

SAD_JOTAMARIO : Una mirada a la imagen en el *Vaporwave*

Categoría 2 – Texto breve

Jorge Alejandro Llanos Rojas

*“Tenemos —exactos— lo mismos dolores de los días
en que dimos puntapié a todo lo que estorbaba”. Daniela Gaitán.*

Se preguntará el lector al leer el título de este texto: ¿por qué está escrito de esa manera —incorrecta gramaticalmente— y qué significa el *Vaporwave*? A medida que se avance en la comprensión de este concepto, propio de la última década, se irá desenredando el misterio, planteando una reflexión a este tipo de manifestaciones estéticas desligadas de los grandes espacios del arte y puestas a disposición, edición y uso de los usuarios de internet.

El término *Vaporwave* engloba una serie de manifestaciones plásticas, musicales y estéticas de gran interés. En primera medida, se refiere a un género musical¹ creado por usuarios de internet a principios del año 2010 y difundido a través de plataformas musicales como *BandCamp* o *SoundCloud*. Su nacimiento surge como una crítica al consumismo y a la cultura *yuppie* de los años 80s —palpable en el minimalismo musical y el uso de canciones antiguas— acompañado de mezclas de *samples*² y pistas de los años 70s, 80s y 90s.

Este género cuenta con un lenguaje plástico llamado «A E S T H E T I C», caracterizado por su marcado interés en la cultura japonesa —productos audiovisuales y lenguaje escrito— la escultura helenística, los fósiles de la primera tecnología digital, etc.³ La «A E S T H E T I C» puede entenderse como anti-arte o no- arte —al igual que con el dadaísmo— ya que: “*no surge de un deseo de conocer, transformar o mejorar la realidad, sino que se presenta como un movimiento nihilista, como una contestación total de todos los valores, incluido el arte mismo*”.⁴

Al tener la libertad de experimentar con las imágenes a voluntad y entenderse con su componente musical en hibridación virtual perfecta, el *Vaporwave* teje su producción junto a la nostalgia de sus espectadores y escuchas de manera global —como fenómeno virtual— y de forma local, siendo un ejemplo singular la figura del periodista y presentador colombiano Jota Mario Valencia. Al igual que con las esculturas griegas, las imágenes de las

¹ ¿De dónde surge su nombre? *Vaporwave* es un adjetivo de la jerga económica que se utiliza para describir un producto fallido que nunca salió al mercado.

² Porción o trozo de canción que es reutilizada en otro producto, editada, ralentizada o repetida.

³ En palabras del YouTuber FrankJavcee: “Es como alguien que vive en un vertedero en un futuro distópico que encuentra un montón de cintas VHS viejas, es la única persona en el mundo y se siente muy solo pero también está drogado en Japón, flotando en el cielo”.

⁴ El Dadaísmo, movimiento artístico anti-arte. Tomado el 06 de agosto de 2019 de: <http://bit.ly/2MbpiQn>

décadas pasadas y el interés por lo retro, con la imagen de Jota Mario Valencia surgió un tipo de desmembramiento plástico⁵. Este desmembramiento en las imágenes, fuera de lugar y descontextualizadas, evoca la reminiscencia de un pasado muy cercano a las personas que de niños fueron televidentes de su trabajo.



Imagen: Fanpage de Facebook “J o t a m a r i o Sadposting ヌード”.

Arrancar la imagen de Jota Mario de la televisión y hacerla viral en imágenes que no tienen nada que ver con su contexto real —a través de redes sociales como Facebook o Twitter— es una de las manifestaciones virtuales más populares y menos estudiadas que posee esta

⁵ Este desmembramiento plástico surge de la posibilidad de acceso a los productos culturales que acompañaron la infancia de muchas personas y permearon toda una generación de tránsito —una que vio desde pequeños el uso del internet como una herramienta exclusiva hasta convertirse en una «necesidad» actual, el cambio tecnológico y sus transformaciones, la digitalización de muchos documentos y archivos que ahora tienen acceso público— convirtiendo a los creadores de imágenes *Vaporwave* en unos obsesos del recuerdo, una obsesión que se plasma en la estética que inunda los espacios virtuales y hace parte de cada uno de los consumidores digitales de imágenes.

generación. Pero aquello no funciona de forma automática, hace parte de procesos tecnológicos —la edición, el conocimiento de internet, la posibilidad de acceso a un amplio archivo televisivo guardado en internet— y la nostalgia.

Esa nostalgia, un síntoma de nuestro tiempo, la podemos entender —en la imagen— a partir de la mirada de Gastón Bachelard en su texto «La poética del espacio (1957)». En la apreciación de una imagen poética atravesamos dos procesos: «resonancia» y «repercusión», como bien lo explica Gajardo Moller (2003):

“La resonancia tiene relación con el encuentro del espectador con la experiencia estética, donde quien contempla una representación absorbe todo aquello que la imagen nos está revelando, conectando aquello que busca evidenciar quien la realiza, con las apreciaciones del que las recibe. La repercusión es aquello que interpreto, comprendo o adquiero de la experiencia estética, está directamente relacionada con la resonancia, pues proviene de un cúmulo de ellas. El espectador se apropia e interioriza la imagen de modo que pasa a ser un intérprete de una nueva creación, asimilando las representaciones que provienen de los recuerdos”.⁶

Al atravesar el proceso de resonancia, donde el espectador anónimo de redes sociales observa una imagen editada de Jota Mario —creada con el fin de expresar una idea, un sentimiento o una burla hacia el personaje— la repercusión se concentra en apropiarse la imagen de Jota Mario e interiorizarla con los recuerdos personales del espectador. Al atravesar la experiencia estética por medio de la «A E S T H E T I C» —a manera personal y descalificando el interés general que pueda contener la información o el uso de la imagen— se refuerza la conexión entre el individuo y la imagen a partir del sentimiento y la nostalgia, características propias del *Vaporwave*, creando así una nueva representación de esa creación, ligada propiamente a sus recuerdos personales.

Este tipo de imágenes, comúnmente llamadas «memes», hacen parte de un concepto proveniente de la biología. El término «meme» “(...) fue creado por el biólogo Richard Dawkins para explicar la evolución humana. Según él, estamos determinados biológicamente por genes y culturalmente por memes. Un meme es un paquete de

⁶ Gajardo Moller (2003). Una conexión afectiva y poética entre el tiempo vivido y el tiempo cronológico de las generaciones”. Re-constitución de la memoria: Objetos, Vestigios y Huellas, Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, Facultad de Artes, Escuela de Arte, 2003. P.29.

*información que incluye instrucciones de uso y que coloniza la inteligencia de un sujeto, convirtiéndolo en un replicante”.*⁷

El consumo incesante de imágenes y su posterior re-creación —atravesado el proceso de resonancia y repercusión por parte del espectador— se entrelaza con la definición del comportamiento «replicante» del meme, brindada por Richard Dawkins en su libro «El gen egoísta (1976)» donde afirma que: “*Los memes son transmitidos de una forma alterada. (...) Parece como si la transmisión de los memes se ve sometida a una mutación constante, y también a una fusión*”.



Imagen: Fanpage de Facebook “J o t a m a r i o Sadposting 又ード”.

La imagen de Jota Mario se transmite a partir del canal digital de forma alterada —resinificándose a partir del lenguaje plástico del *Vaporwave*— mutando a partir de la experiencia estética del espectador, generando así múltiples creaciones que surgen de la experiencia entre espectador e imagen. La imagen se replica, es decir se repite, a lo largo de

⁷ Marina, J (2017) Los memes y la invasión de los replicantes. Tomado el 07 de agosto de 2019 de: <http://bit.ly/2Z1W4VW>

internet y cada uno de los usuarios puede editarla a su gusto, compartirla y extraer de ella el significado que más se acerque a su emoción, ya sea desde un punto de vista nostálgico o humorístico.

De esta forma se gesta la síntesis perfecta de la unión entre la «A E S T H E T I C» y la imagen local, ya que hace uso de los recursos digitales y las influencias virtuales para dar vida a un producto totalmente distinto. La re-significación de la imagen a partir de la nostalgia y su apropiación por parte de los usuarios —o espectadores— de internet demuestra que: “(...) *ahora es difícil marcar la delgada línea donde una cosa deja de ser eso y pasa a ser otra distinta*”.⁸

Para muchos la imagen de su infancia —en lo que respecta a tener un televisor con solo dos canales— es Jota Mario Valencia por un lado y Padres e Hijos por el otro. Es por eso que este tipo de imágenes, compartidas como memes y creadas a partir de un lenguaje plástico característico del *Vaporwave*, hacen parte de la vida de muchas personas, de sus recuerdos, son una característica de las personas que vieron florecer el internet y de una generación que no está dispuesta a dar paso a las etapas, buscando saciar esa herida a partir de la reafirmación del tiempo pasado y el recuerdo de sus memorias, por infantiles que parezcan.

⁸ Fernández, I (2018) Somos cultura meme: entenderlos es entender el tiempo en el que vivimos. Tomado el 07 de agosto de 2019 de: <http://bit.ly/31wGwas>

Bibliografía:

- Dawkins, R (1976) El gen egoísta. Epub Libre. Traducción de Juana Robles Suarez.
- Gajardo Moller (2003). Una conexión afectiva y poética entre el tiempo vivido y el tiempo cronológico de las generaciones”. Re-constitución de la memoria: Objetos, Vestigios y Huellas, Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, Facultad de Artes, Escuela de Arte, 2003. P.29.
- Marina, J (2017) Los memes y la invasión de los replicantes. Tomado el 07 de agosto de 2019 de: <http://bit.ly/2Z1W4VW>
- Marqués, A (2015). La tendencia Vaporwave. Tomado el 06 de agosto de 2019 de: <https://bit.ly/2Nrbpam>