamente se reproduz a visão do futuro, a partir de perspectivas do

³³ Disponível em: < https://www.reddit.com/r/VaporwaveArt/comments/apeh1b/w_h_y_c_a_n_t_w_e/ >. Acesso em: 1 de jun. de 2019.

³⁴ “*My nostalgia for an 80s that never actually existed*”. [ORJUAN_SC]. Disponível em: < https://www.reddit.com/r/VaporwaveArt/comments/apeh1b/w_h_y_c_a_n_t_w_e/ >. Acesso em: 1 de jun. de 2019.

³⁵ Disponível em: < <https://www.b9.com.br/108396/coca-cola-vai-voltar-a-produzir-new-coke-para-divulgar-3-temporada-de-stranger-things/> >. Acesso em: 26 de maio de 2019.

passado. Para ele, esse é o futuro em que a nossa sociedade está encarcerada, chegando à noção de “futuro perdido”.

Para Fisher (2014), o online cria estruturas que não podem ser decompostas, destarte, configura-se como um acervo de composições ultrapassadas que não cedem lugar para novas elaborações. Assim, segundo o autor, vive-se um mundo parado no tempo. O comentário elaborado pelo redditor ³⁶ Thebezet ao definir o que é *Vaporwave*, bem elucida correlações dessa expressão artística com o que Fisher chama de futuro perdido:

O visual, o som e a estética do *Vaporwave* é bem parecida com o que soava como futurista para mim nos anos noventa. Os comerciais, as animações em 3D, demos de *techno*, mundos virtuais: era isso o que eu esperava do futuro. Mas, não aconteceu. Para mim, o *Vaporwave* é o futuro que nunca aconteceu. Esses elementos estavam próximos de mim, eu fui testemunha, porém eles sempre prometiam algo que nunca acontecia. Ouvir *Vaporwave* me teletransporta de volta para um mundo que é estranhamente familiar mesmo que eu nunca tenha realmente o vivido. É como testemunhar uma falsa e confusa memória da infância (THEBEZET).³⁷

O *Vaporwave* por meio de músicas feitas a partir de sintetizadores analógicos, cores neons, imagens com texturas de câmeras VHS, granuladas, antigas, sons de músicas e comerciais dos anos 80 e 90, modificadas por *loops* e reverberações, indica o quão presos estamos às estéticas antigas. A sociedade revive o passado ao invés de criar novos futuros, assim, as novas formas de tecnologia são usadas para recriar e imitar os antigos tipos de tecnologia (FISHER, 2014). Inclusive, é comum o uso do vinil e do cassete³⁸ como forma de compartilhar as obras produzidas pelos artistas do movimento, por exemplo, o lançamento em vinil do álbum “*Mana Pool*” do projeto Vaperror³⁹. Assim, à medida que o movimento funciona a partir intangibilidade de suas obras, também existem formatos palpáveis, que, de certa maneira, transmitem a sensação de serem réplicas de um confuso passado.

³⁶ Termo pelo qual são chamadas as pessoas que interagem nos fóruns do Reddit.

³⁷ “*The visuals, sounds and aesthetics that a lot of vaporwave is sourcing from was futuristic for me at the time. All these 90s commercials, early 3D animations, tech demos, virtual worlds – it was what I thought the future would be like. But it never happened. To me vaporwave is the future that never happened. Those elements were around me, I have witnessed them, but they were always trying to foretell something that was coming but never came. By listening to vaporwave I am transported back to this world that is uncannily familiar yet I have never experienced it in real life. It's like witnessing fuzzy false memories of my childhood.*” [Thebezet]. Disponível em: < https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/33zdbc/what_vaporwave_is_to_me/>. Acesso em: 12 de maio de 2019.

³⁸ Disponível em: < https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/8gquuv/my_current_vaporwave_tapevinyl_collection/>. Acesso em: 06 de maio de 2019.

³⁹ Disponível em: < https://www.discogs.com/pt_BR/Vaperror-Mana-Pool/release/8430650>. Acesso em: 06 de maio de 2019.



Figura 5 - Usuário compartilha no fórum “R/Vaporwave” o vinil “*Mana Pool*” de Vaperror
Fonte: Reddit⁴⁰

O intenso uso de artifícios nostálgicos no *Vaporwave* tem uma motivação: o dia em que as Torres Gêmeas e o Pentágono, símbolos do poderio estadunidense, foram atingidos por aviões, ocasionando mais de 3.000 mortes. Foi o maior atentado terrorista da história, com consequências para além dos Estados Unidos⁴¹. Dessa forma, esse evento parece ser o motivo pelo qual não é possível superar a visão de futuro que existia no passado. Esse acontecimento marcou a mudança do pensamento do mundo ocidental, como apontado pelo comentário de retnuh30, “eu sempre achei que o *Vaporwave* retrata uma visão idealista sobre a tecnologia e o futuro que os anos 90 prometiam, morta no 11/09. Os samples psicodélicos lembram a visão otimista que rondava o país [nos anos 90] que nunca iria ser real”.⁴²

O álbum “*News at 11*” de 猫 シ Corp. é apontado como o projeto que melhor evidencia essa problemática. Por meio de 20 músicas com títulos e sons que aludem a quadros de um noticiário, com canções como “Bom dia, América!”, “Notícias sobre o trânsito”, “Notícias das 11”⁴³ é definido como “a tese do *Vaporwave*, a obra que fala sobre o que todo o gênero gira ao redor. Se o restante do movimento fala sobre um futuro idealizado, esse álbum

⁴⁰ Disponível em: < https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/8kg9zc/mana_pool_vinyl_is_here/ > Acesso em: 07 de maio de 2019.

⁴¹ Disponível em: < <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2018/09/11/mais-de-1100-vitimas-dos-atentados-de-11-de-setembro-ha-17-anos-ainda-nao-foram-identificadas.ghtml> >. Acesso em: 06 de maio de 2019.

⁴² “I agree. I've always thought Vaporwave depicted this idealistic view of technology and the future the late 90s portrayed that died on 9/11. The dreamy samples serve to remind you of the optimism that was around the country that never was going to be real” [RETNUH]. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/9ex8yf/%E7%8C%AB_%E3%82%B7_corp_news_at_11_%E7%8C%AB_%E3%82%B7_corps_most_ambitious/?sort=confidence>. Acesso em: 06 de maio de 2019.

⁴³ Do inglês: “*News at 11*”.

deixa clara a razão disso não acontecer.”⁴⁴ A obra explora notícias e propagandas que foram veiculadas no fatídico dia, como entendido pelo comentário de Ivan Nelson, “eu lembro de todas essas falas... toda vez que está prestes a anunciar a tragédia, elas param, como se isso nunca tivesse acontecido. Elas param bem no momento em que o mundo estava prestes a mudar.”⁴⁵ A faixa “Notícias de finanças”, por exemplo, traz a última propaganda veiculada pela NBC antes do início da cobertura sobre o 11/09. Esse foi o comercial do McDonald’s, “Adoramos ver você sorrir”, anunciando as variedades de café da manhã do *fast food*.⁴⁶

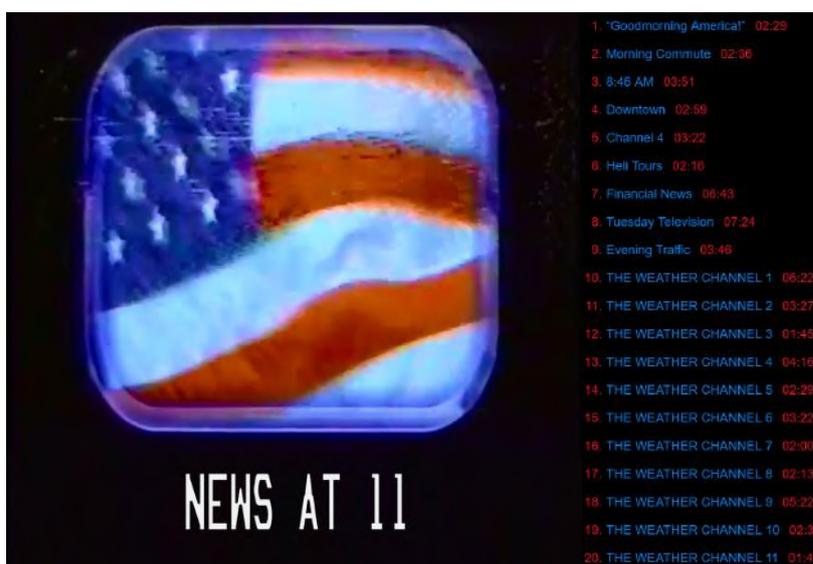


Figura 6 - A capa e a lista de músicas do álbum “News at 11” de 猫シCorp.
Fonte: Bandcamp⁴⁷

Portanto, consegue-se entender o *Vaporwave* enquanto um movimento que “transforma em músicas e imagens emoções e sentimentos difíceis de explicar, evocando essa mesma sensação para quem aprecia”⁴⁸. É da ordem da virtualidade real pensada por Manuel

⁴⁴ “NEWS AT 11 is probably the best Vaporwave album because it comes out and says what the entire rest of the genre dances around. The thesis of most Vaporwave is ‘This is how it should have been’. NA11 is the only one who adds ... ‘and this is why it isn’t’. 9/11 is the day the future died, and NA11 is the epitaph.”

[VH1CLASSICVAPOR]. Disponível em:

<https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/9ex8yf/%E7%8C%AB_%E3%82%B7_corp_news_at_11_%E7%8C%AB_%E3%82%B7_corps_most_ambitious/>. Acesso em 6 de maio de 2019.

⁴⁵ “I remember all these news tapes... everytime they’re about to announce the twin towers, it stops, almost like it never happens. It stops right before the moment the world changed.” [Ivan Nelson] Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qSh2HswKn5Y>>. Acesso em 6 de maio de 2019.

⁴⁶ “That McDonalds ad was the last ad to play on NBC before the 9/11 coverage began, I think. Kinda trippy to hear it here.” [John Fisher]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qSh2HswKn5Y>>. Acesso em 6 de maio de 2019.

⁴⁷ Disponível em: <<https://catsystemcorp.bandcamp.com/album/news-at-11>>. Acesso em: 2 de maio de 2019.

⁴⁸ “It’s supposed to almost embody an emotion or feeling within the sound and also evoke that same thing within the listener.” [SEVEREWORD].

Castells, conforme citado anteriormente, em que numa sociedade em rede, não existe mais a oposição entre o real e o virtual. Por conseguinte, quando o mundo real é acessado de diversos lugares, o *Vaporwave* aparece como um meio de criar estranhas associações ao que estamos acostumados a interagir a todo momento. É nesse sentido que surge a possibilidade de reflexão sobre o estado em que o mundo se encontra. Porém, para além de envolvimento políticos, o que impera são os sentimentos e sensações, segundo FOR_SCIENCE:

O movimento sempre foi sobre o sentimento antes de chegar ao conhecimento do público. As pessoas só chamaram de “*Vaporwave*” pelo motivo de não conseguirem entender os seus sons, apenas o que sentiam ao ouvir. Intangível como o vapor. Ele nem teve um nome por um bom tempo.⁴⁹

4.3 *Mallsoft*: heterotopia e não-lugar no *Vaporwave*

A introdução sobre o *subreddit Vaporwave* denota o sintomático contexto em que o movimento se mostra inserido:

A era do capitalismo global chegou. No final do mundo, só existirá publicidade líquida e um desejo gasoso. Sublimados dos nossos corpos, os nossos sentidos corajosamente irão de encontro a universos artificiais, seremos mais e menos humanos, fora de consciência e apáticos, ‘catalisados’, não conseguiremos parar de consumir e [seremos] consumidos pela rica economia da informação sensorial, validada por *pixels*. O shopping virtual te recebe e você o receberá também.⁵⁰

O mundo de hoje é compreendido neste local a partir de sua liquidez correlacionada ao capitalismo tardio. A partir da saudação “o shopping virtual te recebe e você o receberá também” é possível perceber a ligação desse subgênero da música eletrônica com o excesso de informação que somos submetidos constantemente e o protagonismo do consumo desenfreado presente na sociedade contemporânea nominalizados aqui pela figura do shopping center: templo do consumo em que se é bombardeado de informações e possibilidades a todo momento (BAUMAN, 2008).

Disponível em:

<[https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/a5hj9v/when someone asks what is vaporwave whats your](https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/a5hj9v/when_someone_asks_what_is_vaporwave_whats_your/)>. Acesso em: 06 de maio de 2019.

⁴⁹ “The only reason anyone called it vaporwave was because you couldn't put your finger on the sound it had, just the feeling it gave. intangible like vapor. it didn't even have a name for a long ass time.” [FOR_SCIENCE].

Disponível em:

<[https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/b326m1/vaporwave makes me nostalgic for something tha](https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/b326m1/vaporwave_makes_me_nostalgic_for_something_tha)>. Acesso em: 07 de maio de 2019.

⁵⁰ Do inglês: “Global capitalism is nearly there. At the end of the world there will only be liquid advertisement and gaseous desire. Sublimated from our bodies, our untethered senses will endlessly ride escalators through pristine artificial environments, more and less than human, drugged-up and drugged down, catalysed, consuming and consumed by a relentlessly rich economy of sensory information, valued by the pixel. The Virtual Plaza welcomes you, and you will welcome it too.” Disponível em: < <https://www.reddit.com/r/Vaporwave/> >. Acesso em: 01 de maio de 2019.

É interessante salientar que a obsessão com consumo e o *overload* de informação são temáticas bastante elucidadas pela figura do shopping center. As obras audiovisuais, embaladas por remixes de *muzaks* e músicas icônicas dos anos oitenta e noventa, simulam a experiência de andar por um shopping e perder-se em meio a todo o consumismo lá existente. No capitalismo tardio, o shopping parece ter sido tão entranhado à sociedade que naturalizamos a sua significação. Parece-nos natural caminhar por um local em que existem infinitas opções de produtos para se adquirir que ao menos nos damos conta sobre o que isso representa para uma sociedade. Concomitantemente, vive-se um tempo em que existe a internet, um lugar em que não apenas tudo está a um clique de distância, mas em que também é possível realizar diversas atividades ao mesmo tempo. Assim, é compreensível a razão das novidades se tornarem rapidamente obsoletas e perderem as suas auras mágicas. Pouco importa a abertura de uma loja nova no shopping mais perto de casa, podemos comprar tudo online no conforto de nossas camas.

As associações entre *Vaporwave*, cultura do consumo e superabundância de informação têm um nome: *mallsoft*. O *mallsoft* é uma vertente do *Vaporwave* que aborda tais características da sociedade que são imprescindíveis para esta pesquisa. O álbum “*Hologram Plaza*” do projeto *Disconscious*, lançado em 2013, é a primeira expressão do subgênero. As canções feitas a partir de remixes de *muzaks*, canções *mainstream* dos anos oitenta, bossa nova, passos e conversas criam uma atmosfera melancólica, nostálgica e irreal. Os seus respectivos nomes, “Elevador Subindo”, “Entre pelo Lobby”, “Loja de Lençóis”, “Subida sem Fim”, “Praça de Alimentação”, “Delírio no Shopping”, “Praça da Fonte”, “Interlúdio Ausente”, “Vagantes da madrugada” e “Elevador Descendo”⁵¹ também ajudam a criar a experiência de se andar por um shopping. Os espectadores percebem essa obra como algo além de uma simples caminhada por um shopping, mas um passeio por um “shopping morto”, espaço que virou apenas um local de passagem, expressão comumente usada pelos participantes do movimento. Ou seja, denota o quão líquida e artificial a experiência do comprar é, como podemos perceber pelo comentário de Tanja The Talented:

Esse é um álbum tão interessante. Ele realmente captura a essência de caminhar por um “shopping morto”. Você fica essencialmente sozinho lá, exceto por algumas poucas pessoas que estão na mesma posição que você. Os alto-falantes acima de você já tocaram tantas músicas que estão gastos. As músicas são tocadas suavemente e ecoam pelo piso de ladrilho no pátio do shopping. Não existem mais tantas lojas, apenas algumas grandes redes de departamento. Ao andar pelos *halls*,

⁵¹ Do inglês: “Elevator Up”, “Enter Through the Lobby”, “Mattress Store”, “Endless Escalation”, “Lunar Food Court”, “Shopping Delirium”, “Fountain Plaza”, “Absent Interlude”, “Midnight Specimen”, “Elevator Down”. Disponível em: < <https://disconscious.bandcamp.com/album/hologram-plaza> >. Acesso em: 02 de jun. de 2019.

you olha para os bancos e percebe que existem plantas artificiais em altos vasos do lado de cada um. Você então chega à praça de alimentação. Existe uma grande fonte lá rodeada por plantas mortas. Ainda sai água da fonte, então você decide jogar uma moeda de 25 centavos dentro e faz um pedido. Você senta no banco perto da fonte e relaxa. Assim, absorve o grande vazio e o que restou do que um dia foi um shopping cheio e agitado.⁵²

Em outra direção, o álbum “*Palm Mall*” do projeto 猫 シ Corp. é percebido como uma expressão do ir ao shopping por um viés mais otimista do que o de *Disconscious*. O que marca o *mallsoft* como um todo e é bem presente nesta obra é o som do espaço, do shopping center, fazer-se presente. A reverberação e remix de sons de passos, conversas em inglês e em japonês e propagandas presentes na experiência de vagar por um shopping é misturada a *muzaks* e *samples* de músicas dos anos oitenta. Assim, somos convidados a iniciar o passeio. A descrição do álbum denota o tom nostálgico a que toda a obra se refere: “Bem-vindo a *Palm Mall*! O nosso novo shopping center em *Hiraeth*! Não esqueça de conferir os novos relógios de parede de gatos e quando sentir que é tempo para uma pausa, vá comprar uma Coca-Cola e comer um hambúrguer no McDonald’s!”⁵³ A palavra “*Hiraeth*” vem do galês e significa algo como nostalgia ou a extrema saudade de um lar para o qual não é possível retornar ou que nunca realmente foi um lar.⁵⁴ O uso desse termo já muito nos fala sobre a nostalgia pelo que talvez nunca tenha existido que ocorre na obra e faixas como “Consumo logo existo”⁵⁵ indicam a correlação dessa nostalgia com a cultura do consumo.

A vontade de voltar a um lugar marcado pela sensação de conforto é elucidada pela figura do shopping center. Afinal, nada é mais reconfortante para a sociedade pós-moderna do que estar em lugar em que a compra exacerbada de futilidades e o consumo de soluções rápidas, mas malélicas à saúde, como o *fast food*, são as normas.

⁵² “*This is such a beautiful tape. It really captures the essence of walking around a dead mall. You are mostly alone in there, except for a few old people who are "mall walkers." The speakers above you have played a lot of music, and you can hear how worn out they are. The music plays softly, and echos off the tiled floor in the mall's concourse. There aren't many stores open in this mall, except for a few like Macy's, JC Penny, Sears, and other large retail chains. As you walk the halls, you look around at the benches, each of them have an artificial plant next to them in a tall pot. You reach the food court. There is a huge fountain there, and it is surrounded with dying plants. The fountain is still running, so you decide to throw a quarter in and make a wish. You sit down on the bench across from the fountain and you relax. You take in the vast emptiness, the scenery, and the remains of what was a busy and booming mall.*” [Tanja The Talented].

Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=YsFg05Ep0YA&t=838s> >. Acesso em: 23 de jun. de 2019.

⁵³ Do inglês e do coreano: “Welcome to *Palm Mall*! Our newest and biggest shopping mall in *Hiraeth*! Make sure you buy those new “黒猫” watches and when you feel it's time for a break; go get a coke and burger at マクドナルド!”. Disponível em: < <https://catsystemcorp.bandcamp.com/album/palm-mall> >. Acesso em: 10 de jun. de 2019.

⁵⁴ Disponível em: < <https://medium.com/@kaiserbia/hiraeth-e-outras-palavras-intraduz%C3%ADveis-4d04aa7a0367> >. Acesso em: 11 de jun. de 2019.

⁵⁵ Do inglês: “*I consume therefore I am*”.

São evocadas memórias de lugares em que nunca se esteve, mas que pertencem ao imaginário coletivo, “esse mix me lembra lugares que eu nunca estive em tempos que eu ainda nem era nascida”⁵⁶, como comenta Tamila S. É criado um espaço enigmático e quase inocente, que traz a sensação de que a sociedade do consumo dá ao indivíduo tudo que ele sempre sonhou, não existindo limites para o desejo e para as promessas de felicidade, o que vai de encontro ao pensamento de Bauman anteriormente apresentado, como elucidado por Thatrabbitguy:

Os primeiros 25 minutos desse álbum me fazem sentir de uma maneira que eu não imagino que muitas pessoas [que não o tenham ouvido] sintam. Eu odeio o capitalismo sem alma. Mas, existe algo mágico sobre um shopping sem nome e sobre andar nesse lugar apenas ouvindo e sentido a energia. É uma sensação estranha.⁵⁷



Figura 7 - A capa e a lista de músicas do álbum “Palm Mall” de 猫シ Corp.
Fonte: Bandcamp⁵⁸

A imagem da capa, gerada por um software, não sendo uma foto de um lugar real, ajuda a evocar o artificial, sugerindo que isso, na verdade, só pode existir em uma fantasia. A nostalgia transformada em fantasia é, portanto, um sentimento recorrente nessa expressão cultural, por meio de imagens e sons que remetem a marcos da cultura *pop* do passado. A internet aparece como uma ferramenta que proporciona uma dicotomia: ao mesmo tempo em que traz uma enorme quantidade de informação que possibilita os seus usuários a

⁵⁶ “This mix evokes memories of places I’ve never been, in times when I wasn’t yet alive. Great ambiance” [S., Tamila]. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=kovd7OzcU9s&t=1664>>. Acesso em: 15 de maio de 2019.

⁵⁷ “The first 25 minutes of this album ‘make’ me feel a certain way that I don’t think many people feel. It’s like ... I know I hate soulless capitalism. But there is something magical about a spotless nameless mall and just walking through it and listening and feeling the vibe. It’s a very fucked up emotion.” [Thatrabbitguy]. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=kovd7OzcU9s&t=1664s>>. Acesso em: 01 de jun. de 2019.

⁵⁸ Disponível em: < <https://catsystemcorp.bandcamp.com/album/palm-mall>>. Acesso em: 01 de maio de 2019.

desenvolverem senso crítico às falsas promessas do capitalismo, também ajuda a sociedade contemporânea a idealizar e se apropriar culturalmente do passado. Hoje, vive-se um mundo que é passado, presente e futuro concomitantemente (CASTELLS, 2009). Esse dilema é bem elucidado pelo comentário de Eetanderm:

Tudo que nos venderam sobre os gloriosos anos noventa foi uma mentira. Nós vivemos em um consumismo sem escapatória por décadas, mas os anos noventa foram a última vez em que a sociedade não percebia isso. É por isso que o *Vaporwave* tem como ponto principal gerar uma inquietação. Os comerciais não conseguem mais esconder os jarros vazios que nos tornamos.⁵⁹

É no limite entre fantasia e realidade, impulsionado por regressões nostálgicas, que o *Vaporwave* permite uma discussão sobre as problemáticas do tempo e do espaço na pós-modernidade. Na sociedade pós-moderna, muitas vezes se é condicionado a viver por meio do arquétipo do não-lugar, como apresentado no capítulo três deste trabalho. Vive-se por lugares que apenas visam um fim: o consumo. Num mar de possibilidades e promessas que circundam o comprar, os vínculos relacionais, históricos e identitários transformam-se em líquidos (AUGÉ, 1994).

O *mallsoft* é um recorte interessante para analisar esses tipos de lugares tão presentes na sociedade e, conseqüentemente, na arte, que existem desde a modernidade, como demonstrado pela Pintura Metafísica. Mas, agora, esses lugares estão cada vez mais presentes e naturais aos indivíduos. Os espaços foram tomados por palavras de instrução que tornam possível compreendê-los sem a necessidade de comunicação com outra pessoa. Ouve-se músicas pelos lugares sem sequer requisitá-las, os *muzaks* alteram a relação dos indivíduos com a música: tornam arte em ruído. O não-lugar anestesia os seres humanos de suas angústias e memórias individuais, quando presente neles se é cliente, passageiro, usuário. Não mais um indivíduo com diversas nuances. É neste contexto que parece fundamental analisar uma vertente artística que aborda tempos do consumo e outras espécies de não-lugares de uma maneira tão simbólica. O álbum “슈퍼마켓 Yes! We're open”⁶⁰ de 식료품groceries⁶¹, por exemplo, a partir de 10 canções que evocam a experiência de andar por um supermercado e deparar-se com as quase infinitas possibilidades do que comprar pelos corredores, corrompe

⁵⁹ “Everything we've been sold about the glorious 90's was a lie. We've been living in a consumerist hellscape for decades, but the 90's was the last era that society was ignorant to not notice. That's why Vaporwave has a core of uneasiness. The bright veneer of commercials can't hide the empty vessels we've become.” [Eetanderm]. Disponível em: < https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/5wo8rj/discussion_what_is_vaporwave/ >. 20 de maio de 2019.

⁶⁰ “Estamos abertos!” (식료품groceries, 2014, tradução nossa).

⁶¹ “Mercadorias” (식료품groceries, 2014, tradução nossa).

o tempo-espaço, como comentado por Derek Power, “esse é um supermercado em que o espaço é distorcido e o tempo não é linear”.⁶²



Figura 8 - A capa e a lista de músicas do álbum “슈퍼마켓 Yes! We're open” de 식료품groceries.

Fonte: Bandcamp⁶³

Essa obra se relaciona ao não-lugar de Marc Augé nos dois sentidos que o autor propõe para o conceito. Destarte, é possível refletir tanto sobre o espaço quanto sobre os indivíduos que compõem esse não-lugar. O título e os sons são uma metonímia para o não-lugar enquanto espaço. É um lugar que designa possuir o comprar como propósito. Perder-se em meio a todas as possibilidades de ser, que são pautadas pelos produtos que adquirimos, é a etiqueta desses locais. A descrição da obra, “Como sempre, obrigado por comprar conosco. Nós estamos abertos 24 horas por dia para a sua conveniência”⁶⁴, revela um espaço incessantemente aberto para o consumo. Para adentrar esse local não é necessário se comunicar com outra pessoa, a frase “Estamos abertos!” é encarregada de elucidar o que importa: entre e compre.

O aspecto sonoro remete ao navegar por corredores de um supermercado. Tomado pela justaposição, através de *loops* e reverberação de músicas de *lounge*, samples de *hits* dos anos 80 e sons do ambiente, cada canção tem como tema uma seção específica de um

⁶² “This is a supermarket where space is warped and time is merely bendable.” [Derek Power]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cju6MvJfVRI&t=1487s>>. Acesso em: 21 de maio de 2019.

⁶³ Disponível em: <<https://groceries-store.bandcamp.com/album/yes-we-re-open>>. Acesso em: 02 de maio de 2019.

⁶⁴ “As always, we thank you for shopping with us. We are open 24 hours a day for your convenience.” Disponível em: <<https://groceries-store.bandcamp.com/album/yes-we-re-open>>. Acesso em: 02 de maio de 2019.

supermercado e a lista de produtos que se pode encontrar por lá. É ao se deparar com os objetos listados que se tem uma surpresa, uma vez que eles, definitivamente, não são elementos esperados de se encontrar em uma ida ao supermercado. Por conseguinte, é neste contexto que podemos associar essa obra também ao pensamento de Foucault. Como explorado no capítulo três, Foucault discorreu sobre a significação que a sociedade dá aos espaços, com isso, chegou ao que chama de heterotopia ou outros lugares, termo que usa para definir lugares que são fantasiosos e reais. Lugares que revelam e refletem características da sociedade.

Existem três características desses outros lugares que se fazem presentes no *Vaporwave* enquanto movimento artístico, aqui elucidado pelo álbum “슈퍼마켓 *Yes! We're open*”. Assim, um supermercado que tem corredores como “Tons da Terra, Retângulos e Plantas Falsas”, “Linhas paralelas, Ventiladores e Canais Abertos”, “Fases boas, Nuvens e Gramas mais verdes”, “Memórias, arrependimentos e desejos”, “Bons drinks, tardes agradáveis e Vistas de *Rooftops*” pode ser correlacionado à terceira característica que define uma heterotopia, a justaposição de lugares: num mesmo espaço é possível a existência de diversas localizações, podendo ter, inclusive, caracteres contraditórios. Os elementos só coexistem ali, em qualquer outro lugar, seriam incompatíveis. Não há um diferente ambiente em que veríamos “Veleiros, Previsões e Chaves de quarto” no corredor de um supermercado. Esse supermercado enquanto não-lugar gera uma ambiguidade: à medida que, ao adentrá-lo, o sujeito torna-se consumidor, perdendo relações e vínculos com a sua história individual, depara-se com a objetificação da vida e, por isso, entende-se como um sujeito. As “memórias, arrependimentos e desejos” de uma pessoa podem ser facilmente compradas no “Corredor 6”, delatando um aspecto interessante da sociedade pós-moderna. Tudo está à venda e pode ser capitalizado, inclusive, as críticas ao capitalismo. Todas as nossas dores são passíveis de virarem capital. A narrativa do comprar guia as nossas vivências. O indivíduo é, concomitantemente, sujeito e mercadoria, como citado anteriormente por Bauman.

O tempo não é retratado de uma forma convencional, pode-se estar a um corredor de distância das “Fases Boas”, antes estando nos “Desejos”. É como a Internet, tudo está a um clique de distância, são infinitas possibilidades de viver o passado, presente e futuro ao mesmo tempo. É da ordem da quarta característica de uma heterotopia, a quebra do tempo cronológico.

“슈퍼마켓 *Yes! We're open*” cria uma heterotopia de compensação, ou seja, um espaço no limiar entre o real e o fantástico que denuncia o quão ilusório todo espaço real é.

Uma simples ida ao supermercado é transformada num encontro com “Memórias”, “Brisas” e “Linhas Paralelas”, demonstrando o quanto a sociedade pós-moderna está acostumada a definir as suas vivências a partir de objetos. É a venda da subjetividade e de símbolos identitários. Constrói-se o *self* por meio do consumir, já que, na modernidade líquida, a identidade é desenvolvida por meio de atos de compra e pelo desejo despertado nessa ação (BAUMAN, 2008).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo deste trabalho foi compreender o que a arte digital e contemporânea reflete sobre o contexto atual e as novas dinâmicas que abordam o tempo e o espaço num mundo globalizado e conectado em rede. O objeto de estudo foi o *Vaporwave*, movimento artístico que expõe a cultura do consumo e a liquidez desse tempo. Ele utiliza a iconografia de uma época livre de fundamentos fixos, em que o indivíduo é um consumidor e a subjetividade é construída a partir da compra de produtos, conforme citado anteriormente por Bauman.

O movimento evidencia o quão presentes os não-lugares são no momento pós-moderno em suas duas facetas: enquanto arquétipo e enquanto espaço. Os sons e as imagens remetem-nos incessantemente a experiências que abordam o consumo. Destarte, a identidade, os vínculos relacionais e o senso histórico são perdidos, acontecimentos elucidados, principalmente, pelo *mallsoft*. É criado um espaço e um modo de viver que também pode ser interpretado pela ordem dos espaços outros de Foucault.

O *Vaporwave* traz à discussão um sentimento extremamente presente em nossa sociedade: a nostalgia. Esse é o alicerce do movimento, tanto através de imagens e sons do passado quanto por se pautar em formatos antigos de compartilhamento de músicas, como vinis e cassetes. Dessarte, acaba refletindo dilemas do momento contemporâneo, tendo, inclusive, a sua estética do apropriada por marcas presentes no imaginário do grande público, como a MTV. Vive-se em um mundo adepto a regressões nostálgicas, com dificuldade de romper com o futuro, impossibilitado de criar novas ideias. A internet, no papel de um grande acervo digital da história da humanidade, acaba facilitando esse comportamento. O acesso ao passado tornou-se uma atividade fácil e corriqueira. Além disso, estamos frustrados com o presente e sem a esperança de um futuro melhor, por isso, é possível compreender as razões pelas quais estamos encarcerados pelo passado.

Pode-se concluir que o *Vaporwave* causa um estranhamento a quem o contempla, tanto pela inusitada justaposição de imagens, quanto pela excentricidade de seus sons, que lembram ruídos e chiados. São sons e imagens cotidianos que se transformam em elementos inesperados, produzem novos sentidos e, dessa forma, demonstram novas possibilidades de comunicação ou, até mesmo, falhas de comunicação.

Se a descrença no presente e a falta de perspectiva de um futuro delega a arte a escolher como saída o pastiche, o *Vaporwave* se porta no limite entre a consagração do pós-modernismo e a crítica a esse sistema cultural. Os novos significados criados por ele não são

fixos ou rigidamente definidos, em função disso, abrem precedente para serem interpretados de diferentes formas. O seu entendimento depende da subjetividade do espectador. Assim, afirmar assiduamente que ele é só o pastiche ou uma veemente crítica ao capitalismo parece equivocado. É uma experiência aberta a diferentes construções de significado, refletindo a liquidez dos nossos tempos.

Depreende-se desta pesquisa que o *Vaporwave* é uma expressão artística que elucida diversas questões sobre a contemporaneidade, constituindo-se como um dos primeiros movimentos artísticos criados na internet que tiveram a sua estética apropriada pelo *mainstream*. Por conseguinte, carrega consigo características da sociedade em rede conceituada por Castells e, concomitantemente, traz à reflexão comportamentos naturalizados pela sociedade pós-moderna. É neste sentido que este trabalho se propõe a colaborar em futuras pesquisas sobre as potencialidades da arte digital no que diz respeito a levantar questionamentos sobre as maneiras que a sociedade contemporânea lida com as suas memórias, com o seu tempo e com o seu espaço.

6 REFERÊNCIAS

A INFLUÊNCIA DO VAPORWAVE NA MTV, NO TUMBLR E NA MODA. Disponível em: < <https://ffw.uol.com.br/lifestyle/cultura/a-influencia-do-vaporwave-na-mtv-no-tumblr-e-na-moda/> >. Acesso em: 28 de maio de 2019.

ARAÚJO, J. **A noção de consciência moral em Bernhard Häring e sua contribuição à atual crise de valores**. Tese de doutorado. Tese (Doutorado em Teologia) - Faculdade de Teologia da PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2007.

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras. 1992, p. 496.

AUGÉ, M. **Não Lugares**. Introdução a Uma Antropologia da Supermodernidade. São Paulo: Papirus, 1994.

BARBOSA, P. **Melancolia e questões estéticas: Giorgio de Chirico**. Tese (Doutorado em Crítica e Teoria da Arte) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - ECA-USP. São Paulo, p. 62-82. 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BBC. News Brasil. “**Como o 420 se tornou o número símbolo da maconha**”. 19 abril 2014. Disponível em: < https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/04/140418_maconha_420_mm > Acesso em: 01 de jun. de 2019.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2009.

COCA-COLA VAI VOLTAR A PRODUZIR NEW COKE PARA DIVULGAR 3º TEMPORADA DE “STRANGER THINGS”. Disponível em: < <https://www.b9.com.br/108396/coca-cola-vai-voltar-a-produzir-new-coke-para-divulgar-3-temporada-de-stranger-things/> >. Acesso em: 26 de maio de 2019.

猫 シ CORP. “**Palm Mall**” [álbum]. Disponível em: < <https://catsystemcorp.bandcamp.com/album/palm-mall> >. Acesso em: 01 de maio de 2019.

_____. “**News at 11**” [álbum]. Disponível em: < <https://catsystemcorp.bandcamp.com/album/news-at-11> >. Acesso em: 02 de maio de 2019.

DANIEL LOPATIN. **Chuck Person’s Ecco Jams Vol.1** [álbum]. Disponível em: < https://vaporwave.fandom.com/wiki/Chuck_Person%27s_Eccojams_Vol._1 >. Acesso em: 02 de maio de 2019.

DISCONSCIOUS. “**Hologram Plaza**” [álbum]. Disponível em: < <https://disconscious.bandcamp.com/album/hologram-plaza> >. Acesso em: 02 de jun. de 2019.

DO YOU WANT VAPORWAVE, OR DO YOU WANT THE TRUTH?: Cognitive Mapping of Late Capitalist Affect in the Virtual Lifeworld of Vaporwave. Disponível em <<http://capaciousjournal.com/article/do-you-want-vaporwave/>>. Acesso em: 31 de maio de 2019.

EAGLETON, T. **Capitalismo, modernismo e pós-modernismo**. Crítica Marxista, São Paulo, Brasiliense, v.1, n.2, 1995, p. 53-68.

EETANDERM. “Everything we've been sold about the glorious 90's was a lie. We've been living in a consumerist hellscape for decades, but the 90's was the last era that society was ignorant to not notice. That's why Vaporwave has a core of uneasiness. The bright veneer of commercials can't hide the empty vessels we've become.” Disponível em: <https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/5wo8rj/discussion_what_is_vaporwave/>. Acesso em: 20 de maio de 2019.

FISCHER, John. “That McDonalds ad was the last ad to play on NBC before the 9/11 coverage began, I think. Kinda trippy to hear it here.” Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qSh2HswKn5Y>>. Acesso em: 06 de maio de 2019.

FISHER, M. **Capitalist Realism: Is There No Alternative?!** [S.I.]: Zero Books, 2009.

_____. **Ghosts of My Life: Writings on Depression, Hauntology and Lost Futures**. [S.I.]: Zero Books, 2014.

FOR_SCIENCE. “The only reason anyone called it vaporwave was because you couldn't put your finger on the sound it had, just the feeling it gave. intangible like vapor. it didn't even have a name for a long ass time.” Disponível em: <https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/b326m1/vaporwave_makes_me_nostalgic_for_something_that/>. Acesso em: 02 de maio de 2019.

FOSTER, H. **The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture**. [S.I.]: Bay Press, 1983.

FOUCAULT, M. **De Outros Espaços**. [S.I.]: Diacritics, 1986.

GLITCH TROPICAL. Disponível em: <<https://adoro.farmrio.com.br/mundo-farm/glitch-tropical/>>. Acesso em: 21 de maio de 2019.

GLOBAL CAPITALISM IS NEARLY THERE. “At the end of the world there will only be liquid advertisement and gaseous desire. Sublimated from our bodies, our untethered senses will endlessly ride escalators through pristine artificial environments, more and less than human, drugged-up and drugged down, catalysed, consuming and consumed by a relentlessly rich economy of sensory information, valued by the pixel. The Virtual Plaza welcomes you, and you will welcome it too.” Disponível em: <<https://www.reddit.com/r/Vaporwave/>>. Acesso em: 01 de maio de 2019.

GOOGLE TRENDS. Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&q=vaporwave>>. Acesso em: 01 de maio de 2019.

식품GROCERIES, “슈퍼마켓Yes! We’re Open!” [álbum]. Disponível em: < <https://groceries-store.bandcamp.com/album/yes-we-re-open> >. Acesso em: 02 de maio de 2019.

HARPER, A. **Indie Goes Hi-Tech: The End of Analogue Warmth and Cosy Nostalgia**. 2014. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=HYCkxaIBg54&t=2s> > Acesso em: 20 de maio de 2019.

HIRAETH E OUTRAS PALAVRAS INTRADUZÍVEIS. Disponível em: < <https://medium.com/@kaisertia/hiraeth-e-outras-palavras-intraduz%C3%ADveis-4d04aa7a0367> >. Acesso em: 02 de maio de 2019.

HUYSSSEN, A. **Mapeando o pós-moderno**. In: HOLLANDA, H. H. O. B. (org.) Pós-modernismo e política. Rio de Janeiro: Rocco, 1991, p. 73-77.

JAMESON, F. **Pós-modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio**. [S.I.]: Ática, 1985.

KAPLAN, E. Ann. **O mal-estar no pós-modernismo: Teorias e práticas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

KARASEK, F. **O conceito de pós-modernidade em Lyotard e a possibilidade da influência nietzschiana**. Famecos/PUCRS. Porto Alegre, n. 79, p.79-85, Agosto, 2010.

KOZINETS, R. **The Field Behind the Screen: Using Netnography For Marketing Research in Online Communities**. Journal of Marketing Research. p. 61-72, February, 2002.

KUNDERA, M. **A ignorância**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2015.

LIESER, W. **Arte digital: Novos Caminhos na Arte**. [S.I.]: Könemann, 2010.

WHAT IS WITH JAPANESE TEXT AND VAPORWAVE. Disponível em: < https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/ahv2ka/what_is_with_japanese_text_and_vaporwave/ >. Acesso em: 02 de maio de 2019.

LUGUIA909. “Aesthetics, partly. Also, an affinity with the culture that's sort of ingrained in vaporwave: the whole "Neo-Tokyo" mythos, the strange futurism rooted in the past that's part of urban Japanese culture, the Japanese concept of "wabi-sabi," where a certain individualistic beauty that defines an object can be found in its subtle flaws, and so on. And also, yes, it looks cool and confusional.” Disponível em: < https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/ahv2ka/what_is_with_japanese_text_and_vaporwave/ >. Acesso em: 02 de maio de 2019.

MACINTOSH PLUS. **Floral Shoppe** [álbum]. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=cCq0P509UL4> >. Acesso em: 01 de maio de 2019.

MANA POOL VINYL IS HERE. Disponível em: < https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/8kg9zc/mana_pool_vinyl_is_here/ > Acesso em: 07 de maio de 2019.

MARX, K. **O Capital**: crítica da economia política. Rio de Janeiro: Bertrand, 1994, p.80-81.

MY CURRENT VAPORWAVE TAPE/VINYL COLLECTION. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/8gquuv/my_current_vaporwave_tapevinyl_collection/>. Acesso em: 06 de maio de 2019.

MONTEIRO, J. **Pós-modernidade**: método? Atitude diante da vida? ‘Outra coisa’? Primeira Incursão. Anuário de Literatura. [S.I.], n.3, p.41-56, 1995.

NELSON, Ivan. “I remember all these news tapes... everytime they're about to announce the twin towers, it stops, almost like it never happens. It stops right before the moment the world changed.” Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qSh2HswKn5Y>>. Acesso em: 01 de maio de 2019.

O GLOBO. “Mais de 1.100 vítimas dos atentados de 11 de Setembro, há 17 anos, ainda não foram identificadas”. 11/09/2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2018/09/11/mais-de-1100-vitimas-dos-atentados-de-11-de-setembro-ha-17-anos-ainda-nao-foram-identificadas.ghtml>>. Acesso em: 06 de maio de 2019.

ORJUAN_SC. My nostalgia for an 80s that never actually existed. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/VaporwaveArt/comments/apeh1b/why_cant_we/>. Acesso em: 01 de jun. de 2019.

POWER, Derek. “This is a supermarket where space is warped and time is merely bendable”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cju6MvJfVRI&t=1487s>>. Acesso em: 02 de maio de 2019.

REYNOLDS, S. **Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past**. London, UK: Faber and Faber, 2010.

ROCHA, P.; MONTARDO, S. **Netnografia**: incursões metodológicas na cibercultura. E-Compós, v. 4, 11, Dez. 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.55> Acesso em: 02 maio de 2019.

RODRIGUES, R. **O Muzak e as indústrias culturais**: os hábitos da escuta e da experiência contemporânea com a criatividade musical. In: O Estatuto da Cibercultura no Brasil v..34, n. 1. 2011, p. 117-121.

RETNUH. “I agree. I've always thought Vaporwave depicted this idealistic view of technology and the future the late 90s portrayed that died on 9/11. The dreamy samples serve to remind you of the optimism that was around the country that never was going to be real”. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/9ex8yf/%E7%8C%AB_%E3%82%B7_corp_news_at_11_%E7%8C%AB_%E3%82%B7_corps_most_ambitious/?sort=confidence>. Acesso em: 05 de maio de 2019.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L.; COOK, S. M. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. v. 1/3. 2. ed. São Paulo: E.P.U, 1987.

SEVEREWORD. “It’s supposed to almost embody an emotion or feeling within the sound and also evoke that same thing within the listener.” Disponível

em: <[https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/a5hj9v/when someone asks what is vaporwave whats your/](https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/a5hj9v/when_someone_asks_what_is_vaporwave_whats_your/)>. Acesso em 5 de maio de 2019.

SOBY, J. **Giorgio de Chirico**. New York, USA: The Museum of Modern Art. 1955, p. 7-120.

SOBY, J.; BARR, A. **Twentieth-Century Italian Art**. New York, USA: The Museum of Modern Art. 1949.

SPOTIFY VAPORWAVE AD (2017). Disponível em:

<https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/bnp71n/spotify_vaporwave_ad_2017/>. Acesso em: 28 de maio de 2019.

TAMILA, S. “This mix evokes memories of places I've never been, in times when I wasn't yet alive. Great ambiance”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kovd7OzcU9s&t=1664>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

TANJA THE TALENTED. “This is such a beautiful tape. It really captures the essence of walking around a dead mall. You are mostly alone in there, except for a few old people who are "mall walkers." The speakers above you have played a lot of music, and you can hear how worn out they are. The music plays softly, and echos off the tiled floor in the mall's concourse. There aren't many stores open in this mall, except for a few like Macy's, JC Penny, Sears, and other large retail chains. As you walk the halls, you look around at the benches, each of them have an artificial plant next to them in a tall pot. You reach the food court. There is a huge fountain there, and it is surrounded with dying plants. The fountain is still running, so you decide to throw a quarter in and make a wish. You sit down on the bench across from the fountain and you relax. You take in the vast emptiness, the scenery, and the remains of what was a busy and booming mall.”

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YsFg05Ep0YA&t=838s>>. Acesso em: 23 de jun. de 2019.

TANNER, G. **Babbling Corpse: Vaporwave And The Commodification Of Ghosts**. Winchester, UK: Zero Books, 2016.

THATRABBITGUY. “The first 25 minutes of this album ‘make’ me feel a certain way that I don't think many people feel. It's like ... I know I hate soulless capitalism. But there is something magical about a spotless nameless mall and just walking through it and listening and feeling the vibe. It's a very fucked up emotion.” Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kovd7OzcU9s&t=1664s>>. Acesso em 05 de maio de 2019.

THEBEZET. “The visuals, sounds and aesthetics that a lot of vaporwave is sourcing from was futuristic for me at the time. All these 90s commercials, early 3D animations, tech demos, virtual worlds – it was what I thought the future would be like. But it never happened. To me vaporwave is the future that never happened. Those elements were around me, I have witnessed them, but they were always trying to foretell something that was coming but never came. By listening to vaporwave I am transported back to this world that is uncannily familiar yet I have never experienced it in real life. It's like witnessing fuzzy false memories of my childhood.”

Disponível em:

<https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/33zdbc/what_vaporwave_is_to_me/>.

Acesso em: 05 de maio de 2019.

UMA ENTREVISTA COM RAMONA ANDRA XAVIER AKA VEKTROID. Disponível em:< <https://ihateflash.net/zine/vektroid> > Acesso em: 15 de maio de 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. Sistema de Bibliotecas e Informação.

Manual para elaboração e normalização de trabalhos de conclusão de curso /

organizado por Elaine Baptista de Matos Paula et al. – 3. ed. rev., atual. e ampl. -- Rio de Janeiro : SiBI, 2011. 102 p. (Série Manuais de Procedimentos, 6). Disponível em:

<https://drive.google.com/file/d/0B5PtwJJhtpMKT185NDJtQ09pVTQ/view> Acesso em: 18 de jun. de 2019.

VVANWAGENEN, J. Submitted. **De Chirico, Prophet of the Apocalypse** (of Tourism). 2016.

W H Y C A N ' T W E. Disponível em:

<https://www.reddit.com/r/VaporwaveArt/comments/apeh1b/w_h_y_c_a_n_t_w_e/>.

Acesso em: 01 de jun. de 2019.

VAPERROR - Mana Pool. Disponível em: <https://www.discogs.com/pt_BR/Vaperror-Mana-Pool/release/8430650>. Acesso em: 06 de maio de 2019.

VH1CLASSICVAPOR. “NEWS AT 11 is probably the best Vaporwave album because it comes out and says what the entire rest of the genre dances around. The thesis of most Vaporwave is ‘This is how it should have been’. NA11 is the only one who adds ...’and this is why it isn't’. 9/11 is the day the future died, and NA11 is the epitaph.” Disponível em: <https://www.reddit.com/r/Vaporwave/comments/9ex8yf/%E7%8C%AB_%E3%82%B7_corp_news_at_11_%E7%8C%AB_%E3%82%B7_corps_most_ambitious/>. Acesso em: 05 de maio de 2019.

17 BRIGHT AND COLORFUL FACTS ABOUT LISA FRANK. Disponível em: <

<http://mentalfloss.com/article/66688/17-bright-and-colorful-facts-about-lisa-frank> Acesso em: 01 de jun. de 2019.