



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Vaporwave : una estética de la nostalgia

Autores (en el caso de tesis y directores):

Nahuel Ortega

Felisa Santos, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2019

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

VAPORWAVE: UNA ESTÉTICA DE LA NOSTALGIA

「昨日」「今日」

TESINA DE GRADO

Autor: Nahuel Ortega

Tutora: Felisa Santos

Orientación: Opinión pública
y publicidad



Agradecimientos

A Florencia y a Vicente, por estar siempre.

A Juan y a Marcia, por su apoyo incondicional.

A Felisa, por confiar en mí y por su tiempo.

A mi abuela Angélica.

A Mauro, por su inmensa generosidad académica.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I: VAPORWAVE, UNA ARQUEOLOGÍA DE LA NOSTALGIA	6
A) La nostalgia y los nostálgicos	7
B) Nostalgia como enfermedad y nostalgia romántica. Nostalgia reflexiva y nostalgia restauradora....	7
C) Nostalgia y progreso	9
CAPÍTULO II: BREVE HISTORIA DEL VAPORWAVE	10
A) <i>Oneohtrix Point Never</i>	10
B) James Ferraro	11
C) <i>Vektroid</i>	12
D) <i>Blank Banshee / Saint Pepsi / Internet Club</i>	15
CAPÍTULO III: NOSTALGIA REFLEXIVA Y REPRESENTACIÓN DEL TIEMPO EN EL VAPORWAVE	17
A) Tiempo cíclico y repetitivo	19
B) Repetición, <i>kitsch</i> y tedio	22
C) <i>Dejà vu</i> y falso reconocimiento	24
CAPÍTULO IV: NOSTALGIA Y SOCIEDAD DE CONSUMO	26
A) La nostalgia publicitaria	27
B) La nostalgia empresarial	29
C) No-lugares en el vaporwave	31
CAPÍTULO V: LA PARODIA EN EL VAPORWAVE	33
A) Menem, un caso argentino	33
B) La parodia sobre リサフランク420 / 現代のコンピュー.....	34
C) Vaporwave y posmodernismo	37
CONCLUSIONES	39

INTRODUCCIÓN

El *vaporwave* es un subgénero de la música electrónica nacido en el año 2010, alcanzó reconocimiento a nivel global a partir de las producciones que cientos de artistas anónimos subieron a internet con un interés común: crear una nueva corriente estética digital y musical. El presente trabajo se propone establecer un primer acercamiento al análisis del *vaporwave* en el campo de las ciencias sociales. Nos centraremos en una dimensión particular: el *vaporwave* como una forma artística de la nostalgia y las reflexiones sobre el tiempo que de ella se desprenden, así como las críticas políticas o filosóficas que estas reflexiones puedan ejercer sobre el paradigma cultural y tecnológico de la modernidad y las sociedades capitalistas.

En el primer capítulo, *Vaporwave, una arqueología de la nostalgia*, tomaremos como punto de partida el concepto de nostalgia, estudiado por Svetlana Boym en su libro *El futuro de la nostalgia*, e indagaremos sobre el vínculo entre este concepto y las diferentes nociones de tiempo, pasado, presente y futuro. Este vínculo servirá para evidenciar una crítica a la concepción moderna del tiempo lineal y cronológico, y a la paradoja de la tecnología como motor del progreso social y cultural.

En *Breve historia sobre el vaporwave* haremos un recorrido por los artistas fundacionales del género, tomaremos sus obras publicadas entre el 2010 y el 2014. Estos trabajos han funcionado como marco de referencia del *vaporwave* a nivel internacional. Nos centraremos en la carrera y obra de *Oneohtrix Point Never*, *James Ferraro*, *Vektroid*, *Blank Banshee*, *Saint Pepsi* e *Internet Club*. Al tratarse de productores que crearon y dieron forma al *vaporwave* como género y corriente estética, creemos que puede servirnos para entender mejor su génesis y su fundamento filosófico.

El tercer capítulo, *Nostalgia reflexiva y representación del tiempo en el vaporwave*, estará dedicado a desentramar una compleja relación entre nostalgia, tiempo y técnica que el *vaporwave* problematiza. Para esto resulta necesario analizar los principales recursos técnicos utilizados en las obras de *vaporwave* para crear sentido: ralentización, repetición y

sampleo. Luego, veremos como estas formas de *hacer* sentido revelan distintas representaciones de pasado, presente y futuro, y al mismo tiempo producen un efecto de *Dejà vu*, patología mnésica estudiada por Bergson y reformulada por Paolo Virno.

En *Nostalgia y sociedad de consumo*, las obras del *vaporwave* hacen foco sobre la sociedad de consumo (o sociedad del espectáculo), el mundo de la publicidad y de las grandes marcas multinacionales. Aquí delimitaremos tres ejes principales de análisis: la *nostalgia publicitaria*, la *nostalgia empresarial* y los *no-lugares* en el *vaporwave*. Tomaremos como ejemplos los videos de *Saint Pepsi*, *Architecture in Tokyo*, *PrismCorp Virtual Enterprises*, *Internet Club* y *Neon Palm Mall*.

En el quinto y último capítulo, pensaremos la problemática del *vaporwave* en torno a la idea de parodia. Aquí el objeto de la parodia ya no se centra en los productos culturales del pasado reciente, sino en el mismo *vaporwave*. Para finalizar, pensaremos el *vaporwave* desde el concepto de *pastiche* descrito por Fredric Jameson.

CAPÍTULO I: VAPORWAVE, UNA ARQUEOLOGÍA DE LA NOSTALGIA

Se podría afirmar que asistimos a una era de la nostalgia. Y si bien la nostalgia no es algo nuevo ni propio de nuestra época, en el siglo XXI asistimos a un tipo de nostalgia particular. El avance de las tecnologías de la información y la conexión mundial a través de internet han transformado el mundo y la cultura de masas de manera radical. Esta transformación, potenciada por el nuevo paradigma técnico dominante en el siglo XXI, trajo consigo fuertes procesos de globalización cultural y un profundo sentimiento de pérdida, que se manifiesta mediante signos de la nostalgia cultural. Estos signos nos hablan del pasado, construyen una imagen cultural de un mundo al que ya nunca podremos volver.

Ante la pregunta inicial “¿Qué es el *vaporwave*?” afirmamos con certeza que se trata de un género musical, más bien un subgénero dentro de la música electrónica. Pero si ahí finalizara nuestra respuesta la misma quedaría incompleta. Lo que nos proponemos es pensar el *vaporwave* como algo más que un simple género musical, queremos pensarlo como una forma de arte crítica del progreso tecnológico, capaz de poner en jaque a la noción moderna del tiempo.

Después de introducirnos en el estudio del *vaporwave* notamos que más allá de la broma, la ironía y el *kitsch* que caracterizan al género, un concepto estético general atraviesa a todas las obras por igual: el tiempo. La *aesthetics*¹ principalmente habla del tiempo, y habla del tiempo de formas diferentes y sobre diferentes formas del tiempo, es decir, concibe múltiples temporalidades. A estas diferentes dimensiones temporales podemos identificarlas: la construcción que se hace del futuro, la utilización que se hace del pasado, el uso de la repetición y el *loop* en el montaje, la noción de atemporalidad que impregna de sentido las materialidades artísticas del *vaporwave*.

Al utilizar como condiciones de producción materialidades audiovisuales de los años ochenta y noventa, de todas las formas temporales que entran en juego en esta

¹ *Aesthetics* se define como el repertorio de imágenes y sonidos utilizados en el *vaporwave*. Es la materialidad que define la estética del género a nivel visual y sonoro.

estética, la alusión temporal más evidente es siempre al pasado. Pero no se trata de cualquier pasado sino de un pasado reciente, un pasado que es el antecedente directo de nuestro presente cultural y tecnológico, impregnado de nostalgia. Este es su punto de partida, retoma elementos (signos) del pasado reciente para resignificarlos y a su vez poner en evidencia las consecuencias distópicas del progreso tecnológico capitalista.

A) La nostalgia y los nostálgicos

Los nacidos entre 1981 y 1997 pertenecen a la generación Y, también conocidos como *millennials*. Una de las características claves de esta generación es su vínculo con la tecnología e internet. El nombre *millennials* hace referencia a un segmento generacional habitante del nuevo milenio, toda una generación de personas que a raíz del nacimiento de internet, la expansión de la tecnología digital y el uso masivo de redes sociales, sufrieron cambios radicales en sus formas de comunicación y de establecer vínculos sociales. Lo que nos interesa en particular de esta generación es su nexo con el pasado y el mundo vivenciado antes de la llegada de internet.

Por el momento podríamos sugerir que el vínculo que la generación Y mantiene con su pasado reciente se ve profundamente atravesado por la nostalgia. Los productores y artistas del *vaporwave* pertenecen todos a esta generación, por lo que no es de extrañar que sus obras manifiesten signos retóricos explícitos de una nostalgia cultural y tecnológica, que de forma imprecisa, nos hablan del pasado.

B) Nostalgia como enfermedad y nostalgia romántica. Nostalgia reflexiva y nostalgia restauradora

La nostalgia surgió como una enfermedad en el siglo XVII, afectaba principalmente a estudiantes, soldados que luchaban en el extranjero y personas que por distintos motivos habían abandonado su patria natal. Siguiendo a Svetlana Boym, entendemos la nostalgia

como “la añoranza de un hogar que no ha existido nunca o ha dejado de existir. Es un sentimiento de pérdida y de desplazamiento” (Boym, 2001: 13). A partir de esta definición la autora construye una imagen cinematográfica de la nostalgia que consiste en una superposición de dos imágenes, la del pasado y la del presente: “En el momento que intentamos reducir a la nostalgia por la fuerza a una sola imagen se rompe el marco o se quema la superficie”.

Si bien en el siglo XVII la nostalgia era considerada una enfermedad que podía curarse mediante el uso del opio, sanguijuelas o un viaje a los Alpes, en el siglo XXI el mal de la nostalgia se convirtió en una afección incurable. En determinado momento, la nostalgia abandonó su condición de enfermedad y comenzó a ser entendida como un “romance con el pasado”. Sin embargo, la nostalgia no está relacionada únicamente con el pasado, como bien señala Boym: “Las fantasías del pasado determinadas por las necesidades del presente ejercen un impacto directo sobre las realidades del futuro. Al considerar el futuro, nos responsabilizamos de nuestros cuentos nostálgicos”.

En *El futuro de la nostalgia*, Boym esboza una tipología de la nostalgia y teoriza sobre dos formas dominantes: la nostalgia reflexiva y la nostalgia restauradora. Más adelante intentaremos develar cuál de estas dos concepciones es predominante en el *vaporwave* y por qué, pero antes debemos definir las. Como su nombre lo indica, la nostalgia restauradora sostiene un lazo de restablecimiento con el pasado, apreciado como una instantánea perfecta que no puede mostrar signos de decadencia, sino que debe mostrarse “eternamente joven”. Es la nostalgia de los monumentos, de la historia como verdad absoluta, del pasado reivindicado como tradición. Pero hay un tipo de nostalgia diferente, reflexiva, cargada de “una nueva flexibilidad” y que escapa a los relojes y los calendarios, y medita sobre la historia y el paso del tiempo: la nostalgia reflexiva hace foco en el recuerdo cultural e individual, cuestiona las verdades absolutas y pone en evidencia las contradicciones de la modernidad. Nos proponemos demostrar de qué modo el *vaporwave* hace uso de la nostalgia reflexiva y retoma el pasado reciente para narrar, de un modo fantasmal, el abismo existencial causado por el progreso tecnológico.

C) Nostalgia y progreso

Boym señala que “El siglo XX se inauguró con una utopía futurista y ha terminado dominado por la nostalgia (...) el progreso no solo no ha curado la enfermedad de la nostalgia, sino que ha hecho que se agrave”. En esto el *vaporwave* es claro al exponer el desplazamiento de una utopía futurista basada en el progreso tecnológico, a una nueva narrativa distópica, en la que el futuro viene cargado de decepción. De este modo, en la era de internet, la nostalgia emerge como una consecuencia inevitable del progreso tecnológico.

En su libro *Babbling Corpse, Vaporwave and the Commodification of Ghosts*, Grafton Tanner se pregunta por el paradigma técnico dominante en la era digital y utiliza el concepto de “fantasmas digitales”, los fantasmas que sobrevuelan nuestras creaciones tecnológicas: “...los fantasmas en nuestras máquinas nos recuerdan que nuestras creaciones tecnológicas no son infalibles, nos perturbamos cuando nuestras creaciones actúan por su propia voluntad” (Tanner, 2016). Esto ya lo había pensado Murray Bookchin en *La ecología de la libertad*, cuando advertía que “por un lado, las grandes promesas de las innovaciones técnicas nos excitan, y por otro, nos vemos profundamente desencantados con sus resultados (Bookchin, p.333)²”. Para este autor la tecnología nos ha engañado y en lugar de darnos beneficios, se ha vuelto en nuestra contra. Esto nos recuerda al ángel que describe Walter Benjamin en *Tesis de la filosofía de la historia*. A partir del cuadro *Angelus Novus* de Paul Klee, Benjamin interpretaba el aspecto del ángel de la historia, que “ha vuelto su rostro hacia el pasado”. Y en ese pasado no vio más que una catástrofe que amontonaba “incansablemente ruina sobre ruina, arrojándolas a sus pies”, mientras el progreso, como un viento huracanado, lo empujaba irremediabilmente hacia el futuro.

² A esta idea Bookchin agrega: “El hecho de que los instrumentos que nuestras mentes idearon y nuestras manos crearon puedan volverse fácilmente en nuestra contra nos deja perplejos, ya que lo que se pone en juego es nuestro bienestar, y más aún nuestra supervivencia como especie.”

CAPÍTULO II: BREVE HISTORIA DEL VAPORWAVE

A continuación trazaremos una breve historia del *vaporwave* y tomaremos un conjunto de obras que impulsaron el género a nivel internacional. Estas obras fueron realizadas entre los años 2010 y 2014, período que nos permitirá focalizarnos en los artistas fundacionales del género y hacer foco en las obras más influyentes. Además, delimitar nuestro análisis en el período 2010-2014 nos permite fijar la investigación en un momento concreto de la historia, sin entrar en las múltiples transformaciones y ramificaciones que el género (en tanto método de clasificación de la música en géneros y subgéneros) pueda haber sufrido después del año 2014 y sobre todo, permanecer ajenos al ruido que pueda generar el sentido socialmente construido –ya sea de aceptación o de rechazo- sobre el *vaporwave* en la actualidad. Por último, consideramos que las obras seleccionadas serán suficientes para ejemplificar la relación entre el *vaporwave* y la nostalgia, aunque no agotan en absoluto la potencialidad del *vaporwave* como objeto de estudio.

A) *Oneohtrix Ponit Never*

Daniel Lopatin es un hijo de inmigrantes de la Unión Soviética, tanto su padre como su madre eran adeptos a la música. Activo desde el 2007 bajo el seudónimo *Oneohtrix Ponit Never* realizó varios trabajos como músico, compositor y productor. Uno de sus primeros experimentos fue mezclar unas cintas de jazz de su padre con sonidos de su *Roland Juno-60*. En el 2010 Lopatin publicó un álbum bajo el seudónimo de *Chuck Person's Eccojobs Vol.1*³, este es el primer disco perteneciente al género *vaporwave* y por primera vez presenta el “sonido etéreo de un mundo distópico”. Lopatin construye esta obra mediante la utilización de música pop “robada” a grupos como *Fleetwood Mac*, *Toto* y *Heart*. Toma fragmentos de estos artistas para ralentizarlos a tal punto que las voces pierden su forma

³ VIDEO Nº 1. *Chuck Person : Chuck Person's Eccojobs Vol. 1.*

humana y cobran una fisonomía casi monstruosa. Estos fragmentos a su vez son repetidos en forma de *loop* por varios minutos y a veces ni siquiera presentan cambios que indiquen la presencia de una introducción, un estribillo o un final. Tal es el caso del tema *Eccojams B4*⁴, que durante dos minutos repite la frase “*there`s nobody here*” (*no hay nadie aquí*) en *loop*, una y otra vez, hasta que termina. En el *videoclip* de este *track* se aplica en la imagen el mismo criterio que en la música. Vemos un paisaje diseñado por computadora en 8 bits, en el medio de la pantalla aparece un camino blanco por el que la cámara parece avanzar, el camino se mueve de un lado a otro del cuadro y la cámara siempre avanza, en una repetición constante y continua, que acompaña el *loop* musical.

B) James Ferraro

Nacido en el Bronx, Nueva York, James Ferraro es un músico experimental, compositor y productor, proveniente del *noise* y de la música electrónica. En 2011, Ferraro publicó *Far side virtual*⁵, otro de los discos fundacionales del *vaporwave*. El álbum fue editado en formato digital y en vinilo por el sello *Hippos in tanks*. *Far side virtual* evoca intencionalmente el estilo artificial de la música incidental, también conocida como *elevator music*⁶, su realización fue pensada como una instalación performática y artística, la idea original era que las dieciséis composiciones del álbum se convirtieran en *ringtones* descargables a los teléfonos móviles.

El título del álbum *Far side virtual*, que puede traducirse como “lejano lado virtual”, describe un espacio en la sociedad, un modo de ser. Andy Battaglia lo compara con la “segunda vida virtual” del mundo *online* (Iruka, 2015, p.20). Una multiplicidad de elementos operan en sincronidad para crear la ilusión de un mundo virtual digitalizado: Ringtones, pantallas, música para celulares (*ringtone music*), sonidos descritos como lugares

⁴ VIDEO N°2. *B4*, Chuck Person.

⁵ VIDEO N°3. James Ferraro : *Far Side Virtual*.

⁶ La música incidental, más conocida como *elevator music*, es la música producida para ser utilizada en centros comerciales, ascensores y hoteles. Se trata de una música no invasiva que tiene como fin recrear un ambiente agradable, relajante o propicio para el consumo comercial.

comunes en manos de una música crítica. La melodía de apagado de *Windows* o el sonido de *log-in* de *Skype* pueden escucharse en *Far side virtual* mezclados con sintetizadores y *loops* del *Garage Band*⁷, programa escogido por Ferraro para conseguir un “sonido digital barato”. Para Luke Degnan de la revista especializada *Bomb*, *Far side virtual* es un álbum digital creado para una era digital, que “por 45 minutos nos recuerda que esa música ha nacido de forma digital y morirá digitalmente”. Por su parte, Adam Harper, de la revista *Dummy* describe al género como un pastiche de “música promocional tecno-capitalista para la era de la computadora personal”.

Sin dudas, *Far side virtual* fue uno de los primeros y más influyentes trabajos dentro del *vaporwave*, porque explora la cultura del pasado reciente. El periodista Symon Reynolds afirma que *Far side virtual* construye una arqueología del pasado reciente, ya que “conjura los resultados de la revolución de internet y el optimismo de los años noventa sobre las tecnologías de la información”.

C) *Vektroid*

Ramona Xavier (*Vektroid*) es productora de música electrónica y diseñadora gráfica, nació en 1992 en el estado de Washington, Estados Unidos. En 2011, mediante el sello *Beer on the rug*, vio la luz *Floral Shoppe*⁸, su decimoquinto álbum realizado bajo el seudónimo de *Macintosh Plus*. Este disco es un punto de referencia obligatorio en el *vaporwave* y la mayoría de las veces funciona como la puerta de entrada de nuevos oyentes al género. Xavier se encuentra activa musicalmente desde los catorce años de edad y publicó discos con diferentes seudónimos como *Vektroid*, *Macintosh Plus*, *New Dreams Ltd.*, *PrismCorp*, *Virtual Enterprises*, *Laserdisc Visions*, *****virtual*, *Sacred Tapestry*, *fuji grid tv*, *esc***,

⁷ *Software* de grabación de audio básico de *Apple*. A diferencia de otros programas profesionales de grabación como el *Pro Tools*, el *Garage Band* está orientado a la producción de maquetas o destinado para principiantes en el campo de la grabación y producción musical.

⁸ VIDEO Nº4. *Floral Shoppe*, *Macintosh plus*.

Tanning Salon, *Dstnt* y *Vektodrum*. Entre los años 2010 y 2013 Xavier cumplió un rol fundamental en la cristalización del género.

Adam Downer de *Sputnik music* describe a *Floral Shoppe* como “una grabación bella, cálida y extraña, nostálgica y futurista, bizarra y simple”. Es una composición en la que se utilizaron *samplers* ralentizados y *loopeados* de música *soul* contemporánea. El álbum fue subido a la plataforma de música digital *Bandcamp* con dos portadas diferentes (imágenes A y B), ambas tienen rasgos en común y podríamos pensar que se trata de dos versiones diferentes de la misma tapa. La cabeza de una escultura griega o romana se suspende sobre un fondo magenta, un piso negro cuadriculado tiene la forma de un tablero de ajedrez tridimensional. Un recuadro en el margen derecho muestra una imagen de las Torres Gemelas de *Wall Street* en calidad *VHS*, dentro de un paisaje rojo en un lago rosa y violáceo. Si nos adentramos aún más en la obra descubrimos que el nombre del disco y los títulos de los temas están todos escritos en japonés.

Canciones pop de grupos de los años ochenta como *Sade*, *Page*, *Fantasy* y *Diana Ross* son manipuladas de manera intencional por *Macintosh Plus*. Al utilizar estas obras del pasado como condiciones de producción, la artista “corrompe” la canción a tal punto que crea una nueva obra completamente diferente a su antecesora. Mediante la aplicación de ralentizaciones exageradas, cortes y repeticiones en *loop* de fragmentos aleatorios, la canción original queda completamente deformada o mejor dicho re-formada por la artista.



Portada A – Macintosh Plus, *Floral Shoppe*



Portada B – Macintosh Plus, *Floral Shoppe*

D) *Blank Banshee / Saint Pepsi / Internet Club*

Entre 2012 y 2013 aparecieron otros artistas reconocidos dentro del género como *Blank Banshee* y *Skylar Spence*. *Blank Banshee* funciona como la identidad electrónica de un músico, productor y artista visual de Vancouver, Canadá. En sus presentaciones en vivo se oculta detrás de una máscara por lo que no se conoce públicamente su rostro. Su primera obra fue publicada en *Bandcamp* en el año 2012, titulada *Blank Banshee 0*⁹, un álbum narcótico y experimental que como bien se afirma en la revista *Concepto Radio*, “tiene su génesis en la creación de inmersivos mundos donde las posibilidades auditivas son abrumadoras. Referencia llena de ecosistemas sintéticos, habitados por criaturas fractales, que dan vida a una goteante y críptica realidad”¹⁰. Lo que encontramos en sus obras es una superpoblación de elementos sonoros que en su conjunto dan forma a uno de los discos más escuchados del *vaporwave*.

Por su parte, *Skylar Spence* es el proyecto de música electrónica del músico, productor y cantante norteamericano Ryan DeRobertis. El proyecto comenzó en diciembre del 2012 y en mayo del 2013 lanzó su álbum debut *Hit vibes*¹¹ bajo el seudónimo de *Saint Pepsi*. En ese mismo año *Saint Pepsi* lanzó alrededor de siete discos más con el mismo seudónimo y en 2015 debió abandonar el nombre *Saint Pepsi* para evitar problemas de derechos y disputas legales con la marca, por la utilización de la palabra *Pepsi*, razón por la cual decidió cambiar su nombre a *Skylar Spence*. El estilo de *Saint Pepsi* ha sido definido como *vaporwave*, *disco pop*, *future pop* o *liquid disco*, por lo que se lo asocia como una mezcla de los géneros tradicionales con música electrónica. Este artista también ha utilizado como condiciones de producción sonidos poco ortodoxos como la música del videojuego *Mario Kart 64*, así como *samplers* de canciones pop exitosas de la década del ochenta. DeRobertis define a su propia música como “nostálgica y curiosa” y afirma:

⁹ VIDEO N°5: *Blank Banshee 0*, *Blank Banshee*.

¹⁰ Reseña anónima de *Blank Banshee*. Recuperado de: <http://www.conceptoradio.net/2012/09/10/blank-banshee-blank-banshee-0/>

¹¹ VIDEO N°6. *Hit Vibes*, *Saint Pepsi*.

“básicamente, quiero hacer música pop para *freaks*”. De *Saint Pepsi*, tomaremos como referencia los videoclips de los temas *Enjoy yourself*, *Cherry Pepsi*, *Private Caller* y *Better*, todos del 2013. Estas piezas nos permitirán apreciar los signos de la nostalgia cultural vinculados al mundo corporativo y publicitario de las grandes marcas de consumo masivo.

Por último, tendremos en cuenta la obra de *Internet Club*, artista de quien no disponemos información debido a su anonimato, pero que resultará útil en nuestro análisis.

CAPÍTULO III: NOSTALGIA REFLEXIVA Y REPRESENTACIÓN DEL TIEMPO EN EL VAPORWAVE

En primer lugar, recordemos que la nostalgia reflexiva cuestiona las contradicciones de la modernidad, construye una imagen errática del pasado, un pasado con fisuras que persisten en el presente, que no se deja engañar por el espíritu conservador de la nostalgia restauradora, sino que asume riesgos y se reconoce como una forma de nostalgia crítica. Esta nostalgia reflexiva es el fundamento y el combustible del *vaporwave*. El *vaporwave* irrumpe como una forma de arte crítico que, mediante el uso de la *aesthetics*, crea su propia estética y pone en evidencia una de las mayores contradicciones de la modernidad: la que se da entre el tiempo, la técnica y el progreso tecnológico.

En el videoclip de *Macintosh Plus*¹², podemos observar de qué manera la nostalgia reflexiva opera en la obra por medio de signos de la nostalgia cultural y tecnológica. En principio, la pieza audiovisual está realizada con herramientas de diseño gráfico “primitivas”, lo cual ya nos indica un posicionamiento en cuanto a la utilización del pasado como concepto estético. Recordemos que la canción utilizada (editada y manipulada) también se trata de un producto cultural tomado del pasado reciente. La primera impresión que recibimos al ver la obra es la de estar sumergidos en un pasado que hace eco en el presente. Como bien lo entiende Henri Bergson, “el pasado no es sencillamente lo que ya no existe, sino que el pasado puede actuar y actuará insertándose en una sensación presente de la que toma prestada su vitalidad” (citado en Boym, 2015: 84). Del mismo modo, el *vaporwave* se vale del pasado para producir “vitalidad” en el tiempo presente.

La otra idea que surge cuando nos concentramos en la obra de *Macintosh Plus* – ya sea sólo la música o la música combinada con la imagen- está asociada a la sensación que nos hace pensar “yo ya estuve aquí”, pero sin saber *cuándo* estuvimos y sin poder definir bien *dónde* es *aquí*. Estaríamos entonces ante la presencia de un *no-lugar*, un objeto que no podemos esclarecer pero que nos remite a un tiempo personal de nuestro

¹² VIDEO Nº7. リサフランク420 / 現代のコンピュー, *Macintosh Plus*.

pasado cultural e individual y que muchas veces podríamos asociar a nuestra infancia. Mientras la nostalgia restauradora está fuertemente asociada al pasado “nacional” y “patriótico”, la nostalgia reflexiva está relacionada con el recuerdo cultural, y actúa como un intermediario entre la memoria colectiva y la memoria individual.

Entonces, ¿cómo son las imágenes de pasado y futuro que construye el *vaporwave*? La *aesthetics* plantea la idea de un pasado futurista, signado por el mundo primitivo de la informática y las primeras computadoras personales (PC). De este modo no se trata únicamente de un pasado reciente, sino que se trata al mismo tiempo de un pasado tecnológico. La computadora personal nació cargada de sentido tecnológico y marcó la llegada del futuro a los hogares, la vieja promesa futurista parecía convertirse en realidad y desde entonces nada volvió a ser cómo antes. Así como la máquina de vapor revolucionó la industria entre 1760 y 1840, la llegada de la computadora personal a finales del siglo XX puede ser interpretada como una nueva revolución tecnológica que profundizó los procesos de desterritorialización y globalización cultural.

Frederic Jameson, en *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, afirma que “el colapso de la ideología modernista del estilo ha provocado que los productores de cultura no tengan ya otro lugar al que volverse que no sea el pasado: la imitación de estilos caducos, el discurso de todas las máscaras y voces almacenadas en el museo imaginario de una cultura hoy global”. Del mismo modo, *Floral Shoppe* y las obras del *vaporwave* en general funcionan como un museo imaginario de la cultura global, un reservorio de significaciones imaginarias sociales al cual podemos acceder mediante la nostalgia, para unir pasado y presente mediante la experiencia del consumo artístico. En el track リサフランク420 / 現代のコンピュー hay referencias visuales al pasado que asumen una concepción posmoderna del tiempo. Sobre el tema ralentizado podemos escuchar una voz que canta la frase “*Time is running high*”¹³. Aquí aparecen los primeros indicios de la nostalgia reflexiva, ya que se propone una mirada crítica del tiempo: la música y la voz están ralentizados mientras la letra afirma que “el tiempo pasa rápido”. Parece una broma -

¹³ Puede traducirse como “el tiempo pasa rápido o al máximo”.

quizás lo sea- porque la nostalgia reflexiva opera justamente en el terreno de la contradicción, la ironía o la parodia, al tomar distancia de nuestro pasado es que podemos reírnos de él, quitarle su trágica investidura.

A) Tiempo cíclico y repetitivo

En el siglo XIII, antes de la invención de los relojes mecánicos, la división del tiempo en pasado, presente y futuro no era relevante, más tarde, entre los siglos XVII y XIX cambió la forma de representar el tiempo; con la Revolución Industrial, la idea de progreso se tornó central para la cultura del siglo XIX. Reinhart Koselleck propuso las categorías “espacio de experiencia”, para dar cuenta de la asimilación del pasado en el presente y “horizonte de expectativa” para revelar el modo en que se piensa el futuro. Desde este punto de vista la nostalgia se manifiesta como un “espacio de experiencia” que no encaja en un nuevo “horizonte de expectativas” (Boym, 2015: 34).

Para Benjamin, el pasado, el presente y el futuro son tres tiempos superpuestos, cada época sueña con la siguiente y al hacerlo revisa la anterior, por eso se revela contra la idea de un tiempo irreversible. Por su parte, Nietzsche consideraba saludable “olvidar para vivir”, no cargar con el peso del pasado, estaba a favor de una historia reflexiva, no restauradora. La idea del “eterno retorno” se opone a las ideas de “irreversibilidad del tiempo” e “irrepetibilidad de la experiencia” que dan sustento a la nostalgia. Nietzsche entendía el mundo como un “monstruo de energía sin comienzo, sin fin; una firme, férrea magnitud de fuerza que no aumenta ni disminuye, que solo se transforma”.

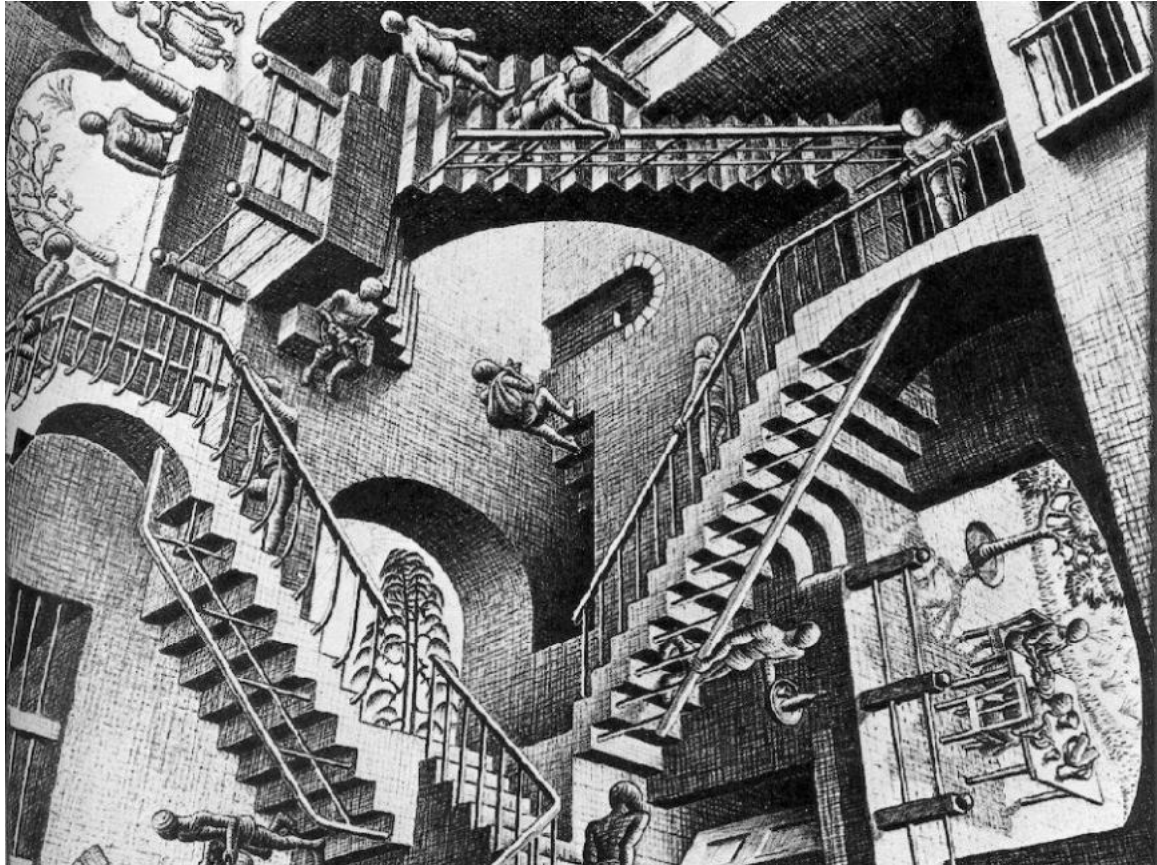
Otro videoclip, ブー ト¹⁴ de *Macintosh Plus*, pareciera expresar esta idea del eterno retorno, muestra “cuadros dentro de cuadros”, como si estuviéramos observando dos espejos enfrentados, mientras la pantalla se multiplica en su profundidad. Unas manchas que aparecen y desaparecen simulan un error tecnológico. En el videoclip todo fluye y se

¹⁴ VIDEO Nº8. ブー ト, *Macintosh Plus*.

transforma, nada responde a una lógica que marque un antes y un después, todo es el devenir de un error que nadie va a reparar. El pasado interviene como música y como artificio tecnológico pero de una manera reflexiva, nunca estática, representa un *no-lugar*, la no distinción entre pasado, presente y futuro.

En リサフランク420 / 現代のコンピュー de *Macintosh Plus*, hay una animación que nos recuerda al cuadro *Relatividad* del artista plástico holandés Maurits Cornelis Escher. En el cuadro podemos observar una sucesión de escaleras conectadas entre sí que ocupan los cuatro lados del plano. Alrededor de quince figuras humanas sin rostro forman una especie de laberinto por el que suben y bajan. Cuando observamos las imágenes en detalle, dos de las figuras caminan en la misma escalera y avanzan en el mismo sentido, sin embargo una sube y la otra baja. La escena es representada de forma animada en este videoclip de *Macintosh Plus*, con la diferencia de que los personajes no son humanos, sino androides. El hecho de que aparezcan androides en lugar de seres humanos crea una imagen futurista del cuadro de Escher, pero al estar diseñado con gráficas primitivas de ordenador asistimos a una imagen del futuro construida en el pasado. La relatividad expresada por Escher en su obra aplica a la ambigüedad del tiempo, que lejos de ser lineal y cronológico se nos presenta como cíclico y repetitivo, del mismo modo, el *vaporwave* construye una temporalidad musical cíclica y repetitiva en la mayoría de sus obras. Se podría afirmar que la repetición en bucle durante varios minutos de un mismo fragmento de música funciona como el gran *leitmotiv*, es la construcción temporal que nos permite reconocerlo como tal, es lo que hace que el *vaporwave* sea esa música y no otra, es lo que tiene de particular frente a otros géneros musicales. Como en el cuadro de Escher, en リサフランク420 / 現代のコンピュー todos los objetos y personajes que aparecen en escena no van a ningún lado, simplemente se desplazan en círculos o giran sobre su mismo eje, una y otra vez, sin detenerse, como si únicamente pudieran responder a la función para la cual fueron contruidos. No tienen autonomía sobre el tiempo ni sobre el espacio, permanecen

encerrados siempre en la misma rutina, en un bucle temporal que no conduce a ningún lugar.



Relatividad. Escher, 1953.



Fotograma de リサフランク420 / 現代のコンピュー. *Macintosh Plus*, 2011.

Uno de los recursos más poderosos dentro de la *aesthetics* es la recurrente utilización de imágenes de esculturas, bustos, columnas y ruinas greco-romanas. La escultura en piedra representa la dureza y los lineamientos de la nostalgia restauradora, construye una narración del pasado sin fisuras, sin errores, se muestra como la verdad oficial y como tradición. En un pasaje del videoclip リサフランク420 / 現代のコンピュー vemos ruinas que se derrumban, columnas que se quiebran, esculturas humanas que cobran vida y corren, como si escaparan de ese pasado petrificado, desafiando la función para la cual fueron diseñados. Podemos interpretar esto como el desplazamiento de una nostalgia restauradora a una nostalgia reflexiva, y como una disputa de sentido en la representación del tiempo.

B) Repetición, *kitsch* y tedio

En el cortometraje *Passage à l'acte*¹⁵ de Martin Arnold (1993) la repetición como recurso expresivo es llevada al extremo. Arnold toma un viejo film en blanco y negro y transforma una pequeña escena de treinta segundos en un filme de once minutos. El montaje del cortometraje se basa en la destrucción total del sonido y de la imagen de la película, la escena avanza en el tiempo mediante la sucesiva repetición de pequeños fragmentos audiovisuales que van trazando un ritmo visual y sonoro. El abuso en el recurso expresivo de la repetición hace difícil ver el cortometraje hasta el final. Del mismo modo, el *vaporwave* recurre continuamente al recurso expresivo de la repetición y puede incomodarnos al punto de causarnos tedio, agotamiento, molestia o aburrimiento, como si nos recordara la repetición diaria de la rutina laboral, la repetición del pasado, el estar atado a una forma específica del tiempo.

Si bien el abuso en el recurso de la repetición puede agotarnos, para los creadores del *vaporwave* se vuelve inagotable. Son cientos los álbumes digitales en los que una y otra vez aparece la repetición en *loop* de un fragmento, esto no nos habla de un simple

¹⁵ VIDEO Nº9. *Passage à l'acte*, Martin Arnold.

recurso estético sino de una intención artística, un exceso intencional que por su transgresión se traduce en un gesto político o filosófico. La repetición y producción en serie de obras similares toma la forma de una cadena de montaje en la que, mediante una misma técnica, se llega siempre al mismo resultado.

Pero no todas las obras tienen que ser necesariamente agobiantes y aburridas. Un ejemplo de ello es *Internet Club*, su disco *Vanishing Vision*¹⁶ se caracteriza por la construcción de melodías agradables y tranquilas, cada pista se compone mediante la repetición de un único fragmento musical durante dos minutos o más. En las piezas de *Internet Club* nos interpela nuevamente nuestro pasado, puede remitirnos a la música de un videojuego de los años ochenta o transportarnos a la ciudad de Tokyo en una noche de lluvia. Consideramos que es en la añoranza subjetiva de ese objeto lejano y distante en el tiempo y el espacio, donde el *vaporwave* activa el repertorio de significaciones imaginarias sociales y nos hace sentido.

En cuanto a la repetición como principio regulador, Umberto Eco piensa el concepto de “redundancia” como la antítesis de la información, esta última entendida como el significado y el contenido en las obras. Sostiene que la aparición y la evolución de la producción industrial en serie, la redundancia, en tanto desarrollo y extensión de la serialidad en la producción, contribuyó a la desaparición del significado en las obras y al surgimiento de la *superficialidad*. En el *vaporwave* la redundancia se hace evidente y también la superficialidad, la estética *kitsch* que propone la *aesthetics* hace referencia a un vaciamiento de contenido, en ella todo aparece de forma superficial: las palmeras de plástico, los bustos greco-romanos, los gif de videojuegos, los centros comerciales, las publicidades de las grandes marcas, las tipografías japonesas, la música comercial del pasado reciente y las animaciones gráficas primitivas por ordenador. Milan Kundera afirma que “lo *kitsch* es un antídoto contra la muerte”, a partir de esta idea podemos pensar que la redundancia y el *kitsch* de la *aesthetics* sirven como una vía de escape ante la angustia y el tedio de vivir en un mundo que se repite a sí mismo. Si el *vaporwave* nació como un

¹⁶ VIDEO Nº10. *Internet Club, Vanishing Visión*.

remedio para curar la nostalgia, resultó ser peor que la enfermedad y como señalaba Boym respecto a las consecuencias del progreso, “ha hecho que se agrave”.

C) *Dejà vu* y falso reconocimiento

En su libro *El recuerdo del presente. Ensayo sobre el tiempo histórico*, Paolo Virno dedica un capítulo al fenómeno mnésico del *Dejà vu*, una patología específica de la memoria a partir de la cual Henri Bergson desarrolló una reflexión histórico-filosófica. Podríamos afirmar que el *vaporwave* hace evidente el *Dejà vu* como patología social y colectiva, y mediante el uso de la nostalgia reflexiva nos habla de un pasado que es presente, pero que también es potencialidad en el futuro. Aquí ya no nos referimos a la simple repetición de un fragmento musical o audiovisual, sino que hablamos de una repetición que tiene lugar en la memoria, bajo la forma de un “recuerdo del presente”. Para Bergson, el *Dejà vu* es una repetición sólo aparente, totalmente ilusoria, en la que “se cree haber ya vivido algo que, en cambio, está sucediendo en ese momento por primera vez. Se toma la experiencia en curso por la copia fiel de un original que, en realidad, no existió nunca. Se cree reconocer algo que, por el contrario, recién se conoce ahora.” (Virno, 1999: p.15) De allí se desprende la idea de que el *Dejà vu* es un falso reconocimiento, en el que la memoria toma la forma de un recuerdo y es aplicada a la actualidad del presente. Cuando el fenómeno mnésico se produce, el “ahora” se disfraza de “ya ocurrido” y al hacerlo se duplica en un “entonces” imaginario, un *otro-cuando* ficticio. El presente y el pasado ficticio son indistinguibles, ya que ambos conviven en la actualidad y están unidos por una relación de completa identidad. (Bergson, 1982, p.110)

Bergson afirmaba que “nuestra existencia actual, es replicada por una existencia virtual, una imagen especular”, por lo que cada momento de nuestra vida presentaría un aspecto *actual* (percepción) y otro *virtual* (recuerdo). Sin embargo, Virno va todavía mas lejos y no se conforma con pensar el presente como algo acabado, real y resuelto, donde el recuerdo es retenido en el ámbito de la simple potencialidad, como algo *virtual*. Para él

lo *virtual* es simultáneo a lo *actual*, porque en el *Dejà vu* el *recuerdo* es simultáneo a la *percepción*. A partir de este problema Virno se pregunta por qué lo virtual, lo posible, debería manifestarse necesariamente en forma de recuerdo, si también tendemos a proyectar lo potencial, aquello que todavía no es, en el futuro. Desde esta mirada, lo patológico no sería el *Dejà vu* en sí, sino el hecho de entender el recuerdo del presente como un falso reconocimiento, que esconde lo *virtual* como algo que ya fue o que ya no existe. Del mismo modo, muchas obras del *vaporwave* se nos presentan como el recuerdo de algo que estamos conociendo por primera vez y también, como una posible imagen del futuro.

Para cerrar su idea, Virno cita un fragmento de las *Confesiones* de Agustín, donde se lee: “es impropio decir que hay tres tiempos: pasado, presente y futuro. Debería decirse *presente del pasado, presente del presente y presente del futuro*” (Virno, 2003: p.30). La cita es reformulada por Virno a partir de la idea del recuerdo, por lo que concluye que hay un *pasado del pasado* (el antiguo recuerdo del presente que se dio en esa percepción pasada), un *pasado del presente* (el *Dejà vu*) y un *pasado del futuro* (la memoria del porvenir, el “habré sido”). Esto nos recuerda a la definición de nostalgia de Boym, una superposición de imágenes en la que el presente está siempre anclado al pasado, pero que a su vez carga con nuestras proyecciones sobre el futuro. La formación del recuerdo, dice Bergson, no es nunca posterior a la de la percepción, sino contemporánea de esta. No habría memoria si ella no fuera, ante todo, memoria del presente. (Virno, 2003: p.19)

CAPÍTULO IV: NOSTALGIA Y SOCIEDAD DE CONSUMO

Una rama de artistas dentro del *vaporwave* se ha dedicado a expresar la nostalgia presente en las sociedades de consumo. El tema en su música y sus videos narra el pasado reciente pero no se queda en la mera reflexión sobre el tiempo, sino que va un paso más allá y hace foco en los espacios de consumo masivo presentes en las sociedades capitalistas. Las materialidades que ponen en juego estos artistas son publicidades de los años ochenta, videos o animaciones de grandes *malls* comerciales, videojuegos, cortos institucionales de parques temáticos u hoteles de lujo y alusión explícita a las grandes marcas multinacionales como *Coca Cola*, *Pepsi* y *McDonalds*.

Dentro de esta rama del *vaporwave* encontramos un entramado de representaciones que a su vez puede ser entendido como un entramado de *espectáculos*. Para Guy Debord, el desarrollo de las formas modernas de producción ha generado una multiplicidad de *espectáculos* donde “todo lo que antes se vivía directamente se aleja ahora en una representación” (Debord, 2012: p.32). En *La sociedad del espectáculo*, Debord sostiene que “bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de entretenimientos, el espectáculo constituye el *modelo* actual de la vida socialmente dominante”. Según esta idea, la publicidad, los videojuegos o los relatos de las grandes marcas, funcionan como indicios de la verdad oficial. Del mismo modo, las materialidades del *vaporwave* nos indican que detrás de las múltiples formas de consumo masivo, se esconde el relato del progreso industrial y tecnológico. En este sentido, el espectáculo no sería un simple conjunto de imágenes, sino que funcionaría como un *instrumento de unificación* y constituiría una parte vital de la sociedad.

A) La nostalgia publicitaria

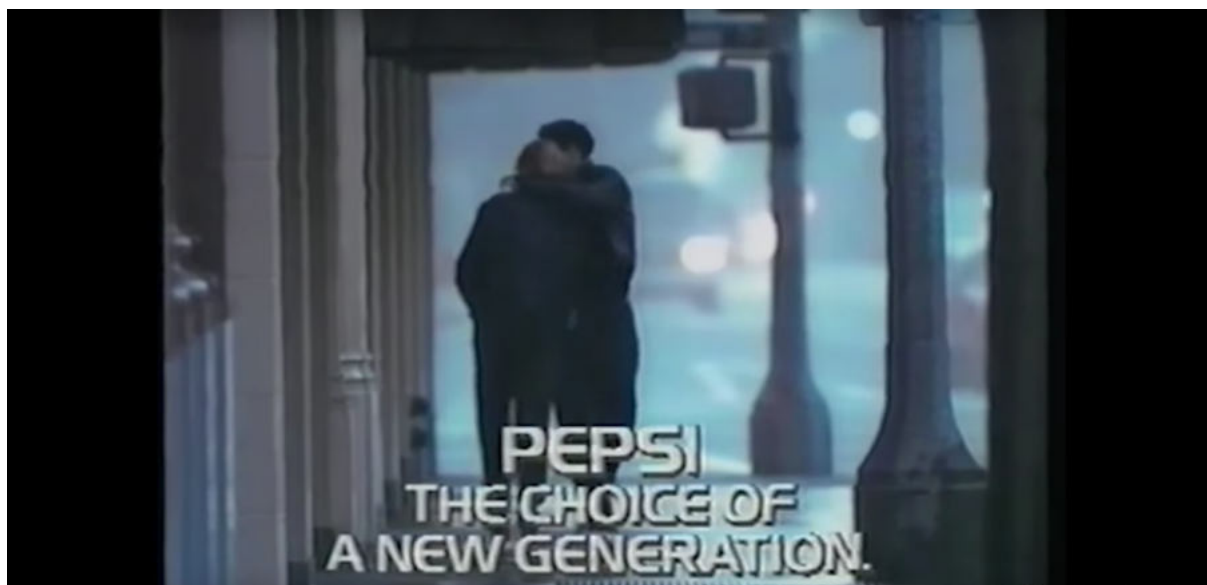
Uno de los espacios donde opera la lógica del consumo de masas como instrumento unificador es el discurso publicitario. *Saint Pepsi*, al igual que *Macintosh Plus* y la mayoría de los productores que analizamos, toma sus materialidades enunciativas de producción de productos de la industria cultural del pasado reciente, pero con la particularidad de hacer foco en publicidades pertenecientes a grandes marcas multinacionales. El video y la música de *Enjoy yourself*¹⁷ está realizado a partir de una publicidad de los años ochenta de *McDonalds*. El video se centra en la imagen de un personaje que podríamos describir como un *hombre-luna* (cuerpo humano, cabeza de luna) con gafas negras que toca el piano sobre una hamburguesa gigante. Mientras el *hombre-luna* canta aparecen los logos de *McDonalds* y de *Coca Cola*, así la referencia a la sociedad de consumo se vuelve explícita. El personaje del *hombre-luna*, tanto como el busto romano de la portada del disco *Floral Shoppe* de *Macintosh Plus*, se han manifestado como símbolos reconocibles del *vaporwave*.



Fotograma de *Enjoy yourself*. *Saint Pepsi*, 2013.

¹⁷ VIDEO Nº11. *Enjoy yourself*, *Saint Pepsi*.

*Cherry Pepsi*¹⁸, otro videoclip de *Saint Pepsi* está montado a partir de distintas publicidades de *Pepsi* de los años ochenta, en las que se construye una imagen idealizada de la juventud. En el video vemos planos de jóvenes que bailan con la música de *Saint Pepsi* superpuesta, mientras el montaje de los planos simula una coreografía colectiva. El ritmo del video se forma cuando aparece reiteradas veces el logo de *Pepsi*, latas que se abren, botellas que se llenan y se destapan, jóvenes que toman *Pepsi* en la clásica pose publicitaria. La imagen de un termómetro señala que la temperatura es cada vez más alta y el ritmo de los planos se acelera hacia el final del video, cuando un chico y una chica que toman *Pepsi* coquetean y se besan. En el último plano se los ve de espaldas y en la pantalla se lee la inscripción "*Pepsi, the choice of a new generation*" ("*Pepsi*, la elección de una nueva generación"). En esta pieza las publicidades operan como los significantes que construyen la enunciación.



Fotograma de *Cherry Pepsi*. *Saint Pepsi*, 2013.

El mismo recurso es aplicado en el videoclip ヒスイ MARBLE de *Architecture in Tokyo*¹⁹, pero esta vez con publicidades viejas de *Coca Cola* de Oriente y Occidente. En una de las

¹⁸ VIDEO Nº12. *Saint Pepsi, Cherry Pepsi*.

¹⁹ VIDEO Nº13. *Architecture in Tokyo - ヒスイ MARBLE (ft. ULTRA ウルトラ)*.

primeras imágenes aparece el texto *Coke is it*, slogan de *Coca Cola* del año 1980. El logo de la marca se muestra siempre en primer plano, mientras los personajes bailan, se refrescan y se muestran felices junto a latas y botellas de *Coca Cola*. Aquí aparece otra vez la repetición como principio regulador, la redundancia en las imágenes representa la reproducción ilimitada de la sociedad de consumo.

Sin embargo, no todo indica que la crítica que hace el *vaporwave* a la sociedad de consumo sea negativa, sino que por momentos pareciera reivindicar los usos y gratificaciones que la cultura del consumo puede brindar. En una de las pocas entrevistas que ha dado la productora Ramona Xavier (*Vektroid*, *Macintosh Plus* y otros) reconoce a los videojuegos como una influencia cultural muy cercana, una virtualidad e hiperrealidad de la que se nutre gran parte de su trabajo discográfico. Si bien *Floral Shoppe* es el álbum que dota al *vaporwave* de una filosofía estética que parece describir el horror de una cultura consumista, su creadora no parece rechazar tanto el mundo moderno como parece. Xavier afirma que sus mayores influencias no son musicales: la serie de televisión *Marble Hornets*, las películas de Satoshi Kon, los videojuegos de *Namco*, la *deep web*, la cultura de las teorías conspirativas y la ficción transhumanista, parecen tener más incidencia en su obra que la de otros artistas musicales. Todas estas influencias giran alrededor de formas alternativas de percibir el mundo, por lo que podríamos suponer que “Xavier aprecia la cultura consumista no como algo para analizar desde la distancia, sino como algo para disfrutar en su propio derecho, algo que abre nuevas formas de vida”.²⁰

B) La nostalgia empresarial

Bajo el alias de *PrismCorp Virtual Enterprises*, Ramona Xavier publicó dos álbumes, *Home*^{TM21} y *ClearSkies*^{TM22}, la elección de los nombres describen una mezcla entre el mundo empresarial y el mundo virtual. *Home*TM se compone de *tracks* de *elevator music*

²⁰ Entrevista a *Vektroid*: *Vectors of Vektroid and Vaporwave*.

²¹ VIDEO Nº14. *PrismCorp Virtual Enterprises - Home*TM (Full Cassette Rip).

²² VIDEO Nº15. *PrismCorp Virtual Enterprises - ClearSkies*TM (Full Cassette Rip).

editados e intervenidos por la artista, y su sonido emula los *demos* predeterminados de los viejos teclados *Casiotone*. Este álbum, compuesto por 23 *tracks* cuidadosamente editados, abre un nuevo panorama dentro del género: la *nostalgia empresarial*. La *elevator music*, también conocida como *Muzak* o música incidental, era un género utilizado por empresas en los años ochenta en lugares como ascensores, hoteles y espacios de consumo. Podríamos describirla como una música ambiental, no invasiva, pensada para generar un clima agradable a los oyentes en sus momentos de consumo o *relax*, generalmente dentro de espacios como centros comerciales (*shopping mall*), hoteles cinco estrellas o empresas de primer nivel. Lo novedoso de *PrismCorp Virtual Enterprises* es que emula el paradigma del consumismo, sin embargo, no pareciera rememorar sus aspectos negativos, sino su belleza, aunque en el fondo sepamos que se trata de una mentira. Sea verdadero o sea falso, lo mismo podemos caer bajo el efecto adormecedor de sus encantos.

Para Grafton Tanner el *muzak* es una música que “fue puesta en una lavadora automática y perdió toda su pasión. Está ahí. Nunca demasiado fuerte, nunca lo suficientemente silenciosa; está siempre ahí.” De este modo, el *vaporwave* recontextualiza la *elevator music*, ya que toma la máscara sonriente del *muzak* y la reemplaza por una cara más siniestra, “la de la muerte y el capitalismo sin límites”. Además, Tanner define a la música incidental como una “destilación de la felicidad que la tecnología moderna había prometido”. (Tanner, 2016, p. 41).

La portada de *Home™* remite a la época dorada de la venta telefónica por televisión, nos sumerge en un mundo *Sprayette*²³, donde ya no importa el producto a consumir sino el hecho mismo del consumo. Tampoco se trata de cualquier tipo de consumo – no es moderado ni de supervivencia – sino del consumismo como promesa de placer y bienestar. El mundo *Sprayette* no nos da otra opción de vida que no sea la obtención de la felicidad por medio del consumo. Desde este punto de vista, *PrismCorp*

²³ *Sprayette* es una empresa de venta de productos por televisión que, en la década del noventa, tuvo su auge en toda Latinoamérica. Su sistema de publicidad funciona mediante *Teve Compras*, un segmento publicitario cuya estrategia audiovisual se basa en mostrar la vida de los consumidores *antes* y *después* de la compra del producto. El *antes* es siempre sinónimo de una vida “fracasada” y el *después* es representado como una vida exitosa, gracias a la incorporación del producto en el hogar y la vida cotidiana.

Virtual Enterprises pareciera reírse del pasado reciente al mismo tiempo que hace de él una reivindicación estética, toma de ella lo que le parece bueno, lo que puede ser convertido en obra de arte y al hacerlo acepta que el consumismo, por más alienante que parezca, también puede ser una posibilidad para construir discursos desde la nostalgia reflexiva, a favor de una concepción cíclica y antimoderna del tiempo.

C) No-lugares en el vaporwave

Si antes hablamos del recurso de la repetición como principio regulador en el *vaporwave*, ahora analizaremos el exceso de la repetición en el uso de la imagen. En el universo visual de la *aesthetics* encontramos *espacios* comunes que se repiten en diferentes obras y como mencionamos anteriormente, muchos de estos espacios están vinculados a la vida empresarial. El video *Wave Temple*²⁴ de *Internet Club* reconstruye estos espacios a partir de una animación de computadora con una resolución gráfica similar a la del sistema operativo *Windows 95*. Siempre bajo el principio de la repetición, se suceden las imágenes de un ascensor, el pasillo de un hotel, la vista aérea de una ciudad empresarial, un centro comercial, un tren de alta velocidad y una escalera mecánica.

En *Neon Palm Mall*²⁵, un *fan video* que compila a distintos productores del género sucede algo parecido, pero en lugar de animaciones por computadora, el montaje reúne una hora de tomas caseras de *shoppings* realizadas con cámaras de video digitales. La fecha de la cámara indica que estamos en 1991 y la imagen por momentos se rompe, como si la cinta estuviera dañada o deteriorada por el paso del tiempo. No sabemos si se trata de un artificio o de filmaciones reales, en cualquiera de los dos casos la referencia al pasado reciente persiste.

Todos estos espacios que reaparecen constantemente en las distintas obras analizadas operan como *no-lugares*. Mark Fisher toma la idea antropológica de Marc Auge

²⁴ VIDEO Nº16. *Wave Temple, Internet Club*.

²⁵ VIDEO Nº17. *NEON PALM MALL (Vaporwave Mix + Video)*.

del *no-lugar* como un producto del capitalismo y el principal sitio de la desintegración espacial. Los *no-lugares* son aeropuertos, parques comerciales y cadenas de comercio que se parecen todos entre sí, sin importar el espacio particular en el que estén localizadas. Estas locaciones funcionan como significantes del consumismo capitalista, en el sentido que solo sirven para promover la compra y venta de bienes. Lo que remarca Fisher es que estas locaciones pueden ser encontradas en múltiples lugares y ciudades, disolviendo así el sentido de que un lugar pertenece a una locación en particular. (Tanner, 2016, p.38)

De acuerdo con estas ideas, el *vaporwave* se posiciona como la música del *no-tiempo* y del *no-lugar*, porque la cultura del consumo ha dotado de escepticismo al tiempo y al espacio. Estos artistas *samplean* la música que encontramos en aeropuertos, supermercados, salas de espera, ascensores, la música que escuchamos cuando estamos situados en la espera que dura una llamada telefónica o durante un comercial mientras esperamos un programa de televisión. Es una música funcional, que puede ser aburrida pero necesaria para la típica acción que supone el consumo. La crítica del *vaporwave* al capitalismo tardío abarca cada paso de su producción, desde el material que utiliza como fuente hasta el modo en que la música es distribuida y comercializada, y como bien señala Tanner “allí radica el poder político de este microgénero”. (Tanner, 2016, p.39)

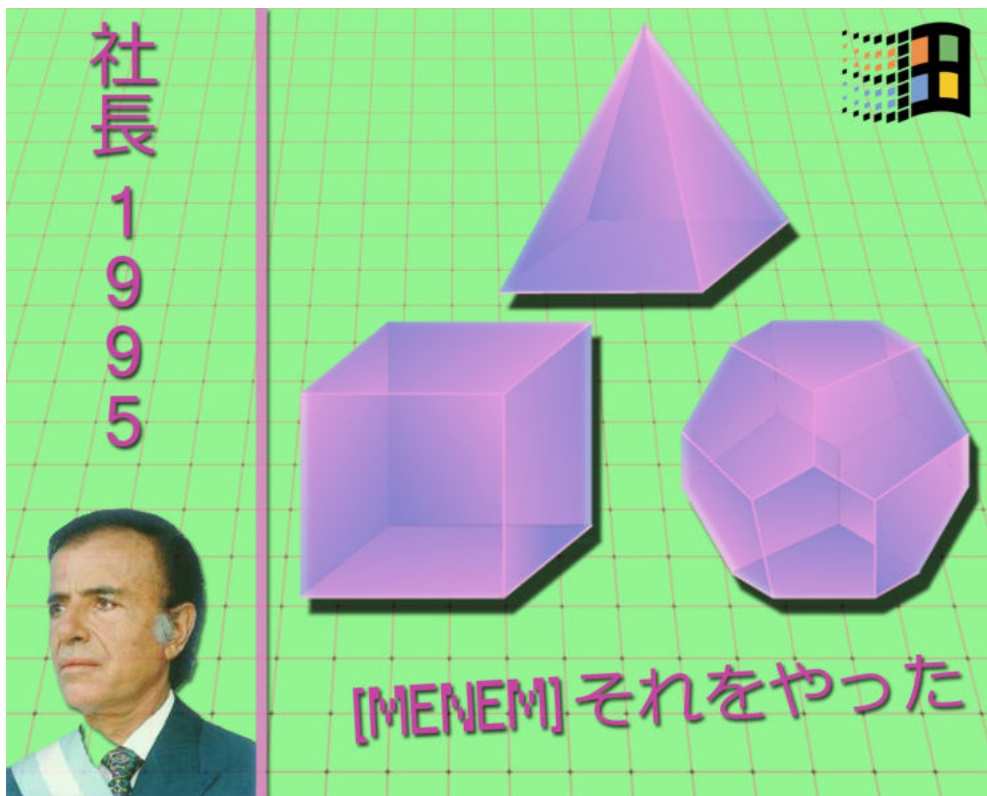
CAPÍTULO V: LA PARODIA EN EL VAPORWAVE

La parodia como recurso literario tiene su origen en una actitud de los autores respecto al mundo ideológico y estético de obras anteriores. “Puede ser una interpretación cómica de lo serio, un enfoque nuevo, subversivo y ridiculizador de lo tradicional, lo convencional, lo topicalizado” (Mollov, 2006). A la vez, la parodia nace de la originalidad del parodista, de su deseo de encontrar su propio camino artístico, ridiculizando los modelos consagrados. Dentro del *vaporwave* asistimos a dos tipos de parodia: la que ejerce el *vaporwave* sobre los productos culturales del pasado reciente y la parodia que el *vaporwave* hace sobre sí mismo.

A) Menem, un caso argentino

Dentro del primer caso de parodia podemos tomar un ejemplo argentino, el video 社長 1995 / [MENEM] それをやった²⁶ de un autor anónimo. Se trata de una parodia al spot de la campaña presidencial que Carlos Saúl Menem lanzó en 1999 con la consigna “Menem lo hizo”. Sobre la portada del *track* se superponen imágenes de dicha campaña con la música ralentizada, mientras una voz fantasmal va a enumerando los múltiples logros del candidato para finalmente afirmar “él puede no haber hecho todo, pero que hizo mucho nadie puede negarlo”. En 社長 1995 / [MENEM] それをやった se elimina toda investidura institucional, aquello que intentaba parecer serio es presentado muchos años después como algo ridículo, como la historia de una estafa que ya todos sabemos cómo termina. El efecto que produce es cómico y trágico a la vez, permite reírse del pasado pero también pone al descubierto el lado más oscuro de la cultura política de Argentina.

²⁶ VIDEO Nº18. [MENEM] それをやった, 社長 1995



Portada de 社長 1995 / [MENEM] それをやった, 2014

B) La parodia sobre リサフランク420 / 現代のコンピュー

Actualmente circulan en internet varios videos cuyo objeto parodiado es el mismo *vaporwave*, así como *memes* y chistes que lo toman como objeto de consumo irónico. El caso más recurrente es el que toma como objeto de parodia a リサフランク420 / 現代のコンピュー, la canción emblema de *Macintosh Plus*. En *YouTube* se pueden encontrar más de una decena de videos que exponen esta obra en una situación burlesca. Dichas parodias aplican a la obra original de *Macintosh Plus* los mismos principios que ella ejerce sobre sus objetos parodiados: ralentización, repetición y *sampleo*. Las portadas de estas parodias son siempre reactualizaciones en clave cómica de la tapa original del álbum *Floral Shoppe*.

Dentro de estas parodias hay un caso donde predomina el recurso de la ralentización de una forma exagerada (todavía más exagerada que la realizada por *Macintosh Plus*). Se trata de リサフランク420 / 現代のコンピュー 800% slower²⁷, donde el

²⁷ VIDEO Nº19. リサフランク420 / 現代のコンピュー 800% slower.

track es ralentizado al 800%, de esta forma, el tema de siete minutos y medio es convertido en otro de una hora de duración. El resultado son notas que quedan suspendidas por un largo lapso de tiempo y que cambian lentamente, las baterías suenan como olas que golpean en un mar digital, lo que produce un efecto terapéutico o introspectivo, mientras las voces emulan el canto de un coro adentro de una catedral. En esta obra el análisis ya no se basa simplemente en lo que dice el *vaporwave*, sino en la forma en que lo dice y en el bagaje de recursos artísticos que propone. Lo que demuestra es que si aplicamos estos recursos o herramientas creativas a distintos objetos culturales podemos construir nuevas obras a partir de la destrucción o alteración de obras anteriores, para así poder erigir una reflexión crítica, ya no solo sobre el pasado reciente, sino también sobre el presente cultural y tecnológico.

Otras parodias llevan el recurso de la repetición al extremo, como un video en el que suena リサフランク420 / 現代のコンピュー durante diez horas²⁸ o el video *MACINTOSH MACINTOSH PLUS PLUS* - リサフランク420 / リサフランク420 / 現代のコンピュー / 現代のコンピュー²⁹ donde la obra original de *Macintosh Plus* es superpuesta en dos tiempos diferentes con la descripción de “*double aesthetics*”.

También encontramos parodias que recurren al recurso del *sampleo* para producir un efecto humorístico. Es el caso de *CRYINGTOSH BEST* - リサフランク420 / 現代のコンピュー [*best cry ever*]³⁰ donde la melodía principal del tema es recreada con el llanto del personaje de una vieja serie de televisión o el de リサフランク420 / 現代のコンピュー (*kazoo / guitar cover*) que *samplea* la melodía con el sonido de un instrumento exótico llamado *kazoo*. En otro video la melodía principal es reemplazada por el canto de una rana³¹.

²⁸ VIDEO Nº20. リサフランク420 / 現代のコンピュー 10 hours

²⁹ VIDEO Nº21. *Macintosh Macintosh Plus Plus* - リサフランク420 / リサフランク420 / 現代のコンピュー / 現代のコンピュー.

³⁰ VIDEO Nº22. リサフランク420 / 現代のコンピュー [*best cry ever*], *Cryingtosh Best*.

³¹ VIDEO Nº23. *Reeeeeee 420*通常の近代, *Macintosh Plus Beta*

Otro recurso utilizado en las parodias sobre la canción de *Macintosh Plus* es el *mush up*, que consiste en mezclar sonidos de dos temas diferentes en una sola pista de audio. Aquí aparecen los casos donde *リサフランク420 / 現代のコンピュー* es mezclada con la voz de raperos como *Snoop Dog*³² o *Death Grips*³³ y otro donde el *mush up* es realizado con un video popular para niños titulado *Crazy Frog*³⁴.

Los recursos para producir el efecto de parodia parecieran no tener límites y apuntan cada vez a recursos menos tradicionales, como un conjunto de videos que intentan recrear un ambiente oscuro y distópico a partir de manipular el *pitch* o la tonalidad del tema original³⁵ u otro que reproduce la canción entera en reversa³⁶. Los casos que más se alejan de los recursos tradicionales son uno en el que *リサフランク420 / 現代のコンピュー*³⁷ es reproducida en vinilo y amplificada mediante un amplificador valvular llamado *McIntosh* y otro que propone una experiencia 360° en una portada intervenida del álbum *Floral Shoppe*³⁸.

Las diferentes parodias que se han hecho sobre el *vaporwave* quizás nos digan algo más. ¿Se trata acaso de una parodia como negación de la nostalgia, es decir, una burla al gesto de repensar el pasado cultural y tecnológico? ¿O se trata, tal vez, de llevar ese gesto aún más lejos? De este modo, aquello que atentaba contra las formas hegemónicas de producir música es al mismo tiempo atentado, hay una continuidad entre la operación de la parodia y el objeto parodiado, el *vaporwave* hace una parodia de sí mismo y utiliza sus recursos técnicos y estilísticos de una forma kamikaze.

³² VIDEO Nº24. スヌープ・ドッグ 420 / マリファナを毎日吸います (Macintosh Plus Snoop Dogg Smoke Weed Everyday), Smokinkush Blunts.

³³ VIDEO Nº25. Lord of 420 Death Grips, Macintosh plus.

³⁴ VIDEO Nº26. Diiiiii Dooooooooo Babababa Booooo, Macinfrog Crazy Plus 420.

³⁵ VIDEO Nº27. リサフランク420_ 現代のコンピュー [G-Major] / VIDEO Nº28. リサフランク420 / 現代のコンピュー In G Major / VIDEO Nº29. Spooky Shoppe. / VIDEO Nº30. The darkest future : Floral Shoppe 2.

³⁶ VIDEO Nº31. リサフランク420 / 現代のコンピュー [Reverse].

³⁷ VIDEO Nº32. Macintosh Plus through a McIntosh - Floral Shoppe - リサフランク420 / 現代のコンピュー Vinyl Recording

³⁸ VIDEO Nº33. リサフランク420 / 現代のコンピュー 360 music video.

C) Vaporwave y posmodernismo

El posmodernismo, al igual que el *vaporwave*, expresa la sociedad post industrial, que también podría interpretarse como sociedad de consumo, sociedad del espectáculo, sociedad de la información y la tecnología; en esta expresión, el posmodernismo pone en cuestión los grandes relatos de la modernidad. Las obras de los artistas que criticaban el mundo premoderno fueron consideradas feas, disonantes, oscuras, escandalosas, inmorales, subversivas, antisociales, pero hoy, artistas como Picasso están canonizados e institucionalizados. El posmodernismo marcó el fin del ego y del estilo personal, eliminó la pincelada individual y “aurática” que hacía a cada artista único y distintivo. Los productos culturales de la era posmoderna se han vuelto impersonales, y como bien indica Jameson, han dado lugar a la práctica del *pastiche*. Si en la modernidad las ideas de la clase dominante se establecían como la ideología dominante de una época, hoy en día los países capitalistas avanzados, con su heterogeneidad discursiva y estilística, carecen de algún tipo de norma o regla general.

Jameson describe el *pastiche* como “la imitación de una máscara peculiar, un discurso en una lengua muerta, carente de los motivos ulteriores de la parodia, amputada de su impulso satírico y despojada de risas (...) El *pastiche* es una parodia vacía, una estatua con cuencas ciegas”. Ante esta definición nos proponemos pensar el *vaporwave* como una forma de *pastiche* posmoderno que carece de institucionalidad y reconocimiento, y no se adapta a las formas artísticas consideradas aceptables y hegemónicas, ni responde a un relato único de verdad absoluta. En este sentido, podemos preguntarnos si el *vaporwave* realmente se trata, en el sentido estricto del término, de una forma de parodia, ya que la mayoría de las veces, el producto cultural del pasado que se toma como condición de producción no se presenta de forma clara, ni es reconocible.

El anonimato es un elemento clave dentro del género, dado que todos los artistas y productores se presentan con nombres de fantasía que crean sentido dentro del conjunto de miles de nombres igual de exóticos. En el *vaporwave*, la firma individual de las obras es

ocultada bajo múltiples seudónimos, que sumados, responden en su totalidad a una lógica de la *aesthetics*. La *aesthetics* o el repertorio audiovisual con el que el *vaporwave* crea sus materialidades artísticas atraviesa a todas las obras y a todos los artistas del género, es decir, sus nombres, títulos, músicas, portadas y videos. Una obra de *vaporwave* aislada del conjunto no tendría la fuerza ni el efecto estético de sentido que la obra adquiere si se la piensa como un eslabón más en la cadena de producción que la *aesthetics* regula y unifica.

CONCLUSIONES

El *vaporwave* nos interpela, nos hace sentido de diferentes maneras, establece un nexo entre lo personal y lo colectivo, y al hacerlo habla de nuestras significaciones imaginarias sociales. Es cierto que esto no sucede únicamente con el *vaporwave*, sino con la música en general, la diferencia radica en que el *vaporwave* crea una estética nueva, propia, consciente y con un estilo definido, a partir de productos culturales del pasado reciente. Es ese pasado compartido lo que unifica a la sociedad en el fenómeno de la nostalgia y es el *vaporwave* la forma artística que expresa esa nostalgia en la era de internet. Esa nostalgia es reflexiva, crítica, asume el desencanto de un mundo mediado por la tecnología y la información: en la sociedad post-industrial nada resultó ser como se esperaba, las promesas a futuro del progreso tecnológico nunca se cumplieron. Si bien Internet marcó el comienzo de un nuevo paradigma técnico y permitió nuevas formas de establecer vínculos entre las personas, no necesariamente hizo del mundo un lugar mejor. La lógica del sistema de producción capitalista, signada por el principio de la redundancia y la repetición, fue traducida estilísticamente por el *vaporwave* en sus “modos de hacer” y en sus recursos técnicos. La repetición de un mismo concepto en diferentes obras, su reproducción ilimitada, es lo que vuelve a este género de música algo más que un simple género musical, ese concepto es su gesto artístico, político y filosófico.

El tipo de nostalgia que manifiesta cada obra depende en gran medida de las materialidades que toma como condiciones de producción, observamos que algunas obras del *vaporwave* expresan ideas sobre la temporalidad, mientras que otras se refieren al mundo empresarial, comercial y publicitario. La diferencia radica únicamente en el motivo pero no en el concepto general ni en el estilo de cada obra. En el *vaporwave* la nostalgia está siempre presente, es el denominador común que sostiene el resto de las críticas habituales que se hacen dentro del género: la concepción lineal del tiempo, la idea del tecnologismo como el motor del progreso tecnológico, la sociedad de consumo y las ideologías dominantes que el sistema capitalista intenta imponer como verdad absoluta.

Sin embargo, la crítica no solo pone en evidencia aspectos negativos, sino que también puede manifestarse como reflexión y reivindicación de la cultura del pasado. El análisis de la nostalgia a través del *vaporwave* nos invita a pensar que, finalmente, no hay tanta diferencia entre el pasado reciente y la actualidad del tiempo presente, la distancia entre uno y otro es imaginaria, de contenidos pero no de formas. El tiempo presente de una cultura no es más que su pasado reciente actualizado, el *vaporwave* nos impide pensar el pasado como algo muerto, sino que nos ofrece un pasado vivo, que nos hace sentido en el aquí y ahora.

Para finalizar, si bien no podemos hablar de un pasado muerto en el *vaporwave*, observamos que en la heterogeneidad de las obras y en sus múltiples significados, también se puede, como en el caso de las parodias, tomar cierta distancia del pasado para superarlo. Se trata de una nostalgia no apegada a la solemnidad de la tradición, una nostalgia que nos sirve para reírnos de nosotros mismos y nos brinda herramientas para pensar la cultura de nuestro tiempo presente.

BIBLIOGRAFÍA

- Benjamin, W. (1973), *Tesis de filosofía de la historia*, Madrid: Taurus.
- Bergson, H. (1982), “El recuerdo del presente y el falso reconocimiento”, en *La energía espiritual*, Madrid: Espasa-Calpe.
- Bookchin, M. (1999), *La ecología de la libertad, Dos imágenes de la tecnología*, Madrid: Nossa y Jara Editores.
- Boym, S. (2001), *El futuro de la nostalgia*, Madrid: Ed. Antonio Machado Libros.
- Debord, G. (2012), *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La marca editora.
- Iruka, E. (2015), *Vaporwave, a dystopian musical codex*, Nueva York: Edición del autor.
- Jameson, F. (1991), *El posmodernismo o la logica cultural del capitalismo avanzado*, Madrid: Paidós.
- Jameson, F. (2002), *El giro cultural: escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*, Buenos Aires: Manantial.
- Tanner, G. (2016), *Babbling Corpse: Vaporwave & The commodittification of goth*. U.K: Zero Books (Versión Kindle).
- Virno, P. (2003), *El recuerdo del presente. Ensayo sobre el tiempo histórico*, Buenos Aires: Paidós.

FUENTES EN MEDIOS DIGITALES

- Anónimo (2012). *Blank Banshee "Blank Banshee 0"*. Concepto Radio. Recuperado de:

<http://www.conceptoradio.net/2012/09/10/blank-banshee-blank-banshee-0/>

- Anónimo. *Macintosh Plus. Biography*. Last.fm. Recuperado de:

<https://www.last.fm/music/Macintosh+Plus/+wiki>

- Anónimo (2016). *Macintosh Plus: Floral Shoppe*. Sputnik Music. Recuperado de:

<https://www.sputnikmusic.com/review/61016/Macintosh-Plus-Floral-Shoppe/>

- Chandler, S. (2016). *Vectors of Vektroid and Vaporwave*. Bandcamp Daily. Recuperado de:

<https://daily.bandcamp.com/2016/06/21/vektroid-interview/>

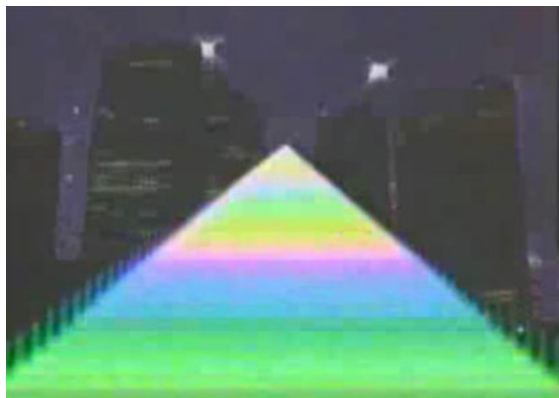
- Mollov, P. (2006), *Problemas teóricos en torno a la parodia*. Revista electrónica de estudios filológicos. Recuperado de: <https://www.um.es/tonosdigital/znum11/estudios/12-parodia.htm>

FUENTES AUDIOVISUALES

- **VIDEO N°1:** *Chuck Person : Chuck Person's Eccojams Vol. 1*. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=8Pu6l_7lrk8



- **VIDEO N°2:** *B4, Chuck Person*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=-RFunvF0mDw>



- **VIDEO N°3:** *James Ferraro : Far Side Virtual*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=pd-uSm8ittU>



• **VIDEO N°4:** *Floral Shoppe, Macintosh plus*. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=-aqlRgU6H4Y>

<https://beerontherug.bandcamp.com/album/floral-shoppe>



• **VIDEO N°5:** *Blank Banshee 0, Blank Banshee*. Recuperado de:

https://www.youtube.com/watch?v=8oBbJg_PqbU

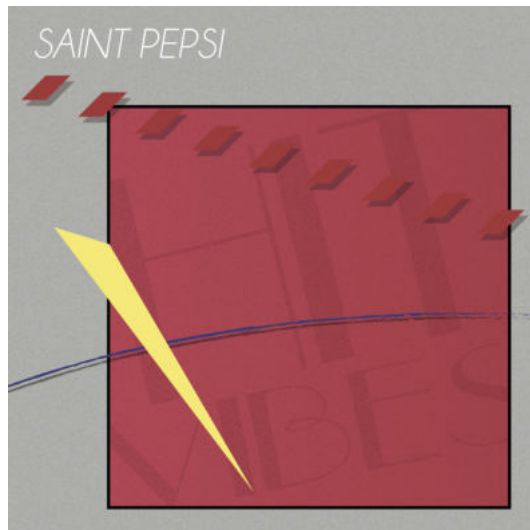
<https://blankbanshee.bandcamp.com/album/blank-banshee-0>



• **VIDEO N°6.** *Hit Vibes, Saint Pepsi.* Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=3r2zleGxv7w>

<https://keatscollective.bandcamp.com/album/hit-vibes>



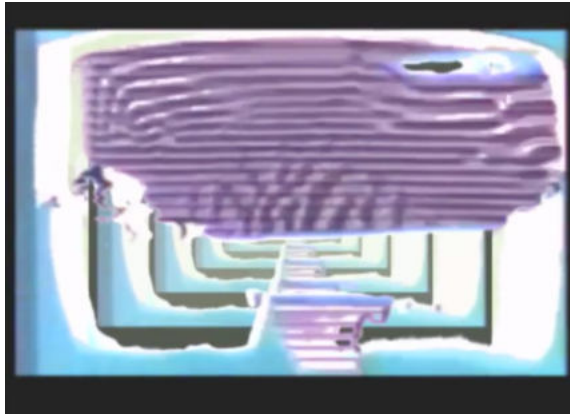
• **VIDEO N°7.** *リサフランク 420 / 現代のコンピュー, Macintosh Plus.* Recuperado de:

https://www.youtube.com/watch?v=_4gl-FX2RvI



• **VIDEO Nº8.** ブート, *Macintosh Plus*. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=3QWxjgmM7cs>



• **VIDEO Nº9.** *Passage à l'acte*, Martin Arnold. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=UCnph6Clz3A>



• **VIDEO Nº10.** *Internet Club*, *Vanishing vision*. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=txIFTuI0r-Q>



• **VIDEO N°11.** *Enjoy yourself, Saint Pepsi.* Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=qzj4gHuH2LA>



• **VIDEO N°12.** *Saint Pepsi, Cherry Pepsi.* Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=OrR1TGQY20Y>



• **VIDEO N°13.** *Architecture in Tokyo - ヒスイ MARBLE (ft. ULTRA ウルトラ).* Recuperado

de: <https://www.youtube.com/watch?v=kbQN0JnzWkA&list=RDkbQN0JnzWkA&t=5>



- **VIDEO N°14.** *PrismCorp Virtual Enterprises - Home™ (Full Cassette Rip)*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=hjbZyXod3mc>



- **VIDEO N°15.** *PrismCorp Virtual Enterprises - ClearSkies™ (Full Cassette Rip)*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ieuGJL8Ayvk>



- **VIDEO N°16.** *Wave Temple, Internet Club*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Z3CO4GjEi6s>



- **VIDEO N°17.** *NEON PALM MALL (Vaporwave Mix + Video).* Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=FZUfiW3W1KY>



- **VIDEO N°18.** *[MENEM] それをやった, 社長 1995 -* Recuperado de:
https://www.youtube.com/watch?v=_k6uGALVsBc



- **VIDEO N°19.** *リサフランク 420 / 現代のコンピュー 800% slower, Macintosh Plus.*
Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=DHghOv14BSc>



• **VIDEO N°20.** リサフランク 420 / 現代のコンピュー 10 hours, *Macintosh Plus*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=MhK-fuLbPTA>



• **VIDEO N°21.** *Macintosh Macintosh Plus Plus* - リサフランク 420 / リサフランク 420 / 現代のコンピュー / 現代のコンピュ. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=luM5xhqfEextU>



• **VIDEO N°22.** リサフランク 420 / 現代のコンピュー [best cry ever], *Cryingtosh Best*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ZjkCuPlqWcg>



- **VIDEO N°23.** ReeEEEEEE 420 通常の近代, *Macintosh Plus Beta*. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=2CjEH6eNqNY>



- **VIDEO N°24.** スヌープ・ドッグ 420 / マリファナを毎日吸います (*Macintosh Plus Snoop Dogg Smoke Weed Everyday*), *Smokinkush Blunts*. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=JEgZ9wCioJU>



- **VIDEO N°25.** *Lord of 420 Death Grips*, *Macintosh plus*. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=yQzNZR-LXZc>



• **VIDEO N°26.** *Diiiiii Doooooooo Babababa Booooo, Macinfrog Crazy Plus 420.* Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=5zMm54wL9ZQ>



• **VIDEO N°27.** *リサフランク 420 _ 現代のコンピュー [G-Major], Macintosh Plus.* Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=YDptvrwRI74>



• **VIDEO N°28.** *リサフランク 420 / 現代のコンピュー In G Major, Macintosh Plus .* Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=jgTRXjC69ZA>



- **VIDEO N°29.** *Spooky Shoppe*. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=vvHDtF7jag8>



- **VIDEO N°30.** *The darkest future : Floral Shoppe 2*. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=0xswbodQMnY>



- **VIDEO N°31.** *リサフランク 420 / 現代のコンピュー [Reverse], Macintosh Plus*.
 Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=BVwXxTZwPs8>



• **VIDEO N°32.** *Macintosh Plus through a McIntosh - Floral Shoppe - リサフランク 420 / 現代のコンピュー Vinyl Recording.* Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=acKprMKyKT0>



• **VIDEO N°33.** *リサフランク 420 / 現代のコンピュー 360 music video, Macintosh Plus.*

Recuperado de: - <https://www.youtube.com/watch?v=4fC75nsp4-Y>

