



Utopias Virtuales

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS – *CAMPUS* SOROCABA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E BIOLÓGICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

Synclair Antonio Vieira Pereira

UTOPIAS VIRTUAIS
UM ESTUDO SOBRE O *VAPORWAVE* E O CIBERESPAÇO GEOGRÁFICO

Sorocaba
2022

Synclair Antonio Vieira Pereira

UTOPIAS VIRTUAIS
UM ESTUDO SOBRE O *VAPORWAVE* E O CIBERESPAÇO GEOGRÁFICO

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia para obtenção do título de Mestre em Geografia. Linha 1: Produção do Espaço, Educação e Cultura.

Orientação: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Lana

Sorocaba

2022

FICHA CATALOGRÁFICA

Pereira, Synclair Antonio Vieira

Utopias Virtuais: Um estudo sobre o vaporwave e o ciberespaço geográfico / Synclair Antonio Vieira Pereira -- 2022.

101f.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de São Carlos, campus Sorocaba, Sorocaba

Orientador (a): Rita de Cássia Lana

Banca Examinadora: Neusa de Fátima Mariano, Paulo Celso Silva

Bibliografia

1. Ciberespaço. 2. Música. 3. Globalização. I. Pereira, Synclair Antonio Vieira. II. Título.

Ficha catalográfica desenvolvida pela Secretaria Geral de Informática (SIn)

DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Bibliotecário responsável: Maria Aparecida de Lourdes Mariano -
CRB/8 6979

Imagem da capa: "ENDLESSメガタワー II", álbum do death's dynamic shroud.wmv.
Disponível em: <https://archive.org/details/dds.wmv-ENDLESSII>. Acesso em: 04 nov. 2022.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Ciências Humanas e Biológicas
Programa de Pós-Graduação em Geografia

Folha de Aprovação

Defesa de Dissertação de Mestrado do candidato Synclair Antonio Vieira Pereira, realizada em 06/09/2022.

Comissão Julgadora:

Profa. Dra. Rita de Cássia Lana (UFSCar)

Profa. Dra. Neusa de Fatima Mariano (UFSCar)

Prof. Dr. Paulo Celso da Silva (UNISO)

O Relatório de Defesa assinado pelos membros da Comissão Julgadora encontra-se arquivado junto ao Programa de Pós-Graduação em Geografia.

Dedicado aos passados perdidos
e aos presentes saudosos.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Cleusa, e meu pai, Adair, pelo apoio incondicional e pela compreensão mesmo nos momentos mais críticos;

À minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Rita de Cássia Lana, por me conduzir por este caminho tão árduo e por toda a sua sabedoria e empatia;

À Prof.^a Dr.^a Neusa de Fátima Mariano, que me apoia desde a graduação e sempre esteve pronta para ajudar;

Ao Prof. Dr. Paulo Celso Silva, por prontamente aceitar meu convite para a banca e por trazer contribuições de grande valor para a pesquisa;

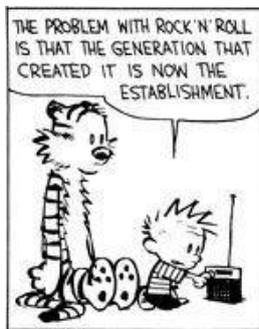
A todos os meus professores, do ensino fundamental até o mestrado, que me formaram profissional, cidadão e humano;

À Pâmela Keiti Baena, meu porto seguro e minha eterna inspiração dentro e fora da vida acadêmica;

A todos os amigos que se deram ao trabalho de ouvir meus lamentos nas mesas de bar da vida;

A todos os *nerds* de música com os quais criei laços improváveis nessa tal de internet;

À Paçoca e à Cocada, minhas fiéis (e carentes) assistentes.



ROCK PRETENDS IT'S STILL REBELLIOUS WITH ITS VIDEO POSTURING, BUT WHO BELIEVES IT? THE STARS ARE 45-YEAR-OLD ZILLIONAIRES OR THEY ENDORSE SOFT DRINKS! THE "REVOLUTION" IS A CAPITALIST INDUSTRY! GIVE ME A BREAK!



Bill Waterson, 1992.

RESUMO

PEREIRA, Synclair A. V. Utopias virtuais: um estudo sobre o vaporwave e o ciberespaço geográfico. Mestrado em geografia: Universidade Federal de São Carlos. Sorocaba, 101 f.

A internet, um modelo de comunicação em rede criada primariamente para fins militares na década de 1960, se tornou o principal meio de comunicação do início do século XXI, revolucionando a forma como nos relacionamos uns com os outros e com o mundo. Essas relações, por vezes conflituosas, refletem os conflitos do espaço físico-material. Dada a necessidade de uma ampliação do olhar geográfico sobre o ciberespaço, e neste sentido a pesquisa realizada fez uso do *vaporwave*, um gênero musical eletrônico e experimental surgido e popularizado na internet em meados da década de 2010 como um estudo de caso, na tentativa de compreender os novos fluxos espaciais da contemporaneidade. Adotando como base teórica para a investigação as teorias desenvolvidas por Milton Santos, sobretudo a Teoria dos Circuitos Econômicos Urbanos, foi possível compreender as aplicabilidades e as limitações do uso da teoria frente às novas configurações espaciais do mundo globalizado. Na finalização desta pesquisa pode-se apontar que as particularidades do ciberespaço demandam uma nova perspectiva de análise capaz de abarcar seus fluxos acelerados, configurando-se, portanto, como um campo pleno de questões a serem abordadas pela ciência geográfica em diálogo com outros campos de conhecimento.

Palavras-chave: Ciberespaço; Música; Globalização; Teoria dos Circuitos Econômicos.

ABSTRACT

PEREIRA, Synclair A. V. Virtual utopias: a study of vaporwave and the geographic cyberspace. Master in geography: Federal University of São Carlos. Sorocaba, 101 s.

The internet, a network communication model created primarily for military purposes in the 1960s, has become the primary means of communication of the early 21st century, revolutionizing the way we relate to each other and the world. These relationships, sometimes conflicting, reflect the conflicts of the physical-material space. Given the need to broaden the geographic view of cyberspace, and in this sense, the research carried out made use of vaporwave, an electronic and experimental musical genre that emerged and popularized on the internet in the mid-2010s as a case study, in an attempt to understand the new contemporary spatial flows. Adopting as a theoretical basis for the investigation the theories developed by Milton Santos, especially the Theory of Urban Economic Circuits, it was possible to understand the applicability and limitations of the use of the theory in the face of new spatial configurations of the globalized world. At the end of this research, it can be pointed out that the particularities of cyberspace demand a new perspective of analysis capable of embracing its accelerated flows, configuring, therefore, as a field full of questions to be addressed by geographic science in dialogue with other fields of knowledge.

Keywords: Cyberspace; Music; Globalization; Theory of Urban Economic Circuits.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Quantidade de artistas de <i>vaporwave</i> entre os 100 mais populares, conforme país de origem, de acordo com o site Rate Your Music	24
Figura 2 - Página criada na plataforma Bandcamp por  DΣΣSOLUTION  para promoção do álbum LEDSky™	28
Figura 3 - Receita de gravações de música nos EUA por formato entre os anos de 1973 e 2018	35
Figura 4 - Receita global da indústria musical entre 2001 e 2009 (em bilhões de Dólares).....	39
Figura 5 - Capa e contracapa do álbum <i>Eccojams Vol. 1</i> , de Chuck Person	50
Figura 6 - trecho do vídeo nobody here, de Chuck Person, disponibilizado no YouTube.....	51
Figura 7 - Capa do álbum <i>Far Side Virtual</i> , de Daniel Lopatin.....	53
Figura 8 - Capa do álbum <i>Floral Shoppe</i> , de Macintosh Plus	54
Figura 9 - Trecho do vídeo não-oficial para リサフランク 420/ 現代のコンピュー, de Macintosh Plus, disponibilizado no YouTube	56
Figura 10 - O vale da estranheza, conforme apresentado por Masahiro Mori em 1970	57
Figura 11 - Capa do álbum <i>Dream Sequins®</i> , de Nmesh.....	58
Figura 12 - capa do álbum 世界から解放され回, de  新しいデラックスライフ 	59
Figura 13 - Trecho do vídeo ENJOY YOURSELF, de Saint Pepsi, disponibilizado no YouTube.....	60
Figura 14 - Trecho do vídeo Cherry Pepsi, de Saint Pepsi, disponibilizado no YouTube.....	61
Figura 15 - Capa do álbum <i>Blank Banshee 0</i> , de Blank Banshee	62
Figura 16 - Trecho do vídeo SUNDAY SCHOOL, responsável pela popularização da faixa Teen Pregnancy, de Blank Banshee.....	63
Figura 17 - Capa do álbum 슈퍼마켓Yes! We're Open, de 식료품groceries	65
Figura 18 - Capa do álbum <i>Palm Mall</i> , de 猫シ Corp.....	66
Figura 19 - capas de diferentes álbuns de <i>vaporwave</i> , apresentando detalhes característicos do gênero, como busto e pilastras gregas, personagens de	

animações japonesas, sistemas operacionais obsoletos e imagens publicitária	67
Figura 20 - Exemplo de meme produzido dentro da estética <i>flashwave</i> , a partir de fotografia de Adolf Hitler	70
Figura 21 - Foto de perfil do Twitter utilizada, em 2019, por Abraham Weintraub, ex-ministro da educação, inspirado na estética vaporwave	72
Figura 22 - exemplo de montagem com base na estética do <i>labourwave</i>	73

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Uso de internet no mundo.....	32
Tabela 2 - Lançamentos de obras do gênero vaporwave entre os anos de 2010 a 2019.	48

LIISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Principais características dos dois circuitos da economia urbana e panorama contemporâneo	26
---	-----------

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CD – *Compact Disc*

CERN – *Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire*

DARPA – *Defense Advanced Research Projects Agency*

DJ – *Disc Jockey*

DVD – *Digital Video Disc*

EP – *Extended Play*

HD – *Hard Drive*

HTML – *HyperText Markup Language*

HTTP – *Hypertext Transfer Protocol*

ICANN – *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*

IFPI – *International Federation of the Phonographic Industry*

Lo-fi – *Low Fidelity*

LP – *Long Play*

MIDI – *Musical Instrument Digital Interface*

MP3 – *MPEG-1 Audio Layer III*

MPEG – *Moving Picture Experts Group*

P2P – *Peer to Peer*

RIAA – *Recording Industry Association of America*

SACD – *Super Audio CD*

URL – *Uniform Resource Locator*

WIN – *Worldwide Independent Network*

WWW – *World Wide Web*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 CIBERESPAÇO E GEOGRAFIA	17
2.1 UMA ABORDAGEM GEOGRÁFICA DO CIBERESPAÇO	19
2.2 VAPORWAVE E A TEORIA DOS CIRCUITOS	23
3 DO MERCADO DA MÚSICA E O CIBERESPAÇO	31
3.1 DO MERCADO FONOGRÁFICO NA ERA DIGITAL	34
3.2 SOBRE O CIBERESPAÇO E A PRODUÇÃO INDEPENDENTE	40
3.3 SOBRE SAMPLING E DIREITOS AUTORAIS	42
4 O QUE É VAPORWAVE?	45
4.1 HISTÓRIA DO VAPORWAVE	48
4.1.1 Principais Álbuns de Vaporwave	49
4.1.1.1 Eccojams Vol.1	49
4.1.1.2 Far Side Virtual	52
4.1.1.3 Floral Shoppe	54
4.1.2 Subgêneros	57
4.1.2.1 Broken Trasmision	58
4.1.2.2 Future Funk	59
4.1.2.3 Vaportrap	61
4.1.2.4 Mallsoft	64
4.2 ELEMENTOS VISUAIS DO VAPORWAVE	67
4.3 DO VAPORWAVE ENQUANTO PRODUÇÃO INDEPENDENTE	73
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
ANEXO A – PÁGINAS DE ARTISTAS DE VAPORWAVE NA PLATAFORMA BANDCAMP	83
ANEXO B – CAPAS E CONTRACAPAS DE ÁLBUNS DE VAPORWAVE	87
ANEXO C – MOVIMENTOS POLÍTICOS E VAPORWAVE – BOLSOWAVE, FASHWAVE E LABORWAVE	95
ANEXO D – GUIA DE ÁLBUNS ESSENCIAIS DE VAPORWAVE E DERIVADOS	98

1 INTRODUÇÃO

Desde que a internet se popularizou na década de 1990, grandes mudanças ocorreram na comunicação e nas relações humanas. A simultaneidade que a internet a partir de então foi capaz de proporcionar aos seus usuários levou à aparente diminuição dos tempos e dos espaços. O aumento da intensidade dos fluxos de dados disponíveis na rede levou também a um crescente fluxo de informação. De curiosidade tecnológica e instrumento de comunicação restrito a pequenos círculos sociais, a internet se tornou quase onipresente, e não tão somente numa perspectiva indivíduo, como numa perspectiva do coletivo. Se a produção do espaço contemporâneo não se tornou sujeita à internet, ambas se tornaram ao menos interdependentes.

Os debates mais tradicionais da geografia, contudo, ainda passam ao largo de abarcar a imaterialidade do ciberespaço. Por mais que haja concordância quanto ao seu papel enquanto componente do espaço geográfico, seus limites ainda não são claros e suas fronteiras muitas vezes carecem de definição.

Em paralelo às problemáticas da geografia, o ciberespaço segue se desenvolvendo e se transformando em aceleração constante. Fenômenos surgem e desaparecem quase antes mesmo de serem passíveis de observação. Conflitos que se desdobram no ciberespaço se entrelaçam a conflitos no espaço físico-material, dando novas dimensões à análise espacial.

O *vaporwave*, principal objeto de estudo deste trabalho, exemplifica esse conflito ideológico dentro do ciberespaço. Gênero musical surgido em resposta à mercantilização da nostalgia e ao que Milton Santos chamava de “globalização como fábula”, o *vaporwave* desconstrói tanto a chamada “música comercial” quanto a própria ideia de produção e consumo de música em seu sentido mais tradicional, usando o ciberespaço como sua principal ferramenta.

Ao misturar e remixar *jingles* publicitários, *hits* de música pop e música ambiente, entre outros, o *vaporwave* ironiza os ideais otimistas propostos pela sociedade de consumo numa economia neoliberal e globalizada. A forma como as obras do gênero são distribuídas, usando não somente a internet como principal meio, mas procurando por alternativas de distribuição para além das já consolidadas plataformas de *streaming*, desafia os caminhos mais tradicionais da distribuição e consumo da música.

A cena *vaporwave*, dependente da internet, é resultado de um mundo globalizado. O ciberespaço, quando é tratado como um não-lugar – tão transitório quanto ausente de identidade e de história – demonstraria através de seus frutos, incluindo o *vaporwave*, que é mais complexo em suas relações espaciais do que a própria geografia se propõe a discutir.

Os novos fluxos e novas redes que compõem o velho, porém fragmentado espaço do século XXI, exigem novas perspectivas de análise. Essa pesquisa, obviamente, não pretende descartar o arcabouço teórico já estabelecido da ciência geográfica. Ela pretende, contudo, demonstrar os limites das análises convencionais quando postas diante de um cenário tão conectado quanto heterogêneo. O objetivo principal dessa pesquisa é tentar compreender qual é o papel de uma tendência cultural organizada de forma exclusivamente digital – representada aqui pelo *vaporwave* – dentro do contexto dos circuitos econômicos propostos por Milton Santos.

Considerando a cena do *vaporwave* e, por extensão, o ciberespaço como fenômenos da globalização, a leitura de obras de Milton Santos se mostra adequada para o desenvolvimento dessa pesquisa, sobretudo seus apontamentos sobre a o desenvolvimento do meio técnico-científico informacional e a globalização enquanto fábula, enquanto perversidade e enquanto possibilidade.

Dessa forma, a presente pesquisa se dividirá em três partes. O primeiro capítulo será voltado para justificar a importância de se pensar e repensar o espaço geográfico a partir do ciberespaço, dada os novos arranjos espaciais da contemporaneidade. Para isso, a revisão bibliográfica de autores da geografia se faz necessária para compreender a discussão da geografia acerca do papel do ciberespaço.

Uma vez delimitada essa necessidade, o capítulo seguinte se ocupará em discorrer sobre as transformações da indústria fonográfica sobretudo na segunda metade do século XX e início do século XXI, partindo da perspectiva da produção independente. A popularização da internet na década de 1990 se tornou fundamental para essas transformações. Uma vez descritas e analisadas essas transformações, o terceiro capítulo servirá para definir e contextualizar o *vaporwave*, apresentando assim as particularidades do gênero que servirão para exemplificar as proposições dos capítulos anteriores.

Já que as relações a serem apresentadas no trabalho se estabelecem sobretudo dentro do ciberespaço, é a partir do ciberespaço que em que a presente pesquisa se desdobrará. Se ocupando primeiramente em estabelecer, através da literatura, os conceitos epistemológicos no que tange à relação entre a geografia e o ciberespaço, para definir o *vaporwave*, por sua vez, será necessário um trabalho de campo. E o campo, nesse caso em específico, é a própria internet. Registros fonográficos e audiovisuais do gênero *vaporwave*, que costumam ser disponibilizados em *sites* voltados para a divulgação de artistas independentes, como o *Soundcloud* e o *Bandcamp* ou mesmo serviços de *streaming* como o *Youtube* e o *Spotify* serão analisados, bem como entrevistas e reportagens que possam enriquecer a compreensão da cena musical em questão.

Para compreender o apelo que o *vaporwave* possui e o porquê de ele se propagar de forma tão distinta em relação aos gêneros musicais mais tradicionais, será necessário analisá-lo em todos os seus aspectos. Dado que a mídia física de *vaporwave* é um item escasso, todos os registros fonográficos analisados são originários da própria internet. E por se tratar de um movimento com forte apelo estético, a análise do material só poderá ser compreendida em sua totalidade a partir do instante em que se observa todo o contexto no qual se encontra inserido.

De acordo com Kong (1995, p. 20), mesmo que a letra de uma música seja, em geral, importante para o contexto da música em questão, uma análise mais significativa envolveria também outros materiais intertextuais, incluindo videocliques, pôsteres e outros materiais visuais, pois estes comunicam significados e falam de identidades que as pessoas gostariam de desenvolver e demonstrar.

Dessa forma, capas de álbuns e *singles*, videocliques oficiais e extraoficiais, arte de fãs, design de páginas da internet, tipografias, paleta de cores, entre outros elementos visuais, serão de grande contribuição para o entendimento de uma cena essencialmente musical. Tais análises possuem caráter qualitativo e conforme aponta Kong (1995, p. 20) estão sujeitas a um exercício interpretativo mediado pela bagagem cultural do pesquisador. Por isso a leitura especializada se faz extremamente necessária para a fundamentação dessas observações.

A pandemia do COVID-19 cujo período mais intenso ocorreu entre os anos de 2020 e 2021 – os mesmos em que parte desta pesquisa foi desenvolvida, contribuiu para mudanças significativas na forma de nos relacionarmos dentro do que se convencionou chamar de “novo normal”. A princípio, a população foi orientada a evitar

contatos físicos e a permanecer em suas casas, o que fez com o ciberespaço se tornasse o principal espaço de sociabilização da sociedade. Ironicamente, a comunidade voltada para o *vaporwave*, um gênero musical essencialmente virtual, em vez de ganhar força, se manteve com pouca movimentação efetiva dentro desse período. As hipóteses podem ser as mais variadas – outras preocupações, novas “ondas” digitais, saturação do tema – mas, sem as pretensões de tentar compreender as causas dessa situação, o fenômeno só serviu para deixar evidente a efemeridade das tendências do ciberespaço, mesmo quando eles se mostram substancialmente relevantes.

Para o desenvolvimento dessa pesquisa, além dos autores da geografia, serão essenciais o pensamento de autores de diversas áreas do conhecimento, como da filosofia, antropologia, linguística e da informática, entre outros para maior compreensão da estruturação da sociedade em rede, bem como a consolidação do ciberespaço e da cibercultura, elementos que passaram a demandar atenção específica à medida em que a internet foi se tornando maior e mais popular.

O título desse trabalho busca englobar todas essas ideias já que utopia, palavra formada de duas palavras gregas *ου* e *τοπος* e cunhada por Thomas More em 1516, pode ser traduzido literalmente como “não lugar”, algo que não existe na realidade. As “utopias virtuais”, de onde surgiu o título desse trabalho, carregam assim um triplo sentido. O primeiro é uma tradução livre de *utopian virtual*, subgênero do *vaporwave*, além de ser o nome do *Virtual Utopia Experience*, um dos álbuns mais populares do coletivo de *vaporwave* Death’s Dynamic Shroud.wmv. Tanto o termo *utopia* quanto *virtual* são recorrentes no gênero e refletem os ideais utópicos propagandeados por um mundo globalizado, mas nunca realizados.

O segundo sentido é uma livre associação à globalização enquanto fábula, ideia proposta por Milton Santos (2001) para descrever os mitos acerca da globalização, como a desterritorialização e a aldeia global. Mitos que nunca se concretizaram, tal como uma utopia.

O terceiro e último sentido é um jogo de palavras sobre o próprio ciberespaço em si, seja em seus primórdios, nos quais os chamados pioneiros da internet acreditavam e defendiam uma internet popular e democrática, tal como numa cyber-utopia, seja na perspectiva geográfica de não-lugar (literalmente, uma utopia). E é sobre a perspectiva geográfica do ciberespaço, afinal, que o capítulo a seguir discutirá.

2 CIBERESPAÇO E GEOGRAFIA

Conforme apresentado na introdução, discutir sobre a perspectiva geográfica do ciberespaço é de fundamental importância para compreender os fluxos da contemporaneidade.

O termo ciberespaço, cunhado por Willian Gibson em seu romance *Neuromancer*, de 1984, se tornou amplamente utilizado menos de uma década depois, especialmente após a popularização da internet, para se referir ao espaço virtual das comunicações e seu universo de informações nele contido.

É importante salientar que a internet é parte do ciberespaço como o ciberespaço é parte do espaço virtual, não sendo, portanto, sinônimos. Pierre Lévy (1999, p. 47) define o virtual como: “[...] toda entidade “desterritorializada”, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular”.

O ciberespaço, por sua vez, é definido por Lévy (1999, p. 17) como

[...] o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.

A internet, por fim, de acordo com o Dicionário Priberam (2022), é “uma rede informática utilizada para interligar computadores a nível mundial, à qual pode aceder qualquer tipo de usuário, e que possibilita o acesso a toda a espécie de informação.”

A definição de ciberespaço, no entanto, não deve limitar o ciberespaço como uma mera oposição ao espaço físico-material, e sim como uma continuidade desse. Castells (1999, p. 459) defende que:

[...] quando os críticos da mídia eletrônica argumentam que o novo ambiente simbólico não representa a ‘realidade’, eles implicitamente referem-se a uma absurda ideia primitiva de experiência real ‘não-codificada’ que nunca existiu. Todas as realidades são comunicadas por intermédio de símbolos. E na comunicação interativa humana, independente do meio, todos os símbolos são, de certa forma, deslocados em relação ao sentido semântico que lhes são atribuídos. De certo modo, toda realidade é percebida de maneira virtual.

Nossa realidade material já é intermediada por símbolos e poderia, dessa forma, ser considerada virtual. A ausência de limitações físicas permite a

intensificação dos fluxos de informação, formando assim uma complexa rede de comunicação. Na prática, o próprio espaço é intermediado pela comunicação e, conforme defende Ek (2006, p. 54), uma vez que o espaço deve ser analisado através de suas conexões, as próprias tecnologias de comunicação podem ser o espaço de fato:

O espaço relacional (e o lugar) como eventos performados talvez não sejam na teoria, mas na prática são mediados por mídias e tecnologias de comunicação, como sistemas de símbolos e práticas materiais baseados na linguagem. E as tecnologias de mídia e comunicação também são, sobretudo, práticas, verbos situados. São partes (cada vez mais cruciais) dos conjuntos heterogêneos de máquinas-materiais humanos que performam espaços (e lugares). O desenvolvimento tecnológico da mídia e da tecnologia de comunicação possibilita a dobra e o desdobramento, a atualização do virtual de maneiras que antes não eram possíveis. A esse respeito, a ligação entre geografia ou espaço e mídia e tecnologias de comunicação se dissolve, uma vez que não há partes (ontológicas) a serem conectadas em primeiro lugar. Espaço É mídia e tecnologias de comunicação e mídia e tecnologias de comunicação SÃO espaço (Tradução do autor¹).

Mas, para além dessa discussão, a possibilidade de trocas e armazenamentos de dados em rede, somados à interatividade dá ao ciberespaço o seu caráter espacial. A principal diferença entre o ciberespaço e o espaço físico está fundamentalmente em sua materialidade. Os debates filosóficos acerca do que é ou não material foge ao escopo dessa pesquisa, cujo enfoque parte da perspectiva espacial. E, enquanto espaço, o ciberespaço também está sujeito a conflitos. De acordo com Pierre Lévy (1999, p.199),

Sabemos que o ciberespaço constitui um imenso campo de batalha para os industriais da comunicação e dos programas. Mas a guerra que opõe algumas grandes forças econômicas não deve mascarar a outra que coloca em choque uma visão puramente consumista do ciberespaço, a dos industriais e vendedores – a rede como supermercado planetário e televisão interativa -, e uma outra visão, a do movimento social que propaga a cibercultura, inspirado pelo desenvolvimento das trocas de saberes, das novas formas de cooperação e de criação coletiva nos mundos virtuais.

¹ “Relational space (and place) as performed events are perhaps not in theory, but practically mediated through media and communication technologies, as language-based systems of symbols and material practices. And media and communication technologies are also primarily situated practices, verbs. They are (increasingly crucial) parts of the heterogeneous assemblages of human material-machines that perform spaces (and places). The technological development of media and communication technology enables the folding and the unfolding, the actualisation of the virtual in ways that have not been possible before. In this regard, the linkage between geography or space and media and communication technologies dissolves, since there are no (ontological) parts to be linked together in the first place. Space IS media and communication technologies and media and communication technologies ARE space” (EK, 2006, p. 54).

O próprio processo de governança da internet ilustra tais conflitos. Conforme Chenou (2014, p. 216), a internet do início da década de 1990 era vista como *terra nullius*, nas quais relações sociais e leis não tinha existência histórica e precisariam ser reinventadas. Contudo, havia também correntes conflitantes a esse pensamento, desde discursos anti-mercantilização e anarquistas a discursos soberanistas, que defendiam a regulação estatal ou intergovernamental sobre a internet. O estabelecimento de diferentes elites econômicas no controle da tecnologia de informação, fez com que a governança da internet adotasse uma visão pluralista, ainda que de viés liberal.

Além disso, o próprio desenvolvimento da internet ao longo do final do século XX e início do século XXI segue a lógica do liberalismo econômico e, por consequência, reflete suas contradições. Há uma demanda, portanto, da geografia para que tais conflitos sejam compreendidos sob a ótica do espaço geográfico.

2.1 UMA ABORDAGEM GEOGRÁFICA DO CIBERESPAÇO

Na geografia, por mais que a ideia de ciberespaço seja aceita como parte do espaço geográfico, ainda há pouco aprofundamento na análise de suas particularidades frente à sua imaterialidade, reduzindo consideravelmente um debate apropriado sobre sua importância na produção do espaço contemporâneo. Isso é evidente na escassez de artigos acerca do tema quando comparado a outros temas trabalhados na geografia. Apesar disso, alguns autores têm se proposto a entender o funcionamento do ciberespaço dentro da perspectiva geográfica. Para Silva e Tancman (1999, p. 57),

Quando se fala em ciberespaço é comum pensar em algo que não nos é palpável, imaterial, um lugar distante de nossa realidade, onde relações sociais, culturais, econômicas ao se estabelecerem se fazem no imaginário, “algo de outro mundo”, um ambiente futurístico, um divertido desenho animado dos Jetsons. Essa é uma visão idealista do tempo e do espaço. Algumas tentativas de explicar o ciberespaço esbarram numa postura idealista, com todos os seus matizes, ou seja, procuram negar a realidade objetiva do espaço como forma de existência da matéria.

A internet, conforme mostrado no capítulo anterior, ainda é um fenômeno recente na história da humanidade e sua abrangência ainda não é uniforme. Os desdobramentos do ciberespaço a partir da década de 1980 foram acelerados o suficiente a ponto de parecerem imprevisíveis. O ciberespaço tal como ele se organiza

no século XXI se mostraria inimaginável mesmo para quem acompanhou a internet desde seu nascimento. Apesar disso, há na geografia uma tentativa de desvelar as idealizações que ainda permeiam o senso comum sobre o ciberespaço.

Além das idealizações sobre a imaginário do ciberespaço, existe também a falsa ideia de oposição entre a realidade física-material e a realidade virtual estabelecida no senso comum. Moraes (2013, p. 140) descarta essa ideia da dualidade entre o real e o virtual e enfatiza o pouco aprofundamento dado pelos geógrafos ao tentarem abordar a imaterialidade do ciberespaço. Isso ocorre porque as próprias categorias de análise partem da relação da sociedade com o meio onde está inserida. Para Moraes (2013, p. 140)

[...] a emergência deste ciberespaço nada tem a ver com algum tipo de dualidade ou de extinção do “espaço físico”, ou seja, um espaço informacional paralelo ao espaço “material”. Na realidade, concebe-se o ciberespaço como uma dimensão oriunda do emprego de tecnologia informacional, formada pela conexão de computadores em rede, que se agrega ao espaço geográfico.

Mesmo superada a equivocada ideia de extinção do “espaço físico” e partindo, portanto, do ciberespaço enquanto componente do espaço geográfico, ainda há o questionamento sobre como as categorias de análise podem se adequar ao espaço virtual. Silva, M. (2002, p. 2-3) buscou definir as particularidades do ciberespaço, enfatizando a imaterialidade como uma de suas principais características:

No ciberespaço, o ambiente é marcado por uma não-espacialidade. Não se pode ensinar ao cibernauta o percurso que se faz para chegar a um lugar, de forma igual ao dos mapas, aos trajetos do mundo real, porém, de alguma forma, os grupos, as pessoas, as tribos se encontram num lugar virtual. Reconhecem o território de cada grupo. Um território digital é como se fosse um corredor de movimentação de informações e imagens que demandam organizar zonas de fixação. Para a Geografia, a busca do lugar para explicar as transformações espaciais tende a perder o rumo das orientações de localização no ciberespaço. As noções básicas de localização e desenraizamento ficam confusas. O ciberespaço, mais que um lugar, ou um *não-lugar*, ou até mesmo um lugar virtual, afirma-se como um espaço imaterial, um meio operativo de como podemos nos mover, trabalhar, construir, criar, investir. Enfim, relações sociais!

Noções relativamente consolidadas da geografia, portanto, são postas à prova no contexto do ciberespaço. O lugar, por exemplo, perde a sua associação à materialidade, levantando dessa forma um debate se o ciberespaço pode ser analisado sob a perspectiva do lugar ou se se trata de um não-lugar. Para Silva e Tancman (1999, p. 59),

No ciberespaço, os fluxos informacionais são também caracterizados como passagem e momento de fixação de uma consciência individual e solitária assentada em relações identitárias que o usuário da rede constrói, em sua memória, diante da tela do computador e dos movimentos de imagens aí registrados. Neste sentido acreditamos que existe um “lugar” na rede, que poderemos chamar de “lugar virtual”, divergente da definição de Augé, pois na rede é possível uma relação de convivência de pessoas, produzindo identidades expressas nas tribos eletrônicas. Temos, portanto, um novo referencial do espaço vivido enquanto produto das relações humanas mediatizadas pela revolução telemática, impondo novas formas de pertencimento destituídas da materialidade dos lugares, tal como até então concebemos. Ou seja, na rede o indivíduo pode pertencer a um lugar que não existe, já que este se apresenta como simulacro.

Não-lugar, por sua vez, se trata de um termo introduzido no meio acadêmico pelo antropólogo Marc Augé. Segundo Augé (1994, p. 87),

Vê-se bem que por ‘não-lugar’ designamos duas realidades complementares, porém, distintas: espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços. Se as duas relações se correspondem de maneira bastante ampla e, em todo caso, oficialmente (os indivíduos viajam, compram, repousam), não se confundem, no entanto, pois os não-lugares medeiam todo um conjunto de relações consigo e com os outros que só dizem respeito indiretamente a seus fins: assim como os lugares antropológicos criam um social orgânico, os não-lugares criam tensão solitária.

Neste caso, a definição de não-lugar está fundamentalmente relacionada à transitoriedade e à relação de não-identidade com determinados espaços. A ausência de parâmetros identitários e históricos prévios somado à acelerada circulação de dados e informações resultantes do desenvolvimento da internet, servem de argumentos para justificar, portanto, o ciberespaço como um não-lugar.

Apesar disso, o ciberespaço é mais amplo do que o conceito de não-lugar pode abranger, e por mais que haja argumentação para tal classificação, limitar-se a ela oferece o risco de inviabilizar uma análise a partir de outras possibilidades conceituais, como a do próprio lugar. Se o ciberespaço é extensão do espaço material, assim deveriam ser suas categorias de análise. Para Bartoly (2007 p. 17):

A revolução da mobilidade e das comunicações trouxe consigo algumas inquietações que se relacionam à formação de uma aldeia global, a qual promoveria, por exemplo, o fim das distâncias, o fim do Estado, o fim das especificidades locais. No bojo dessas discussões, a possibilidade de eliminação das especificidades locais, culminando com o fim dos lugares, ou com a proliferação de lugares desprovidos de identidade, está o conceito de não lugar. Talvez, possamos afirmar que no centro desta discussão encontra-se a própria geografia, ciência na qual o lugar possui o status de conceito-chave, e para a qual esses “novos tempos” trazem o desafio do encontro com a fluidez e a efemeridade levadas ao extremo pelo processo de globalização.

Temos, dessa forma, novos arranjos espaciais que exigem uma maior reflexão e demandam por novas interpretações diante de novos contextos. Ainda segundo Bartoly (2007, p. 139-140),

[...] parece-nos cada vez mais distante a validade de classificações gerais e, que a priori, procedem a simples apontamentos daqueles espaços que são ou que não são lugares. As realidades dos lugares são cada vez mais complexas, e neste sentido, são percebidas e vividas de diferentes formas, por diferentes indivíduos. Neste sentido, acreditamos que a tendência é de proliferação dos lugares, pois a possibilidade de diferentes interpretações, das inúmeras novas situações do mundo globalizado, com diferentes formatos e intensidades nas diversas localidades, nos conduz ao entendimento, de que em vez de desaparecerem, os lugares estão mudando de sentido.

Da mesma forma, o território enquanto categoria de análise, diante do ciberespaço, demanda nova conceituação, uma vez que as fronteiras físicas são inexistentes. Para Silva e Tancman (1999, p.64),

É necessário, portanto, uma renovação conceitual sobre a definição de um território a partir dos limites reais da identidade cultural de um grupo social. Na rede não há fronteiras para as territorialidades expressas pelas tribos eletrônicas. Na rede, diversos grupos de pessoas se identificam e passam a ter uma relação afetiva com um espaço virtual que não deixa de ser uma forma de territorialização. A ideia do territorialismo associado ao enraizamento às fronteiras físicas desaparece. A chave eletrônica dá acesso à rede e a novos territórios culturais imaterializados que se colocam no limiar do próximo século.

Esses debates merecem investigações mais aprofundadas que fogem à proposta da presente pesquisa². Contudo, são exemplos que contribuem para apresentar o quanto tais categorias necessitam ser repensadas levando o contexto do ciberespaço em consideração. Essa necessidade também é necessária para teorias dentro do pensamento geográfico.

A teoria dos circuitos econômicos urbanos, pensada por Milton Santos na década de 1970, permitiu um entendimento de um mundo em crescente integração, resultado dos processos de globalização que ganhavam cada vez mais força. Mesmo com o estabelecimento do meio técnico-científico informacional, a teoria dos circuitos ainda se mantém relevante. Entretanto, levando em consideração a aceleração dos

² Garcia (2012) dá o devido aprofundamento à essa questão explorando o conceito de micronacionalismo, como tentativa de abarcar a fragmentação que o ciberespaço ocasiona aos seus territórios. Por sua vez, Albuquerque et. Al (2018), utiliza o princípio do rizoma, proposto originalmente por Deleuze e Guattari como um método cartográfico para explorar as redes digitais.

fluxos do ciberespaço, são necessárias atualizações dessas análises, como se discute a seguir.

2.2 VAPORWAVE E A TEORIA DOS CIRCUITOS

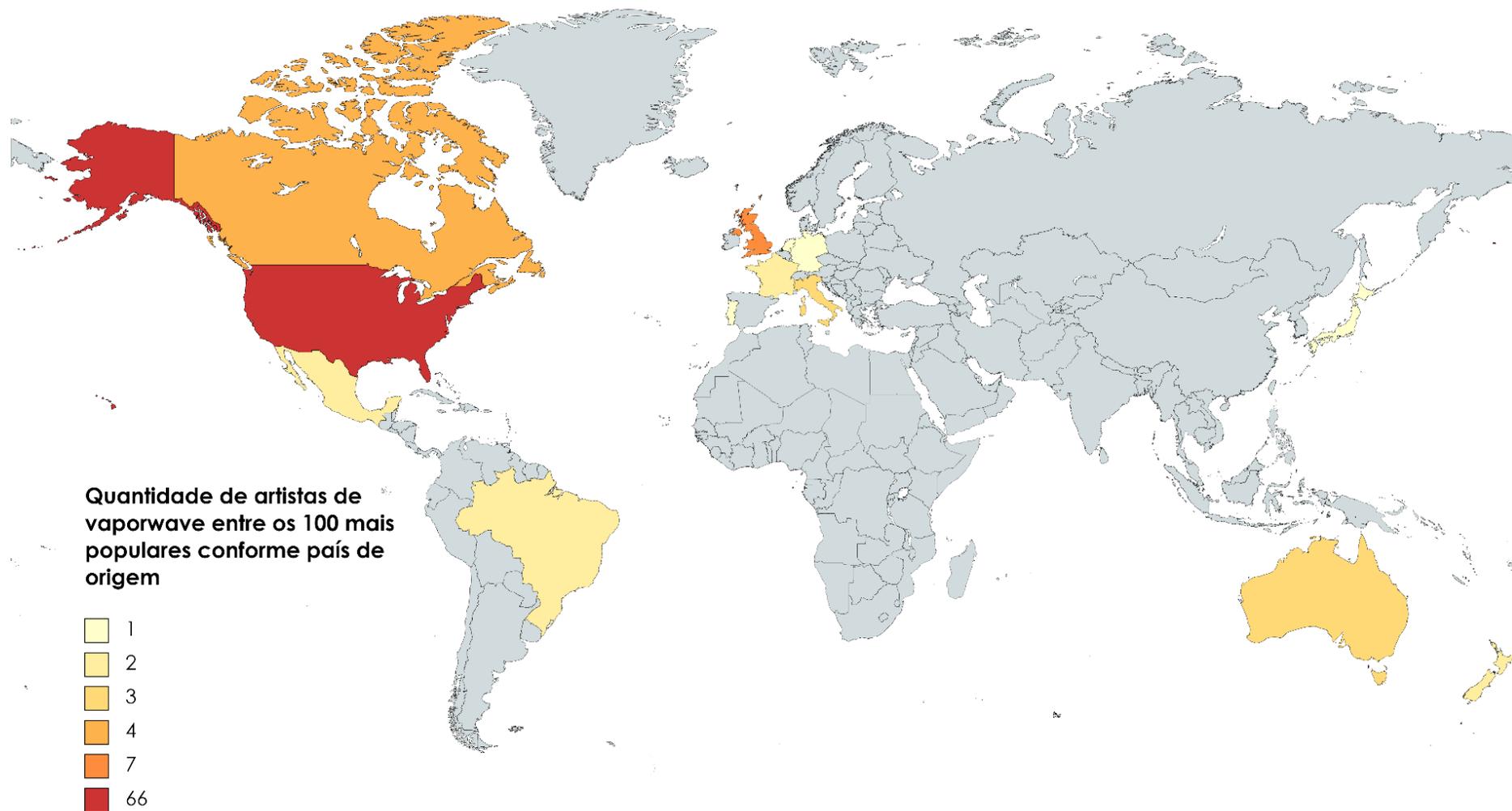
Uma das consequências da economia liberal foi a revolução na difusão de informação e de consumo no globo terrestre. Essa difusão, longe de ser uniforme, formou o que Milton Santos chama de circuitos da economia urbana. Santos apontava na década de 1970 a modernização tecnológica como um dos responsáveis diretos para o surgimento desses diferentes estratos econômicos, já que a propagação de novas tecnologias não ocorre de forma homogênea, tendo alguns polos como pontos privilegiados para tal dispersão.

De acordo com Milton Santos (2004, p. 40),

[...] pode-se apresentar o circuito superior como constituído pelos bancos, comércio e indústria de exportação, indústria urbana moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores. O circuito inferior é constituído essencialmente por formas de fabricação não-"capital intensivo", pelos serviços não-modernos fornecidos "a varejo" e pelo comércio não-moderno e de pequena dimensão.

Quando Santos propõe a sua teoria dos circuitos, o faz refletindo sobre as particularidades do então chamado terceiro mundo, incluindo o continente africano e a América Latina. O *vaporwave*, nesse sentido, não pode ser compreendido como um fenômeno proveniente da periferia mundial. Isso ocorre porque há no gênero uma dupla problemática: a primeira é a ideia de que o próprio movimento surgiu e se estabeleceu na internet, como se dessa forma buscasse dispensar a localização no espaço físico-material, fator este que foi intensificado em razão do anonimato de seus produtores; a segunda problemática é a de que o *vaporwave* é menos universal em sua proposta do que aparenta em um primeiro momento, conforme se observa no mapa abaixo (Figura 1).

Figura 1 - Quantidade de artistas de *vaporwave* entre os 100 mais populares, conforme país de origem, de acordo com o site Rate Your Music



Fonte: PEREIRA, 2022.

O mapa da Figura 1 foi elaborado a partir da base de dados coletiva *Rate Your Music*, levando em consideração os registros de *vaporwave* mais avaliados no site pelos seus usuários. Ele evidencia que mais da metade dos artistas populares de *vaporwave* são dos Estados Unidos. O Reino Unido, segundo colocado, possui quase dez vezes menos artistas entre os 100 mais populares. 10% dos artistas restantes são de diversos países da Europa, Oceania e América – incluindo o Brasil, com a presença de dois artistas.

Sobre essa metodologia, é importante salientar que são escassas as fontes de dados em razão do próprio anonimato dos artistas. Plataformas como o *YouTube*, possuem um filtro pouco eficiente e seria necessário recorrer à escuta de cada vídeo para classificá-lo enquanto relacionado ao *vaporwave* ou não. O *Bandcamp* fornece filtro por palavras-chave, mas restringiria os dados somente aos artistas que possuem discografia disponível na plataforma em questão. O *Rate Your Music*, base de dados coletiva, se sobressai por permitir aos usuários fazerem *upload* de álbuns e artistas, catalogá-los conforme gênero musical e avaliar as obras ouvidas. O site tem um sistema de votação e moderação que garante credibilidade às informações lá colocadas.

Contudo, o fato de o próprio *Rate Your Music* ser uma base de dados estadunidense, torna-se inevitável uma maior concentração de artistas dos Estados Unidos cadastrados no site, assim como a presença maior de usuários da mesma nacionalidade em questão. Outro ponto a se considerar é que dentre os 100 artistas levantados, quatro não disponibilizam o país de origem em suas páginas oficiais ou em outro banco de dados, o que dificulta ainda mais a precisão das informações.

Apesar desses fatores, o mapa deixa nítido a noção de que os artistas de *vaporwave*, quando não vindos dos EUA, são em sua grande maioria de algum país desenvolvido.

Quando Milton Santos desenvolve a ideia de circuito superior e inferior da economia urbana, ele o faz pensando sobretudo nos países considerados subdesenvolvidos. E mesmo que a cena *vaporwave* se fundamente no uso de tecnologia barata, na ideia de *do-it-yourself*, e nas alternativas de produção e distribuição de suas músicas, ainda é um fenômeno mais intenso no centro global. Entretanto, quando analisado em seus processos, percebe-se que categorizar os fluxos produtivos do *vaporwave* em um ou outro circuito da economia é mais complexo do que inicialmente observado.

Quadro 1 - Principais características dos dois circuitos da economia urbana e panorama contemporâneo

	Circuito Superior	Circuito Inferior	Panorama geral contemporâneo
Tecnologia	Uso intensivo de capital	Uso intensivo de mão de obra	Os dois circuitos utilizam tecnologias, prevalecendo a tecnologia de ponta no superior
Organização	Burocrática	Primitiva, não estruturada	Flexível no superior de ponta e mistura de burocrático e não estruturado nos superiores com menos tecnologia e inferiores
Capital	Importante	Escasso	Idem
Mão de obra	Limitada	Abundante	Reduzida nos dois circuitos e terceirizada nos dois
Salários Regulares	Prevalecentes	Não requeridos	Diferentes formas de assalariamento e contratos financeiros nos dois circuitos
Estoques	Grande quantidade e/ou alta qualidade	Pequenas quantidades e/ou baixa qualidade	Pequenas quantidades nos dois circuitos, prevalecendo baixa qualidade no inferior
Preços	Fixos (em geral)	Negociáveis entre comprador e vendedor (regateio)	Vários níveis de negociação
Crédito	De banco, institucional	Pessoal, não institucional	BNDES para grandes, medias e pequenas empresas legalizadas
Margem de lucro	Pequena por unidade, mas importante, dado o volume dos negócios (exc. Itens de luxo)	Grande por unidade, mas pequena em relação ao volume de negócios	Idem
Relação com os fregueses	Impessoal e/ou por escrito	Direta, personalizada	idem
Custos fixos	Importantes	Negligenciáveis	idem
Propaganda	Necessária	Nenhuma	Redes sociais, celulares e outras mídias eletrônicas são utilizadas nos dois circuitos
Reutilização de mercadorias	Nenhuma (desperdício)	Frequente	idem
Capital de Reserva	Essencial	Não essencial	idem
Ajuda governamental	Importante	Nenhuma ou quase nenhuma	Programas de ajuda governamental para os dois circuitos desde que legalizados
Dependência direta de países estrangeiros	Grande; orientação para o exterior	Pequena ou nenhuma	Considerável, visto que a maioria dos produtos de consumo do circuito inferior são provenientes da China, Paraguai) Grande no circuito superior, com compras e investimentos do e no exterior; e alta qualidade.

Fonte: SILVA, P., 2015. Tabela elaborada originalmente por Milton Santos em 1979, adaptada por Paulo Celso da Silva em 2015 de forma a se adequar às novas dinâmicas do mundo globalizado.

De acordo com a tabela 1, o circuito superior faz uso de capital intensivo, em contraposição ao circuito inferior, cuja intensidade se encontra maior no trabalho do que no capital. O *vaporwave* se enquadra ao segundo caso, pois há pouquíssimo investimento de capital em suas produções geralmente caseiras, muitas vezes se limitando a um computador e uma conexão com a internet.

A organização no *vaporwave* também está mais próxima da primitiva do que da burocrática, visto que há poucos intermediários na relação entre o que é produzido na cena e o consumo desses produtos. Por essa razão e por consequências do baixo investimento, os capitais também são reduzidos.

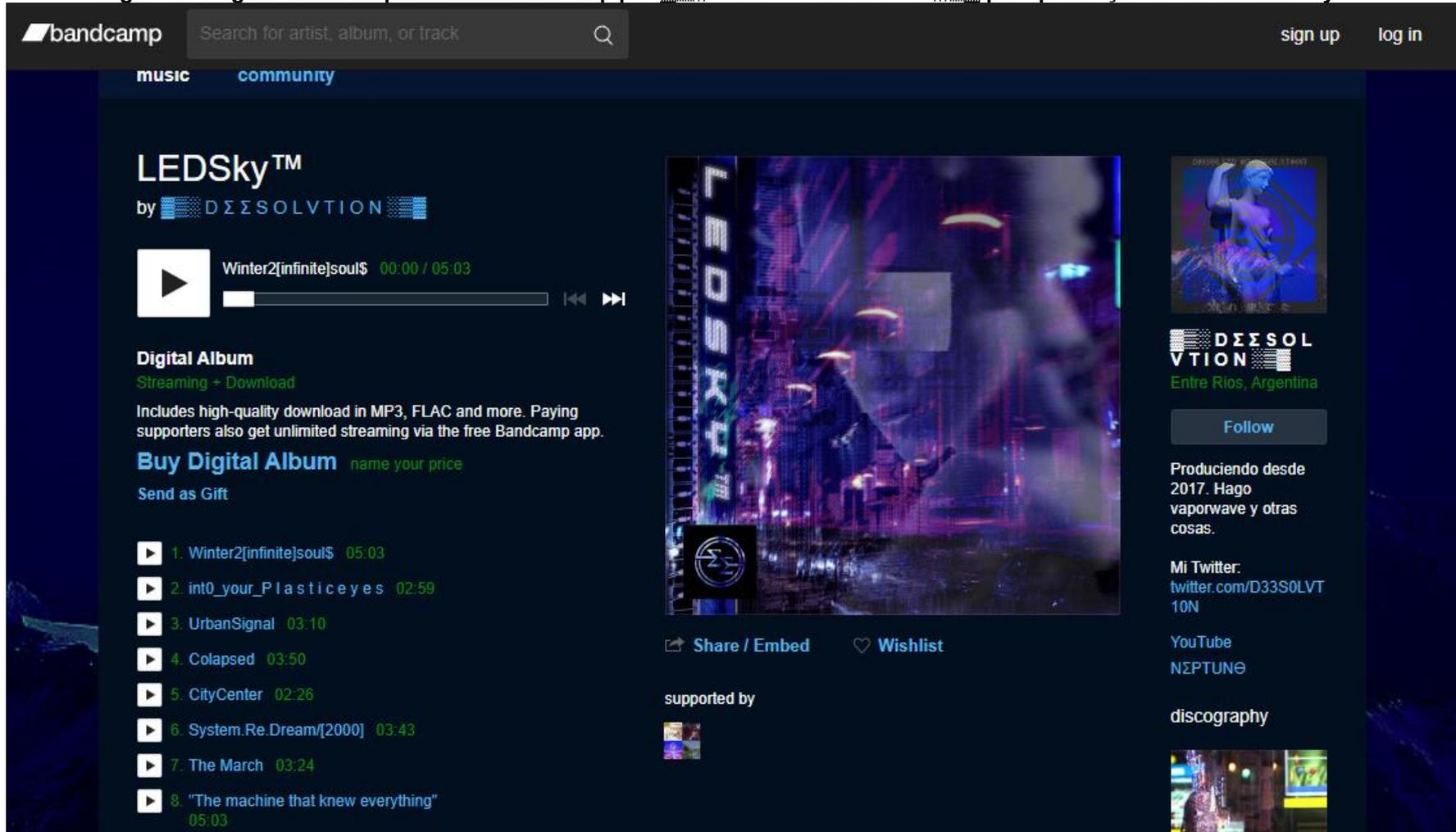
Em relação à mão de obra, ela não é permanente na cena *vaporwave*, visto que na maioria dos casos as produções do gênero não configuram a renda musical principal de seus produtores. Embora esse seja um fator cuja análise é dificultada em razão do anonimato característico da cena, é possível chegar a essa conclusão a partir do fato de que muitas obras do gênero são disponibilizadas gratuitamente em sites específicos³. O uso não-autorizado de *samples* também faz com que muitas produções não estejam disponíveis em plataformas de *streaming*, inviabilizando alguma possibilidade de ganho por execução das músicas.

Como característica do panorama contemporâneo, as formas de assalariamento são as mais diversas em ambos os circuitos, o que não é diferente no meio artístico, principalmente na cena *vaporwave*, assim como os preços, determinados por vários níveis de negociação. Em plataformas como o *Bandcamp* (Figura 2), onde estão disponíveis para a venda parte dos produtos relacionados ao gênero, existe, por exemplo, a possibilidade de o próprio consumidor final decidir o quanto ele quer pagar sobre aquele produto. No caso do álbum da imagem, ao clicar no botão “*Buy Digital Album*”, o interessado é redirecionado a uma página de pagamento, onde ele decide o valor que deseja pagar pela obra que pretende consumir⁴.

³ Como exemplo o *Bandcamp* (disponível em: <https://bandcamp.com/>) e o *Soundcloud* (disponível em: <https://soundcloud.com/>).

⁴ Mais exemplos encontram-se no ANEXO A.

Figura 2 - Página criada na plataforma Bandcamp por  para promoção do álbum LEDSky™⁵



bandcamp Search for artist, album, or track sign up log in

music community

LEDSky™

by 

Winter2[infinite]soul\$ 00:00 / 05:03

Digital Album
Streaming + Download

Includes high-quality download in MP3, FLAC and more. Paying supporters also get unlimited streaming via the free Bandcamp app.

Buy Digital Album name your price
Send as Gift

1. Winter2[infinite]soul\$ 05:03
2. int0_your_Plasticeyes 02:59
3. UrbanSignal 03:10
4. Colapsed 03:50
5. CityCenter 02:26
6. System.Re.Dream[2000] 03:43
7. The March 03:24
8. "The machine that knew everything" 05:03

Share / Embed Wishlist

supported by


Entre Rios, Argentina

Follow

Produciendo desde 2017. Hago vaporwave y otras cosas.

Mi Twitter:
twitter.com/D33S0LV1T10N

YouTube
NΞPTUNG

discography

Fonte: PEREIRA, 2022. Disponível em: <https://dsolvion-on.bandcamp.com/album/ledsky?from=hp>. Acesso em: 24 ago. 2022.

⁵ Optou-se, ao longo dessa pesquisa, por manter a tipografia e símbolos adotadas nas músicas, álbuns e nomes artísticos dados pelos artistas de *vaporwave* conforme idealizadas, como forma de respeitar a decisão artística dos produtores por tal decisão e para garantir melhor apreciação estética da obra como um todo.

Como se trata de produção independente, o *vaporwave* também se enquadra na questão do crédito pessoal não-institucional, diferentemente, por exemplo, de uma grande gravadora. A margem de lucro, contudo é elevada por unidade, já que em geral a produção do gênero exige poucos recursos. O volume de produção, contudo, também é menor, ainda que isso seja uma característica recorrente da própria produção artística em si.

Sobre a relação com os fregueses, pode-se argumentar que ela se dá de forma, num primeiro momento, impessoal, já que todo o trâmite é intermediado pela internet, além do fator anonimato. Contudo, como já especificado, a possibilidade de negociação e a ausência de burocracia, torna essa relação mais próxima do circuito inferior do que do superior.

Os custos fixos na cena *vaporwave* são negligenciáveis, uma vez que há pouquíssima utilização de recursos. Tratando-se de uma cena eletrônica e independente, o *vaporwave* dispensa instrumentos musicais tradicionais e um estúdio de gravação para a produção de suas músicas.

A propaganda de obras da cena *vaporwave* se dá quase que totalmente através de mídia eletrônica, uma tendência utilizada em ambos os circuitos econômicos. As redes sociais, inclusive, foram determinantes para a popularização da cena *vaporwave* no ciberespaço. Outros tópicos como a reutilização de mercadorias, o capital de reserva e a ajuda governamental também se mostram dispensáveis na cena *vaporwave*, seja por sua natureza independente, seja por características inerentes à produção artística em si.

Dos critérios apresentados na tabela 1, a questão da dependência direta de países estrangeiros talvez seja a mais discutível. Milton Santos (2004, p. 48) afirma que no circuito inferior a integração é local, enquanto que no circuito superior as atividades se integram a níveis nacionais ou internacionais, ainda que haja uma circularidade entre os dois níveis, evidenciando as contradições existentes. Mesmo sob a ótica da contemporaneidade, onde o circuito inferior estabelece relações de consumo com países como a China, isso não é uma característica observada com igual intensidade na cena *vaporwave*.

As grandes gravadoras, ao contrário dos produtores independentes, incluindo os de *vaporwave*, se enquadram com maior precisão no circuito superior, uma vez que são elas que possuem tecnologia de ponta e investimentos no exterior. Com a flexibilização da mão-de-obra, o acesso ao capital e à tecnologia se tornam os

principais fatores de diferenciação entre os dois circuitos da economia. Segundo Silva, P. (2015, p. 9):

Dessa forma, o item tecnologia passa a ser utilizado pelos dois circuitos da economia, porém, cada um deles e suas variações, com carga maior ou menor desse insumo estratégico para empresas, pessoas e governo. Ressalva deve ser feita, quando temos em conta a economia informal do circuito inferior, que pode ou não ter a propriedade da tecnologia, visto que também nesse circuito ocorre certo tipo de “terceirização”, mais relacionada à possibilidade de utilizar a tecnologia e mão de obra que o outro possui, do que visando aumentar o desempenho de setores específicos, como acontece com as médias e grandes empresas.

O cenário da produção de *vaporwave* se encontra em franca oposição ao que seria considerado como sendo do circuito superior. Por outro lado, é uma produção que não se enquadra totalmente no conceito de circuito inferior, dado que sua produção parte principalmente dos centros de dispersão da tecnologia.

Por mais que a ideia de um “circuito intermediário” possa ser conveniente, Milton Santos (2004, p. 51 -52) descarta essa possibilidade de antemão:

Essa classe média não está em condições de criar para ela mesma um aparelho de produção ou de distribuição que lhe seja próprio. Utiliza os dos circuitos superior e inferior da economia, em função das facilidades de crédito institucional ou pessoal de que disponha. Assim, por meio do consumo ela participa seja de um, seja de outro circuito. Em nenhum caso, ela cria um terceiro.

Contudo, os arranjos espaciais no século XXI se mostram diferentes àqueles de meados do século XX, uma vez que o avanço da tecnologia, a flexibilização da mão de obra e o fluxo de informações desempenham novos papéis na organização social. Isso torna a diferença entre os circuitos da economia cada vez mais difusa e dá origem a quimeras que fogem às classificações tradicionais, mas se encontram em consonância com as contradições intrínsecas ao panorama contemporâneo. Esses avanços e transformações afetaram intensamente a indústria, sobretudo a indústria fonográfica, da qual será o tema do próximo capítulo.

3 DO MERCADO DA MÚSICA E O CIBERESPAÇO

O *vaporwave* é um resultado de um espaço tão conectado quanto fragmentado e o ciberespaço foi fundamental pra a sua popularização como se verá no capítulo 4, mas primeiramente é necessário compreender tanto sobre o surgimento e estabelecimento da internet e seu papel na transformação da indústria da música.

Portanto, para compreender a relação entre o ciberespaço e a indústria fonográfica, é necessário ir até a sua gênese e depreender o papel que as políticas neoliberais tiveram no avanço tecnológico das últimas décadas. Antes de se tornar um campo de interesse mercadológico, o uso de redes informacionais baseadas em computadores possuía propósitos sobretudo militares. De acordo com Castells (1999, p. 44), a internet surgiu na década de 1960 pela DARPA (Departamento de Defesa dos Estados Unidos) com propósitos estratégicos, já que sua descentralização e estrutura em rede dificultaria uma tomada ou destruição do sistema de comunicação dos Estados Unidos pelos soviéticos.

Sua praticidade e funcionalidade chamou a atenção da iniciativa privada, que contribuiu fortemente, em conjunto com os centros universitários e governamentais, na pesquisa e no desenvolvimento de tecnologias voltadas para a internet. De acordo com Castells (1999), este desenvolvimento coincidiu com um período de reestruturação do capitalismo, que vinha sofrendo sucessivas crises na década de 1970. Ainda de acordo com Castells (1999, p. 55), a reestruturação econômica e o progresso tecnológico estão interligados:

O fator histórico mais decisivo para a aceleração, encaminhamento e formação do paradigma da tecnologia da informação e para a indução de suas conseqüentes formas sociais foi/ é o processo de reestruturação capitalista, empreendido desde os anos 80, de modo que o novo sistema econômico e tecnológico pode ser adequadamente caracterizado como *capitalismo informacional*.

Dentro desse contexto de avanço tecnológico que surge o ciberespaço, resultado da comunicação e da informação cada vez mais ramificadas e complexas, ocasionadas pelas relações estabelecidas na internet. Para Lévy (2000, p. 17), o termo ciberespaço diz respeito não somente à infraestrutura material da comunicação digital como o universo de informações por ela abrigada, bem como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.

A internet, em menos de duas décadas deixou de ser uma curiosidade científica e ferramenta militar e se transformou em uma rede complexa, passando a integrar de decisões macroeconômicas a hábitos cotidianos. Segundo Castells (1999, p. 88), a popularização efetiva da internet só ocorreu na década de 1990, quando esforços foram realizados para tornar a navegação pela internet mais simples e intuitiva. A WWW (*World Wide Web*) foi criada para organizar os sites da internet por informação, não por localização como era realizado até então. O HTML (*Hypertext Markup Language*) passou a adaptar a linguagem específica entre diversos computadores. O HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) foi criado para orientar a comunicação entre a WWW e navegadores e o URL (*Uniform Resource Locator*) surgiu para combinar informações sobre o protocolo da WWW e o endereço do computador com as informações solicitadas. É válido ressaltar que tais recursos foram desenvolvidos no Centre Européen pour Recherche Nucleaire (CERN), em Genebra, e com base nos ideais pioneiros de Ted Nelson, que em 1974 já reivindicava a capacidade dos computadores para uso e benefício da população geral.

Tabela 1 - Uso de internet no mundo
ESTATÍSTICA DE POPULAÇÃO E USO DE INTERNET
Estimativas do final do ano de 2019

Regiões do Mundo	População em 2020 (Estimativa)	% da População Mundial	Usuários de Internet em 31/12/2019	Taxa de Penetração (% da população)	Crescimento 2000-2020	% da Internet Mundial
África	1.340.598.447	17,2%	526.374.930	39,3%	11.559%	11,5%
Ásia	4.294.516.659	55,1%	2.300.469.859	53,6%	1.913%	50,3%
Europa	834.995.197	10,7%	727.814.272	87,2%	592%	15,9%
América Latina/ Caribe	658.345.826	8,5%	453.702.292	68,9%	2.411%	10,0%
Oriente Médio	230.991.690	3,9%	180.498.292	69,2%	5.395%	3,9%
América do Norte	368.869.647	4,7%	348.908.868	94,6%	222%	7,6%
Oceania	42.690.838	0,5%	28.775.373	67,4%	277%	0,6%
Total Mundial	7.796.615.710	100,0%	4.574.150.134	58,7%	1.167%	100,0%

Fonte: Internet Word Stats, 2020. Tradução do autor.

Na virada do milênio, a popularização dos celulares, a difusão das fibras óticas e a criação da banda larga contribuíram para expandir consideravelmente o tráfego de dados virtuais. Conforme a tabela 2, nos últimos vinte anos houve um aumento de 1167% de usuários de internet no mundo. Houve também um acréscimo no acesso à

internet por populações de regiões subdesenvolvidas ou em desenvolvimento, com destaques à África, à América Latina/ Caribe e o Oriente Médio, com taxas de crescimento de 11.559%, 2.411% e 5.395%, respectivamente. Essa tabela, contudo, não dá detalhes sobre como se dá esse uso e de que forma esse acesso é realizado. Em todo caso, tal tabela evidencia o crescimento e a progressiva dimensão da internet sobre a população de forma geral, uma vez que mais de 50% da população mundial possui acesso ao ciberespaço.

Para Castells (1999, p. 50), a revolução tecnológica informacional foi uma ferramenta básica para a reestruturação global do capitalismo. O ciberespaço, resultante desse desenvolvimento, se tornou de grande interesse de diferentes atores sociais. A criação, em 1998, da *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* – ICANN – estabeleceu diretrizes sobre a governança da internet, estruturado sobretudo em princípios neoliberais. Para Chenou (2014, p. 208), os princípios de governança da internet, ainda que sob uma ideia de excepcionalismo e *multistakeholderism*⁶, estão fortemente ligados à emergência de uma elite de poder transnacional. Essa elite, formada por fabricantes de computadores, empresas de telecomunicação, mantenedores de propriedades intelectuais, além das já estabelecidas elites política – sobretudo a dos Estados Unidos da América –, científica e corporativa, assumiram as dinâmicas das negociações da governança da internet, diminuindo ou limitando o discurso e a participação de outros atores sociais ao longo desse processo.

A globalização, descrita por Milton Santos (2001, p. 24) como resultante, entre outras coisas, de unicidade da técnica e convergência dos momentos, fez com que os desenvolvimentos econômico e tecnológico se tornassem praticamente indissociáveis dentro de tal perspectiva. A tecnologia e o sistema capitalista se reinventam frente ao fluxo cada vez mais intenso de dados e informação.

Esse fator contribuiu para o estabelecimento de mitos em torno da globalização, no que Milton Santos (2001, p.41) trata como “globalização enquanto fábula”. Para ele,

Aldeia global tanto quanto espaço-tempo contraído permitiriam imaginar a realização do sonho de um mundo só, já que, pelas mãos do mercado global, coisas, relações, dinheiros, gostos largamente se difundem por sobre

⁶ De *stakeholder*, ou parte interessada. Uma visão de governança da internet baseada no *multi-stakeholderism* envolveria, portanto, a participação de qualquer ator que possua algum interesse sobre a governança da internet.

continentes, raças, línguas, religiões, como se as particularidades tecidas ao longo de séculos houvessem sido todas esgarçadas. Tudo seria conduzido e, ao mesmo tempo, homogeneizado pelo mercado global regulador. Será, todavia, esse mercado regulador? Será ele global?

As respostas para essas perguntas podem ser observadas tanto na tabela 2 quanto nas discussões do capítulo anterior. A internet ainda não é uma realidade mundial e os circuitos econômicos persistem apesar das transformações no espaço. As promessas que acompanharam o processo de globalização não foram cumpridas.

A globalização que existe de fato é a globalização enquanto perversidade, marcada pela violência, pela desigualdade e pela confusão. O consumo assume o papel de déspota nesse mundo globalizado. Conforme Milton Santos (2001, p. 48-49),

Falava-se, antes, de autonomia da produção, para significar que uma empresa, ao assegurar uma produção, buscava também manipular a opinião pela via da publicidade. Nesse caso, o fato gerador do consumo seria a produção. Mas, atualmente, as empresas hegemônicas produzem o consumidor antes mesmo de consumir os produtos. Um dado essencial do entendimento do consumo é que a produção do consumidor, hoje, precede à produção dos bens e dos serviços.

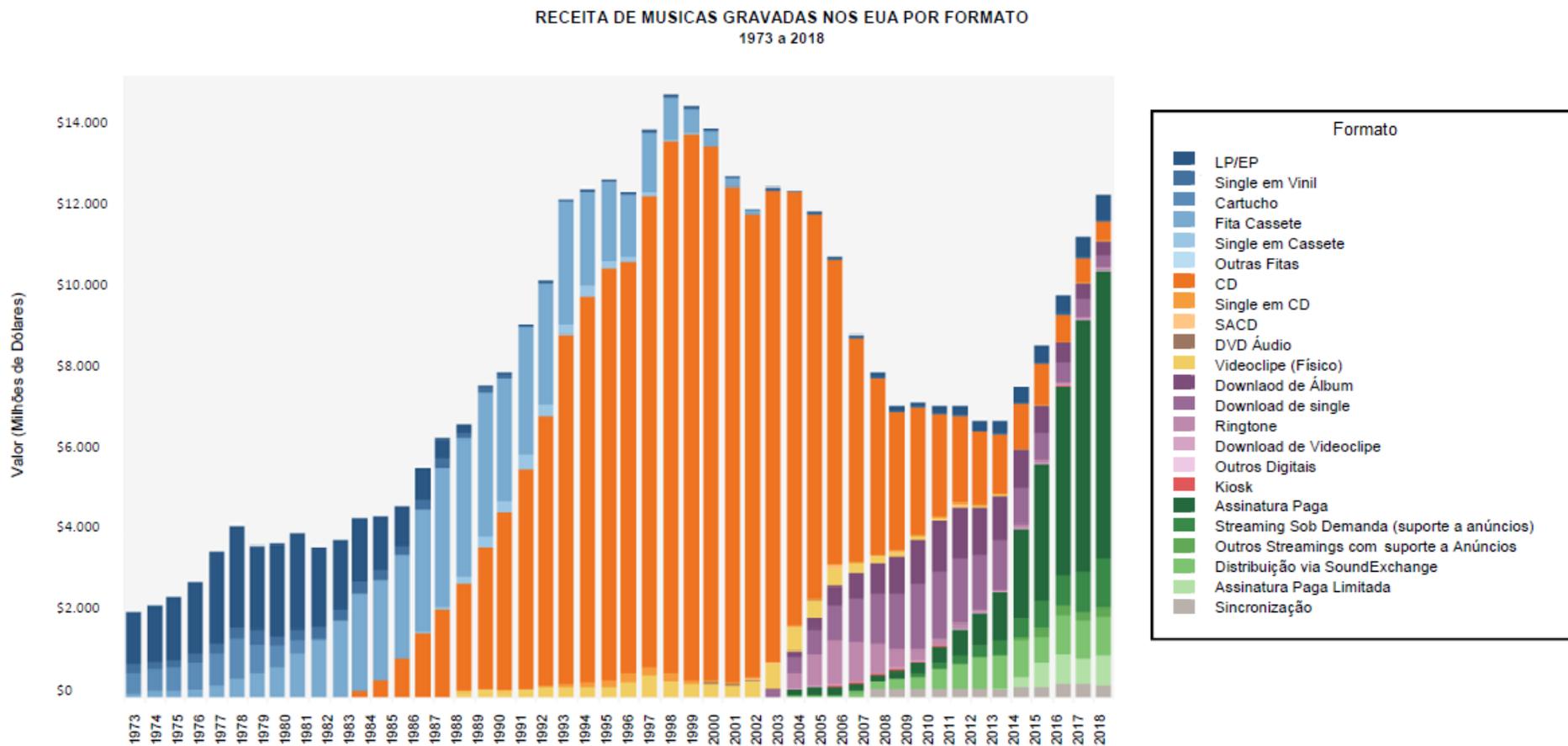
A indústria fonográfica, enquanto produtora de bens de consumo, também se encontra, portanto, dentro dessa lógica, cujos detalhes serão explicados logo adiante.

3.1 DO MERCADO FONOGRÁFICO NA ERA DIGITAL

A globalização econômica impactou a forma de como o mercado fonográfico produzia e distribuía as suas músicas. Na década de 1980 o acesso às mídias musicais se tornou mais amplo e o consumidor podia escolher entre os tradicionais discos de vinis, os recém-criados Compact Discs, ou CDs ou mesmo as fitas cassete, opções mais baratas e versáteis, uma vez que podiam ser utilizadas em seus toca-fitas portáteis.

A década de 1990, por sua vez, foi marcada por mudanças substanciais nas relações de mercado causadas pela difusão da internet. Vieira e Paixão (2016, p. 145) alegam que a transmissão de dados contribuiu para novas formas de produção, gravação, difusão e fonte de renda musical. Nos anos 2000, o surgimento de aparelhos como o *iPod* e os *smartphones* foram pensados para usufruto individual, aproximando a relação entre o indivíduo e a música, enquanto a internet possibilitou a disseminação de obras através de pequenas gravadoras, selos e o financiamento coletivo.

Figura 3 - Receita de gravações de música nos EUA por formato entre os anos de 1973 e 2018



Fonte: RIAA, 2018. Tradução do autor.

Importante salientar que a produção musical independente existe desde que o acesso de tecnologia de gravação se tornou acessível para a população. A popularização da música *punk* e sua filosofia do “faça-você-mesmo” no final da década de 1970 levou ao surgimento de vários selos independentes na década seguinte. A contribuição da internet nesse aspecto está na facilidade de acesso que ela se tornou capaz de oferecer, dando visibilidade a artistas que em outro contexto, estariam muito mais restritos à sua própria cena.

Os dados apresentados na Figura 3, pertencentes ao *Recording Industry Association of America* – RIAA, correspondem somente ao mercado fonográfico estadunidense e leva apenas em consideração o comércio legal de música. Entretanto, é possível extrair dele algumas informações relevantes para tentar compreender as transformações do mercado fonográfico e dos hábitos de consumo musical da população. A partir dos anos 2000 até a metade da década de 2010, a receita anual resultante da gravação de músicas caiu praticamente pela metade, fator que coincidiu com a popularização da internet nesse mesmo período. Segundo Santos, A. (2013, p. 131),

A forma de se produzir, disseminar, transformar, se apropriar e inovar com a cultura mudou drasticamente depois da internet. E uma das indústrias mais atingidas pelo turbilhão de mudanças introduzidas pela grande rede foi a da música. Argumenta-se que a internet trouxe um novo componente na música. Ou melhor, que o potencializou e transformou nitidamente um mercado; diminuindo suas vendas, suas participações e consequentemente seus lucros. Trata-se da pirataria. Mas não de uma pirataria qualquer, ou melhor, da tradicional pirataria física, já existente. Esta é mais pulsante, dinâmica, moderna e que se faz difícil punir: a pirataria digital.

A pirataria, reprodução ilegal de conteúdos protegidos por direitos autorais, é um fenômeno que antecede a indústria musical e data do surgimento da imprensa e da própria ideia de produção individual. De acordo com Foletto (2021, p. 46),

A ampliação da circulação de publicações impressas e o estímulo a um individualismo propiciado pela possibilidade de leitura solitária se aglutinaram a um humanismo renascentista para também modificar a ideia de autoria de até então. Se, durante boa parte da Idade Média, a cultura era oral e a autoria era coletiva e difusa, expressão de um desejo divino ou arraigado em uma dada cultura popular, e os livros tinham sua circulação restrita à produção artesanal das igrejas, agora havia elementos para a transformação da concepção do que seria o autor de uma obra. Ao deslocar o homem para o centro (antropocentrismo) do mundo, o humanismo passava a valorizar a noção de originalidade e individualidade, o que era expresso no apreço ao *estilo* e no reconhecimento de uma abordagem inovadora de cada autor, em contraponto à forte dependência textual da tradição típica das obras da Idade Média.

Embora a questão da individualização da autoria também já estivesse presente na música desde esse período, foi com o surgimento do fonógrafo e com o aprimoramento de técnicas de gravação que a pirataria se tornou recorrente no meio musical. Desde que a reprodução de áudio passou a ser mediada por vias eletromecânicas, a indústria passou a se preocupar com reproduções musicais não autorizadas.

A pirataria na indústria musical foi ganhando força à medida que novas práticas de produção, circulação e consumo de bens culturais foram surgindo. Na década de 1970, por exemplo, o surgimento da fita cassete já foi motivo de apreensão pela indústria, conforme descreve Foletto (2021, p.127):

O potencial recombinate das tecnologias de gravação e reprodução desenvolvidas na segunda metade do século XIX, se erigiu baseada na propriedade intelectual. Foi assim quando, em 1964, a Phillips lançou o cassete de áudio e a indústria fonográfica primeiro tentou impedir o lançamento do produto e depois fez *lobby* no Congresso dos Estados Unidos para que fosse criado um imposto sobre os cassetes virgens para compensar as perdas da indústria resultantes das cópias que os usuários fariam de seus LPs para cassetes.

A internet, décadas mais tarde, apenas permitiu que as músicas pudessem ser compartilhadas sem necessitar de uma mídia física para a sua distribuição ilegal, e o aumento na velocidade na troca de dados ao longo dos anos barateou e acelerou o processo de pirataria.

Um dos fatores de maior contribuição para a disseminação ilegal de músicas pela internet foi o surgimento do MP3, versão abreviada de *MPEG-1/2 Layer-3* (onde MPEG, por sua vez, é a sigla para *Moving Pictures Expert Group*). Desenvolvido em 1991 por Karlheinz Brandenburg, o MP3, conforme artigo publicado pelo próprio (1999, p.1-2) é o resultado de várias tentativas de compressão eficiente de dados de arquivos de áudio, de forma que o áudio reconstruído fosse idêntico, ou o mais próximo possível, do formato original e pequeno o suficiente para que pudesse ser transmitido com facilidade entre computadores domésticos. Embora surgissem posteriormente outros formatos mais eficientes que o MP3, a ampla disponibilidade de decodificadores e de tecnologias que suportavam, fez com que o formato se tornasse o padrão no compartilhamento de música na internet.

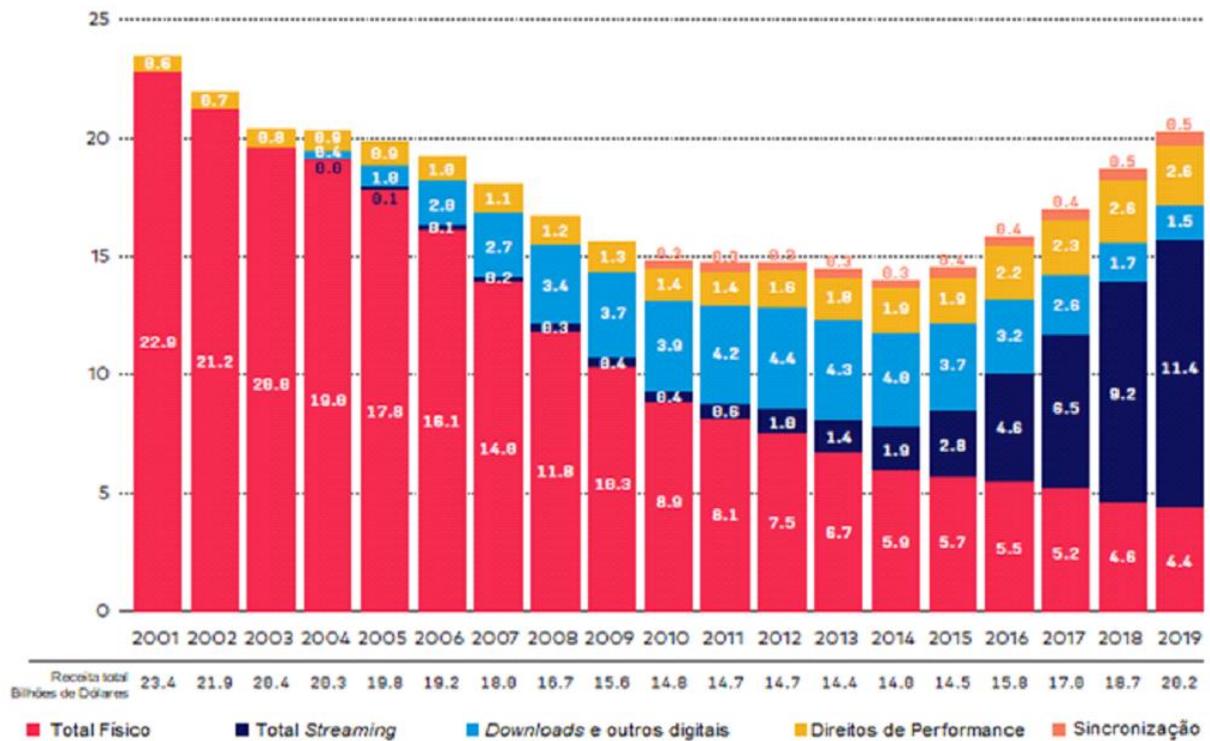
O surgimento do Napster e outros programas de compartilhamento P2P (sigla em inglês para *peer-to-peer*, rede descentralizada que independe de um servidor central, permitindo trocas diretas entre computadores) surgidos no final da década de

1990 lançaram um novo dilema a respeito da posse, compartilhamento e consumo de música, bem como da questão de direitos autorais. O Napster permitia a um usuário baixar músicas armazenadas no computador de outro usuário sem precisar de um servidor intermediário, facilitando assim o compartilhamento de músicas sem que fosse necessário pagar pela sua “posse” (no caso, possuir a música armazenada na forma de dados em um HD particular). Tal procedimento deixou a indústria fonográfica em estado de alerta, pois estavam cientes que isso poderia impactar negativamente suas vendas.

Em conjunto com o RIAA e tendo apoio de artistas e bandas que também se posicionavam contra o Napster, o embate chegou à esfera legal. Após uma série de negociações, o Napster concordou em pagar 26 milhões de Dólares pelos direitos autorais aos músicos e gravadoras, além de tornar o seu serviço pago a partir dali (Richtel, 2001). Este episódio contribuiu para a consolidação de um novo paradigma. O ciberespaço se mostrava um espaço propício para a distribuição musical. Além dos supracitados MP3 e P2P, outras inovações tecnológicas, como as ferramentas de produção e mixagem, sites de compartilhamentos, blogs, fóruns, redes sociais, entre outros, tornaram o compartilhamento de música online um processo mais prático e intenso (Santos, A., 2013, p. 133-134). Por sua vez, a pirataria – e o Napster, por extensão – serviram apenas como bode expiatório para uma indústria que já se encontrava em declínio. Ainda segundo Santos, A. (2013, p. 145), a queda do número de vendas de discos está muito mais ligada à incapacidade da indústria fonográfica em perceber a tecnologia como aliada do que somente à pirataria.

A indústria fonográfica precisaria se adaptar à nova realidade caso quisesse recuperar suas taxas de lucro de outrora. As corporações perceberam que o consumidor ainda estava disposto a pagar para ouvir música, desde que fosse tão ou mais prático do que baixá-las ilegalmente. As plataformas de *streaming* ganharam popularidade na primeira metade da década de 2010 e pareciam resolver esse problema. Normalmente pagando por um plano mensal, o ouvinte teria acesso a um amplo acervo de artistas e discos, cujas músicas poderiam ser ouvidas através de um aplicativo ou programa desenvolvido pela própria empresa. Beneficiando-se das melhorias na infraestrutura na rede que permitiu um fluxo maior de dados, o *streaming* foi se tornando a forma mais comum de consumo de música a partir da segunda metade da década.

Figura 4 - Receita global da indústria musical entre 2001 e 2009 (em bilhões de Dólares)



Fonte: IFPI, 2020. Tradução do autor.

Segundo dados da IFPI (sigla em inglês para Federação Internacional da Indústria Fonográfica – Figura 4), em 2017 o *streaming* ultrapassou a receita do consumo de mídia física em uma escala global. Dois anos antes, a receita da soma de *downloads* e *streaming* já eram as mesmas da venda de mídia física. Entre 2001 e 2019, houve uma queda de mais de 80% no consumo de mídia física, seguindo em ritmo descendente. Em comparação, a receita anual com serviços de *streaming* teve um salto de 0,1 bilhão de Dólares em 2005 para mais de onze bilhões em 2019.

As mudanças nos formatos de mídia mudaram também os hábitos de consumo. Se no começo do século XX, as pessoas precisavam estar no local da execução da música que desejavam ouvir, um século depois, essas pessoas podem, onde quer que estejam, virtualmente ouvir qualquer música que um dia tenha sido gravada. Segundo Vieira e Paixão (2016, p. 144-145),

No final do século XX e principalmente no início do século XXI a apreciação musical se torna cada vez menos uma prática social, tornando-se uma atividade individual, que começa pelo uso de fones de ouvido, a popularização de reprodutores portáteis como o Walkman¹³ com a fita cassete, o *iPod* e recentemente a “transmissão sob demanda” com os arquivos de áudio compactados tornaram comum a prática de audição em

pequenos fones de ouvido mais portáteis, populares e de grande volume de vendas.

Mudou-se também a forma como as músicas são produzidas. Os algoritmos dos serviços de *streaming* são capazes de recomendar artistas e listas de reprodução exclusivas com relativa precisão, baseadas somente nos hábitos musicais do consumidor. O algoritmo de recomendação é o grande trunfo dos serviços de *streaming* e é uma das ferramentas que faz com que os usuários optem por usá-los em vez de outros formatos mais tradicionais. Contudo, se por um lado, o serviço oferece exatamente aquilo que o consumidor espera dele, por outro, tal estratégia por parte das organizações serve justamente para que elas se perpetuem e mantenham o usuário ativo enquanto consumidor, mas relativamente passivo em relação às suas próprias escolhas, delegando esse poder de decisão aos próprios algoritmos. Essa estratégia se torna vantajosa para as grandes gravadoras que têm a oportunidade de impulsionar artistas de seus interesses através dessas *playlists*.⁷

O sistema de recomendação dos serviços de *streaming* são, em resumo, um misto de estratégias corporativas aliadas a um sistema de retroalimentação, que dá ao usuário uma falsa sensação de controle. Essa situação se torna particularmente problemática para o artista independente, que historicamente sempre possuiu pouco apoio financeiro e dispõe de menos mecanismos e recursos para atrair a atenção do ouvinte. E é diante dessa situação que a música independente também se reinventa.

3.2 SOBRE O CIBERESPAÇO E A PRODUÇÃO INDEPENDENTE

À medida em que foi se desenvolvendo, e contrariando as expectativas mais otimistas, o ciberespaço também se tornou um espaço das corporações. Grande parte da internet hoje é comandada por empresas transnacionais, como *Google*⁸ e *Facebook*⁹, voltadas única e exclusivamente para a própria internet. As grandes gravadoras, como a Sony e a EMI, em um primeiro momento relutantes em aceitar as possibilidades do ciberespaço, logo se adaptaram aos novos contextos. E foi com a

⁷ Em 2018, o jornal estadunidense *The Washington Post* publicou uma reportagem questionando essa estratégia, quando as músicas de um então recém-lançado álbum do *rapper* Drake passaram a ser incluídas automaticamente em uma quantidade de *playlists* numa frequência muito acima da média em comparação às músicas de outros artistas.

⁸ *Google* é uma empresa de tecnologia dos EUA que presta diversos tipos de serviço *online*, entre eles, serviços de mecanismos de pesquisas e de computação em nuvem.

⁹ *Facebook* é uma popular rede social criada por Mark Zuckerberg em 2004, na qual é possível adicionar amigos, trocar mensagens instantâneas e compartilhar textos, fotos e vídeos.

ajuda dos serviços de *streaming* que elas puderam se reposicionar no mercado. Em um mundo cada vez mais informatizado, o ciberespaço demonstrou não possuir as barreiras impostas por limitações físicas.

No entanto, nesse mesmo ciberespaço também se estabeleceu uma cena independente, contornando assim a lógica das grandes corporações. Embora a produção independente ocorra desde muito antes do surgimento da internet, esta contribuiu para o fortalecimento de uma rede entre músicos e ouvintes. De acordo com Castells (1999, p. 86):

Apesar de normalmente as responsabilidades dos avanços da internet serem atribuídas às instituições militares, grandes corporações e universidades, havia também uma “contracultura” de entusiastas que dispunham de determinação e conhecimento técnico para contribuir com seus próprios avanços. O modem e as primeiras comunidades virtuais de uso popular foram criações de estudantes de ideais libertários/ utópicos.

A internet – e o ciberespaço, por extensão – permitiu a expansão não somente das grandes organizações como também da reação – conscientes ou não – a esse emparelhamento. Essa “contracultura” se faz presente desde o desenvolvimento de *hardwares* e *softwares* até a criação de comunidades específicas dentro do ciberespaço, espaço este onde essa própria contracultura se cristaliza e ganha força. Lévy (2000, p. 209) afirma que o ciberespaço é vasto o bastante para que projetos outrora vistos com mutuamente exclusivos possam se tornar simultâneos ou mesmo complementares.

Dados do Worldwide Independent Network (WIN, 2019 p. 13) informam que, em 2017, o mercado de música independente já era responsável por quase 40% do mercado fonográfico. Os selos independentes possuem maior flexibilidade frente às novas tecnologias e em 2017, correspondiam a 44% da receita da renda gerada pelos serviços de *streaming*. Em relação à produção independente de modo geral, Lévy (2000, p.141) afirma:

A partir de agora os músicos podem controlar o conjunto da cadeia de produção da música e eventualmente colocar na rede os produtos de sua criatividade *sem passar pelos intermediários que haviam sido introduzidos pelos sistemas de notação e de gravação* (editores, intérpretes, grandes estúdios, lojas). Em certo sentido, retornamos dessa forma à simplicidade e à apropriação pessoal da produção musical que eram próprias da tradição oral (Grifos do original).

Dentro desse contexto é importante considerar que, apesar das mudanças nas formas de como se produz, se distribui e se consome música, ela ainda cede a

pressões mercadológicas. Na sociedade capitalista, a música também é um produto, sujeito aos fluxos econômicos de onde está inserida, conforme comentado no capítulo anterior. Os aspectos culturais que permeiam a música popular do século XX e XXI, contudo, devem ser levados em consideração para sua compreensão mais ampla enquanto forma de expressão. Para Lévy (2000, p.140):

A *escrita* levou a música de tradição oral para um outro ciclo cultural. Da mesma forma, a *gravação* fixou os estilos de interpretação da música escrita, ao mesmo tempo que regulou sua evolução. De fato, já não é mais apenas a estrutura abstrata de uma peça que pode ser transmitida e descontextualizada, mas também sua atualização sonora. A gravação torna-se responsável, à sua maneira, pelo arquivamento e pela preservação histórica de músicas que haviam permanecido na esfera da tradição oral (etnografia musical). Enfim, alguns gêneros musicais, como o jazz ou o rock, só existem hoje devido a uma verdadeira ‘tradição de gravação’ (Grifos do original).

É importante destacar que tal “tradição da gravação” em um primeiro momento era estabelecida por interesses de mercado, sobretudo de gravadoras que possuíam aparato tecnológico para esse tipo de produção. A evolução das técnicas de gravação, à medida que foram se tornando mais acessíveis, também permitiu o fortalecimento de uma rede de produção independente, ou seja, que não precisasse estar ligada diretamente a uma grande gravadora.

3.3 SOBRE SAMPLING E DIREITOS AUTORAIS

O *vaporwave* surgiu às margens das grandes gravadoras. E, apesar de artistas independentes conseguirem disponibilizar suas músicas nas plataformas de *streaming* de maneira também independente, isso não acontece com igual frequência com o *vaporwave*, já que o gênero musical em questão faz uso constantes dos chamados *samples*, ou seja, de recortes de outras músicas com o objetivo recriá-las através de colagens e edições sonoras.

A técnica de *sampling*, ou recorte sonoro, não é novidade na história da música. De acordo com Foletto (2021, p.115), o egípcio Jalim El-Dabh, em 1944, já manipulava em estúdio sons gravados de uma cerimônia religiosa. Em 1969, o *sampler*, aparelho que permite a gravação, o recorte e a sobreposição de músicas é criado. Mas foi somente na década de 1980 que o *sample* se tornou popular na música, especialmente no *rap* e na música eletrônica.

A popularização do *sampling* enquanto técnica começou a preocupar as gravadoras a partir do instante em que as canções utilizadas nas colagens eram reconhecidas como parte de canções de outros artistas.

Em 1985, o compositor canadense John Oswald cunhou o termo *plunderphonics* em um ensaio chamado *Plunderphonics, ou áudio pirataria como prerrogativa composicional* (tradução do autor)¹⁰. Nesse ensaio, Oswald defendia o uso de *samples* como uma forma não de plágio, mas de referência, tal como as aspas utilizadas para referenciar a outro autor em uma obra escrita.

Instrumentos musicais produzem sons. Compositores produzem música. Instrumentos musicais reproduzem música. Gravadores, rádios, tocadores de disco, etc., reproduzem o som. Um dispositivo como uma caixa de música de corda produz som e reproduz música. Um fonógrafo nas mãos de um artista de *hip hop/scratch* que toca um disco como uma tábua de lavar eletrônica com uma agulha fonográfica como palheta, produz sons que são únicos e não reproduzidos - o toca-discos se torna um instrumento musical. Um *sampler*, em essência um instrumento de gravação e transformação, é simultaneamente um dispositivo de documentação e um dispositivo criativo, reduzindo de fato uma distinção manifestada pelo direito autoral (Tradução do autor).¹¹

Não obstante, em 1989, John Oswald lança o álbum *Plunderphonic*, mais como uma tentativa de confrontar a legislação canadense sobre direitos autorais do que de obter alguma forma de lucro. O conteúdo do disco, era formado somente por *samples* que variavam entre recortes de música popular do Beatles a peças de música erudita de Ludwig van Beethoven. A capa, onde apresenta o rosto do artista Michael Jackson colado a um corpo em nu frontal transvestido, também causou controvérsia. Mesmo sendo distribuído gratuitamente – o que, em tese, não geraria prejuízo ao autor original das músicas – e mesmo apresentando a origem da fonte dos *samples* o fato de eles não terem sido autorizados foi o principal motivo de tensão entre Oswald e a indústria fonográfica. De acordo com Collins, (2010 p.64), todas as cópias do álbum foram destruídas pela Canadian Recording Industry Association.

Mesmo anos depois do lançamento de *Plunderphonic*, o *Plunderphonics* enquanto gênero musical ainda é bastante influente, servindo de inspiração para

¹⁰ *Plunderphonics, or Audio Piracy as a Compositional Prerogative*

¹¹ “Musical instruments produce sounds. Composers produce music. Musical instruments reproduce music. Tape recorders, radios, disc players, etc., reproduce sound. A device such as a wind-up music box produces sound and reproduces music. A phonograph in the hands of a hip hop/scratch artist who plays a record like an electronic washboard with a phonographic needle as a plectrum, produces sounds which are unique and not reproduced - the record player becomes a musical instrument. A sampler, in essence a recording, transforming instrument, is simultaneously a documenting device and a creative device, in effect reducing a distinction manifested by copyright” (OSWALD, 1985).

artistas experimentais de música eletrônica, seja pela sua forma de composição, seja pela sua proposta anárquica.

O *hip-hop* é outro movimento musical que encontrou problemas com as questões de direitos autorais, já que o *sample* é normalmente a base instrumental por cima de onde os MCs elaboram suas rimas. De acordo com o portal NPR, o uso de um *sample* não autorizado da música *Alone Again (Naturally)* do cantor Gilbert O'Sullivan pelo *rapper* estadunidense Biz Markie na música *Alone Again*, terminou nos tribunais, onde Biz Markie precisou pagar 250 mil Dólares a Sullivan de indenização, além de ter sido impedido de continuar as vendas do single ou álbum que continha o *sample* em questão.

Esse evento foi um ponto de virada na produção musical, onde os as gravadoras passaram a exigir liberação do uso dos *samples* e artistas menores passaram a usar *samples* de artistas cada vez mais obscuros.

A questão dos direitos autorais e propriedade intelectual não é exclusividade da indústria fonográfica. Desde que se atribui autoria individual a uma obra, existe também uma preocupação em assegurar os direitos sobre essa autoria. Mas, como afirma Foletto (2021, p. 79), foi com o surgimento de tecnologias de gravação e de reprodução que essa preocupação se tornou recorrente. De acordo com Foletto (2021, p. 90-91):

Usada como justificativa ideológica por reis, nobreza e Igreja para a regulação da publicação de ideias, a censura cede lugar, a partir dos séculos XVIII e XIX, ao mercado e à livre concorrência. Não é mais por trazer temas proibidos aos olhos dos censores que a circulação de ideias precisa ser controlada; é para que uma pessoa possa viver de (e lucrar com) suas invenções, de modo exclusivo e não concorrente com outro indivíduo (ou empresa). Para isso, as leis; para fazê-las cumprir, o Estado. Num contexto de aumento da velocidade de circulação de informações, e com a possibilidade enorme de reprodução de ideias a partir das tecnologias citadas, foi assim que a sociedade capitalista ocidental se organizou a partir de então, e até hoje, no que se refere à produção e circulação de ideias.

Por mais que a propriedade intelectual possa assegurar a seu autor os créditos que lhe cabem, por outro lado, tal como na questão do Napster, ela pode ser utilizada como uma ferramenta para beneficiar uma parcela privilegiada da sociedade. O *vaporwave*, conscientemente ou não, utiliza estratégias para subverter essa lógica a seu favor, como será tratado em detalhes no capítulo a seguir.

4 O QUE É VAPORWAVE?

O *vaporwave*, um dos frutos do cenário musical independente, é um gênero musical virtual por excelência. Nascido nas entranhas da internet, o *vaporwave*, a princípio voltado para um nicho de consumo específico, em menos de meia década se tornou um amplo fenômeno da internet, movimentando fóruns, sites e redes sociais com a sua abordagem nostálgica e irônica e sua estética peculiar.

Entende-se por *vaporwave* um gênero de música eletrônica experimental, cuja principal característica está nos usos evidentes de *samples* de sucessos da música pop internacional, sobretudo da década de 1980, acrescido de efeitos de distorção de áudio e edições grosseiras. Além de *hits* do passado, os produtores de *vaporwave* também utilizam *samples* de *jingles* publicitários, jogos de videogame da década de 1990, músicas de elevador e sons de sistemas operacionais obsoletos em suas produções.

A origem do nome *vaporwave* é incerta. Segundo Georgina Born e Christopher Haworth (2018, p.634), o termo é uma corruptela de *vaporware*, um termo usado para definir algum *software* comercial anunciado, mas nunca produzido. Tal definição contemplaria o *vaporwave* enquanto fenômeno: um produto potencial do capitalismo que nunca alcançou de fato sua realização. Jones (2012), por sua vez, encara o nome *vaporwave* como um reminescente da famosa frase proferida por Karl Marx (2015, p.28) em seu Manifesto Comunista: “Tudo que é sólido desmancha no ar”, frase essa usada pelo teórico alemão para explicar a constante mudança da sociedade sob a burguesia capitalista, também se mostra apropriada para o *vaporwave*, fenômeno musical fadado à provável obsolescência em decorrência dos fluxos de dados cada vez mais acelerados da era da informação.

Tão incerto quanto sua denominação, estão seus objetivos. O *vaporwave* se reapropria de elementos voltados à cultura do consumo e os reconstrói, numa colagem sonora cujo propósito paira entre o nostálgico e o *uncanny*. Há uma crítica à sociedade de consumo em suas entrelinhas, mas nem sempre se mostram evidentes, já que uma das figuras de linguagem mais presentes no gênero musical em questão

a ironia, figura essa presente na cultura das redes sociais na forma de *memes*¹² e *shitposting*¹³.

Tal condição não impediu o desenvolvimento do *vaporwave*, cujas características ultrapassaram as limitações sonoras para contemplar também aspectos visuais. Tons pastel, palmeiras, estátuas e colunas gregas, personagens de animações japonesas, informes publicitários, computações gráficas da década de 1990, entre outros elementos, estão ligados à estética do gênero musical e ilustram as capas dos álbuns, os videoclipes e os padrões de design de toda e qualquer coisa relacionada ao *vaporwave*.

Outra característica que difere o *vaporwave* de outros gêneros musicais mais tradicionais, está na sua forma de dispersão. Gêneros musicais em geral possuem uma cena associada e mesmo quando sujeitos à massificação, ainda remetem às suas origens de alguma forma. Um território físico, material. A música caipira é logo associada ao interior do centro-sul brasileiro enquanto o *rap* remete às regiões suburbanas das grandes cidades e mesmo suas “regionalizações” (*rap* da Costa Leste, *rap* da Costa Oeste, *rap* paulista, *rap* carioca) somente reforça a associação da música com o espaço em questão. Com o *vaporwave*, contudo, o espaço a qual o gênero está associado é o ciberespaço. Isso não significa que não haja um aspecto físico-material de sua música – afinal, ela é produzida por pessoas reais, que se situam em algum lugar no espaço – mas é no ciberespaço que o *vaporwave* se organizou e se proliferou. As apresentações ao vivo, as vendas de discos, as entrevistas em grandes veículos de mídia, tudo isso é de menor importância para os produtores do gênero, que preferem os canais independentes, os fóruns de discussão e as redes sociais para disponibilizar e divulgar seus trabalhos.

É válido ressaltar que o *vaporwave* não é pioneiro enquanto gênero musical mediado pelo ciberespaço. Born e Haworth (2018, p.604-605) aponta pelo menos mais outros quatro gêneros/ movimentos musicais que antecedem o *vaporwave* e que

¹² Meme é um termo cunhado por Richard Dawkins em seu livro “O Gene Egoísta”, de 1976. Nele, o biólogo evolucionário explica que meme é uma entidade cultural ou ideia que se replica, evolui e é passado de pessoa para pessoa. Tal termo passou posteriormente a ser utilizado para definir um infinito número de frases, fotos, sons e vídeos via internet como forma de compartilhar ideias de forma rápida e sucinta (MARTINDALE, 2022).

¹³ De acordo com o Cambridge Dictionary (2022), *Shitposting* é “algo colocado na internet que não é especialmente engraçado ou interessante e não faz muito sentido, ou que não tem a ver em nada com o que está sendo discutido, especialmente com o objetivo de dificultar que demais pessoas discutam algo”.

serviram como influência para este: *microsound*, *hauntology*¹⁴, o *chillwave* o *hipnagogic pop*. Ainda que todos os gêneros em questão sejam debatíveis quanto à sua consolidação ou não, todos surgiram no contexto dos primórdios da popularização da internet.

O *microsound*, gênero de música eletrônica associada a técnicas de síntese sonora, surgiu em meados da década de 1990, mas se tornou proeminente a partir de 1999 a partir da formação de uma comunidade baseada na troca de conteúdo através de listas de e-mail.

Primariamente um conceito filosófico, o *hauntology* passou a englobar um tipo particular de sonoridade focada em elementos que pairam entre o nostálgico e o inquietante. Surgido na Inglaterra, o *hauntology* enquanto cena musical convergiu com a popularização dos *blogs* como forma cultural, o que fez com os *blogs* fossem os principais disseminadores de artistas e álbuns voltados para o conceito em questão.

O *hipnagogic pop*, um gênero interessado na tecnologia analógica enquanto performance, atingiu seu auge com o surgimento do *YouTube* em 2005, uma vez que sua sonoridade se mostrou propícia a ser apresentada em conjunto com velhas gravações caseiras de surfe ou vídeos de autoajuda. Apesar do impulso ocasionado pela internet, o *hipnagogic pop* possuía uma consistente rede de troca de mídia física, sobretudo fitas cassete, em referência à prática utilizada na década de 1980

No que tange à relação entre a música e a internet, o *vaporwave*, portanto, é um relevante ponto de intersecção entre os diferentes gêneros musicais e merece ser observado em mais detalhes, a começar por sua breve história.

¹⁴ Há uma discussão sobre a tradução em português mais apropriada para o termo. Na edição de 2022 da editora Autonomia Literária, optou-se pelo uso de “assombrologia”, apesar de existirem outras traduções para o termo em português. Nesta pesquisa será mantido o termo original *hauntology* tanto para o conceito filosófico quanto para o gênero musical derivado deste, salvo em citações diretas.

4.1 HISTÓRIA DO VAPORWAVE

A gênese do *vaporwave* normalmente é atribuída ao produtor Daniel Lopatin, que sob a alcunha de Chuck Person, lançava o álbum *Chuck Person's Eccojams Vol. 1*, considerado o primeiro álbum do gênero. Entretanto, o movimento somente começou a tomar forma depois da disponibilização na internet do álbum *Floral Shoppe*, de Macintosh Plus, em 2011. A popularização deste álbum levou a um fortalecimento do *vaporwave*, que começou a ganhar novos adeptos e artistas, que por sua vez passaram a divulgar e discutir o gênero em redes sociais como o *Reddit*¹⁵ e o *Tumblr*¹⁶, formando comunidades específicas para o novo gênero musical.

Tabela 2 - Lançamentos de obras do gênero *vaporwave* entre os anos de 2010 a 2019.

Ano	Quantidade de lançamentos
2010	18
2011	72
2012	177
2013	381
2014	587
2015	1165
2016	1138
2017	817
2018	874
2019	829

Fonte: Rate Your Music, 2022.

De acordo a tabela 3, construída a partir da base de dados comunitária *Rate Your Music*, em 2010 haviam apenas dezoito registros de lançamentos do gênero (incluindo álbuns, *singles*, *mixtapes*, *EPs* e *DJ Mixes*) lançados naquele ano, número que aumentou exponencialmente até o ano de 2015, quando começou a decrescer e a manter uma média de aproximadamente 850 novos lançamentos por ano nos anos finais da década. Em 2015, a quantidade de lançamentos de *vaporwave* chegou a

¹⁵ Surgido em 2005, o *Reddit* é um agregador de notícias e conteúdo original, organizados por *subreddits*, fóruns com temáticas específicas. Os usuários podem votar nos conteúdos que consideram relevantes e estes aparecem nas páginas iniciais dos *subreddits*.

¹⁶ Surgido em 2007, o *Tumblr* é uma plataforma de *blogging*, onde seus usuários podem publicar conteúdos como vídeos, áudios, textos etc. Sua estrutura permite que usuários sigam publicações uns dos outros e oferece uma ampla possibilidade de personalização.

ultrapassar a quantidade de novos registros de *country music*, gênero tradicional estadunidense, que então totalizara 795 lançamentos contra mais de mil do *vaporwave*. Mesmo após o declínio na quantidade de novos registros, produções de *vaporwave* continuariam surgindo, ainda que incorporadas e diluídas em outros gêneros musicais, como na *dance music* ou no *rap*.

4.1.1 Principais Álbuns de Vaporwave

Três álbuns lançados entre os anos de 2010 e 2011 são considerados hoje a base do que viria a se tornar o *vaporwave* ao longo da década e ajudou a consolidar as características que seriam dadas como fundamentais ao estilo: *Chuck Person's Eccojams Vol. 1*, de Chuck Person, *Far Side Virtual*, de James Ferraro e *Floral Shoppe*, de Macintosh Plus. Nos subcapítulos a seguir será realizado um breve histórico dos principais registros do gênero.

4.1.1.1 Eccojams Vol.1

Lançado em 08 de agosto de 2010 por Daniel Lopatin, então conhecido na cena musical como Oneohtrix Point Never, mas atuante na cena *vaporwave* sob a alcunha de Chuck Person, *Eccojams Vol. 1* era originalmente apenas um projeto paralelo. No entanto, o álbum ganhou crescente notoriedade a ponto de servir de base para muito do que seria conhecido como *vaporwave* posteriormente. Ainda que o rótulo *vaporwave* fosse inexistente à época de seu lançamento, um dos principais elementos do que consagraria o gênero já se encontrava presente: os *samples* de canções comerciais, distorcidos e recriados a ponto de criar uma sonoridade distinta do original. Não há propriamente um senso de composição, e sim trechos que se repetem grosseiramente em *loops* com falhas ocasionais, se assemelhando talvez ao que poderia ser um cérebro agindo sobre um *déjà vu*, uma memória outrora esquecida que subitamente emerge do inconsciente, ganhando novos, ainda que etéreos, contornos frente ao presente.

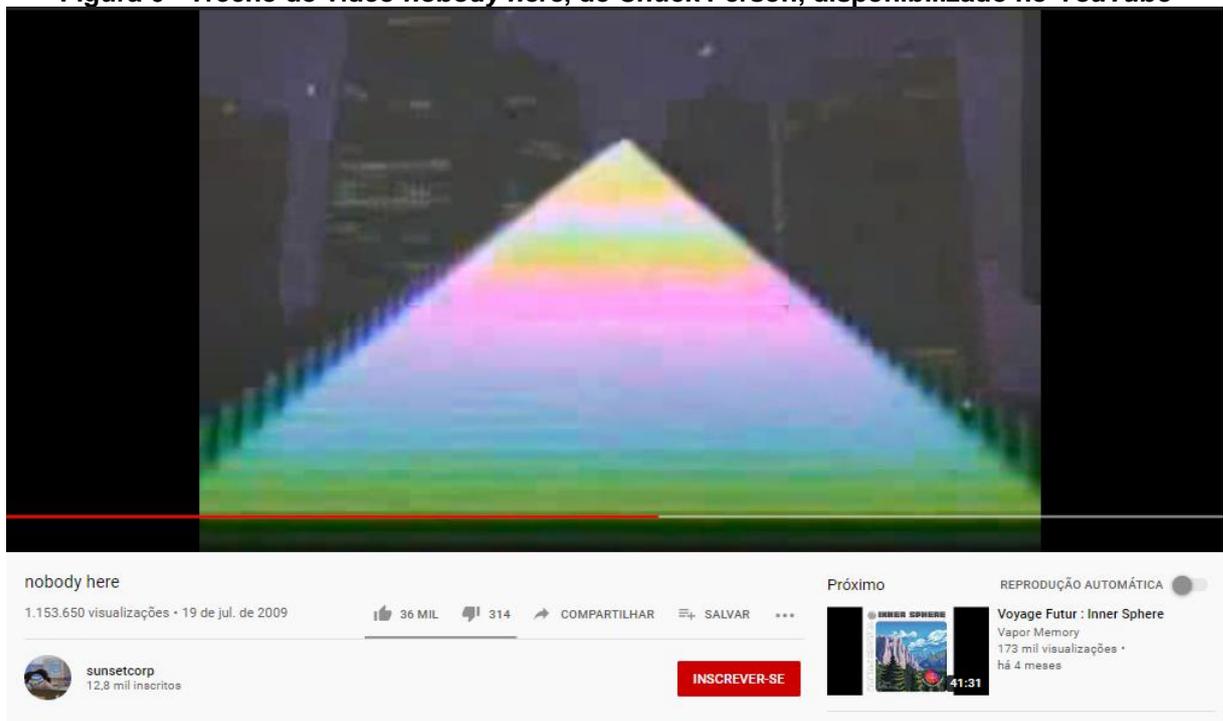
Figura 5 - Capa e contracapa do álbum *Eccojams Vol. 1*, de Chuck Person



Fonte: Discogs, 2021. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/Chuck-Person-Chuck-Persons-Eccojams-Vol-1/release/9397745. Acesso em: 25 ago. 2022.

A própria capa do álbum, como mostra a Figura 5, também possui elementos marcantes. A disposição gráfica, a escolha de fontes e de imagens, somadas ao próprio nome do álbum, remetem ao jogo de videogame *Ecco the Dolphin*, lançado originalmente pela *Novotrade* em 1993 para o popular console de videogame *Mega Drive*, produzido pela *Sega*. Essa não foi uma escolha ao acaso, considerando que em *Ecco the Dolphin*, o jogador controla um golfinho, que percorre paisagens paradisíacas ao som de uma música ambiente em contraste com o seu objetivo de salvar o planeta Terra de um cataclisma iminente, destoando consideravelmente da maioria dos jogos frenéticos e de temática mais infantil que eram lançados na mesma época. A ilustração da capa consegue, dessa forma, evocar uma sensação de nostalgia, seja ela legítima, por quem vivenciou o período em que o jogo em questão estava em seu auge, seja ela idealizada, devido aos elementos que remetem a algum período no passado, onde as coisas aparentavam ser mais simples, ainda que de fato não fossem. Este último caso pode ser demonstrado pela disposição desconexa e grosseira dos elementos presentes na capa do álbum bem como a presença de um intimidador tubarão, evocando assim uma sensação de desconforto e de artificialidade. Tais sensações conflitantes seriam exploradas com maior intensidade em trabalhos futuros dentro do *vaporwave*.

Figura 6 - Trecho do vídeo *nobody here*, de Chuck Person, disponibilizado no YouTube



Fonte: YouTube, 2009. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-RFUnvF0mDw>. Acesso em: 25 ago. 2022.

Presente no álbum com o nome de *B4*, a música, baseada em um *sample* do sucesso de 1986 *Lady in Red*, do cantor britânico Chris de Burgh, precedeu o álbum ao qual pertence em mais de um ano. Lançada originalmente no *Youtube* em 19 de julho de 2009 pelo canal *sunsetcorp* (pertencente ao próprio Lopatin) com o título *nobody here*, a canção na plataforma possui o acompanhamento de um vídeo também em *loop* do que se assemelha a uma estrada virtualmente construída e com as cores de um arco-íris (remetendo à *Rainbow Road*, uma pista de corrida da franquia de jogos de videogame *Mario Kart*, produzida pela Nintendo) passando por sobre uma paisagem de uma cidade noturna, sem, no entanto, alcançar qualquer destino. Conforme mostra a Figura 6, em 2021 o vídeo já possuía mais de um milhão de visualizações. Tal vídeo também sinalizou as possibilidades transmidiáticas do *vaporwave*, que se desdobrariam futuramente.

4.1.1.2 Far Side Virtual

Far Side Virtual, lançado por James Ferraro em outubro de 2011, trouxe ao *vaporwave* a música corporativa, os *ringtones*, a música de elevador, a música dos primórdios da popularização da internet e o *kitsch* para nos apresentar um retrato irônico da cultura ocidental do consumismo. Menos focado em *samples* que *Eccojams* e mais focado em sonoridades MIDI¹⁷, a sonoridade de *Far Side Virtual* possui um caráter retrofuturista, o que o diferencia de seus pares do gênero o suficiente para ser questionado entre os fãs se se trata de fato uma produção de *vaporwave*, mesmo influenciando expressamente obras futuras do gênero. O uso de tecnologia barata para a produção de uma paisagem sonora sofisticada dá o tom de ironia à obra, fazendo com tal recurso linguístico se tornasse padrão dentro da cena *vaporwave*.

¹⁷ MIDI - Musical Instrument Digital Interface (Interface Digital para Instrumentos Musicais) - é um protocolo que especifica como os instrumentos musicais podem ser interconectados e controlados remotamente. O protocolo MIDI, que formaliza tanto a interface do hardware quanto uma linguagem de comunicação de mensagens com significados musicais, iniciou seu desenvolvimento na década de 1980 em resposta ao aumento da sofisticação e cor respondente complexidade dos instrumentos eletrônicos, especialmente os sintetizadores (MANCINI, s/d, p. 1).

Figura 7 - Capa do álbum *Far Side Virtual*, de Daniel Lopatin



Fonte: Rate Your Music, 2021. Disponível em: <https://e.snmc.io/i/fullres/w/feca455667583eab0a102a908a40e3fb/3892275>. Acesso em: 05 out. 2021.

A capa de *Far Side Virtual*, conforme ilustrada na Figura 7, apresenta em primeiro plano uma pessoa em um *smoking*, com um *Ipad* no lugar da cabeça. O rosto que aparece na tela do *Ipad* se mistura a um céu azul e formas abstratas. Ao fundo dessa pessoa, há uma imagem do *Google Street View* da Sexta Avenida em Manhattan. O uso de imagens abstratas digitalmente (e toscamente) geradas também se tornaria um elemento comum na iconografia do gênero.

4.1.1.3 Floral Shoppe

Lançado em dezembro de 2011, *Floral Shoppe*, de Macintosh Plus, é visto como o mais representativo dos primeiros álbuns de *vaporwave* e lançou o gênero a um público muito mais amplo que os trabalhos que o precederam. Musicalmente falando, *Floral Shoppe* segue a mesma linha de *Eccojams* ao editar grosseiramente *samples* de canções da década de 1980 e adicionar *reverbs* e outros efeitos sonoros para criar um ambiente calcado na nostalgia.

Figura 8 - Capa do álbum *Floral Shoppe*, de Macintosh Plus



Fonte: Rate Your Music, 2021. Disponível em: <https://e.snmc.io/i/fullres/w/78faf652d92a3cfe085714786ae9a793/7430985>. Acesso em: 21 out. 2021.

Elementos visuais presentes em *Floral Shoppe* se tornariam o padrão dentro das produções do *vaporwave*. A começar pela capa (Figura 8), *Floral Shoppe* nos apresenta, em primeiro plano, um busto do deus grego Helios sobre um fundo em um tom pastel rosa. O chão se mistura a esse fundo em um padrão xadrez. Em segundo plano, há o retrato de uma paisagem urbana ao pôr-do-sol cercada por um grande corpo d'água. Tanto o nome da artista quanto o título do álbum aparecem no canto superior direito, em tom ciano, escritos em parte com caracteres japoneses (Macintosh Plus aparece como *MACプラス* e *Floral Shoppe* aparece como *フローラルの専門店*). Esse padrão estilístico também ocorre no título das músicas do disco, onde os caracteres japoneses se mesclam ao alfabeto ocidental. Ao lado do nome da artista é possível identificar uma forma tridimensional abstrata. A partir dessa capa, o uso de estátuas e esculturas gregas, imagens paradisíacas e tipografias não-ocidentais se tornariam marcantes na composição visual de obras relacionadas ao *vaporwave*.

Das nove faixas presentes na versão original do álbum, foi a segunda faixa, *リサフランク420 / 現代のコンピュー*, que popularizou tanto o álbum quanto o *vaporwave* como um todo. A canção, baseada em um *sample* de *It's Your Move*, lançada por Diana Ross em 1984, não é mais do que uma versão desacelerada e com *loops* intencionalmente editados de forma grosseira do *hit* original. Ainda que tal técnica possa ter levantado questionamentos entre entusiastas e detratores do gênero se *リサフランク420 / 現代のコンピュー* pudesse ser considerado um plágio da canção original ou uma produção original de fato, isso não impediu o grande sucesso alcançado pela música dentro da internet, sendo utilizado até mesmo como um meme, o que contribuiu ainda mais para seu reconhecimento e do *vaporwave* de uma forma geral.

O vídeo de *リサフランク420 / 現代のコンピュー*, disponibilizado no *Youtube*, obteve 42 milhões de visualizações, antes de ser tirado do ar em maio de 2018, após notificação da Sony Music, detentora dos direitos da canção original da Diana Ross (LIGUORI Filho, 2019, p. 653). No entanto, o *reupload* da canção no *Youtube* realizada no mesmo mês, acumulava, em setembro de 2020, mais de doze milhões de visualizações. Em comparação, o vídeo mais visualizado da versão original de *It's Your Move* no mesmo site, possuía aproximadamente 2 milhões de visualizações na mesma data.

Figura 9 - Trecho do vídeo não-oficial para *リサフランク420/ 現代のコンピュー*, de Macintosh Plus, disponibilizado no YouTube

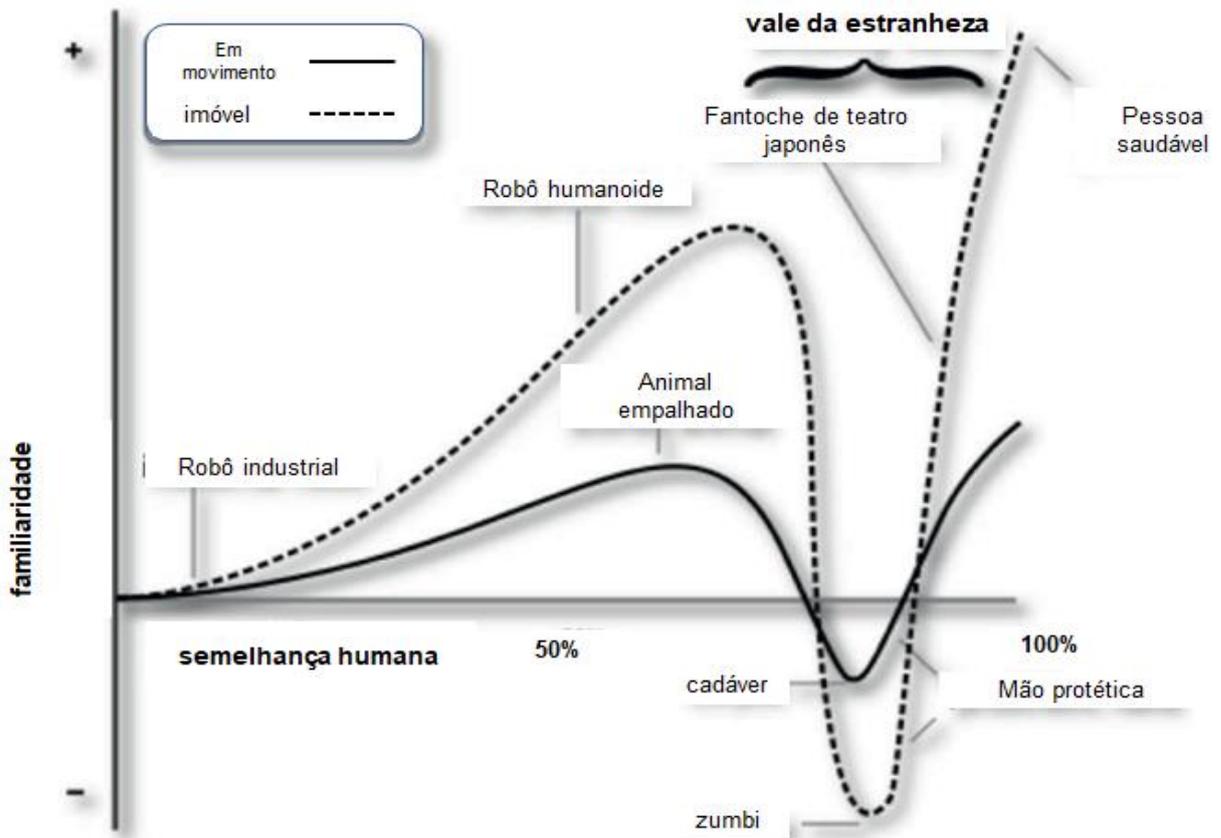


Fonte: YouTube, 2014. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_4gl-FX2RvI&t=44s. Acesso em: 02 fev. 2022

Um videoclipe não-oficial para *リサフランク420/ 現代のコンピュー* foi disponibilizado no Youtube através de um canal de nome *Sun Levi* em junho de 2014 e ultrapassou dois milhões de visualizações (Figura 9). É válido citá-lo por dois fatores: o primeiro para ilustrar o caráter colaborativo do *vaporwave*, onde os consumidores também podem ser produtores e vice-versa, e o segundo por ilustrar a estética do *vaporwave* em sua essência.

O vídeo contém, em sua maior parte, uma colagem de cenas do filme *Polly Gone*, originalmente uma *tech demo* (abreviatura de *technology demonstration*, ou demonstração de tecnologia, em português) criada por Shelley Lake em 1988 para demonstrar o potencial do então recém-criado software gráfico DP3D. O vídeo em si apresenta um robô humanoide realizando atividades domésticas em um cenário surrealista.

Figura 10 - O vale da estranheza, conforme apresentado por Masahiro Mori em 1970



Fonte: BERG, 2015. Tradução do autor.

As expressões exageradas do robô causam uma sensação de repulsa e estranheza, fazendo com que a animação se enquadre no chamado *uncanny valley*, ou vale da estranheza, termo cunhado pelo roboticista Masahiro Mori na década de 1970 para descrever sua observação de que robôs se parecem mais atraentes, mas somente até certo ponto. Ao atingir o metafórico vale em questão (Figura 10), o sentimento passa a ser de inquietação e de desconforto. A artificialidade como característica do vale da estranheza pode ser percebida não somente na questão visual do *vaporwave*, como em sua própria sonoridade, uma vez que o ouvinte é confrontado com sonoridades que lhe são tão familiares quanto desconfortáveis.

4.1.2 Subgêneros

A popularidade de *リサフランク420/ 現代のコンピュー* alavancou o sucesso do *vaporwave*, que conforme crescia em popularidade, também foi se fragmentando em novos subgêneros, cada qual com abordagens distintas, apesar de manterem em algum aspecto a essência do gênero principal.

4.1.2.1 Broken Transmission

O *Broken Transmission*, uma das primeiras ramificações que partiram do *vaporwave*, leva a ideia de *sampling* a um patamar mais experimental ao utilizar trechos de transmissão de rádio, TV e informes publicitários – desacelerados e acrescidos de efeitos de envelhecimento, tal como na maioria das obras do *vaporwave* – para recriar a sensação de navegar aleatoriamente entre vários canais de televisão ou estações de rádio.

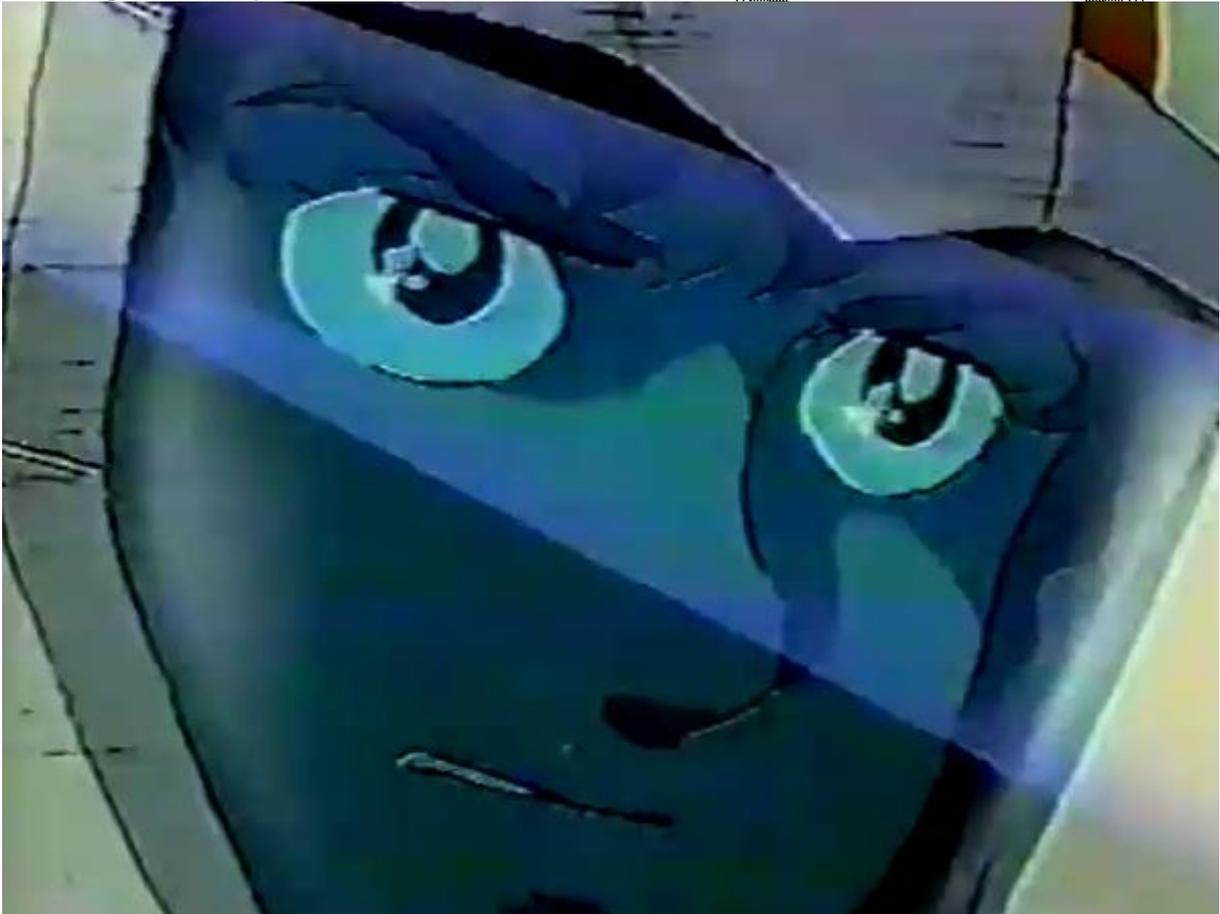
Figura 11 - Capa do álbum *Dream Sequins*®, de Nmesh



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/master/1471953-Nmesh-Dream-Sequins/image/SW1hZ2U6MTEExOTgxODE=. Acesso em: 25 ago. 2022

Midnight Television e Infinity Frequencies são dois dos artistas pioneiros a utilizarem dessa abordagem. O álbum mais acessível e representativo, no entanto, é o *Dream Sequins*®, de Nmesh (Figura 11), álbum que recria a música ambiente corporativa de forma quase psicodélica e contribuiu para a popularização do microgênero.

Figura 12 - capa do álbum *世界から解放され*, de *新しいデラックスライフ*



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: <https://www.discogs.com/ja/master/1640710-%E6%96%B0%E3%81%97%E3%81%84%E3%83%87%E3%83%A9%E3%83%83%E3%82%AF%E3%82%B9%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%95-%E4%B8%96%E7%95%8C%E3%81%8B%E3%82%89%E8%A7%A3%E6%94%BE%E3%81%95%E3%82%8C/image/SW1hZ2U6MTE3NDE0NjY=>. Acesso em: 25 ago. 2022.

No outro extremo do *broken transmission*, *世界から解放され*, de *新しいデラックスライフ* (Figura 12), abandona toda a estrutura musical tradicional para criar um ambiente perturbador e quase inacessível como se decretasse ali o colapso do excesso de estímulos de um mundo tomado pela publicidade e pelo incentivo ao consumo. Seu título pode ser traduzido livremente como “liberto do mundo” e ilustra a ideia de rompimento que o álbum busca proporcionar.

4.1.2.2 Future Funk

O *Future Funk* apresenta a faceta mais hedonista do *vaporwave* e acabou se tornando um de seus subgêneros mais populares. Fortemente influenciada pela *house music*, o *future funk* também possui influências de canções de animações japonesas e do *City Pop*, gênero musical nipônico da década de 1970, influenciado por sua vez pelo *smooth jazz* e pelo *funk* estadunidense. O representante mais popular do *Future Funk* é conhecido por Saint Pepsi, e tal como o nome artístico sugere, o uso de marcas publicitárias é evidente tanto na sonoridade como na composição de seus vídeos.

Figura 13 - Trecho do vídeo *ENJOY YOURSELF*, de Saint Pepsi, disponibilizado no YouTube

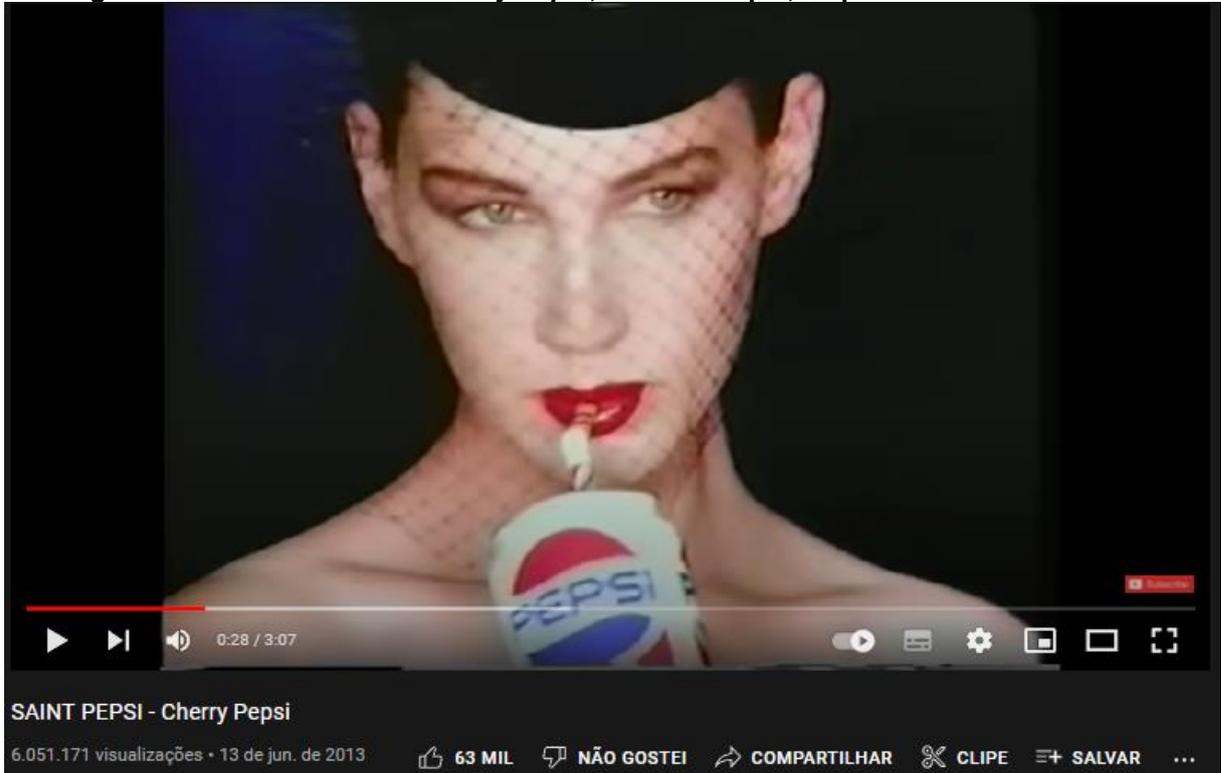


Fonte: Youtube, 2014. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_hl0qMtdfng&t=20s. Acesso em: 27 ago. 2022.

O vídeo para a canção *ENJOY YOURSELF*, disponibilizado no *YouTube* em 2015 e assistido por mais de 15 milhões de usuários (Figura 13), é basicamente um anúncio publicitário de 1986 da rede de *fast food* McDonald's, em que nos é apresentado o personagem Mac Tonight, mascote criado pela empresa para atingir ao público adulto que frequentava a rede durante o período da noite. O carisma da mascote, somado ao curto tempo de sua exposição (a campanha publicitária foi

descontinuada no ano seguinte) fez com que a personagem ganhasse um apelo nostálgico pelo público consumidor.

Figura 14 - Trecho do vídeo *Cherry Pepsi*, de Saint Pepsi, disponibilizado no YouTube



Fonte: YouTube, 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OrR1TGQY20Y>. Acesso em: 25 ago. 2022.

O mesmo fator nostálgico se repete no clipe para a música *Cherry Pepsi*, ainda que o sob um viés irônico. O clipe do mesmo artista (Figura 14) expõe vários anúncios publicitários da Pepsi da década de 1980, colados em um mesmo vídeo, transformando-o não somente em um enorme anúncio publicitário apelativo, como também simbolizando o quanto de nossa nostalgia está vinculada ao que é produzido por grandes indústrias, sobretudo alimentícias.

4.1.2.3 Vaportrap

O *vaportrap* associou as batidas do *trap*, subgênero do *rap*, a samples de sistemas operacionais e jogos de videogame da década de 1990. O principal representante do subgênero é o Blank Banshee, cujo álbum *0* se tornou um dos mais populares do segmento.

Figura 15 - Capa do álbum *Blank Banshee 0*, de Blank Banshee



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/master/1080146-Blank-Banshee-Blank-Banshee-0/image/SW1hZ2U6MjUyNjcxOTE=. Acesso em: 25 ago. 2022.

A começar pela capa (Figura 15), *0* apresenta o modelo tridimensional do rosto da personagem Lara Croft, da série de jogos de videogame *Tomb Raider*, sem os olhos e os cabelos, remetendo, tal como outras obras de *vaporwave*, ao vale da estranheza. A escolha da fonte do título e o uso do gradiente de cor azul como fundo são decisões de design que estão associadas ao final da década de 1990.

Figura 16 - Trecho do vídeo *SUNDAY SCHOOL*, responsável pela popularização da faixa *Teen Pregnancy*, de Blank Banshee



Fonte: Youtube, 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rTfa-9aCTYg>. Acesso em: 26 ago. 2022.

Em *0* está presente a faixa *Teen Pregnancy*, que ficou conhecida como *SUNDAY SCHOOL* devido a seu uso no vídeo de mesmo nome numa colagem utilizando trechos da série animada *Os Simpsons*, popularizando um fenômeno conhecido como *Simpsonwave* (Figura 16). *Simpsonwave* foi a denominação dada a vídeos de *vaporwave* e outros subgêneros que utilizam cenas clássicas da animação em questão, acrescidas de filtros roxos e efeitos de VHS, criando um efeito psicodélico ao videoclipe. O vídeo original, postado pelo usuário Lucien Hughes, com mais de 17 milhões de visualizações, impulsionou uma série de outras produções semelhantes na segunda metade de 2010, chamando a atenção até de publicações voltadas para o meio musical, como a *Pitchfork*¹⁸.

¹⁸ Tal como na matéria “what the hell is simpsonwave”, disponível em: <https://pitchfork.com/thepitch/1188-what-the-hell-is-simpsonwave/>.

4.1.2.4 Mallsoft

No *mallsoft*, outro subgênero derivado do *vaporwave*, o foco está na mistura da música ambiente com o *muzak*, gênero musical este criado em Seattle na década de 1930 e que leva o nome de sua empresa fundadora. No *muzak* (nome surgido da fusão da palavra em inglês *music* e a marca de câmeras fotográficas portáteis Kodak, ainda que sem relação direta com esta), a música assume um papel funcional ao ser desenvolvida para, segundo seu criador George Owen Squier, ser "ouvida, mas não escutada", propícia para ambientes produtivos e espaços de consumo. Pejorativamente apelidada de "música de elevador", o *muzak*, foi amplamente criticado por artistas de Bruce Springsteen a Brian Eno (que gravou o seminal *Ambient 1: Music for Airports* em resposta a sua insatisfação pelas músicas que ouvia em suas horas de espera nos aeroportos.) (BLECHA, 2012).

No *mallsoft*, por sua vez, sons de conversas e o uso intenso de *reverb* – efeito que passa a sensação de profundidade ao acrescentar eco numa música – contribuem para simular o ambiente interno de algum *shopping center* movimentado. Novamente a ideia de nostalgia pelo consumo está presente aqui, na forma do espaço de consumo que o *shopping center* é. No entanto, as atmosferas buscadas pelos produtores de *mallsoft* nem sempre são entorpecentes. Alguns artistas preferem construir uma ambientação mais sombria para evocar a ideia de um lugar abandonado.

Figura 17 - Capa do álbum 슈퍼마켓Yes! We're Open, de 식료품groceries



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/master/1018429-%EC%8B%9D%EB%A3%8C%ED%92%88groceries-%EC%8A%88%ED%8D%BC%EB%A7%88%EC%BC%93Yes-Were-Open/image/SW1hZ2U6MTMxOTMwMTU=. Acesso em: 25 ago. 2022.

Figura 18 - Capa do álbum Palm Mall, de 猫シ Corp.



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/master/790155-%E7%8C%AB-%E3%82%B7-Corp-Palm-Mall/image/SW1hZ2U6MjQ4ODIxNjE=. Acesso em: 25 ago. 202.

O subgênero ganhou proeminência a partir de 2014, com o lançamento dos álbuns 슈퍼마켓 *Yes! We're Open*, de 식료품groceries (Figura 17) e *Palm Mall*, de 猫シ Corp. (Figura 18). A ambientação proporcionada pela sonoridade do *mallsoft* é refletida em sua parte visual também, uma vez que o interior dos espaços de consumo é um elemento recorrente nas capas dos álbuns do *mallsoft*.

Com o surgimento de inúmeros outros subgêneros, o *vaporwave* foi se tornando cada vez mais heterogêneo. Contudo, alguns elementos-chave em sua produção ainda podiam ser percebidos, especialmente em sua identidade visual.

4.2 ELEMENTOS VISUAIS DO VAPORWAVE

Com o crescente sucesso do gênero, os elementos visuais do *vaporwave* se tornaram determinantes para que produções futuras fossem consideradas ou não parte da cena em questão. Conforme demonstrado pelas obras pioneiras, os elementos vão para além da própria música e envolvem a capa dos discos, os materiais de divulgação e mesmo os títulos das composições.

Figura 19 - capas de diferentes álbuns de vaporwave, apresentando detalhes característicos do gênero, como busto e pilastras gregas, personagens de animações japonesas, sistemas operacionais obsoletos e imagens publicitárias



Fonte: Compilação do autor, 2021¹⁹

¹⁹ Montagem realizada a partir de imagens disponíveis no site Rate Your Music.

É muito comum, como se pode observar na Figura 19, a presença de bustos ou pilares gregos ilustrando a capa dos álbuns. *Hardwares* e *softwares* obsoletos também são frequentes, assim como personagens e objetos renderizados toscamente em 3D, como se tivessem sido criados com as limitações tecnológicas da década de 1990. Alguns outros elementos também se tornariam característicos do gênero como palmeiras, edifícios, pirâmides, interiores de *shopping centers* vazios, logotipos de produtos e serviços, fotos disponibilizadas em banco de imagens e personagens de animações japonesas. A presença de letras e ideogramas não-ocidentais, sobretudo coreanas e japonesas, também é constante, seja nas ilustrações, seja nos videoclipes, seja no título das canções dos álbuns ou mesmo no próprio nome do artista.

Alguns elementos se tornaram padrão no gênero como uma forma de causar contraste (como no caso de esculturas gregas postas ao lado de artes do início da era digital) ou por mera aleatoriedade. Outros podem ser associados diretamente à questão do consumismo no mundo globalizado, o que pode ser observado no uso de imagens de *shopping centers* e de marcas registradas. Dois elementos, entretanto, que merecem maior observação são o uso de elementos japoneses (tipografia, personagens de animação, comerciais) e a fixação por décadas passadas, sobretudo a década de 1980 e a de 1990.

A fascinação por elementos culturais nipônicos no *vaporwave* não é mero acaso. O milagre econômico japonês pós-Segunda Guerra, que perdurou até meados da década de 1980, fez com que o país se tornasse uma grande potência econômica mundial e, por consequência, uma vitrine cultural para o resto do mundo, sobretudo o ocidente. O uso constante de elementos que remetem a um Japão ultra tecnológico e hedonista da década de 1980 combina perfeitamente com a proposta do *vaporwave*. Esses elementos aparecem de forma quase fetichizada nas produções do gênero, o que evidencia uma visão ocidentalizada do oriente e, por consequência, demonstra que o *vaporwave* é menos “universal” do que de fato aparenta ser.

A nostalgia, outro elemento explorado à exaustão pelo *vaporwave*, está ligada, ainda que indiretamente, ao *hauntology*, termo cunhado por Jaques Derrida pela fusão dos termos *haunting* e *ontology*, mas popularizado pelo filósofo Mark Fisher, em sua obra *Fantasma da minha vida*.

Para Fisher, (2002, p. 40), o *hauntology* se mostrou adequado para definir uma “orientação existencial” de um grupo de artistas experimentais, como William Basinski, The Caretaker, Burial, entre outros:

Os artistas que passaram a ser rotulados como assombrológicos foram inundados por uma melancolia avassaladora; eles estavam preocupados com como a tecnologia materializa a memória – daí o seu fascínio com a televisão, os discos de vinil, as fitas cassete e com o som dessas tecnologias colapsando. Essa fixação com a memória materializada levou ao que talvez seja a principal assinatura sonora da assombrologia: o uso do estalo, o ruído da superfície feita no disco de vinil. O estalo nos faz perceber que estamos ouvindo um momento que está fora do agora; não vai nos permitir cair na ilusão da presença.[...] muitas músicas assombrológicas tratam de revisitar a fisicalidade da mídia analógica na era do éter digital.

No *vaporwave*, essa referenciação às mídias analógicas também se encontram presentes, ainda que a melancolia tenha cedido lugar ao cinismo.

O absurdismo e o caráter de negação característico ao *vaporwave*, somado a seu apelo multimidiático faz com que o gênero musical fosse associado ao dadaísmo, movimento artístico do começo do século XX que, tal como o *vaporwave*, usava da desconstrução para questionar o *status quo*, a guerra e a própria arte em si. Para Mello e Arruda (2015, p.11), o *vaporwave* pode ser encarado como um “dadaísmo de mídias”:

Pensar o Vaporwave enquanto um Dadaísmo de mídias possibilita perceber que a máquina dadaísta, potente de semioses e atravessamentos de enunciados, foi levada a um nível ainda mais abstrato devido à tecnologia digital. Os artistas que trabalham com dados do ciberespaço (podendo aqui serem chamados de arquitetos do mundo virtual) cruzam signos com o intuito de aumentar suas possibilidades de representação. O movimento pode então ser caracterizado por nunca existir midiaticamente de uma única forma. Toda música tem uma imagem, toda colagem corresponde a um som e todo efeito estético carrega um valor representacional.

O *vaporwave* ironiza, intencionalmente ou não, as formas convencionais de representação, de arte, de consumo e de especialização. Sua cena musical aparentaria ser dispersa e frágil se analisada a partir do espaço físico-material, mas no ciberespaço o *vaporwave* conseguiu criar uma cena relativamente consolidada, com uma base fiel de apreciadores do gênero.

4.1. VAPORWAVE E POLÍTICA

Ao se apropriar da linguagem da internet, o *vaporwave* se vê envolto no que se convencionou chamar de “pós-ironia”: uma mensagem propositalmente ambígua, que pode ou não ser irônica. As críticas ao consumo, uma de suas principais características, não são explícitas e sua ambiguidade faz com que o gênero seja visto ora como uma crítica, ora como uma exaltação ao capitalismo. Há momentos em que

essa própria pós-ironia esvazia o *vaporwave* de qualquer significado, sobrando assim somente um molde onde qualquer ideologia pode se promover sob sua estética. Foi dessa forma, por exemplo, que surgiu, por exemplo, o *fashwave* (da junção entre *fascismo* e *vaporwave*), uma apropriação pela extrema direita da estética do *vaporwave* como forma de propaganda de seus ideais.

Figura 20 - Exemplo de *meme* produzido dentro da estética *fashwave*, a partir de fotografia de Adolf Hitler



Fonte: Aesthetics Wiki, 2022. Disponível em: <https://aesthetics.fandom.com/wiki/Fashwave>. Acesso em: 27 ago. 2022.

Além da apropriação estética, o *flashwave* também faz uso de imagens e discursos de líderes nazifascistas, como Hitler e Mussolini (Figura 20) e se tornou bastante popular entre a chamada *alt-right* (direita alternativa, em contraposição à direita conservadora e tradicional) estadunidense especialmente durante as eleições de 2016, das quais levaram Donald Trump à presidência dos Estados Unidos. Isso fez com que o movimento eventualmente também fosse chamado de *trumpwave*.

Para McLeod (2018, p. 138),

Ao tentar entender a popularidade tanto do vaporwave quanto de suas manifestações perniciosas de direita, é preciso olhar para a dinâmica política das mídias sociais e da internet em si. Em grande medida, as mídias sociais, a cultura online e a internet em geral facilitam a criação e a coalescência de várias comunidades participativas políticas e/ou baseadas em fãs. Mas eles também promovem simultaneamente formas de experiências hiperindividuais que podem, ironicamente, resultar em uma alienação radical das formas convencionais de governo, como a associada ao movimento da *alt-right*. Embora as mídias sociais e a internet tenham o poder de galvanizar as pessoas para ações unificadas, elas também têm o poder de separá-las por meio de sua capacidade de induzir uma variedade aparentemente ilimitada de experiências individuais (Tradução do autor).²⁰

Esse movimento de apropriação dos movimentos de direita sobre gêneros musicais tipicamente progressistas não é novidade, no entanto. Na década de 1980, movimentos neonazistas britânicos dentro da subcultura *skinhead* eram comuns na cena *oi*, um subgênero da música *punk*. Na década de 1990, grupos nacionalistas e supremacistas se tornaram frequentes dentro de subdivisões das cenas *heavy metal* (especialmente o *black metal* norueguês) e *folk* (o chamado *neofolk* em particular).

²⁰ “In trying to understand the popularity of both vaporwave and its pernicious right-wing manifestations, one needs to look at the political dynamics of social media and the internet in themselves. To a large degree, social media, online culture, and the internet more generally, facilitate the creation and coalescence of various political and/or fan-based participatory communities. But they also simultaneously foster forms of hyper-individuated experiences that can, ironically, result in radical alienation from conventional forms of government, such as that associated with the *alt-right* movement. Although social media and the internet have the power to galvanize people into unified actions, they also have the power to separate them through their capability to induce a seemingly limitless variety of individual experiences” (McLEOD, 2018, p. 138).

Figura 21 - Foto de perfil do Twitter utilizada, em 2019, por Abraham Weintraub, ex-ministro da educação, inspirado na estética vaporwave



Fonte: Metr poles, 2021. Disponível em: <https://www.metrololes.com/brasil/politica-brasil/vaporwave-conheca-a-estetica-oficial-do-bolsonarismo>. Acesso em: 26 ago. 2022.

Inspirada no *trumpwave*, tal estética também se tornou popular na política brasileira e foi adotada não somente por apoiadores do então candidato   presidência Jair Bolsonaro, como também foi aderida pelos próprios aliados políticos e membros de sua posterior gestão (Figura 21) na comunica o visual de suas redes sociais.

Figura 22 - exemplo de montagem com base na estética do *labourwave*



Fonte: Aesthetics Wiki, 2022. Disponível em: <https://aesthetics.fandom.com/wiki/Laborwave>. Acesso em: 26 ago. 2022.

Paralelamente ao *flashwave*, e diante de uma necessidade de crítica menos sutil ao capitalismo do que o que *vaporwave* apresenta, também em meados da década de 2010 surgiu o *labourwave* (Figura 22), estética que associa os elementos do *vaporwave* à iconografia socialista e comunista.

Tanto no *flashwave* quanto no *labourwave*, apesar da oposição ideológica entre os movimentos, prevalecem em ambos o culto à nostalgia e a produção musical focada na distorção e edição de músicas pretéritas, preferencialmente aquelas que correspondam às ideologias às quais estão ligadas. O *vaporwave* do qual os movimentos se originaram, contudo, se apresenta muito mais político em sua forma do que em seu conteúdo. Seus princípios calcados no *do-it-yourself*, seu caráter assumidamente derivativo e sua forma de produção independente apontou novas possibilidades dentro de um mercado fonográfico em crise.

4.3 DO VAPORWAVE ENQUANTO PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Falar sobre *vaporwave* é falar sobre produção independente, e falar sobre produção independente é falar sobretudo sobre mercado. No capítulo 2, algumas características da produção na perspectiva do mercado já foram levantadas e aqui poderão ser analisadas com maior profundidade. Entretanto, existem produções

independentes, principalmente dentro do ciberespaço, que são distribuídas sem custo direto para seus consumidores, dificultando dessa forma uma quantificação mais precisa da real disseminação da música independente no cenário atual. Essa forma de distribuição se tornou padrão em algumas cenas musicais, como no caso do próprio *vaporwave*. De acordo com Born e Haworth (2018, p. 640), “o gênero opera principalmente através de redes não-monetizadas de trocas online, com ocasionais links do Bandcamp sendo a única exceção.”

O aspecto artístico da produção independente possui uma característica que normalmente a difere da música produzida em massa, que é a limitação de recursos. Dessa forma, muitos artistas independentes assumem, voluntariamente ou não, uma estética *lo-fi* (de *low-fidelity*, ou baixa fidelidade, com aspectos de imperfeição nas gravações, algumas vezes decorrentes de limitações de recursos, embora possa também ser algo adotado deliberadamente pelo produtor), que se tornou uma das marcas registradas deste tipo de produção. Dado o fato que a maioria dos artistas ligados à cena *vaporwave* são artistas independentes, normalmente produzindo com equipamentos caseiros e pouquíssimos recursos, o padrão de baixa fidelidade também se encontra presente no *vaporwave*, evidenciando assim seu *modus operandi* artesanal.

Um fator que diferencia o *vaporwave* de seus pares, no entanto, é a questão do anonimato. Muitos lançamentos do gênero ocorrem em plataformas voltadas para a divulgação de música independente como o *Soundcloud* e o *Bandcamp* ou serviços de *streaming* como o *Youtube*. O apelo nostálgico pode ser explorado pelo *vaporwave* mesmo em sua distribuição, como é o caso do artista INTERNET CLUB, que disponibilizou alguns de seus álbuns em arquivos .ZIP através de um link disponível em um site via *Angelfire*, um serviço de hospedagem de internet, sugerindo dessa forma que o álbum se encontrava disponível na internet ao menos uma década antes de seu lançamento real (HARPER, 2019, p.225-226)

O uso de pseudônimos é recorrente e não é raro informações pessoais, como nome real ou país de origem se encontrarem indisponíveis. Há casos em que um mesmo artista adota vários pseudônimos ao longo da carreira (como por exemplo, a Ramona Xavier, nome real da produtora conhecida artisticamente como Macintosh Plus, mas que também adotou outros nomes para diferentes projetos como esc 不在, PrismCorp Virtual Enterprises, Fuji Grid TV, entre outros) ou de vários artistas adotarem, como um coletivo, um mesmo nome artístico (caso, por exemplo, do 2814,

coletivo do qual fazem parte HKE e Telepath テレパシー能力者, artistas que também atendem a outros projetos adotando outros nomes artísticos). Em todas as situações, há uma tentativa de direcionar o foco mais nas produções artísticas do que no(s) artista(s) em si. Tanner (2016, p. 45) afirma que:

O Vaporwave nasceu na internet e é largamente distribuído de graça online através das páginas dos artistas no Bandcamp ou em outros sites de compartilhamento de arquivos. Sem fotos de divulgação pomposas, sem campanhas de relações públicas extensas, sem propaganda, pouco reconhecimento crítico mainstream – o vaporwave pode ser o primeiro gênero da “cena-pós-música” (tradução do autor)²¹.

Embora isso seja um fenômeno que pode ser observado fora do ciberespaço, o anonimato é uma característica fortemente ligada à cultura digital. O *vaporwave* enquanto um gênero também ligado à tal cultura, faz amplo uso dessa característica.

O *vaporwave* é, portanto, um gênero musical independente, essencialmente virtual e globalizado, mesmo em suas contradições. Enquanto gênero musical, ele representa uma posição essencial para compreendermos os fluxos da produção fonográfica na era digital e, por extensão, a manifestação das relações culturais dentro do ciberespaço.

²¹ “Vaporwave was born on the Internet and is largely offered for free online via individual artists’ Bandcamp pages and other file - sharing sites. No showy press photos, no extensive PR campaigns, no advertising, little mainstream critical recognition – vaporwave may be the first “post - music - scene” genre” (TANNER, 2016, p. 45).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou proporcionar em alguma medida uma contribuição ao pensamento geográfico, ao explorar a teoria dos circuitos econômicos do Milton Santos como forma de ampliar a discussão sobre o espaço virtual, mais notavelmente o ciberespaço. Ao propor o estudo pela ciência geográfica do gênero musical *vaporwave* – originado e popularizado na internet – como principal objeto de pesquisa, percebeu-se que as transformações do espaço global têm exigido novas demandas para suas análises.

Longe ser conclusiva em si, essa pesquisa aponta caminhos nos quais o conhecimento geográfico se faz necessário. O ciberespaço está em constante transformação e seus fluxos acelerados ameaçariam tornar velhas visões de mundo obsoletas. Nesse sentido, a geografia pode e deve buscar compreender as novas especialidades como forma de superar suas próprias crises epistemológicas. Mas para isso, ela precisa aperfeiçoar suas próprias ferramentas, visto que o diálogo com áreas de conhecimento vizinhas seria capaz de oferecer novos *insights* para o enriquecimento da análise desses novos fenômenos.

Não se está propondo, contudo, o descarte do arcabouço teórico já estabelecido na geografia, e sim compreender plenamente as suas – de(s)especializando aqui o consagrado conceito miltoniano – “rugosidades epistemológicas”, pois mesmo com as intensas transformações do espaço geográfico, ainda é o objeto da ciência geográfica afinal.

É válido ressaltar também que a teoria dos circuitos econômicos urbanos de Milton Santos, mesmo após décadas da sua concepção, permanece de grande valia para se compreender o espaço globalizado e suas relações socioeconômicas. Tendo em vista esse contexto teórico, observou-se que a internet, mesmo quase três décadas após sua popularização, ainda é restrita para grande parte da população mundial; mesmo em lugares onde a internet se encontra disponível, a relação dos usuários para com ela pode ser limitada devido ao consumo de dados restritos ou de *hardwares* ultrapassados. Se neste trabalho se explorou quais poderiam ser as margens de um centro global ultratecnológico, talvez o mesmo não ocorreria se essa pesquisa abordasse, por exemplo, essa problemática na região da África ocidental, onde o principal meio de dispersão musical não está nas plataformas de *streaming* ou sites da internet e sim na troca física via *bluetooth* entre os celulares dos usuários,

com suas músicas preferidas neles armazenada²². Esse outro fenômeno talvez poderia ser contraposto como um argumento para sustentar a ideia de um circuito inferior de consumo de música.

A música, por sua vez, objeto de pesquisa muitas vezes negligenciado por uma geografia que costuma privilegiar a visão como principal sentido da ação, nesta pesquisa teve um papel central. Seja em sua forma como em sua estrutura, bem como na relação social que se forma em seu entorno, tanto quanto nas relações econômicas quanto políticas decorrentes de seus processos, a música é capaz de oferecer novas perspectivas de investigação no espaço geográfico. Impalpável e constante, sua associação com o ciberespaço se constituiria como um viés de análise coerente com a pesquisa aqui realizada.

O *vaporwave* em suas definições colocaria em xeque todo o pensamento consolidado que se tem sobre a arte, a economia, o espaço e a linguagem. Não é incomum nos fóruns virtuais relatos de usuários que defendem que o *vaporwave* não deveria ser um objeto de estudo acadêmico, pois isso seria o suficiente para que todo o sentido do *vaporwave* se perdesse. Uma das frases recorrentes associada à cena é: “vaporwave está morto, longa vida ao vaporwave!”, o que já evidencia sua própria contradição desde a sua concepção. Ironicamente – tão irônico quanto o *vaporwave* gosta de ser – seria justamente essa displicência que torna o seu estudo tão relevante.

Dada a complexidade deste objeto de estudo, muitos recortes e abordagens possíveis não couberam ao escopo da presente pesquisa, para investigações ulteriores, portanto, seriam algumas possibilidades:

- Compreender a mercantilização da nostalgia como consequência da produção do espaço capitalista e a possível contradição entre a desespacialização da memória e a sua massificação;
- Ainda sobre a memória, buscar relações entre a desterritorialização do espaço e a construção da idealização da nostalgia como produto neoliberal;

²² O portal de notícias The Guardian escreveu uma reportagem, em 2010, sobre o fenômeno em questão, que só se tornou conhecido globalmente devido ao colecionador e empresário Christopher Kirkley, que selecionou algumas dessas faixas e as lançou em uma *mixtape* com nome de *Music from Saharan Cellphones*, pelo seu selo *Sahel Sounds*.

- Desenvolver o conceito de “espaço liminar” como produto da relação entre a familiaridade do lugar com a artificialidade do fenômeno do vale da estranheza. Em relação ao “espaço liminar”, também existe um nicho na internet dedicado a discutir e compreender esse fenômeno, que carece de uma visão acadêmica sobre;
- Analisar o papel das comunidades virtuais como propulsoras de transformações, virtuais ou não, na sociedade contemporânea.
- Observar a relação entre as plataformas de *streaming* e os artistas que disponibilizam nelas suas obras, bem como as estratégias comerciais dessas plataformas na tentativa de compreender os novos âmbitos da flexibilização da economia no espaço globalizado.

Além de tais proposições, há também a expectativa de que pesquisas de outras áreas de conhecimento também sejam beneficiadas por essas possibilidades, promovendo dessa forma uma visão de mundo integrada que consiga melhor compreender um fenômeno em diversas suas perspectivas.

Acredita-se que, diante dos desafios diante de um fenômeno ainda pouco explorado, essa pesquisa tenha concluído, mas não esgotado, os seus objetivos iniciais.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Alana S. et al. **Cartografias no Ciberespaço: Experimentações Metodológicas em Espaços Híbridos**. Psicologia & Sociedade, vol. 30. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2018.
- ANDREWS, Travis M. **Drake's 'In My Feelings' was summer's most popular tune. Is that enough to be crowned song of the summer?** The Washington Post. Nova Iorque, 2018. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/arts-and-entertainment/wp/2018/08/29/drakes-in-my-feelings-was-summers-most-popular-tune-is-that-enough-to-be-crowned-song-of-the-summer/>. Acesso em: 26 jul. 2021.
- BARTOLY, Flavio S. **Shopping Center: Entre o Lugar e o Não-lugar**. 2007. 205 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.
- BERG, Bibi van den. **The Uncanny Valley Everywhere? On Privacy Perception and Expectation Management**. In: Privacy and identity management for life. Dordrecht | Heidelberg: Springer, 2011.
- BLECHA, Peter. **Muzak, Inc. – Originators of “Elevator Music”**. HistoryLink. Seattle, 2012. Disponível em: <https://www.historylink.org/File/10072>. Acesado em 28 jul. 2022.
- BORN, Georgina; HAWORTH, Christopher. **From Microsound to Vaporwave: Internet-mediated Musics, Online Methods and Genre**. Music & Letters, vol. 98, nº 4. Nova Iorque: Oxford University Press, 2018.
- BRANDENBURG, Karlheinz. **MP3 and AAC Explained**. Erlanger: Fraunhofer Institute for Integrated Circuits FhG-IIS A, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Trad. Roneide V. Majer. 8ª ed. Vol. I. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHENOU, Jean-Marie. **From Cyber-libertarianism to Neoliberalism: Internet, Exceptionalism, Multi-stakeholderism, and the Institutionalisation of Internet Governance in the 1990s**. Globalizations, vol. 11, nº 2. Londres: Routledge, 2014.
- COLLINS, Nick. **Introduction to Computer Music**. West Sussex: John Wiley & Sons, 2010.
- EK, Richard. Media Studies, Geographical Imaginations and Relational Space. In: FLAKHEIMER, Jesper; JANSSON, André (eds.). **Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies**. Kungälv: Nordicom, 2006.
- FISHER, Mark. **Fantasmas da Minha Vida: Escritos Sobre Depressão, Assombrologia e Futuros Perdidos**. Trad. Guilherme Ziggy. São Paulo: Autonomia Literária, 2022.

FOLETTTO, Leonardo. **A Cultura é Livre: Uma História da Resistência Antipropriedade**. São Paulo: Autonomia Literária, 2021.

GARCIA, Raphael T. **Do local ao Ciberespaço: Uma Introdução ao Micronacionalismo**. Augusto Guzzo Revista Acadêmica, nº 10. São Paulo: FICS, 2012. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/308133660_Do_Local_ao_Ciberespaco_Uma_introducao_ao_Micronacionalismo. Acesso em: 09 abr. 2020.

HARPER, Adam. Vaporwave is dead, long live vaporwave! In: COOK, Nicholas et al. **The Cambridge Companion to Music in Digital Culture**. Cambridge: Cambridge University press, 2019

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY. **Global Music Report: The Industry in 2019**. Londres, 2020. Disponível em: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/07/Global_Music_Report-the_Industry_in_2019-en.pdf. Acesso em: 26 jul. 2021.

INTERNET WORLD STATS. **Internet Usage Statistics: The Internet Big Picture**. Bogotá: Miniwatts Marketing Group, 2020. Disponível em: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Acesso em: 26 jul. 2020.

KONG, Lily. **Popular Music in Geographical Analyses**. National University of Singapore. Progress in Human Geography, Vol. 19, pp. 183-98. 1995.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos I. da Costa. 2ª ed. São Paulo: Editora 34, 2000.

LIGUORI FILHO, Carlos A. **Músicas do Elevador Virtual: Vaporwave, a Estética, a Comunidade e a Violação ao Direito Autoral**. Licere, Belo Horizonte, v. 22, n. 4, p. 628-655, 2019.

MARTINDALE, Jon. **What is a meme? Here's Everything You Need to Know**. Digitaltrends. Portland, 2022. Disponível em: <https://www.digitaltrends.com/computing/what-is-a-meme/>. Acesso em: 19 jul. 2022.

MANCINI, Orlando, M. M. **Uma breve história do MIDI**. Trad. adaptada do artigo de Kristopher Giesing. s/d.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista 1848**. Porto Alegre: LP&M, 2015

MCLEOD, Ken. **Politics, Protest and Identity**. Journal of Popular Music Studies. Oakland: University of California Press, Vol. 30, nº 4, p. 123-142, 2018. Disponível em: <https://online.ucpress.edu/jpms/article-abstract/30/4/123/106377/VaporwavePolitics-Protest-and-Identity?redirectedFrom=fulltext> . Acesso em: 27 ago. 2022.

MELLO, Jamer G.; ARRUDA, Mario. **Vaporwave: Dadaísmo Digital e Hibridismo de Mídias**. ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, XX, 2015, Porto Alegre. Anais [...] Porto Alegre: UFRGS, 2015.

MORAES, Fernando D. de. **Ciberespaço Entre as Redes e o Espaço Geográfico: Algumas Considerações Teóricas**. Uberlândia: Caminhos da Geografia, vol. 14, nº 47, p. 139-149, 2013. Disponível em <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/>. Acesso em: 28 set. 2020.

RECORDING INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA. **U.S. Sales Database**. 2020. Disponível em: <https://www.riaa.com/u-s-sales-database/>. Acesso em: 26 jul. 2020.

RICHTEL, Matt. **Songwriters and Publishers Reach a Deal With Napster**. The New York Times. Nova Iorque, 2001. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2001/09/25/business/technology-songwriters-and-publishers-reach-a-deal-with-napster.html>. Acesso em: 26 jul. 2021.

SANTOS, André P. **A Indústria Fonográfica nos Tempos da Internet: Como a Pirataria pode Modelar Novos Modelos para a Música**. Informação & Informação, vol. 18, nº 2, p.130-149. Londrina: UEL, 2013. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao>. Acesso em: 26 jul. 2021.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e Meio Técnico-científico Informacional**. São Paulo: Hucitec, 1994.

_____. **Por uma Outra Globalização: Do Pensamento Único à Consciência Universal**. 6ª ed. Rio de Janeiro/ São Paulo: Editora Record, 2001.

_____. **Da Totalidade ao Lugar**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

SHITPOST. *In*: Cambridge Dictionary. Cambridge: Cambridge University Press, 2022. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/shitpost>. Acesso em: 20 jul. 2022.

SILVA, Carlos A. F. da; TANCMAN, Michéle. **A Dimensão Socioespacial do Ciberespaço: Uma Nota**. GEOgraphia. Niteroi: UFF, Ano 1, nº 2, p. 55-66, 1999. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/geographia/article/download/13351/8551>. Acesso em: 31 jul. 2020.

SILVA, Michele T. C. **A Territorialidade do Ciberespaço**. Educação Pública. Niterói: UFF, 2002. Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/2/1/-a-territorialidade-do-ciberespaco>. Acesso em: 27 ago. 2022.

SILVA, Paulo C. **A Teoria dos Dois Circuitos da Economia Urbana e a Mídia na Contemporaneidade**. Revista do programa de Pós-graduação em Comunicação. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, vol. 9, nº 2, 2015.

TANNER, Grafton. **Babbling Corpse: Vaporwave and the Commodification of Ghosts**. Alresford: Zero Books, 2016.

VIEIRA, Carolina D; PAIXÃO, Lucas F. da. **As Transformações Dos Espaços De Apreciação E Reprodução De Música Entre Os Séculos XIX E XXI: Uma Análise Interdisciplinar**. In: DOZENA, Alessandro (org.). Geografia e Música: Diálogos. Rio Grande do Norte: EDUFRN, 2016.

WORLDWIDE INDEPENDENT NETWORK. **Worldwide Independent Market: Report 2018**. Londres: Wintel, 2018. Disponível em <https://abmi.com.br/wp-content/uploads/2018/12/WINTEL-2018.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2021.

ANEXO A – PÁGINAS DE ARTISTAS DE VAPORWAVE NA PLATAFORMA BANDCAMP

DREAM CATALOGUE

MUSIC PRODUCTS VIDEO NEWS

Vaporwave Is Dead

by Sandtimer

Prepare To Die! 00:00 / 00:24

Digital Album
Streaming + Download

Includes unlimited streaming via the free Bandcamp app, plus high-quality download in MP3, FLAC and more.

Buy Digital Album £7 GBP

Send as Gift

Cassette
Cassette + Digital Album

Includes unlimited streaming of *Vaporwave Is Dead* via the free Bandcamp app, plus high-quality download in MP3, FLAC and more. Ships out within 2 days.

Share / Embed Wishlist

supported by

Dream Catalogue
London, UK

Follow

A brand by LUCID,
est. 2014

dreamcatalogue.com
dreamcatalogue.store

Recommendations

discography

Fonte: Bandcamp, 2022. Disponível em: <https://dreamcatalogue.bandcamp.com/album/vaporwave-is-dead>. Acesso em: 28 ago. 2022.

The screenshot shows the Bandcamp page for the album "Cosmopolitan Dreams" by 猫シ Corp. The page features a dark background with a grid pattern. At the top, there is a navigation bar with "CMP" on the left and right, a central logo for "CITYMAN PRODUCTIONS" with the tagline "FINLAND-BASED VAPORWAVE & EXPERIMENTAL RECORD LABEL", and a Japanese logo "シティマンプロダクション" on the right. Below the navigation bar are links for "artists", "music", "merch", "video", and "Aesthetic As Fuck".

The main content area is divided into two columns. The left column contains the album title "Cosmopolitan Dreams" by 猫シ Corp., a video player for "The Oasis Project" (00:00 / 02:39), and purchase options for a "Digital Album" (Streaming + Download) and a "Limited Edition Cassette" (Cassette + Digital Album). The right column features a video player showing a lush indoor garden with a staircase, a "Follow" button for "Cityman Productions Finland", and a bio: "Cityman Productions is a vaporwave and experimental record label based in Turku, Finland. The label was founded in the early 2019." Below the bio are links for "Aesthetic As Fuck" and "Twitter".

Fonte: Bandcamp, 2022. Disponível em: <https://citymanprod.com/album/cosmopolitan-dreams?from=hp>. Acesso em: 28 ago. 2022.

music **community**

Floral Shoppe 6

by [Macintosh Plus](#)

 **Yen Unexpectedly Rising Overnight** 00:00 / 00:57

Digital Album
Streaming + Download

Includes unlimited streaming via the free Bandcamp app, plus high-quality download in MP3, FLAC and more.

Buy Digital Album \$1 USD or more

[Send as Gift](#)

-  1. **Yen Unexpectedly Rising Overnight** 00:57
-  2. **cybercapital** 05:04
-  3. **ピッチシフトケールジャズ** 06:02
-  4. **plz swipe now** 03:24
-  5. **food court brunch** 03:51
-  6. **mechanical rotating bedroom** 07:00
-  7. **dronezone** 06:15



[Share / Embed](#) [Wishlist](#)

supported by

 **WaterHou** 滨海商场的空调风 So Fresh!
Favorite track: *cybercapital*.

 **Alexandump** Absolutely graceful... See you all in the glass mall in the sky. Favorite track: *plz swipe now*.

 **k.suru** This reminds me to a fictional drama movie,



Macintosh Plus
Portland, Oregon

[Follow](#)

[Recommendations](#)

[contact / help](#)

[Contact Macintosh Plus](#)

[Streaming and Download help](#)

[Report this album or account](#)

Fonte: Bandcamp, 2022. Disponível em: <https://macintoshpluss.bandcamp.com/album/floral-shoppe-6>. Acesso em: 28 ago. 2022.



Fonte: Bandcamp, 2022. Disponível em: <https://catsystemcorp.bandcamp.com/video>. Acesso em: 28 ago. 2022.

ANEXO B – CAPAS E CONTRACAPAS DE ÁLBUNS DE VAPORWAVE

Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/master/841495-Deaths-Dynamic-Shroudwmv-III-Try-Living-Like-This . Acesso em: 28 ago. 2022.



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/master/841495-Deaths-Dynamic-Shroudwmv-III-Try-Living-Like-This . Acesso em: 28 ago. 2022



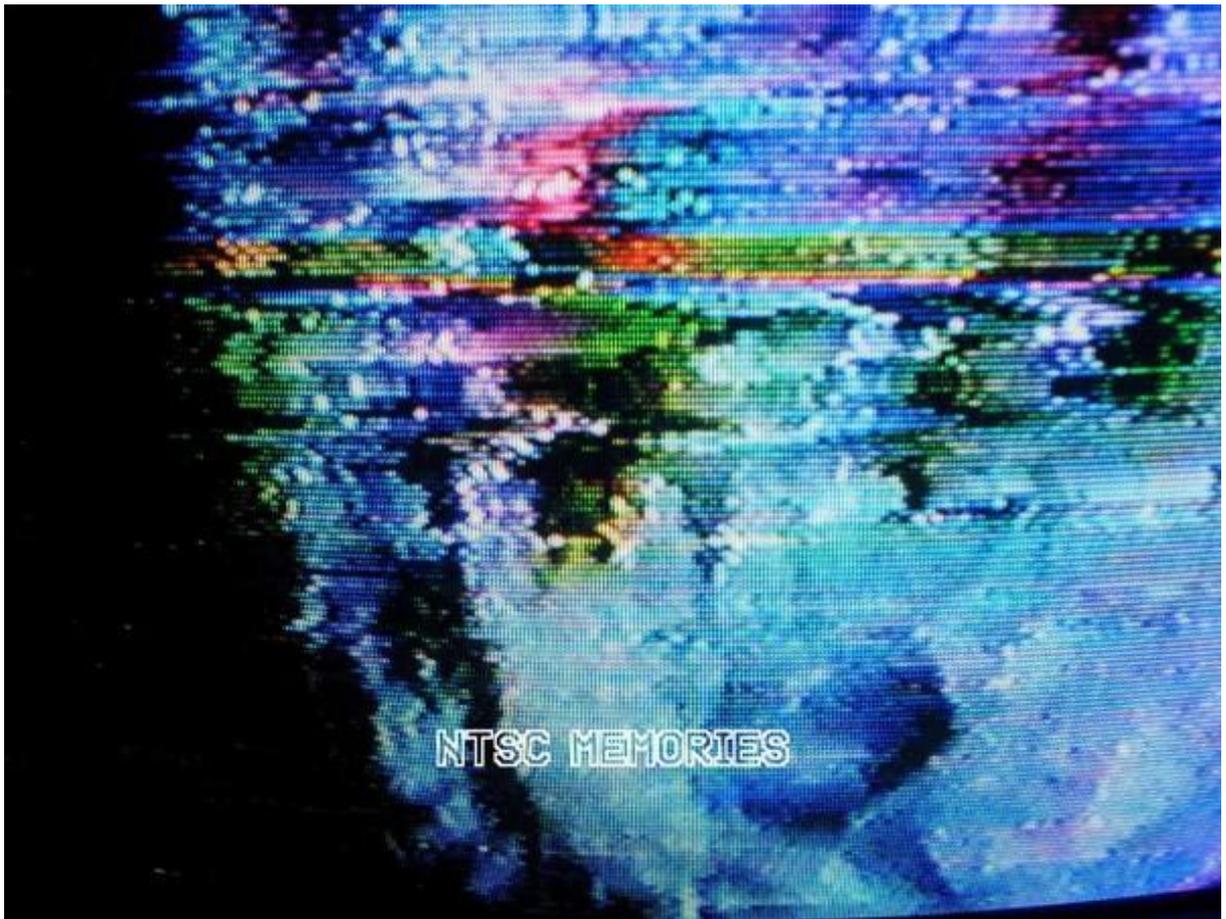
Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/master/791377-2814-%E6%96%B0%E3%81%97%E3%81%84%E6%97%A5%E3%81%AE%E8%AA%95%E7%94%9F .



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: https://www.discogs.com/pt_BR/master/791377-2814-%E6%96%B0%E3%81%97%E3%81%84%E6%97%A5%E3%81%AE%E8%AA%95%E7%94%9F .



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: [discogs.com/master/1667475-Lindsheaven-Virtual-Plaza-Transversal-Worldwide-Shopping](https://www.discogs.com/master/1667475-Lindsheaven-Virtual-Plaza-Transversal-Worldwide-Shopping). Acesso em: 28 ago. 2022.



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: [discogs.com/master/1667475-Lindsheaven-Virtual-Plaza-Transversal-Worldwide-Shopping](https://www.discogs.com/master/1667475-Lindsheaven-Virtual-Plaza-Transversal-Worldwide-Shopping). Acesso em: 28 ago. 2022.



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: <https://www.discogs.com/artist/5711118-Telepath-%E3%83%86%E3%83%AC%E3%83%91%E3%82%B7%E3%83%BC%E8%83%BD%E5%8A%9B%E8%80%85>. Acesso em: 28 ago. 2022



Fonte: Discogs, 2022. Disponível em: <https://www.discogs.com/artist/5711118-Telepath-%E3%83%86%E3%83%AC%E3%83%91%E3%82%B7%E3%83%BC%E8%83%BD%E5%8A%9B%E8%80%85>. Acesso em: 28 ago. 2022

ANEXO C – MOVIMENTOS POLÍTICOS E VAPORWAVE – BOLSOWAVE, FASHWAVE E LABORWAVE



Fonte: VaporWave Brasil, 2019. Twitter: @Vaporwavebrasil. Disponível em: mobile.twitter.com/vaporwavebrasil/status/1161116957023887362/photo/1. Acesso em: 28 ago. 2022.



Fonte: Wallpaper Flare. Disponível em: <https://www.wallpaperflare.com/fashwave-glitch-art-vaporwave-europe-germany-adolf-hitler-wallpaper-gjvjd>. Acesso em: 28 ago. 2022.



Fonte: Página *Laborwave* no Facebook, 2019. Fonte:
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=145675673459538&set=pb.100067100527534.-2207520000>.
Acesso em: 28 ago. 2022.

