



1

## **SOCIEDADE DE CONSUMO E VAPORWAVE: A evolução dos meios e das formas de comunicação**

Gabriel Reis Sousa\*  
Jessica Luany dos Santos Horacio\*\*  
Carina Adriele Duarte de Melo Figueiredo\*\*

### **RESUMO**

O presente trabalho traz um estudo sobre os impactos da cibercultura, da modernidade líquida e da linguística na forma de comunicação, produção e consumo da sociedade atual com base na expansão comunicacional dos anos 80 e 90. Pretende-se interligar e contextualizar esses tópicos através do movimento artístico desenvolvido por internautas dentro da própria cibercultura, o *Vaporwave*. Tal abordagem se faz necessária devido a constante mudança dos meios e formas de comunicação, o que impacta diretamente na publicidade. É preciso entender como o sujeito enquanto ser cultural produz e consome, permitindo assim a ampliação da criatividade e tornando possível a entrega de conteúdos que sejam satisfatórios. O objetivo deste estudo é descobrir qual a necessidade de um novo tipo de conteúdo em um mercado que está em constante mudança. Este propósito será conseguido por meio de pesquisa bibliográfica. O estudo mostrou o crescimento da busca e consumo de produtos que trazem certa nostalgia e a rapidez da mudança dos ideais que fazem a aquisição e a produção de conteúdo acontecerem, ao mesmo tempo em que integra diferentes meios e linguagens. Cabe as empresas se manterem sempre

---

\* Aluno do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Sul de Minas UNIS-MG.

gabryeltp@hotmail.com

\*\* Aluna do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Sul de Minas UNIS-MG.

jessica.horaciols@gmail.com

\*\* Doutora em ciências da linguagem e professora no curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Sul de Minas UNIS-MG.

carina@unis.edu.br



2

atualizadas e acompanharem o surgimento de tendências para não perderem relevância frente aos consumidores, entregando aos mesmos produtos que são de interesse e desejo.

**Palavras-chave:** Cibercultura. Linguística. Vaporwave. Multimodalidade. Comunicação

## 1 INTRODUÇÃO

A partir deste trabalho pretende-se analisar os impactos causados pela cibercultura, pela modernidade líquida e pela linguística na forma como a sociedade se comunica, produz e consome, isso a partir da ótica dos anos 80 e 90. Para fazer essa análise, é preciso utilizar um movimento artístico criado por internautas dentro da própria cibercultura: O *Vaporwave*. A partir desses tópicos se faz um estudo sobre a necessidade de um novo tipo de conteúdo em um mercado que está em constante mudança.

Tal abordagem se faz necessária porque os meios e formas de comunicação estão em constante mudança, se aperfeiçoando e se desenvolvendo conforme o passar dos tempos. Além disso, há o papel do sujeito enquanto ser cultural que produz e consome, fazendo a manutenção dos meios e das mensagens.

É importante ressaltar também a relevância deste trabalho para o meio publicitário, uma vez que as mudanças sociais, tecnológicas, ideológicas e culturais impactam diretamente os profissionais deste meio. É preciso entender a situação e o público-alvo para conseguir entregar produtos criativos e que sejam capazes de satisfazer as demandas, não só em quantidade mas em qualidade.

O objetivo desta pesquisa é descobrir qual é a necessidade de se produzir um novo tipo de conteúdo em um mercado que está em constante mudança. É a busca pela inovação sem causar estranhamento em quem, posteriormente, irá consumir o produto.



3

Este objetivo será conseguido mediante pesquisa bibliográfica, para identificar os pontos semelhantes ou contrários entre a atual situação mundial e as décadas de 80 e 90, seja pela música, pela TV, cinema, economia ou pela moda.

## **2 80 E 90, AS DÉCADAS DO CONTEÚDO E DA COMUNICAÇÃO**

Com base nos estudos feitos por Lúcia Santaella no livro *Linguagens Líquidas na era da Modalidade*, pretende-se analisar como a comunicação foi se moldando ao longo das décadas, bem como as formas de produção, consumo e cultura. A partir disso, o presente documento traz o contexto necessário para a compreensão do tema.

Muito se fala sobre como o passado parecia melhor do que a realidade atual. Hoje, a sociedade costuma se voltar especificamente para as décadas de 80 e 90, criando uma nostalgia para os que viveram esses períodos e uma vontade nunca saciada por aqueles que não tiveram a mesma oportunidade.

De fato, muita coisa aconteceu entre essas décadas, e em vários âmbitos: O mundo viu o recente fim da Ditadura Militar no Brasil, assim como o da Guerra Fria, a queda do Muro de Berlim, a morte de Ayrton Senna, o lançamento do primeiro livro de Harry Potter; além, é claro, os avanços tecnológicos e comunicacionais. Principalmente a década de 80 trouxe muitas novidades, como o *boom* da TV e o surgimento da internet.

Por volta do início dos anos 1980, novas sementes começaram a brotar no campo dos meios de comunicação como o surgimento de equipamentos e dispositivos que possibilitaram o aparecimento de uma cultura do disponível e do transitório: as fotocopiadoras, o controle remoto, a TV a cabo, os videocassetes e aparelhos para gravação de vídeos, os equipamentos do tipo walkman e videogames, juntamente com a expansiva indústria de filmes em vídeo para serem alugados nas videolocadoras. Com isso, intensificaram-se sobremaneira os casamentos e misturas entre os meios de comunicação e entre as linguagens que por eles transitam, misturas essas que passaram a funcionar como um multiplicador de mídias. Dessa multiplicidade resultou a intensificação da tendência para a hibridização de linguagens que já se encontrava, por exemplo, nos suplementos literários ou culturais que especializados de jornais e revistas,



nas revistas de cultura e de arte, no jornalismo radiofônico, telejornal, etc. (SANTAELLA, 2011, p. 125).

Foi o início da era comunicacional em escala global. O mundo passou a consumir e produzir em conjunto e compartilhar conteúdos, o que fez com que houvesse a integração das diferentes linguagens das mídias, meios e lugares, as tornando entendíveis em qualquer parte do mundo. O processo de globalização afetou também a economia, o que fez com que surgisse a noção de união entre os países, devido a dependência mútua para manter um mercado global.

Sob o efeito da transformação quantitativa e qualitativa do capitalismo, toda economia nacional, seja qual for, tornou-se província da economia global, o que significa que o mercado, as forças produtivas, a nova divisão internacional do trabalho, a reprodução ampliada do capital desenvolvem-se em escala mundial (SANTAELLA, 2011, p. 131).

Pode-se dizer que, até os dias de hoje, não mais se produz com o intuito nacional. Mesmo as marcas que não possuem a pretensão de se lançarem mundialmente, se comparadas com marcas que o fizeram ou até mesmo com as estrangeiras, é possível notar semelhanças, seja no modo de produção, ou nos ideais.

## 2.1 Da TV para as telas do Cinema

A produção de conteúdo, a começar pelo cinema dos anos 80, foi ganhando cada vez mais destaque. Nomes como Martin Scorsese, George Lucas e Steven Spielberg começaram a se tornar mais conhecidos e principalmente o gênero de ficção científica foi ganhando espaço no gosto do público.

Com grande número de produções, a década de 80 trouxe filmes como *Star Wars*, Indiana Jones e *De Volta para o Futuro*, todos sucesso de bilheteria e clássicos até hoje. Foi também nessa década que o cinema Hollywoodiano passou a produzir filmes que se aproximavam da



5

juventude da época, vê-se então o sucesso de Clube dos Cinco e Curtindo a Vida Adoidado, em que o público que assistia passava também a se sentir representado.

Já nos anos 90, Spielberg é tido como um dos mais importantes cineastas da década, tendo criado o gênero *blockbuster*. As produções contavam com efeitos especiais, usufruindo de gráficos e tecnologias de ponta na época, o que aumentou os custos de produção.

Em contraponto aos excessivos gastos de produção, aos poucos, foram surgindo produtores independentes, com destaque para Quentin Tarantino com *Cães de Aluguel*, em 1992, e *Pulp Fiction*, em 1994, com sua forma de retratar a violência e o anti-heroísmo que conquistou os adolescentes e criou um novo gênero de cinema. Esta década também foi marcada por filmes familiares como *Esqueceram de Mim*, que se tornou um clássico natalino; *Meu Primeiro Amor*; *Ghost – Do Outro Lado da Vida*, e tantos outros mais.

## 2.2 Música e moda: invenção de tendências

A partir dos estudos de Lúcia Santaella em seu livro *Linguagens Líquidas na era da Mobilidade*, pretende-se apresentar o papel e a importância da moda para a construção do indivíduo na sociedade contemporânea, além de sua agregação para o personagem que constantemente executa determinado ato performático diante de seus semelhantes.

A esfera da música e da moda também não ficavam atrás. Caminhando juntas, essas duas formas de arte foram e ainda são referência mundial. Com a evolução tecnológica e a queda de preços de instrumentos como a bateria eletrônica e os sintetizadores, as bandas e cantores começaram a ter mais liberdade para experimentar novas formas de fazer música, criando diferentes composições e mixando estilos. Surgia então os estilos *New Wave* e o *Synth Pop*.

Nomes como Madonna e Michael Jackson passaram a ser sinônimos de música pop, juntamente com Tina Turner, Whitney Houston e Cyndi Lauper. A década também recebeu bandas de hard rock como Bon Jovi e AC/DC. Mas além da questão musical, esses ídolos em sua



6

maioria também traziam uma revolução para o mundo da moda. As jaquetas coloridas, roupas militares, ombreiras e minissaias por cima de calças legging, além dos muito presentes óculos *Ray-Ban* que compunham o estilo da época.

As mulheres completavam o visual com maquiagens igualmente coloridas e cabelos rebeldes, bem como as pulseiras de acrílico e melissas. Esse festival de cores e tecidos criava a cara da época, com suas performances de uma juventude livre e destemida, aproveitando o que havia de melhor na década de 80, enquanto a mesma mudava rapidamente.

A roupa é uma extensão da pele e do corpo, os acessórios e adereços, uma extensão da roupa. Por isso mesmo também são chamados a desempenhar o papel como aceleradores do ritmo de mudanças. De coadjuvantes da vestimenta passam a competir no palco da visibilidade e a ocupar posições privilegiadas nas cenas espetacularizadas da moda. Na prodigalidade de materiais, cores, formas e brilhos que exibem, exacerbam e teatralizam a aparência, de modo que se apresentar, em qualquer situação, de trabalho, de lazer, de intimidade, torna-se um ato performático, uma performance que exige a aprendizagem da entrada em cena (SANTAELLA, 2011, p. 131).

Já a década de 90 abria espaço para novos estilos. O mundo viu surgir o estilo Grunge, com o *Nirvana* em seu álbum *Nevermind*, elevando o *Rock'n Roll* que todos achavam ter caído em decadência nos anos 80. Essa ascensão trouxe outras bandas como Pearl Jam e *Alice in Chains*. A década trouxe também o punk rock de *Green Day* e *Offspring*, além de tornar o Pop um fenômeno mundial, com o surgimento de *boybands* e *girlbands* como *Spice Girls* e *N'sync*.

Outra grande novidade foi a chegada da música *tecno* ao *mainstream*, graças aos *clubbers*. Esse estilo pode ser considerado como cria da grande expansão e solidificação da cibercultura na sociedade, pois o mesmo “[...] colhe seu material na grande reserva de amostra de sons” (LEVY, 1997, p. 136), apresentando um produto final moderno e tecnológico.

Já no que diz respeito à moda dos anos 90, pode-se perceber a influência da década anterior, com os ainda presentes exageros, mas agora, com maior liberdade para ousar. O estilo Grunge foi além das músicas e chegou até as roupas, com peças xadrez e bermudas largas. Nessa época os acessórios também faziam toda a diferença na composição do estilo.



7

Nessa época também aconteceu a ascensão de marcas como Prada, Gucci e Versace e da valorização do luxo e das variedades, abrindo um grande leque de possibilidades de composição de estilos conforme as vontades e humores dos diversos grupos presentes na sociedade.

[...] não há nada mais eficaz do que a moda para dar expressão teatral à experiência alucinatória do mundo contemporâneo. É a moda que exhibe, por meio de signos mutantes, a corporificação, a externalização performática de subjetividades fragmentadas, sem contornos fixos, movediças, escorregadias, mutáveis, flutuantes, voláteis. Em razão disso, a moda se constitui em laboratório privilegiado para o exame das subjetividades em trânsito. (SANTAELLA, 2011, p. 99).

### **2.3 Cultura que perpassa gerações**

Para compreender o impacto da evolução tecnológica para o desenvolvimento da cultura das décadas de 80 e 90 e a atual, juntamente com as mudanças ocorridas nas formas de comunicação e consumo, utiliza-se dos estudos de Manuel Castells, em seu livro *Sociedade em Rede*.

As décadas de 80 e 90 foram marcadas por esses e outros acontecimentos, o que aos poucos foi criando uma cultura singular e importante para os dias atuais, por meio da comunicação e expansão de conteúdos para além de suas origens. A forma como a sociedade se comunicava e transmitia seus ideais e a força com que isso movia o mundo foram abrindo portas para que tanto a moda, quanto a música, a TV e o cinema evoluíssem, juntamente com os indivíduos produtores e consumidores de conteúdo.

Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo (CASTELLS, 1999, p. 414).

Entende-se então que tudo o que foi criado para consumo da sociedade, dela própria surgiu, sendo ressignificado ao longo dos anos e se transformando em novos conteúdos à medida



8

em que a tecnologia era aperfeiçoada. Daí é possível notar a importância da criação e evolução das mídias para o desenvolvimento da sociedade e sua relação dependente e mútua, porque “[...] a mídia é a expressão de nossa cultura, e nossa cultura funciona principalmente por intermédio de materiais propiciados pela mídia” (CASTELLS, 1999, p. 422).

#### **2.4 Século XXI: Comunicação, conexão, cibercultura**

Francisco Rüdiger, com seu livro *Elementos para a Crítica da Cibercultura*, e Manuel Castells, com seu livro *Sociedade em Rede*, servem de base para a compreensão da tecnologia ao longo dos anos e sua evolução, além de seus impactos na vida dos indivíduos da sociedade das décadas de 80 e 90 e da atual, conteúdo apresentado neste tópico.

Passados mais de 30 anos, as pessoas que viveram nas décadas de 80 e 90 deixaram de ser quem eram. Cresceram e mudaram seus modos de se vestirem, bem como a forma como veem o mundo. Agora, a forma como se colocam na sociedade globalizada atual e suas visões de mundo se mesclam a uma realidade comunicacional, desenvolvida em tal grau nunca antes visto, onde a cibercultura passou a fazer parte do dia a dia e a conexão se tornou essencial em quase todos os aspectos.

A naturalização da tecnicidade atual corresponde a uma das viagens mais significativas da nossa modernidade, convertendo-a numa modernidade tecnológica, no sentido próprio deste termo, tal como outros períodos foram mitológicos e teológicos. Esperamos assim hoje dos dispositivos técnicos a solução para os nossos problemas, tal como no passado se esperava a solução da benevolência dos deuses ou da mediação da Igreja (RODRIGUES, 1994 apud RÜDIGER, 2002, p.38).

E embora não resolva os problemas dos indivíduos, a cibercultura facilita muitos processos, seja pelo celular, pelo computador, ou quem sabe, pela TV. As mídias e meios se integraram e tudo isso graças a incessante vontade de inovação da sociedade. "As pessoas moldam a tecnologia para adaptá-la a suas necessidades [...]" (CASTELLS, 1999, p. 449).





9

## 2.5 A cara da Internet

Para entender o surgimento e desenvolvimento da cibercultura como movimento social, além de sua grande adesão por parte dos jovens como indivíduos que expandem e fazem a manutenção desse movimento e do ciberespaço em geral, é preciso analisar as conclusões de Pierre Levy, em seu livro Cibercultura.

Muito da cibercultura hoje só existe graças a nova juventude, esta sendo definida por indivíduos conectados, fragmentados e múltiplos, tal qual os novos meios de comunicação. A partir da forma como esse público utilizou-se da cibercultura e se fez presente no ciberespaço, foram surgindo inovações. Por isso, é preciso admitir que “[...], a emergência do ciberespaço é fruto de um verdadeiro movimento social, com seu grupo líder (a juventude metropolitana escolarizada), suas palavras de ordem (interconexão, criação de comunidades virtuais, inteligência coletiva) e suas aspirações coerentes” (LEVY, 1997, p. 123).

O ciberespaço foi visto pelos jovens – mas não apenas por eles – como um ambiente onde é possível se dividir em diferentes identidades, fragmentar o eu, ser o que no “mundo real” não se está sendo. Agora é possível chegar a qualquer lugar, seja qual for o momento ou o clima, pois o tempo e o espaço foram e estão em constante otimização.

Foi a partir dessa apropriação dos indivíduos por um espaço crescente que surgiram novos comportamentos e formas de comunicação, e o que antes era apenas virtual, passou a refletir também na sociedade física. Agora sociedade, ciberespaço e cibercultura evoluem e se desenvolvem em conjunto, impactando umas as outras conforme evoluem.

Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo (CASTELLS, 1999, p. 414).



10

Cria-se então uma teia de conexões, ligando a cultura ao avanço tecnológico e também ao desenvolvimento dos indivíduos dentro da sociedade. Sem um não há o outro, é preciso manter essa relação harmoniosa de dependência, caminhando sempre juntos e se aperfeiçoando.

## 2.6 Sociedades líquidas na era digital

No tópico em questão, utiliza-se dos conhecimentos e estudos de Zygmunt Bauman, em seus livros *Modernidade Líquida*, para analisar o novo significado da modernidade, isto a partir de uma visão crítica desse modo recente de viver em sociedade e de seus efeitos já tão notáveis.

Toda essa comunicação e tecnologia fizeram da cultura da sociedade e a realidade atual um sistema cada vez mais mutável e permanentemente aberto. Tudo evolui com rapidez e cabe aos indivíduos, meios e conteúdos se adaptarem para não caírem no esquecimento ou serem ultrapassados por versões melhores e mais atuais deles mesmos.

Agora a sociedade sólida, bem estabelecida e previsível, começa a derreter e dela surge uma versão líquida, onde o coletivo passa a perder a importância diante da valorização da individualidade. Todos estão em movimento constante e não há como voltar a viver na solidez de outrora, pois a sociedade caminha sempre para frente.

Ser moderno passou a significar, como significa hoje em dia, ser incapaz de parar e ainda menos capaz de ficar parado. Movemo-nos e continuaremos a nos mover não tanto pelo ‘adiamento da satisfação’, como sugeriu Max Weber, mas por causa da impossibilidade de atingir a satisfação: o horizonte da satisfação, a linha de chegada do esforço e o momento da auto-congratulação tranqüila movem-se rápido demais. A consumação está sempre no futuro, e os objetivos perdem sua atração e potencial de satisfação no momento de sua realização, se não antes. (BAUMAN, 2000, p.57).

Essa liquidez trouxe uma necessidade de consumo que é estimulada principalmente pela mídia e pela publicidade em geral. A busca por um conteúdo que supra as expectativas – mesmo que isso não chegue mais a acontecer – fez com que o capitalismo se tornasse leve e adotasse



11

uma postura comunicacional mais amistosa, além de, é claro, múltipla, onde vários são os estimuladores e influenciadores que existem com o mesmo propósito de vender, sem que nenhum deles atinja um nível superior a ponto de se destacar (BAUMAN, 2000, p. 121). Isso pode ser entendido na prática ao observar os influenciadores digitais sendo cogitados por empresas grandes e bem-sucedidas, para tornar seu produto ou serviço mais atraente aos olhos do público.

Queiram ou não, estratégias como essa fazem com que o mercado continue a se mover, criando o desejo e seduzindo o consumidor a curto prazo para que ele queira mais. E isso faz com que a sociedade, ao mesmo tempo em que cai na rede do capitalismo leve, se questione sobre suas atitudes. Por fim, “O impulso modernizante, em qualquer de suas formas, significa a crítica compulsiva da realidade.” (BAUMAN, 2000, p. 76).

## **2.7 Vaporwave: do sólido ao líquido, do líquido ao vapor**

Pode-se notar a insatisfação e crítica social com relação à modernidade por meio de um produto que surgiu unicamente na cibercultura e por ela se tornou globalizado: o *Vaporwave*. Esse movimento artístico surgiu em 2010 em comunidades virtuais como Tumblr, Reddit e 4Chan, e diferente de seus semelhantes *Seapunk*, *Chillwave* e *WichHouse*, é o único que sobrevive até os dias atuais. Seu vem do conceito *Vaporwave*, um software que mesmo sendo anunciado ao público, nunca é de fato lançado, ou seja, é algo que acaba por não existir.

E se você vive ao som das músicas dos anos 80 e 90, dos jogos com letras japonesas e qualidade visual limitada, ou tem uma saudade passageira pelos sons de inicialização – embora provavelmente detestasse a demora para conectar – da internet, o *Vaporwave* provavelmente irá te agradar. Ele reúne tudo isso em um produto final único, difícil de se confundir e não se apaixonar.

Como um movimento que utiliza-se de fragmentos – principalmente sonoros – de ícones antigos que na época foram muito importantes, o *Vaporwave* mostra o quanto a sociedade pode



12

ser vazia de conteúdo e produzir algo que logo mais será descartado ou reutilizado, como se dissesse que todo esse consumo nunca fez e nunca fará sentido. Esse movimento foi tomando a proporção que possui hoje principalmente quando, ainda em 2010, um músico e compositor de Nova York chamado Daniel Lopatin, também conhecido como Oneohtrix Point Never, lançou um vídeo para uma de suas músicas.

Esse movimento traz uma sensação sedativa, leve e repetitiva, que se dissipa rapidamente. O *Vaporwave* por si só é uma mescla: pode ser arte, mas também pode ser uma piada, existe e não existe, é real e virtual, excessivo e vazio. Ele mostra que "As possibilidades de criação no campo da cibercultura parecem ilimitadas e, por isso, eventualmente os personagens que o povoarão terão três dimensões, radicalizando a combinação do real com o imaginário que define o simulacro como nova experiência." (SLEVIN, 1999 apud RÜDIGER, 2002, p. 168).

Enquanto proporciona uma sensação difícil de descrever, trazendo uma nostalgia lúdica e um vazio existencial de uma só vez, o *Vaporwave* faz uma crítica profunda e ao mesmo tempo uma sátira ao capitalismo e à sociedade de consumo dos anos 80 e 90, décadas em que se produzia com objetivo de atrair e inebriar novos consumidores com produtos que não tinham significado algum, apesar de prometerem experiências de bem-estar e conforto imediatos, critica que também cabe aos dias atuais. O mais interessante desse movimento é que enquanto ele critica essa forma de alienação da sociedade, utiliza-se justamente desses fragmentos para existir.

## **2.8 O som do presente e do passado**

Para analisar o movimento *Vaporwave* enquanto música, é preciso resgatar os estudos feitos por Pierre Levy, em seu livro *Cibercultura*, para uma melhor compreensão sobre o tema, bem como da música como mídia global e o surgimento de produtos desse ramo dentro da própria cibercultura.



13

Essa ironia metalinguística é comunicada por meio dos sons distorcidos, lentos e repetitivos, que trazem a nostalgia de tempos passados para a realidade do presente. O *Vaporwave* enquanto estilo musical, carrega referências de jingles publicitários, hits da música pop, videogames, ficção científica, sons de iniciação de computadores e de discagem de internet.

O estilo se aproxima muito da música ambiente, e de alguma maneira, apresenta também pitadas humanas mescladas com dureza da máquina, da indústria. Sua linguagem musical independe de letras e vozes, o que torna o estilo tão universalmente entendível, dialogável e de fácil de apreciação.

O fato de que a música seja independente das línguas (com a notável exceção das letras das canções) evidentemente facilitou esse fenômeno de rompimento do isolamento. Se a escrita descontextualiza a música, sua gravação e reprodução criam progressivamente um contexto sonoro mundial... e os ouvidos que lhe correspondem (LEVY, 1997, p. 138).

Por meio desses elementos, o *Vaporwave* também mostra como a questão de autoria está caindo por terra na internet, pois agora se criam conteúdos a partir do que já existe e carrega o nome de um autor, como na música *tecno*, vertente desse gênero, por exemplo.

Os gêneros próprios da cibercultura são bastante diversos: composições automáticas de partituras ou textos, músicas 'tecno' resultantes de um trabalho recursivo de amostragem e arranjo de músicas já existentes, sistemas de vida artificial ou de robôs autônomos, mundos virtuais, sites com proposta de intervenção estética ou cultural, hipermídias, eventos federados pela rede ou envolvendo os participantes por meio de dispositivos digitais, hibridações diversas do 'real' e do 'virtual', instalações interativas etc (LEVY, 1997, p. 135).

Um grande exemplo de música *Vaporwave* é o artista Machintosh Plus, pseudônimo de uma musicista chamada Ramona Andra Xavier. Com seu álbum *Floral Shoppe* o gênero passou a ganhar a atenção dos internautas, crescendo em popularidade e em número de visualizações nas páginas da internet.



14

## 2.9 A estética do presente e do passado

Quando se fala em estética *Vaporwave* a primeira coisa que vem à cabeça é: azul e rosa. Essas são as cores predominantes do estilo, que tem por objetivo evocar o *neon sci-fi*. Além disso, há a presença de bustos gregos, *glitch art*, símbolos capitalistas, aparelhos eletrônicos da década de 90, paisagens tropicais e paisagens metropolitanas. É uma mistura da imagem pop.

Os títulos das músicas vêm de três maneiras: em letras maiúsculas, em letras japonesas, ou misturando letras maiúsculas com letras japonesas. É como se chamasse o internauta em busca de atenção. Pode-se dizer que este é um movimento contextual, pois representa as semelhanças entre a sociedade dos anos 80 e 90 com a atual sociedade. É moderno, mas também é antiquado.

[...]: toda arte é condicionada pelo seu tempo e representa a humanidade em consonância com as ideias e aspirações, as necessidades e as esperanças de uma situação histórica particular. Mas, ao mesmo tempo, a arte supera essa limitação e, de dentro do momento histórico, cria também um momento de humanidade que promete constância no desenvolvimento (FISCHER, 1963, p.17).

E se assim é, não se pode dizer se daqui dez ou vinte anos o *Vaporwave* ainda será o mesmo em questão musical e visual, ou se agirá como o produto da cibercultura que é e se adaptará a uma modernidade líquida que está sempre se renovando. Só o tempo poderá dizer.

## 2.10 Vaporwave na era da multimodalidade

Para compreender como se dão os multiletramentos e a multimodalidade no movimento *Vaporwave* e na atual situação da sociedade e modernidade contemporânea, utiliza-se de base os estudos de Lúcia Santaella, em seu livro *Linguagens Líquidas na era da Mobilidade*, e Roxane Rojo, em seu livro *Multiletramentos na escola*.



15

O *Vaporwave* não sendo apenas musical, mas também visual, traz em questão os anseios da sociedade – estes sendo múltiplos e, muitas vezes, superficiais, o que garante uma análise fácil – de uma maneira muito inteligente, não comunicando apenas em um meio, mas sim em vários.

É um movimento multimodal, que provoca com sons, imagens e textos para conquistar o público. Faz muito sentido que o *Vaporwave* seja dessa forma, pois em uma sociedade que muda suas prioridades e objetivos com grande frequência, é preciso se manter atualizado e presente em todos os ambientes. Assim é possível conversar com o público, não importa onde ele esteja.

[...], linguagens antes consideradas do tempo - verbo, som, vídeo - espacializam-se nas cartografias líquidas e invisíveis do ciberespaço, assim como as linguagens tidas como espaciais - imagens, diagramas, fotos - fluidificaram-se nas enruradas e circunvoluções dos fluxos. Já não há lugar, nenhum ponto de gravidade de antemão garantido para qualquer linguagem, pois todas entram na dança das instabilidades. Deslizam uns para os outros, sobrepõem-se, complementam-se, confraternizam-se, unem-se, separam-se e entrecruzam-se. Tornaram-se leves, perambulantes. Perderam a estabilidade que a força de gravidade que dos suportes fixos lhe emprestavam (SANTAELLA, 2011, p. 24).

O contexto do *Vaporwave* se cria a partir também dos multiletramentos do público que ele atinge. É preciso ter repertório, conhecer ou ter vivido nas décadas de 80 e 90 para entender o por que do movimento ser como é, seja por meio de seu som, de suas imagens ou de seus breves textos. O *Vaporwave* carrega a contemporaneidade e multiplicidade de linguagens atuais.

É o que tem sido chamado de multimodalidade ou multissemiose dos textos contemporâneos, que exigem multiletramentos. Ou seja, textos compostos de muitas linguagens (ou modos, ou semioses) e que exigem capacidades e práticas de compreensão e produção de cada uma delas (multiletramentos) para fazer significar (ROJO; MOURA, 2012, p. 19).

Ou seja, mesmo que o *Vaporwave* possua um sentido muito bem definido, é só a partir do receptor e de seu entendimento do movimento, juntamente com suas leituras de mundo, que se cria uma maior objetividade e dá-se um maior propósito para aquilo que é produzido, seja em forma de som, imagem ou vídeo. É a mídia se integrando ao consumidor.



16

## 2.11 Vivendo o passado com a tecnologia do presente

Com uma modernidade líquida definida pelas constantes mudanças, desenvolvimentos tecnológicos, *Vaporwave* e cibercultura, é possível notar que, em pleno século XXI, além de se voltar para os anos 80 e 90 como um referencial importante, a sociedade parece querer reviver essa cultura do passado com a tecnologia e facilidades do presente.

O que se tem visto na mídia é o resgate dessa época. O cinema traz agora um novo *It*: A coisa e *Star Wars*, repletos de referências e efeitos especiais. Agora não mais pela TV, mas sim pela Internet, através da Netflix, a estética do passado está de volta com o popular *Stranger Things*, além de *EverythingSucks!* e *Glow*.

Já na música, os cantores e bandas consagrados dão espaço para as novidades do mercado. Surgem então bandas como *Savages*, *The 1975* e *Black Marble*, revivendo não só a era do Punk, mas também a do *SynthPop*, repaginando os estilos. O *Vaporwave* também se tornou mais comercial na mão de alguns artistas como *Blank Banshee*, Nill e Clairo, que deram uma nova cara para o gênero sem deixar de evocar os anos 80 e 90.

Com a moda não é diferente. Agora, presencia-se a volta dos cabelos coloridos tão, das roupas extremamente coloridas, as estampas xadrez, gargantilhas e bandanas. As roupas não são exatamente as mesmas, mas sim uma nova visão daquele estilo antigo para os dias atuais.

De fato, um dos traços definidores da moda encontra-se na constante renovação dos gostos, estilos, trajes e práticas. A moda perpetua a personalidade inquieta e moderna, sempre à procura daquilo que é novo e admirado, enquanto foge do velho e ultrapassado, embora volte a ele para representá-lo sob novas entonações (SANTAELLA, 2011, p. 107).

Ainda não se sabe quem mais estimula esse consumo de nostalgia e nem o por que: se é a sociedade em si, ou o mercado produtor. É fato que essa necessidade surgiu pelos próprios





17

indivíduos inseridos principalmente na cibercultura, mas a mídia está se aproveitando disso para expandir ainda mais os lucros falando a língua que o seu público quer ouvir, ler e sentir.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cibercultura e a tecnologia em geral já se tornaram essenciais para a existência da sociedade, porque hoje tudo está ligado a esses fatores, por mais simples que um determinado processo seja. Isso interconecta os indivíduos inseridos nesse meio e faz deles em sua individualidade necessários para que haja a formação do coletivo.

Na modernidade atual, nada permanece por muito tempo da maneira como estava antes. Tudo muda: as formas de se relacionar, a sociedade em si, bem como as formas de comunicação. Nessa sociedade líquida, é vista a preferência por conteúdo que seja de fácil interpretação, pois não há mais tempo hábil para desvendar o que se tem a frente, apesar disso, esse conteúdo deve causar fortes emoções. Vê-se então a crescente valorização por conteúdos multimídia que referenciam as décadas de 80 e 90.

Essa busca por conteúdo múltiplo e nostálgico cria uma nova forma de fazer comunicação e de consumo. A cultura é criada pelos próprios indivíduos da sociedade e se “Só pessoas fluidas, ambíguas, em estado de permanente devir, transformação e autotransgressão podem se adaptar a esses territórios” (SANTAELLA, 2011, p. 17), as grandes empresas precisam aprender a se colocarem nesse ambiente de maneira concreta para conquistar seu público, seguindo as tendências e oferecendo o que é de interesse.

E os interesses são muitos: vídeos, músicas, imagens e outros estímulos mais. Dessa demanda surgem produtos novos e diferentes de tudo o que já foi feito, por vezes, criados pelos próprios indivíduos, como por exemplo, o *Vaporwave*. O texto, por sua vez, passou a se modificar e se integrar às novas formas de comunicar, mantendo sua importância.



Devido essa nova realidade é preciso produzir pensando na integração comunicacional, criando um meio e conteúdo multimodal, para que, além de comunicar, seja possível prender a atenção, entreter. Em uma sociedade que está em constante evolução e otimização de processos, é possível que logo as mídias e conteúdos consumidos hoje caiam na impopularidade pelo surgimento de algo “mais interessante”, sendo assim, nada mais óbvio que mesclar o que hoje já existe para acompanhar o ritmo dos indivíduos e da sociedade e gerar um produto fluido.

E na situação atual – tanto tecnológica quando criativa – é ainda difícil pensar com clareza em um conteúdo que possua tais características, mas como o papel do consumidor é mais importante do que nunca, caberia talvez a ele indicar um norte. É a hora de ouvi-lo, aprender a falar sua língua e desenvolver um produto pensando na multimodalidade e na possibilidade de constante transformação a partir da fluidez de quem consome.

***SOCIETY OF CONSUMPTION AND VAPORWAVE: The evolution of means and forms of communication***

### **ABSTRACT**

*This paper presents a study on the impacts of cyberculture, net modernity and linguistics in the form of communication, production and consumption of contemporary society based on the communication expansion of the 1980s and 1990s. It is intended to interconnect and contextualize these by means of the artistic movement developed by internauts within the own cyberculture, the Vaporwave. Such an approach is necessary through a conference of means and forms of communication, which directly impacts advertising. You can do the same as a cultural and conscious producer, thus allowing for an increase in creativity and making possible the delivery of systems that are satisfactory. What is our brand of service delivery? New type of market in a market that are at home. This objective is achieved by means of bibliographic research. The study was the growth of search and consumption of products that bring a certain nostalgia and a rapidity of a series of ideals that make a production and production of live content, while integrating the media and languages. It is up to companies to keep up-to-date and keep up with trends so as not to lose.*

**Keywords:** *Cyberculture. Linguistics. Vaporwave. Multimodality. Communication.*



19

## REFERÊNCIAS

A IMPORTÂNCIA dos anos 90 para a música. **Artescétera**. [S.I.], 2015. Disponível em: <<http://www.artescetera.com.br/musica/a-importancia-dos-anos-90-para-a-musica/>>. Acesso em: 7 set. 2018

ANOS 80: a melhor década da música?. **Sparflex**. [S.I.], [2015?]. Disponível em: <<https://www.sparflex.com.br/anos-80-a-melhor-decada-da-musica/>>. Acesso em: 12 set. 2018

BACK, Luciane. **Economia mundial após a globalização**. 2018. Disponível em: <<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/administracao-financas/economia-mundial-apos-globalizacao.htm>>. Acesso em: 7 set. 2018

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2017. 280 p.

BRANDÃO, Amanda. Moda anos 80 – Décadas da moda. **Nada frágil.com.br**, [S.I.], [2015?]. Disponível em: <<https://nadafragil.com.br/moda-anos-80-decadas-da-moda/>>. Acesso em: 12 set. 2018

BRANDÃO, Amanda. Moda anos 90 – Décadas da moda. **Nada frágil.com.br**, [S.I.], [2015?]. Disponível em: <<https://nadafragil.com.br/moda-anos-90-decadas-da-moda/>>. Acesso em: 12 set. 2018

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 413- 466.

FISCHER, Ernst. **A necessidade da arte**. Tradução de Leandro Konder. 9. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983. 254 p.

GRUPO UNIS. **Manual de normatização: técnicas para elaboração de trabalhos acadêmicos**. 2012. Varginha: Unis.



20

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 3. ed. São Paulo: 34, 2010. 272 p.

LOPES, Marina Martini. Música e moda: a partir dos anos 80. **Itapema 102.3**. [S.I.], 2014. Disponível em: <<http://itapemafm.clicrbs.com.br/mundoitapema/2014/04/04/musica-e-moda-a-partir-dos-anos-80/>>. Acesso em: 12 set. 2018

MORÉ, Carol T. O que é vaporwave? Como essa estética que surgiu na internet tem influenciado a música, a arte e o design? **Follow the colours**, [S.I.], [2017?]. Disponível em: <<https://followthecolours.com.br/art-attack/estetica-vaporwave/>>. Acesso em: 12 set. 2018

O QUE é Vaporwave e como essa estética dominou a Internet. **Elle**, [S.I.], 2016. Disponível em: <<https://elle.abril.com.br/moda/o-que-e-vaporwave-e-como-essa-estetica-dominou-a-internet/>>. Acesso em: 13 set. 2018

PEREIRA, Diogo. Vaporwave: a estética do vazio. **Rimas e batidas**, [S.I.], 2017. Disponível em: <<https://www.rimasebatidas.pt/vaporwave-estetica-do-vazio/>>. Acesso em: 13 set. 2018

POR QUE os anos 80 mudaram o mundo?. **Summer comunicação**, [S.I.],[2017?]. Disponível em: <<http://summercomunicacao.com.br/blog/porque-os-anos-80-mudaram-o-mundo/>>. Acesso em: 13 set. 2018

RÜDIGER, Francisco. **Elementos para a crítica da cibercultura**. São Paulo: Hacker Editores. 2002. 164 p.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007. 468p.

STARY, Carolina. Vaporwave: tudo o que é sólido se desmancha no ar. **Capitolina**, [S.I.], 2015. Disponível em: <<http://www.revistacapitolina.com.br/vaporwave-tudo-o-que-e-solido-se-desmancha-no-ar/>>. Acesso em: 13 set. 2018