



# Estética digital vaporware: da experiência artística da fluidez à volatilidade da comunicação político-partidária

Vaporware digital  
aesthetics: From the artistic  
experience of fluidity to the  
volatility of partisan political  
communication

## **Patrícia Azambuja**

Professora Associada do Departamento de Comunicação Social/ UFMA e pesquisadora vinculada ao Observatório de Experiências Expandidas em Comunicação - ObEEC/UFMA. É doutora em Psicologia Social pela UERJ e coordenadora do projeto de pesquisa *Mise-en-scène plástico: culturalmente construído ou pela imaginação subvertido?* (FAPEMA).

## **Teodoro Montenegro**

Graduando do 6o período do curso de Rádio e Televisão da UFMA e bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq.



## Resumo

Avaliam-se, neste artigo, relações entre a comunicação nos meios digitais e a experiência estética. Através da análise de referencial teórico, observa-se, nas estéticas baseadas nos fluxos das experimentações digitais, meios de representação da sociedade atual (ARANTES; SANTAELLA, 2008), evidenciando, em sua natureza complexa, possibilidades de ressignificação (MACHADO, 2001). Utilizando o movimento artístico Vaporwave como análise de caso, busca-se perceber por meio de desdobramentos - Trumpwave e Bolsowave -, diferentes objetivos, contextos e efeitos estéticos propostos, enfim, como os processos de comunicação acionam redes de percepções sensíveis sobre o mundo, assim como intenções.

**Palavras-chave:** Vaporwave; Experiência estética; Redes digitais.

## Abstract

This article evaluates the relationship between communication in digital media and aesthetic experience. Through the analysis of specific theoretical framework, it is observed, in the aesthetics based on the flows of digital experiments, ways to represent the current society (ARANTES; SANTAELLA, 2008), evidencing, in its complex nature, creative possibilities of reframing (MACHADO, 2001). Using the Vaporwave artistic movement as a case study, seeks to perceive through its developments - Trumpwave and Bolsowave -, different objectives, contexts and proposed aesthetic effects, in short, how communication processes activate networks of sensitive perceptions about the world, and some intentions.

**Keywords:** Vaporwave; Aesthetic experience; Digital networks.



## Estética como campo de reflexão sobre imagem e técnica

A estética, em sua raiz grega *aesthesis*, que significa sensação, surge de uma corrente filosófica voltada para o estudo da beleza e seus padrões. Para além do estudo do belo, busca-se compreender o *porquê* de ser belo, ou seja, estabelecer reflexões através das matérias da sensibilidade. Por meio dos sentidos, identificam-se pensamentos, ideias e, conseqüentemente, posicionamentos, que ganham força à medida que reverberam em outras sensorialidades.

De modo evidente, este não é um campo de conhecimento puro ou consensual, uma vez que desde o movimento iluminista questões estético-filosóficas ganham variadas reflexões: em algum momento, há conciliação entre natureza e humanidade (Kant, 1724-1804), às vezes, inferioridade de uma em relação à outra (Hegel, 1770-1831), mas de certo que uma forma suprema do valor (Nietzsche, 1844-1900), que abarcam contribuições de diferentes áreas do conhecimento, da política econômica e materialista de Marx (1818-1883) e Adorno (1903-1969), à psicanálise de Freud (1856-1939). Terry Eagleton (1993) continua, sobre o debate contemporâneo (tanto na modernidade quanto na pós-modernidade): "cultura' parece ser a categoria-chave para a análise e a compreensão da sociedade capitalista tardia" (EAGLETON, 1993, p.7). Enfim, se os movimentos estéticos historicamente constituídos transitaram entre a ideia de magia da esfera do sagrado e conhecimento puro do domínio da ciência, aceita-se hoje a *estética* como campo de reflexão acerca dos modos de representação (arte-técnica) em diferentes momentos da história cultural da humanidade.

Em *Máquina e Imaginário*, Arlindo Machado (2001) analisa os movimentos estéticos por sua natureza complexa, de possibilidades criativas para ressignificações e considera "a relação entre arte e tecnologia como um casamento marcado por períodos de harmonia e crises conjugais. Sabemos, por exemplo, que a palavra grega *téchne*, de onde deriva tecnologia, se refere a toda e qualquer prática produtiva e abrangia inclusive a produção artística" (MACHADO, 2001, p. 24). Entretanto, o próprio autor considera simplista "imaginar que a máquina seja filha apenas da ciência ou de suas derivações tecnológicas, sem nada dever a outras esferas da cultura" (Ibidem, p.35).

Para o materialismo histórico, uma questão central é pensar a experiência estética a partir de suas perspectivas político-críticas, que em alguns momentos se opõem a ortodoxia de propor dogmas absolutos para as obras de arte. De acordo com Herbert Marcuse, "ao contrário dos estetas marxistas ortodoxos, vejo o potencial político da arte na própria arte, na forma estética em si. Além disso,



defendo que, em virtude da forma estética, a arte é absolutamente autônoma perante as relações sociais” (MARCUSE, 1986, p.12).

Marcuse (1986) dialoga com a ideia que a dimensão estética seja capaz de superar perspectivas de base exclusivamente produtivas e determinações sociais inflexíveis, pois considera o conceito de ideologia em oposição à falsa consciência, isto é, como instrumento dentro de um espaço de disputas vinculado à proposição de autonomia dos sujeitos. Apesar de afirmar que a realidade social existente deva ser necessariamente sublimada, o autor entende que a obra de arte deva empenhar-se "na percepção do mundo que aliena os indivíduos da sua existência e atuação funcionais na sociedade [e estar] comprometida numa emancipação da sensibilidade, da imaginação e da razão em todas as esferas da subjetividade e da objetividade" (Ibidem, p.22), ao invés de simplesmente reproduzir a realidade dos processos estabelecidos. O efeito estético é “capaz de acionar a rede de percepções sensíveis do receptor, regenerando e tornando mais sutil seu poder de apreensão das qualidades daquilo que se apresenta aos sentidos” (ARANTES; SANTAELLA, 2008, p.14).

Walter Benjamin (1985), em caminho diverso à concepção absoluta de autonomia formal da arte proposta por Marcuse (1986), afirma que no “interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência” (BENJAMIN, 1985, p.169). Entende-se que as reações aos estímulos sensíveis têm, portanto, orientações subjetivas e coletivas, pois são alimentadas também pela estrutura social e cultural como um todo. “O modo pelo qual se organiza a percepção humana, o meio em que ela se dá, não é apenas condicionado naturalmente, mas também historicamente” (Ibidem, p.169). As renovações formais propostas pelos movimentos artísticos acompanham não apenas a percepção, mas transformações profundas nas relações humanas em seus mais diferentes níveis.

Sobre o objeto que motiva esta investigação, Mário Arruda (2015) descreve o movimento *Vaporwave* como movimento que emerge de um espaço tecnológico específico - o ciberespaço. A partir da evidência e reflexão sobre hábitos e ética nas práticas com o mundo virtual, “que passaram a ser encarados não mais exclusivamente pelo viés lógico e racionalista, mas também pela sua formação sensível” (ARRUDA, 2015, p. 26), o *Vaporwave* se abre às ressignificações possíveis, através de um debate profundo sobre a contemporaneidade, ou mesmo, sobre o potencial que a



experiência estética tem de "mover paradigmas instituídos e cristalizados na sociedade". Aspectos específicos deste movimento serão analisados no corpo deste trabalho - através da análise de alguns desdobramentos nos processos digitais da comunicação -, antes entretanto nos propomos a compreender os principais antecedentes estéticos e técnicos desse movimento artístico.

## O vídeo digital como objeto artístico

Observa-se que os objetos estéticos são modificados por seguirem orientações históricas e culturais, onde as formas de sentir e reproduzir a realidade são delimitadas por suas próprias técnicas. Do Renascimento às Vanguardas, a modernidade abre fissuras na forma usual de representação estética, os valores estéticos antes estabelecidos pela tradição renascentista são diluídos em novas técnicas onde não apenas suportes e linguagens são ressignificados, mas também, a sua relação com o público: a realidade deixa de ser contemplativa e passa a considerar o todo.

A arte contemporânea é marcada pela *intermediatização* das obras, isto é, não apenas como objeto acabado, mas como processo e fluxo. Priscilla Arantes (2005) definiu o conceito de *intermídia* como sendo "uma proposta estética que rompia com o ideal contemplativo preconizado pela estética tradicional [...] seja pela mistura entre suportes e meios antes separados, seja pela participação do público na obra" (ARANTES, 2005, p. 50). O contexto de uso das mídias digitais tem poder de tornar essa prática ainda mais complexa. Em busca de consolidar a sua aversão à representação, a arte no século XX insere a vida das pessoas nas obras, com o objetivo de subverter a visão convencional do espectador em relação a um tema (concreto ou abstrato) em que ele, o artista, e o objeto artístico compartilham experiências. É nos anos 70 que a experimentação artística ganha novas interfaces: os meios de comunicação - TV, computadores, telefones - são alvos de intervenções artísticas, visando ampliar suas funções estéticas.

A "arte tecnológica" (SANTAELLA, 2003), isto é, a arte mediada, e as "máquinas semióticas", carregadas de sensorialidades, "desempenham papel fundamental na atividade simbólica do homem contemporâneo [...] determinam modos de percepção" (MACHADO, 2001, p. 34). A arte mediada pela máquina semiótica torna o mundo sensível através da mediação da técnica e da cultura. A multiplicação dessas máquinas ao nosso redor, em um primeiro momento, de base eletrônica, nos



coloca a questionar a sua dimensão estética, a sua influência em nossas práticas de comunicação e percepção do mundo. Logo, surgem ramificações de expressões artísticas originadas das máquinas semióticas como vídeoarte, ciberarte, mídias locativas, entre outras, também provenientes da fusão interdisciplinar entre campos do conhecimento - arte e mídia -, com ênfase nos suportes do vídeo, ciberespaço, mobilidade ou ações participativas.

Para Arlindo Machado (2001), a vídeoarte nos anos 1970 fazia experimentações com as tecnologias - computadores, sintetizadores ou hologramas -, mas pretendia de fato demonstrar as contradições dos meios de comunicação de massa, através de movimentos de contracultura. É, portanto, uma intervenção crítica e de trato sensível na comunicação massiva através do vídeo, como expressão artística independente. Nam June Paik, considerado o pai da vídeoarte, na obra *Three eggs* (1975), a partir da qual um ovo de galinha é filmado e sua imagem é reproduzida em mais dois monitores, propõe considerar a videoinstalação por suas possibilidades de interferência, abrindo a discussão sobre qual seria o papel estético do vídeo, além de suas inserções material e tecnológica. Por uma estética da imagem de vídeo, Dubois (2004) reivindica dimensões técnicas fluidas, que transitam entre ficção e realidade, cinema e televisão, ou mesmo, arte e comunicação. Sua dimensão como fenômeno orbita em torno da indefinição, o que abre perspectivas para a imagem produzida. "Efetivamente, a ambiguidade está na natureza deste meio de representação, em todos os níveis, a tal ponto que tudo nele acaba ganhando uma espécie de dupla face" (DUBOIS, 2004, p. 73). O vídeo digital é uma interface na qual várias outras estéticas temporais são editadas e unificadas, graças ao poder de simulação dos computadores, logo, o vídeo digital, como objeto artístico, não é puro ou original, mas resultado da hibridização de várias técnicas e estéticas anteriores, incorporando a fluidez no processo estético.

Por uma estética do fluxo, compreende-se, através de filósofos tais como Zygmunt Bauman quando "utiliza os termos liquidez e fluidez para descrever a cultura do nosso tempo" (ARANTES; SANTAELLA, 2008, p.21), ou seja, a necessidade que as estruturas sociais têm de realocar-se a diferentes estímulos. Esta forma de pensar é influenciada pelos autores do Manifesto Comunista, que descreviam a inflexibilidade da sociedade burguesa e a ação de enfrentar com sobriedade as reais condições de vida e relações humanas. "Derreter os sólidos, dissolver aquilo que persiste no tempo e



é infenso à sua passagem ou imune ao seu fluxo é o espírito da nova fase na história da modernidade, de acordo com Bauman" (Ibidem, p.22).

Tratando-se de sensações causadas pelas informações antes da comunicação plurilateral, elas eram diretamente ligadas a um único suporte (ou ponto de vista), porém, na era dos meios digitais, tais percepções são atribuídas a objetos inacabados, em pleno devir, não por serem incompletas, mas por poderem sempre ser complementadas. "Fluxo é a qualidade, ato, ou efeito de fluir. Diz respeito ao movimento de um líquido e também à substância que facilita a fusão de outras" (ARANTES; SANTAELLA, 2008, p.21). À estética do fluxo, pode-se também atribuir a característica de que o objeto artístico/comunicacional está sempre em metamorfose, e que sua essência está aberta a novas possibilidades. A racionalidade e as verdades sólidas que envolviam a sociedade burguesa, na Modernidade, diluíram-se ao ponto de encontrarmos-nos em um mundo de fluxos, dentro do qual as certezas parecem embasadas e dissolvidas em um movimento nômade e flutuante, "como contraponto aos discursos estéticos da tradição, que pregam a forma fixa e perene: índices de beleza, da objetividade e do princípio de verossimilhança" (Ibidem, p.22). A estética do fluxo aplicada aos processos comunicacionais, portanto, busca compreender a imprevisibilidade e a multiplicidade da sociedade midiática contemporânea.

### Vaporwave: uma brincadeira imprevisível

Considerando o que já foi dito sobre os efeitos estéticos e sua capacidade de acionar uma rede de percepções sensíveis sobre o mundo, assim como o poder que os dispositivos de comunicação têm de ressignificar as relações sociais e humanas, destacamos neste momento um movimento artístico extremamente alinhado às dinâmicas com meios digitais contemporâneos. Busca-se compreender suas características e principais fatores estéticos de sensibilização para, a partir daí, observar outras possibilidades de manifestações nos processos de comunicação interpessoais em trânsito. Assim, a manifestação artística *Vaporwave* encontra em sua estilística e desdobramentos estéticos muito do que a tecnologia digital deixa subentendido como referências sensíveis aos humanos.

De acordo com Mário Arruda (2015), este movimento é influenciado diretamente pela fluidez proposta pelos arquivos digitais abertos, da incorporação da interatividade e montagem na arte. "A



matriz para as mixagens, edições e colagens é sempre de origem virtual, sendo de fácil acesso através dos mecanismos de busca do ciberespaço. A partir disso, a estética do *Vaporwave* pode ser classificada como consequência de uma arte interativa" (ARRUDA, 2015, p. 58). Isto posto, destacam-se questões centrais ao *Vaporwave*: a) tem sua origem em nichos sociais específicos da rede de computadores, onde a linguagem desenvolvida facilita a comunicação e a expressão de identidades artísticas emergentes; b) observa-se, como nos demais movimentos artísticos, um viés crítico/reflexivo, neste caso, a crítica à cultura consumista que insiste em tratar os humanos como máquinas irracionais de compra, utilizando para tanto produtos culturais da mídia massificada em suas edições de música e imagem.

Tendo início no começo da década de 2010, "o vaporwave é um movimento estético cuja ação se dá através da música, do vídeo e da imagem estática digital de forma simultânea, podendo ser considerado um subgênero da *media art* ou arte tecnológica" (ARRUDA, 2015, p.10). Trata-se de um movimento artístico atravessado e desenvolvido pelo meio digital, e isso remete à sua forma plástica e seu modo de propagação quase sempre nômade, sem objetivos claramente predeterminados - características que parecem encontrar ressonância nas práticas com as redes sociais digitais contemporâneas. O *Vaporwave* é uma síntese de estéticas, pois recebeu influências de outros movimentos de expressão que emergiam simultaneamente: "influências e ramificações se turvam a ponto de não poder apontar quem influenciou em quem, o que delimita ser ou não de determinada categoria, como *Plunderphonics*, *Vaportrap*, *Future Funk*, *Chillout*, *Seapunk*, *Sinthwave*" (RAYMUNDO, 2017, p.22). Isso acontece devido à agilidade e fluidez da comunicação digital, onde além da alta acessibilidade de aplicativos e programas de edição e criação de imagem e música, a cultura participativa já define suas marcas que influenciam na produção artística no meio digital:

Sua produção é feita em um processo individual de manipulação dos arquivos de áudio e imagem, arquivos de pacotes de dados, uma representação numérica que atravessa instantaneamente a internet e é aberta à modelagem de sua forma pelo interator. Uma interação que verte um produto estético à sua própria rede de alimentação, na qual algumas formas discursivas e de expressão técnica entre imagem/máquina ocorrem, em processos de significação e assimilação. (ARRUDA, 2015, p.4).



Assim como os videoartistas nos anos 70, os artistas do *Vaporwave* manipulam a interface digital a fim de trazer o próprio meio e a técnica à pauta de questionamento como forma de exprimir ideias acerca da realidade sociopolítica. Um certo mal-estar caótico e a fusão entre estilos dão o tom da crítica, considerando que, no início, sua estética esteve vinculada à propaganda de grandes marcas: o objetivo central era produzir paródias para desgastá-las, ao introduzirem uma "série de ruídos ensurdecadores e desconexos, o que parece gerar mesmo um ruído na própria imagem institucional em questão" (ARRUDA, 2015, p.11). Essas paródias seguem a lógica capitalista de criar um produto, sua identidade visual, e fazer sua própria divulgação, e o valor da troca é subentendido em interações contínuas na internet. Já a ironia se dá pelo fato de ser possível reproduzir através dos mecanismos digitais um modelo da lógica que grandes empresas capitalistas implementaram nas pessoas em forma de sonhos inalcançáveis.

Tratando-se de um movimento artístico, questiona-se como se traduz visual e sonoramente a estética *Vaporwave*. Para Arruda (2015), o *Vaporwave* retoma elementos plásticos muito utilizados nos anos 1980 e 1990: o uso de cores saturadas, evidenciando sua característica digital na separação das três camadas de cores RGB, de timbres maquínicos e artificiais dos sintetizadores daquela época, vídeos, propagandas retrô, ícones pop e músicas das décadas de 80/90 (Figura 1), incorporando, de nosso tempo, características da microcultura desenvolvida na internet e através das redes sociais, tais como *Tumblr*.

Figura 1 - Capa do álbum *Floral Shoppe*, de Ramona Xavier (*Macintosh Plus*)



As músicas *Vaporwave* são feitas a partir de recortes, edições e desaceleração de músicas famosas da época, ou que tenham alguma relação com a cultura do consumo massificado, como músicas de shopping ou elevador, e normalmente reivindicadas por pseudônimos *alternantes* - um mesmo produtor de *Vaporwave* pode ter diversos nomes distintos. Além disso, as imagens estáticas e os vídeos reforçam a estética desejada pelo autor, trazendo também influências imagéticas diversificadas que se tornaram símbolos do movimento, como estátuas de pedra crua, palmeiras, caracteres japoneses, marcas de produtos tipicamente capitalistas. Uma característica do estilo *Vaporwave* são os ruídos na imagem, pois além de fazerem referência às tecnologias visuais do final do século passado, também fazem alusão aos produtos audiovisuais defeituosos e rejeitados, tais como os granulados da TV, interferências que causam desgastes na imagem conhecidos como *glitches*: “técnica de operação sobre arquivo digital, e explora isto esteticamente. Os pacotes de dados numerizados são distorcidos com processos conhecidos como *databend* e *datamosh*, torções e destruições de informação” (ARRUDA, 2015, p.7).

Segundo Mario Arruda (2015), o que emana da flexibilidade técnica vai além de uma prática contestatória, isso porque, sua "estética e seu modo de fazer podem ser desdobrados politicamente



além de uma ideologia anticapitalista, pois procuram de certo modo estabelecer tanto uma reflexão sobre a nossa realidade política atual" (ARRUDA, 2015, p.11). A busca pela diversidade em banco de dados na internet, produzindo uma mistura muitas vezes desconexa, lembra inclusive movimentos artísticos em outros momentos históricos, tais como Dadaísmo e a Antropofagia Tropicalista. Enfim, os pesquisadores do tema afirmam ser o movimento parte integrante das práticas digitais desenvolvidas a partir da difusão dos computadores, da rede multiconectada e do ciberespaço como lugar de troca. Trata-se aqui de uma estética heterogênea, através da qual busca-se abranger mais "movimentos criativos da cultura da internet do que propriamente delimitar um conjunto de produtos gerados a partir desse movimento virtual" (Ibidem, p.12). A matéria-prima enfim é múltipla, e está envolvida tanto pela tecnologia abstrata, quanto pelas práticas e os hábitos digitais.

### Trumpwave e Bolsowave: representação estética e ressignificações

Donald Trump (2016), no livro publicado em 2015, inicia a discussão sobre *America Debilitada*, na qual levanta temas controversos e críticos aos governos anteriores, evidenciando assim suas pautas para a disputa eleitoral. O conhecido discurso ufanista norte-americano é transformado em uma descrição de infelicidade sobre um presente em que lobistas corrompem o Estado, a imprensa não diferencia opinião de fato e imigrantes tomam os empregos dos cidadãos. Para Trump (2016), pouca coisa bacana resta em seu país, pois o sonho americano está morto. A situação vivida naquele momento estava apagando o passado glorioso de outrora, e para Trump (2016), a América precisava vencer outra vez. "Ninguém gosta de perdedores e ninguém gosta de ser intimidado. No entanto, aqui estamos hoje, a maior superpotência da Terra, e todos estão comendo o nosso almoço. Isso não é vencer" (TRUMP, 2016, s/p). Alguns meses depois, a editora reedita a primeira versão do livro, neste caso, assumindo o *slogan* menos tristonho e bem mais otimista que iria figurar a campanha eleitoral em 2016, *Make America Great Again*.

À luz desse contexto, observamos uma das peças eletrônicas utilizadas para sintetizar os valores estabelecidos nas eleições norte-americanas de 2016, a partir da qual exaltavam-se o resgate de valores perdidos e a idealização de uma figura central, bem-sucedida e com coragem de dizer o que precisa ser dito.

Apesar de se autoproclamar fora do sistema da política tradicional, utilizou mote de candidatos anteriores, como o clássico "Let's make America great again"<sup>1</sup>, de Ronald Reagan, em 1980, e até mesmo o discurso de Bill Clinton. Entretanto, tinha nas redes sociais um diferencial, podendo atingir maior número de pessoas e com perfil heterogêneo. Com isso, o candidato intitulou-se o presidenciável moderno, preocupado em tornar a América ótima novamente, ajudando a driblar as *fake news* da mídia fraudulenta e os seus interesses questionáveis<sup>2</sup>. De um modo ou de outro, apesar da campanha eleitoral de 2016 ter acumulado polêmicas em torno de possíveis contas falsas criadas para expor conteúdo político-partidário a 126 milhões de norte-americanos - que seguem sendo apuradas pela polícia federal americana<sup>3</sup> -, a estratégia envolvendo principalmente o fluxo e a dinâmica das redes sociais digitais corroborou práticas alinhadas aos novos comportamentos dos diversos públicos, portanto, a primeira peça eletrônica (Figura 2) é destacada no sentido de compreender essa dinâmica entre processos comunicacionais e efeitos estéticos.

Figura 2 - Trilha sonora do *slogan Make America Great Again* ao assumir o formato *Trumpware*<sup>4</sup>

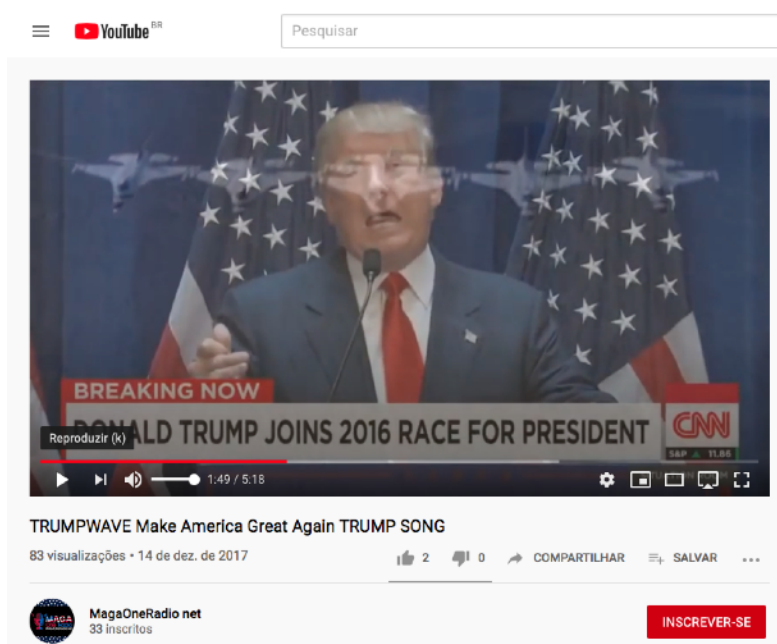
---

<sup>1</sup> Disponível no link: <https://www.iagreeetosee.com/portfolio/make-america-great-again/>

<sup>2</sup> Disponível no link: <https://www.telegraph.co.uk/news/2017/07/01/modern-day-presidential-donald-trump-defends-use-social-media/>

<sup>3</sup> Disponível no link: <https://www.nytimes.com/2020/01/07/technology/facebook-trump-2020.html>

<sup>4</sup> Disponível no link: [https://www.youtube.com/watch?v=XZ-hqnX4\\_\\_c](https://www.youtube.com/watch?v=XZ-hqnX4__c)



Percebe-se que o *Trumpwave*<sup>5</sup> levanta um certo saudosismo a um tempo em que, em sua concepção, os EUA eram “ótimos”, o que parece uma oportunidade propícia, em termos de identidade visual propagandista, para se utilizar de elementos estilísticos do *Vaporwave*, ao passo em que o movimento artístico apresenta “certo fetiche pelos anos 80 e 90 e seu sonho futurista frustrado” (RAYMUNDO, 2017, p.12). No vídeo (Figura 2), a música *Synthwave*<sup>6</sup>, relembra os sintetizadores oitentistas e é sincronizada com imagens que acompanham o discurso de Trump, no qual ele anuncia que está se candidatando à presidência dos EUA. Além de usar as imagens de outros candidatos e contextos difamatórios, o vídeo também busca estabelecer atmosfera otimista e

<sup>5</sup> O sub-gênero Trumpwave explora a ambivalência de vaporwave para a cultura corporativa com que ele se engaja, permitindo-lhe reformular Trump como “o herdeiro moderno dos 80 anos mitificados, uma década que é levada a defender a pureza racial e o capitalismo desencadeado”. Disponível no link: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Vaporwave>

<sup>6</sup> Synthwave (anos 2000) foi fortemente inspirado pela new wave e trilhas sonoras de filmes, videogames e séries de televisão da década de 80 e 90. Disponível no link: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Synthwave>



esperançosa à medida que a música se intensifica, oscilando entre um *remix* trepidante da apresentação do presidenciável e imagens variadas entre registros de momentos gloriosos nos anos 70/80: lançamentos de bases espaciais, vitórias esportivas e construções de cidades, além de trechos de produtos culturais da época, como o clipe da música *Thriller* (Michael Jackson), e até Bill Clinton tocando saxofone no antigo programa de TV *The Arsenio Hall Show*.

A construção sonora-imagética guiada pelo instrumental reconhecível dos sintetizadores eletrônicos, somado a fusões de imagens do passado, de uma forma ou de outra, buscou acionar uma rede de percepções sensíveis sobre esse período de simbologias fortes, no imaginário do possível eleitorado de Trump. Uma espécie de memória cultural de um tempo - alimentando a esperança, por meios de "ótimas" analogias imagéticas -, que Trump sugeria ter poder de resgate. Este é o ponto central dessa primeira peça: a ação de *redenção* proposta pelo sentimento de *nostalgia* que o estilo *Vaporwave* aplicado proporciona à peça propagandística.

Se há coincidências entre os processos eleitorais dos EUA e do Brasil, não há biografias publicadas, candidatos com currículos semelhantes, ou posturas ufanistas - substituídas por exaltações ao divino. Por outro lado, há coincidências, entre elas: utilizar as falhas do governo anterior como mote de campanha, desqualificar o trabalho da imprensa e utilizar a dinâmica das redes sociais digitais como estratégia de mídia. Curiosamente, também inclui envolvimento com doações de empresários que impulsionaram disparos em massa<sup>7</sup>, além de gastos ainda em apuração pela CPI das *Fake News*<sup>8</sup>.

Não gera espanto que o estilo *Vaporwave* tenha chegado aos meios de propaganda política no Brasil, em 2018, levando em consideração que os apoiadores do candidato à Presidência da República, Jair Messias Bolsonaro, tomam as estratégias políticas estadunidenses como referência. Portanto, devido a eficácia do estilo *Vaporwave* em expressar o desejo de retorno a um passado de sucesso econômico e social como propaganda política nos EUA, Bolsonaro ganha seu próprio estilo *wave*. O *Bolsonarowave*, como pretendem demonstrar as peças eletrônicas das Figuras 3 e 4, também segue características visuais e sonoras do *Trumpwave*, as mesmas músicas oitentistas no

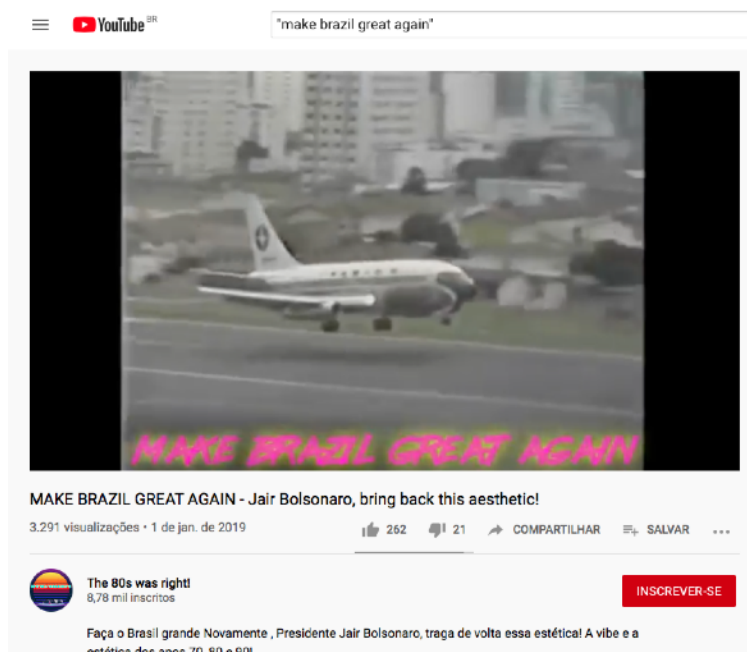
---

<sup>7</sup> Disponível no link: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>

<sup>8</sup> Disponível no link: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/02/imagens-de-cpi-indicam-disparo-ilegal-de-mensagens-pelo-whatsapp.shtml>

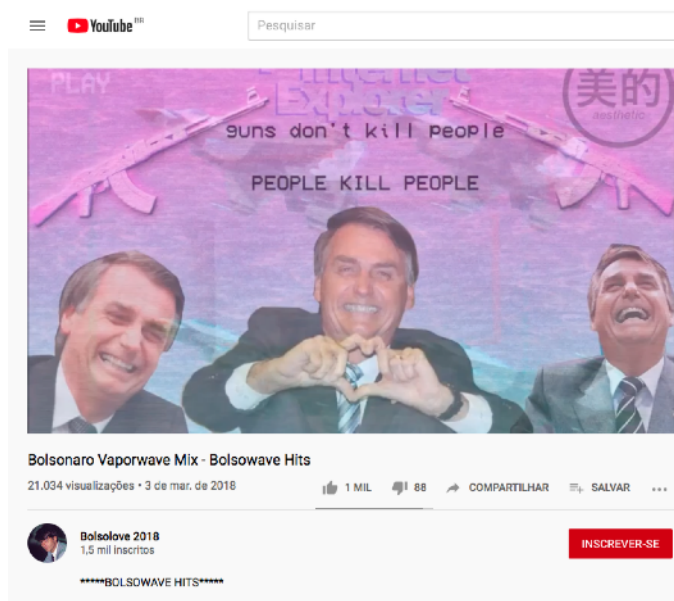
estilo do sintetizador eletrônico, sincronizadas a imagens estáticas com filtros de *glitches* ou vídeos de propagandas retrô, isto é, são alternados trechos curtos de filmagens em VHS da vida social no contexto de crescimento econômico nas décadas 80/90 com propagandas de produtos da cultura capitalista da época. Além disso, segue a mesma lógica de montar uma narrativa esperançosa de passado supostamente glorioso através do recorte dado às imagens, assim como a cópia do *slogan* da propaganda política de Trump: *Make Brazil Great Again*.

Figura 3 - *Make Brazil Great Again: Jair Bolsonaro, bring back this aesthetic*, compartilhado no canal *The 80s was right*<sup>9</sup>



<sup>9</sup> Disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=kpMBnEhUAUM>

Figura 4 - *Bolsonaro Vaporwave Mix, Bolsowave Hit's*, compartilhado no canal *Bolsolove 2018*



A Figura 4 evidencia particularidades brasileiras e, se comparada à peça norte-americana, demonstra descompasso, qualidades técnica e imagética mais focadas no improviso e no baixo custo - o que na prática foi considerando o bordão da própria campanha: "Bolsonaro registrou na Justiça Eleitoral gastos de R\$ 1.721.537 [...] Campanha de Haddad gasta 20 vezes mais do que a de Bolsonaro"<sup>10</sup>. *Bolsowave Hit's* é um compêndio de sons que identificam o movimento *Vaporwave*, tendo como imagem de fundo uma única montagem com expressões faciais do presidente e armas, somando-se a isto símbolos do movimento estético. No áudio são alternadas declarações soltas ou xingamento aleatórios proferidos por Jair Bolsonaro em momentos diferentes da sua vida como parlamentar. Exemplo, trilhas como *Macintosh Plus* são mixadas com frases tais como: "gostar de homossexual, vamo falar, ninguém gosta, tá ok".

A estética do fluxo, peculiar aos usos das tecnologias em rede, de alguma forma evidencia a volatilidade das possibilidades de existências, a pluri-identidade nas diferentes culturas, e até mesmo,

<sup>10</sup> Disponível no link: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-10/campanha-de-haddad-gasta-20-vezes-mais-do-que-de-bolsonaro>





a observância do contraditório. As peças propagandísticas isto, através das apropriações de valores de um movimento artístico contestador, subvertendo seus fundamentos de base reflexiva em apropriação puramente visual. O vídeo na Figura 4 inclusive mescla imagens da cidade de Miami, fazendo o espectador crer que tudo pertence ao mesmo local, como se EUA e Brasil dividissem o mesmo lugar na representação de potência capitalista. Na descrição do vídeo, o suposto autor do canal *The 80s was right!* contextualiza: “Faça o Brasil grande novamente, Presidente Jair Bolsonaro, traga de volta essa estética! A *vibe* e a estética dos anos 70, 80 e 90! [...] onde placas e luzes de *néon* por toda cidade voltassem a ser comum, onde propagandas politicamente incorretas e criativas voltassem às telas, onde músicas de sintetizador voltassem a tomar espaço nas rádios [...]”<sup>11</sup>. E prossegue: “Tudo isso com um crescimento econômico real, aumento da renda média significativa, abertura economia garantindo acesso a bens de consumo importados de qualidade e o mais importante: Vivendo tudo isso sem o pesadelo da hiperinflação dos anos 80”. Como característico das estruturas publicitárias, exalta elementos supostamente positivos, já excluindo no próprio texto questões demeritórias (hiperinflação), estas sim herança de governos anteriores, sobre os quais apenas apologia ao conservadorismo como valor moral, à necessária repressão aos desvios sociais ou à revalorização dos preceitos de uma sociedade de bem.

A pergunta que fica sobre a relação entre produtos tão diferentes - *Vaporwave*, *Trumpwave* e *Bolsowave* - é o que tais movimentos demonstram sobre a sociedade atual. Tendo como maior característica a autoironia, o posicionamento político da sociedade perante às contradições do sistema ou mesmo crítica às promessas não cumpridas do capitalismo, o *Vaporwave* de alguma forma também flexibiliza a existência de um número considerável de apropriações contraditórias e até divergentes. O *Trumpwave* vê na nostalgia das imagens do passado a conexão propagandística para exaltação de valores vivenciados dentro daquela cultura em particular; enquanto o *Bolsowave*, através de suas palavras de ordem e montagens imagéticas mais desconexas e aleatórias, explora a valorização de um momento social que encontra legitimidade em um estilo de vida do passado, de deslumbramento com o consumo, com os letreiros luminosos de marcas internacionais, automóveis luxuosos, desconsiderando afinal parte da realidade política e social da época - específica da cultura brasileira e incompatível com a estadunidense. O que choca é como em nenhum momento essa

---

<sup>11</sup> Descrição do canal, com 8,78 mil inscritos. Disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=kpMBnEhUAUM>



distância abissal entre o que está sendo propagado e a realidade do Brasil é vista por sua ironia explícita: de promessas nunca cumpridas de fato.

## Considerações finais

Essas contradições, observadas na forma como o movimento *Vaporwave* é ressignificado, demonstram debates relevantes sobre como nossa sociedade é protagonizada através da comunicação via redes sociais digitais: suas práticas e acepções dizem muito sobre a cultura em que vivemos. A fluidez própria da comunicação digital modela condições diversas de interpretações para os fatos e, como já foi citado, a essência da própria expressão *Vaporwave* é o sarcasmo: ao mesmo tempo que leva a mensagem de uma crítica ao sistema capitalista, brinca com as formas encontradas de *não ser levado a sério*, o que facilita sua propagação através da empatia e cumpre com o objetivo de propor uma ideia contrária ao que é criticado. Já nos exemplos do *Trumpwave* e *Bolsowave*, o estilo *Vaporwave* é incorporado ora à temática do resgate ao passado glorioso, ora à temática conservadora, assumindo a sátira como um perfil comportamental inerente aos candidatos e não ao processo de comunicação em si: fazer brincadeiras com as frases ofensivas, dando o tom descontraído do politicamente incorreto, estimula a aceitação e o compartilhamentos dessas ideologias; afinal, a estética de fluxo se constrói dentro dessa perspectiva, onde conteúdos são apropriados e ressignificados de acordo com os interesses de diferentes nichos de público.

Temática já bastante discutida por autores como Shirky (2011) e Jenkins, Ford e Green (2014, p.47), para os quais, o marketing viral, de uma forma ou de outra, se alimenta desses fluxos aleatórios, ou fissuras deixadas nos processos de comunicação, dentro dos quais "o público tem um papel ativo na 'propagação' de conteúdos, em vez de somente servir como portador passivo da mídia viral: suas escolhas, seus investimentos, seus interesses e propósitos, assim como suas ações, determinam o que ganham valor".

Conclui-se, portanto, esta como questão central do trabalho: a volatilidade e a mistura díspar que alimentam os processos de comunicação contemporâneos, observadas em especial pelas imprevisibilidades e ressignificações possíveis, demonstram a diversidade social dentro da qual nos encontramos; em contrapartida, disponibilizam um grande volume de incertezas e contradições. A relação mantida entre o *Vaporwave*, como movimento artístico de contracultura, e as peças



propagandísticas é sustentada por fios frágeis, a partir dos quais elementos estilísticos - *glitches*, vídeos VHS, figuras clássicas gregas ou mesmo grandes marcas de sucesso - dão uma camada de verniz superficial para questões muito complexas, a envolver campos divergentes da cultura e da política social.

É observado nos exemplos de *Trumpwave* e *Bolsowave* um sentido mais intermitente para os processos de redefinição das mensagens, visto que essas atividades comunicativas são autônomas e individuais. Zygmunt Bauman (2001) inclusive reitera a liberdade individual acima de qualquer crença ou ideologia, ou seja, “a situação presente emergiu do derretimento radical dos grilhões e das algemas que, certo ou errado, eram suspeitos de limitar a liberdade individual de escolher e de agir” (BAUMAN, 2001, p.11). Por outro lado, são nessas diferentes situações que a complexidade dos processos de comunicação se instala, e exige de todos nós maior capacidade de discernimento sobre seus contextos e finalidades. Logo, se a arte pode ser forte aliada à reflexão e emancipação das sensibilidades, promovendo reflexão em torno dos sentimentos motivados por ações comunicativas dentro das mídias sociais digitais, é certo também a importância de compreendermos que intenções estéticas estão sustentadas em mais que camadas de verniz ou estilo, isto é, mesmo quando utilizam a fluidez dos dispositivos tecnológicos, são atribuidoras de sentidos implícitos ou intenções políticas, isto é, intenções vinculadas ao nosso comprometimento coletivo e social. O que nem sempre é encontrado como o propósito das propagandas, normalmente voltadas a interesses específicos.

## Referências

ARANTES, P.; SANTAELLA, L.. **Estéticas tecnológicas**. São Paulo: EDUC, 2008.

ARANTES, P.. **@rte e mídia**. São Paulo: Senac, 2005.

ARRUDA, M. A. P. de. **Vaporwave**: estetização da tecnologia pelo atravessamento de enunciados. TCC (Comunicação Social): UFRGS, 2015

BAUMAN, Z **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica In Obras escolhidas, v. 1. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1985. p. 165-196.

DUBOIS, P. **Cinema, Vídeo, Godard**. São Paulo: Coosac Naify, 2004.

EAGLETON, T. **A Ideologia da Estética**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

JENKINS, H; FORD, S; GREEN, J. **Cultura da conexão**. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

MACHADO, A. **Máquina e imaginário**. São Paulo: Editora da USP, 2001.

\_\_\_\_\_. **Arte e mídia**. Rio de Janeiro, Zahar, 2007.

MARCUSE, H. **A dimensão estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1986.

RAYMUNDO, Í. E. **Resíduos audiovisuais**: estética virtual a partir do *vaporwave*. in: Revista Trama, Ano 3, vol.5, ago.dez, 2017.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

SHIRKY, C. **Cultura da participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TRUMP, D. **Grande outra vez**. Porto Alegre: CDG, 2016.