

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CURSO 2024-2025

**Del negro al azul: Nostalgia, marca y contradicción en
la obra de Lana Del Rey (2012-2025)**

Trabajo de disertación

JAVIER FUERTES GONZÁLEZ

Tutor académico: Francisco Javier García Herrero

SEGOVIA, julio de 2025

Índice

1	<i>Introducción</i>	4
1.1	Justificación del tema elegido	5
2	<i>Hipótesis de salida</i>	6
3	<i>Objetivos de la investigación</i>	6
3.1	Objetivo general	6
3.2	Objetivos específicos	7
4	<i>Marco teórico</i>	7
4.1	La figura femenina en la industria de la música y la evolución del género pop.	7
4.2	Biografía y trayectoria de Lana del Rey.	8
4.3	Creación de Lana del Rey como marca.	10
4.3.1	Identidad y posicionamiento de marca	11
4.3.2	Narrativa de marca y storytelling	11
4.3.3	Estética visual como lenguaje de marca	11
4.3.4	Valores de marca	11
4.3.5	Simbología y universo semiótico	12
4.3.6	Audiencia y comunidad de marca	12
4.3.7	Medios y canales de distribución de la marca	12
4.4	El silencio como forma de comunicación en la marca Lana Del Rey	12
4.5	Impacto en la sociedad y en la industria musical.	14
4.6	El paso del negro al azul, la nostalgia y la romantización de la violencia... 15	
4.7	Lana Del Rey y el empleo de sus canciones y videoclips como arma propagandista estadounidense.	16
5	<i>Metodología</i>	19
5.1	Diseño metodológico	19
5.2	Corpus de análisis	20
5.3	Justificación del corpus de análisis	20
5.4	Técnicas de análisis	21
6	<i>Contextualización histórica</i>	22
6.1	Contexto económico	22
6.2	Contexto político	22
6.3	Contexto sociológico	23
7	<i>Análisis de los temas elegidos</i>	23
7.1	Video games	24
7.1.1	Contexto cultural y artístico	24
7.1.2	Voz lírica y narrativa emocional	24
7.1.3	Análisis de la letra y recursos retóricos	25
7.1.4	Estética visual y lenguaje corporal en el videoclip	26
7.1.5	Resultado crítico	30

7.2	Get Free	30
7.2.1	Contexto cultural y artístico	30
7.2.2	Voz lírica y narrativa emocional	31
7.2.3	Análisis de la letra y recursos retóricos.....	32
7.2.4	Resultado crítico	34
7.3	Henry, come on	35
7.3.1	Contexto cultural y artístico	35
7.3.2	Voz lírica y narrativa emocional	36
7.3.3	Análisis de la letra y recursos retóricos.....	36
7.3.4	Resultado crítico	38
8	<i>Discusión de la investigación</i>	38
9	<i>Conclusiones</i>	39
10	<i>Anexos</i>.....	41
10.1	Anexo 1: Letras de las canciones analizadas	41
11	<i>Bibliografía</i>.....	47

1 Introducción

En la era del hiperconsumo digital, donde la imagen pública de los artistas se crea en un instante, Lana Del Rey supo consolidarse como una marca compleja, contradictoria y con un gran cargamento de simbologías dentro del panorama musical actual. Entre el personaje que ella creó y la persona, entre lo frágil y lo poderoso, su persona crea una narrativa que va más allá de la música: profundiza en la identidad femenina, en el deseo, la pérdida, la nación y el trauma desde una estética cinematográfica y cuidadosamente construida.

Desde sus comienzos con *Born to Die* (2012), fue objeto de fascinación y controversia. Su voz melancólica, todas las referencias visuales a la cultura norteamericana del siglo XX, y su constante juego con el dolor y la belleza han generado un fenómeno cultural. ¿Es Lana Del Rey una crítica al sistema o un producto de este? ¿Es una mujer que se rinde ante el amor romántico o una cantautora que juega con el sentimentalismo desde una perspectiva irónica?

A lo largo de este trabajo de fin de grado analizaremos, desde un enfoque crítico-cultural y personal, la obra musical de Lana Del Rey como una construcción simbólica que nos narra discursos sobre el género, la emocionalidad y la identidad nacional. Pretendo entender como utiliza su estética como una forma de discurso, como representa el sufrimiento como una herencia cultural, y como su forma de no comunicarse también constituye una estrategia comunicativa.

La selección de algunos videoclips que se van a analizar no son elegidos de manera aleatoria: cada uno representa una etapa dentro de su evolución artista y emocional. Desde la glorificación de violencia doméstica, donde Del Rey crea una narrativa donde la contradicción no es una debilidad, sino una forma de enfrentarse a ella, todo en un mundo que exigen discursos y posicionamientos claros, Lana responde con ambigüedad, nostalgia y belleza.

Este trabajo no busca unas respuestas concretas, sino abrir preguntas sobre que implica crear un relato desde la contradicción. A través de sus letras y videoclips, Lana Del Rey nos invita a vivir emociones incómodas, a romantizar la tristeza, el deseo y la complejidad

emocional como una parte lícita de la experiencia femenina. Analizar su obra es también reflexionar sobre cómo el arte puede convertirse en un refugio para el artista y los seguidores, pero también en una forma de enfrentarse al mundo.

1.1 Justificación del tema elegido

La elección de este tema como objeto de estudio responde a la necesidad de investigar como la música pop actual funciona no solo como fuente de entretenimiento, sino como un espacio simbólico de crítica cultural y de identidad colectiva. En un panorama artístico saturado, plagado de discursos de empoderamiento y producciones homogéneas, la obra de Lana destaca precisamente por resistirse a esto. Su estética marcada de diferentes matices, silencios, contradicciones y símbolos abren diferentes maneras de leer su obra.

Uno de los aspectos más interesantes que me motivaron a realizar esta investigación es la forma en la que Lana Del Rey es comprobar si ha creado una marca, de una manera progresiva, una marca artística con vida propia. Desde sus comienzos, la artista ha sabido crear una identidad estética tan sólida como ambigua: una figura que parece más un personaje que una persona real, y que sin embargo consigue emocionar desde lo más íntimo. Ese juego entre lo real y la ficción, consigue que su posible marca sea algo más que una estrategia de marketing. Es una narrativa que evoluciona con cada disco, videoclip y apariciones tanto en redes como en público.

Analizar la marca de Lana Del Rey implica adentrarse en un mundo donde el arte se encuentra con la ideología y donde la estética no es solo la forma de contar algo sino también la profundidad del mensaje y donde la narrativa de la tristeza, el deseo y la pérdida se convierte en una forma alternativa de representar lo femenino. A través de su figura, se crean discursos sobre el amor romántico, el dolor estético y la dependencia emocional que siguen teniendo una gran presencia en la sociedad actual.

Además, el tratamiento visual y simbólico que Del Rey crea en sus videoclips convierte su trabajo en un objeto ideal de análisis académico desde una perspectiva crítica. No se trata únicamente de estudiar a una artista, sino de preguntarse que tipo de discursos

legítima la industria musical, y de qué manera ciertas estéticas (como la fragilidad, la tristeza o la romanización de la decadencia) pueden contener unos fuertes mensajes ideológicos.

Este trabajo se justifica, por su capacidad de establecer un puente entre lo personal y lo cultural. A través del análisis de la obra de Lana, se busca no solo interpretar una propuesta artística, sino también reflexionar sobre cómo sentimos, representamos y *estetizamos* el sufrimiento y la identidad femenina en la sociedad actual.

2 Hipótesis de salida

Se parte de la hipótesis de que Lana Del Rey ha construido una marca artística y comercial basada en una estética de la melancolía, la oscuridad emocional y la *romantización* del sufrimiento femenino, que no solo influye en la cultura pop actual, sino que también funciona como un vehículo de cambio ideológico a los símbolos estadounidenses desde el siglo XXI y finales del XX. Mediante sus canciones, videoclips y su forma de comunicar (caracterizada por el silencio y el distanciamiento de los medios), Lana logró crear un discurso estético evitando la crítica social y convirtiéndola en una estética emocionalmente atractiva y de gran poder cultural.

3 Objetivos de la investigación

3.1 Objetivo general

El objetivo general es analizar la evolución artística y simbólica de Lana Del Rey como una marca dentro de la industria musical, examinando su estética, su comunicación, así como su impacto cultural e ideológico dentro del contexto del pop contemporáneo.

3.2 Objetivos específicos

- Investigar sobre el papel de la figura femenina en la industria musical contemporánea y su representación dentro del género pop, tomando como referencia el caso de Lana Del Rey.
- Describir la trayectoria artística de Lana Del Rey y analizar la creación de su identidad como marca a lo largo del tiempo.
- Entender la evolución estética y simbólica de su obra, con especial fijación en el tránsito del imaginario oscuro (“negro”) hacia uno más introspectivo y luminoso (“azul”).
- Investigar como sus canciones y videoclips forman parte de la *romantización* de la violencia emocional y del sufrimiento femenino como recurso narrativo y estético.
- Analizar el uso de símbolos y *storytellings* patrióticos estadounidenses en su obra para comprender su posible función como instrumento propagandístico.
- Estudiar su estrategia de comunicación con el público, centrándose en el misterio y el silencio, y como esto refuerza su marca personal y su estética artística.

4 Marco teórico

4.1 La figura femenina en la industria de la música y la evolución del género pop.

“La representación de las mujeres en la música popular ha sido modelada históricamente por relaciones de poder patriarcales, que determinan cómo se construyen sus cuerpos, su imagen y su voz para la industria y el público” (Whiteley, 1997). Desde mediados del siglo XX, y más concretamente con el auge de la cultura pop en los años cincuenta y sesenta, las mujeres empezaron a aparecer en espacios cada vez más importantes dentro de la industria musical, si bien lo hicieron, en muchos casos, bajo estrictas normas estéticas y de comportamiento impuestas por los aparatos de producción y promoción cultural (Negus, 1996).

En la primera etapa del pop, figuras como Connie Francis o Brenda Lee fueron construidas como productos de consumo asociados a modelos femeninos tradicionales,

reproduciendo estereotipos de docilidad, romanticismo pasivo y domesticidad (Wald, 1998). No obstante, a partir de los años setenta y ochenta, con artistas como Madonna, surgió una ruptura significativa en lo ya establecido y normalizado por la sociedad. Madonna no solo ejerció pleno control sobre su imagen y producción artística, sino que también se enfrentó a las normas sexuales y sociales al convertir su corporalidad en un campo de batalla cultural y político (Railton & Watson, 2011). En este momento, se empieza a consolidar una figura femenina que utiliza la *espectacularización* de la imagen como estrategia de marca.

Durante las décadas siguientes, la figura de la mujer en el pop ha continuado evolucionando en un terreno cambiante entre la autoafirmación y la *objetualización*. Las artistas pop se han convertido tanto en sujetos creativos como en marcas comerciales, muchas veces articulando discursos feministas o postfeministas a través de sus obras, pero también negociando constantemente su autenticidad y autonomía en un contexto donde las exigencias del capital simbólico y económico siguen operando con fuerza (Gill, 2007).

En la actualidad, artistas como Beyoncé, Taylor Swift o Lana Del Rey representan distintos modelos de esta evolución. Beyoncé, por ejemplo, ha reivindicado una identidad negra y feminista desde una posición de poder en la industria mainstream, mientras que Swift ha convertido su narrativa biográfica en una estrategia de marca. Por su parte, Lana Del Rey ha desarrollado una estética retro que recurre a arquetipos femeninos del pasado (la mujer triste, la musa trágica, la amante nostálgica) para resignificarlos desde una perspectiva contemporánea que, aunque ha sido objeto de críticas, también se interpreta como un ejercicio de subversión melancólica.

4.2 Biografía y trayectoria de Lana del Rey.

Incluir una breve biografía de Lana Del Rey para el análisis de su marca resulta imprescindible, ya que permite poner en contexto los elementos que marcan su identidad artística y comercial. Tal como señalan varios estudios en el ámbito del branding personal, **“la construcción de una marca no puede entenderse de manera aislada respecto a la trayectoria vital de la figura analizada”** (Hearn, 2008). En el caso de Lana Del Rey, la evolución desde su identidad original como Elizabeth Grant hasta la consolidación del

personaje artístico que actualmente representa constituye un ejemplo de elaboración consciente de una marca personal en la industria cultural contemporánea.

Esta transformación, que implica un cambio no solo de nombre sino también de estética, discurso y posicionamiento mediático, refleja decisiones estratégicas que se fundamentan en elementos biográficos concretos. Sus experiencias personales (como su lucha contra el alcoholismo en la adolescencia, su formación universitaria en filosofía o su temprana inmersión en el mundo del arte y la música independiente) ofrecen herramientas fundamentales para comprender los códigos de su narrativa artística y visual. Como afirman Banet-Weiser (2012), en la era del capitalismo cultural, las marcas personales se articulan a partir de relatos de autenticidad contruidos sobre elementos biográficos seleccionados y “performativamente” elaborados.

Además, su biografía nos permite analizar la coherencia entre el discurso musical y el discurso de la marca, en tanto los temas recurrentes en sus letras (como la nostalgia, la decadencia americana o la figura de la mujer fatal) se vinculan con su propia historia y sus referencias culturales. Por lo tanto, considerar estos elementos no solo enriquece el análisis, sino que lo hace más coherente.

Elizabeth Woolridge Grant, conocida artísticamente como Lana Del Rey, nació el 21 de junio de 1985 en Nueva York. Es la mayor de tres hermanos; su madre, Patricia Hill, trabajaba en publicidad, y su padre, Robert Grant, se dedicaba al sector inmobiliario y posteriormente a la inversión en dominios de internet. A los pocos meses de nacer su familia se trasladó a Lake Placid, en las Montañas Adirondack, donde creció en un entorno rural.

Durante su adolescencia, Del Rey enfrentó problemas relacionados con el consumo de alcohol, lo que llevó a sus padres a matricularla en el Kent School, un internado en Connecticut, para abordar esta situación. A los 18 años, logró superar su adicción. Posteriormente, se trasladó a Long Island, donde su tío le enseñó a tocar la guitarra, lo que despertó su interés por la música. Más tarde, estudió Filosofía en la Universidad de Fordham, en el Bronx, donde se graduó en 2008.

Inició su carrera musical bajo el nombre de Lizzy Grant, publicando el EP Kill Kill en 2008 y el álbum Lana Del Ray A.K.A. Lizzy Grant en 2010. Sin embargo, fue en 2011 cuando adoptó el nombre artístico "Lana Del Rey" y alcanzó la fama con el sencillo "Video Games", que se viralizó en YouTube. Este éxito le permitió firmar con los sellos Interscope y Polydor, y lanzar su segundo álbum, *Born to Die* (2012), que se convirtió en un éxito comercial y crítico.

A lo largo de su carrera, Del Rey ha lanzado varios álbumes aclamados por la crítica, como *Ultraviolence* (2014), *Lust for Life* (2017), *Norman Fucking Rockwell!* (2019) y *Chemtrails over the Country Club* (2021). Su estilo musical ha sido descrito como una mezcla de pop alternativo, *dream pop* y *baroque pop*, caracterizado por letras melancólicas y una estética visual nostálgica que evoca la cultura estadounidense de mediados del siglo XX.

Además de su carrera musical, Del Rey ha incursionado en la poesía y la narrativa. En 2020, publicó el libro de poesía *Violet Bent Backwards Over the Grass*, acompañado de un álbum de *spoken word* del mismo nombre. En 2023, lanzó su décimo álbum de estudio, *Did You Know That There's a Tunnel Under Ocean Blvd*, que recibió elogios de la crítica y consolidó su estatus como una de las artistas más influyentes del siglo XXI.

4.3 Creación de Lana del Rey como marca.

La transformación de Elizabeth Grant en Lana Del Rey se puede contemplar como un ejemplo de cómo una figura artística puede convertirse en una marca personal sólida, coherente y reconocible en el contexto actual de la industria musical. Este paso de persona a marca implica no solo un cambio de nombre artístico, sino la creación de un ecosistema simbólico, narrativo y visual que funciona como producto cultural y como una entidad propia con valores propios. Como indican autores como Peters (1997) o Montoya (2002), la marca personal (o personal branding) implica la gestión estratégica de la percepción que los demás tienen de un individuo, transformando su identidad en una propuesta de valor distintiva y emocionalmente resonante.

4.3.1 Identidad y posicionamiento de marca

Lana Del Rey se entiende como la encarnación de una identidad artística cuidadosamente construida que mezcla elementos de nostalgia, melancolía, feminidad y decadencia glamorosa. Desde sus inicios, la artista ha proyectado una imagen coherente que remite a los arquetipos femeninos de la cultura estadounidense de mediados del siglo XX: la musa trágica, la amante doliente, la figura fatalista y pasiva con una intensa vida emocional. Esta construcción responde a una estrategia de posicionamiento que diferencia su marca dentro del saturado panorama pop contemporáneo, apelando a una audiencia que valora la estética vintage, lo introspectivo y lo narrativo.

4.3.2 Narrativa de marca y storytelling

Una de las piezas clave en el branding de Lana Del Rey es su storytelling. A través de sus letras, videoclips, entrevistas y performance pública, la cantante ha construido una narrativa basada en el amor destructivo, la melancolía existencial y la fascinación por la América decadente. Esta narrativa funciona como un hilo conductor que no solo da cohesión a su obra musical, sino que también se extiende a su imagen pública, generando un universo narrativo que el público reconoce y consume como parte integral de la marca.

4.3.3 Estética visual como lenguaje de marca

Del Rey pretende cultivar una fuerte estética visual: filtros de cámara analógica, vestuario inspirado en los años 50 y 60, iconografía religiosa, referencias al Hollywood clásico, paisajes suburbanos y carreteras infinitas. Sus videoclips y sesiones fotográficas funcionan como expresiones visuales de su marca, en las que se combina lo cinematográfico con lo íntimo y melancólico. Este lenguaje visual actúa como un *brand code* reconocible, que convierte su imagen en un símbolo. Según Schroeder (2005), el diseño visual es un elemento central en el branding contemporáneo, ya que materializa valores abstractos en formas tangibles y emocionalmente evocadoras.

4.3.4 Valores de marca

Los valores que configuran la marca Lana Del Rey incluyen la autenticidad emocional, la vulnerabilidad estética, la belleza decadente y la introspección romántica. Estos valores van dirigidos a un público que busca una experiencia estética más reflexiva, alejada de los discursos empoderados dominantes del pop actual. Aunque esta posición ha sido

criticada por sectores del feminismo por reproducir ciertos estereotipos de pasividad femenina, también ha sido defendida como una forma alternativa de empoderamiento desde lo sensible.

4.3.5 Simbología y universo semiótico

El universo simbólico que rodea a Lana Del Rey incluye una serie de signos que operan como conexiones de marca: la bandera estadounidense, las armas, las lágrimas, las coronas de flores, los autos antiguos, las gasolineras desiertas, y la presencia recurrente del amor como fuerza destructiva. Estos símbolos, se encuentran presentes tanto en lo visual como en lo lírico, no solo dan de coherencia su imagen, sino que permiten que su audiencia construya una experiencia estética inmersiva, reforzando el vínculo emocional con la marca.

4.3.6 Audiencia y comunidad de marca

El público de Lana Del Rey forma parte activa del mantenimiento y resignificación de su marca. Plataformas como Tumblr, Reddit y TikTok han sido clave para la difusión de su estética y la construcción de una comunidad que comparte valores, referencias visuales y sentimientos en sintonía con el universo *Del Lanismo*. Así, la marca excede a la artista y se convierte en una cultura participativa (Jenkins, 2006).

4.3.7 Medios y canales de distribución de la marca

El *branding* de Lana Del Rey se distribuye de forma estratégica a través de videoclips, álbumes, entrevistas, redes sociales y productos físicos como vinilos, libros de poesía y *merchandising*. Cada canal refuerza su narrativa y estética, consolidando la percepción de una artista integral. No es solo una cantante: es una experiencia sensorial y emocional coherente, que se articula en múltiples plataformas.

4.4 El silencio como forma de comunicación en la marca Lana Del Rey

Dentro de la construcción de la marca *Lana Del Rey*, se considera uno de los aspectos más significativos (en muchos casos poco explorados) es la forma de comunicarse con sus seguidores. A diferencia de otras figuras dentro de la industria musical, cuyas estrategias de comunicación se basa en la exposición constante y la conexión directa con

sus seguidores, la cantante ha creado una gran parte de su identidad sobre el silencio y la ambigüedad. Esta es una estrategia que forma parte de su mensaje artístico que refuerza la figura de la cantante, y se debe entender como una forma de comunicación simbólica.

Desde sus inicios, Del Rey se vió alejada de los medios y teniendo una relación muy distante en sus redes sociales. Las apariciones públicas que hacía eran muy escasas y sus entrevistas eran cuidadosamente seleccionadas, y en muchos casos las respuestas resultaban enigmáticas e impersonales. Esta *no comunicación* de manera inconsciente (o no) está llena de una gran carga comunicacional, ya que se une a esa línea de misterio y melancolía que define a la artista. En palabras de Oscar Wilde, **“El hombre está más alejado de sí mismo cuando habla a cara descubierta. Dale una máscara y te dirá la verdad”** (Wilde). Esta lógica se aplica a la figura de la cantante: su silencio actúa como una máscara simbólica desde el cual puede proyectar una autenticidad emocional sin exponer su intimidad real.

Desde la teoría de la comunicación, esta estrategia puede ser entendida como una forma de “comunicación negativa”, donde el mensaje no está en lo dicho, sino en lo omitido. Roland Barthes (1977) ya decía que el autor no es necesariamente el que habla, sino el que organiza un sistema de signos desde el cual se produce el sentido. En el caso de Lana Del Rey, la escasez de palabras, la distancia emocional y la estética del desapego actúan como recursos comunicacionales que permiten al público representar sus propias emociones sobre ella. La cantante, al renunciar a la sobreexposición, guarda su autenticidad que muchas veces se pierde con la gran inmediatez que tienen los medios digitales de hoy en día.

Este modelo de “presencia ausente” la distingue de otras artistas de su generación, artistas como Lady Gaga o Taylor Swift, sus estrategias de comunicación están basadas en la participación con su público y en la creación de vínculos personales con estos. Lana Del Rey en cambio, crea una figura enigmática que refuerza su carácter artístico y su coherencia estética.

En este sentido, el silencio de Lana Del Rey no se debe interpretar como un vacío de comunicación, sino como parte del contenido simbólico que marca su propuesta artística. A través de la economía de la palabra, la artista mantiene una distancia que, en lugar de

enfriar el vínculo con sus seguidores, lo intensifica, porque activa el deseo de interpretar sus mensajes. De esta manera, el silencio se convierte en una estrategia de marca, en un discurso artístico y en el mecanismo de diferenciarse dentro de la industria musical.

4.5 Impacto en la sociedad y en la industria musical.

Desde el lanzamiento de *Born to Die* en 2012, Lana Del Rey ha sido reconocida como una de las artistas más influyentes de la década. Este álbum marcó una transición significativa en el pop contemporáneo, alejándose de la música electrónica dominante, hacia una sonoridad más melancólica y orquestal, fusionando elementos del hip-hop y el indie. La canción homónima fue incluida por *Billboard* en su lista de las 100 canciones que definieron la década, destacando su papel en la transformación del panorama musical (Shouneyia, A. 2019).

Su estilo, conocido como "*sad girl pop*", ha influido en una nueva generación de artistas como Billie Eilish, Lorde, Halsey y Melanie Martínez, quienes han adoptado una estética introspectiva y emocionalmente compleja (Shouneyia, A, 2019). Además, su enfoque lírico, que aborda temas como el amor trágico y la nostalgia, ha reconfigurado las narrativas dominantes en la música popular.

Lana Del Rey ha sido una figura polémica en el ámbito cultural. Su imagen de mujer melancólica y su representación del amor destructivo han generado debates sobre el feminismo y la figura femenina en la música. Aunque inicialmente fue criticada por algunos sectores feministas por glorificar relaciones tóxicas, más tarde se identificó como feminista y expresó su apoyo a movimientos como #MeToo.

Su influencia también se extiende al ámbito académico; en 2022, la Universidad de Nueva York ofreció un curso dedicado a analizar su impacto en la cultura pop contemporánea, abordando temas como el feminismo, la justicia social y la salud mental (Iandoli, 2022)

A lo largo de su carrera, Lana Del Rey ha recibido numerosos premios y distinciones. En 2023, fue reconocida como la mejor compositora del cuarto trimestre por la Asociación Nacional de Editores de Música, destacando su continua relevancia y contribución al

panorama musical (Hernández Ruza, 2024). Su álbum *Norman Fucking Rockwell!* fue incluido en la lista de los 500 mejores álbumes de todos los tiempos por Rolling Stone, consolidando su estatus como una de las artistas más importantes de su generación.

Lana Del Rey ha trascendido su rol como cantante para convertirse en un fenómeno cultural que ha influido profundamente en la música popular y en la percepción de la mujer en la industria musical. Su capacidad para fusionar lo emocional con lo estéticamente sofisticado ha dejado una marca perdurable que sigue siendo objeto de estudio y admiración en diversos ámbitos.

4.6 El paso del negro al azul, la nostalgia y la romantización de la violencia.

Lana Del Rey se comprende no solo una artista musical, sino una marca que fue creada cuidadosamente desde sus inicios. En el momento que apareció en la industria musical con *Video Games* y *Born to Die* (2012), lo hizo envuelta en una identidad estética y emocional perfectamente calculada: una mujer que canta desde la tristeza, el anhelo y el romanticismo tóxico, vestida con innumerables referencias a los años dorados de Hollywood, la cultura vintage americana y una feminidad frágil. Como se ha señalado, “Lana Del Rey es un personaje, no una persona” (Canal Entropía, 2024b), una máscara que fue construida para expresar una narrativa trágica que encantó a la par que generó controversias.

La marca se creó sobre la imagen de una mujer rota, un sujeto de sufrimiento y objeto de deseo. Esa máscara construida (a veces confundida con su verdadera identidad) servía como canal de expresión estética, pero también como estrategia de comunicación: “**no estamos viendo a Elizabeth Grant, estamos viendo a Lana del Rey, una muñeca de porcelana hecha para ser deseada, consumida y destruida**” (Canal Entropía, 2024a). Esta etapa simbólica es la que podríamos denominar la etapa del *negro*, propone una visión del mundo marcada por la violencia emocional, el desencanto y la dependencia afectiva romantizadas bajo una estética cuidada y nostálgica.

En esta fase inicial de su carrera, Del Rey transmitía un relato donde el sufrimiento era bello, la sumisión se convertía en poesía, y el abandono amoroso funcionaba como punto

culminante del deseo. Todo ello articulado mediante una propuesta audiovisual coherente y poderosa, que transformó el dolor en una mercancía estética (Ramírez, 2023). A través de los videoclips que evocan al cine clásico estadounidense y letras cargadas de oscuridad emocional, se consolidó una marca autoral que comunicaba autenticidad a través de una máscara cuidadosamente colocada.

De todas formas, con el tiempo, esta máscara comenzó a agrietarse. La transición hacia lo que podríamos llamar la etapa del “azul” implica un cambio profundo en el mensaje, la estética y la relación con el público. A medida que su obra avanza (especialmente a partir del disco *Norman Fucking Rockwell!*) la artista fue revelando una voz más sincera, introspectiva y crítica. En palabras del canal Entropía (2024b), esta nueva etapa **“ya no presenta a un personaje, sino a una narradora más transparente, donde la luz no oculta la oscuridad, sino que la acompaña”**. El azul, en este sentido no es la negación del negro, sino su transformación: un modo de reconciliarse con el pasado desde un lugar más maduro y consciente.

4.7 Lana Del Rey y el empleo de sus canciones y videoclips como arma propagandista estadounidense.

Desde sus inicios, Lana Del Rey pretende construir su marca artística marcada por la iconografía cultural de Estados Unidos. Automóviles clásicos, moteles de carretera, banderas al viento, soldados en uniforme y referencias constantes al *American Dream* se muestran a menudo tanto en sus videoclips como en su producción musical. Esta apropiación estética crea un mensaje donde lo americano se romantiza, al mismo tiempo que se expone con una mirada ambigua, que va desde la exaltación a la crítica. En este contexto, la artista puede ser entendida no solo como un producto dentro de la industria musical, sino como una herramienta propagandística (de manera consciente o no) de ciertos valores estadounidenses.

Videoclips como *National anthem* (2012) es un gran ejemplo de esta función propagandística. Del Rey interpreta a una versión de Jackie Kennedy, mientras que A\$AP Rocky representa a un JFK afroamericano. La narrativa mezcla historia, tragedia y mito nacional desde una estética de videoclip pop, convirtiendo figuras políticas en iconos

culturales. Esto crea una nostalgia por el poder imaginario de la América del siglo XX, sin cuestionar lo que esto representaba. Tal como lo plantea Ramirez (2023), **“La marca Lana del Rey convierte el imaginario estadounidense en un espacio emocional, donde el país se siente antes que se piensa”**.

La artista trabaja dentro del movimiento que Roland Barthes denominó como “mitología moderna”: un sistema de signos donde la cultura popular transforma lo histórico en natural, y lo ideológico en estético (Barthes, 1957/2021). Del Rey, convirtió la bandera estadounidense en un símbolo visual marcado por la belleza y la melancolía, no solo reproduce un signo nacional, le da otro significado emocional. El significado original se difumina, y se marca una nueva lectura llena de deseo, nostalgia y pérdida.

Por otro lado, Jean Baudrillard (1994) recalcaba que, en las sociedades posmodernas, las imágenes se convierten en simulacros: representaciones que ya no emiten una realidad concreta, sino que sustituyen y superan lo real. De esta manera, los videoclips de Del Rey no muestran la América real, sino una hiperrealidad exagerada compuesta por fragmentos del cine clásico, revistas de los años cincuenta y discursos patrióticos estéticos. La marca Lana Del Rey produce así una versión idealizada y melancólica de Estados Unidos que circula como mercancía simbólica, provocando una relación afectiva desvinculada de la crítica racional.

Esta estrategia se vuelve muy efectiva en contextos de crisis culturales. Como sugiere Žižek (2008), el capitalismo tardío ya no necesita ocultar sus contradicciones, sino que las convierte en parte del espectáculo. De esta manera, Lana es funcional a un sistema que se alimenta de esa ambigüedad. Su estética de la decadencia puede operar como un dispositivo propagandístico que disfraza la crítica en un envoltorio estético.

Un caso que ilustra esto, es el álbum *Norman Fucking Rockwell!* (2019), cuyo título hace referencia directa al famoso ilustrador Norman Rockwell, uno de los grandes cartelistas estadounidenses del siglo XX, conocido por representar escenas muy idealizadas de la vida cotidiana americana, especialmente durante la posguerra. Rockwell plasmaba una versión estética del “*American way of life*” que, aunque mostraba un punto de crítica social, en ocasiones, hacía una reafirmación cultural y emocional de los valores estadounidenses.

Lana del Rey, parece hacer un paralelismo simbólico: al igual que Rockwell pintaba una América de su época con una mezcla de belleza, nostalgia y propaganda (Marling, 1997), ella retrata una América actual con unos códigos emocionales similares, aunque desde una visión femenina, melancólica y decadente. La portada del álbum, con la artista en un bote con un fondo californiano y una bandera apenas visible, recoge esa tradición iconográfica desde una estética más Pop, que mezcla la ironía y ternura.



*Ilustración 1 Portada del disco
Norman Fcking Rockwell!.
Vinylroute. (2024, 27 de enero). Lana
Del Rey: Norman Fucking Rockwell.
Vinylroute. Recuperado de
<https://vinylroute.com/2024/01/27/lana-del-rey-norman-fucking-rockwell/>*

De esta manera, Del Rey no solo manda mensajes y símbolos estadounidenses: les da otro valor desde la emoción y el arte, posicionándose como una narradora dentro de la cultura pop actual. La elección del nombre Rockwell no es casual ni irreverente: es una forma de colocarse de manera simbólica, entre los artistas que representan a su país, aunque lo hagan desde un lenguaje estético y una forma de comunicar diferente. Lana al igual que Norman Rockwell, transforma la identidad nacional en una experiencia estética (aunque en su caso, desde una sensibilidad que pone en primer plano la fragilidad, el desencanto y la belleza).

Además, canciones como *Born to Die*, *Ride* o *West Coast* generan paisajes del sur estadounidense carreteras infinitas y mujeres perdidas que buscan amor o redención. Este mensaje se refuerza, con una idea de América como tierra de oportunidades trágicas, donde incluso la pérdida adquiere un matiz romantizado. En este sentido, Del Rey participa en una reproducción simbólica de mitos estadounidenses, aportando una visión

femenina y emocional que complementa (pero no tiene por qué cuestionar) el discurso dominante.

La marca actúa como una huella entre lo emocional y lo ideológico. A través de una poderosa estética, convierte la historia nacional de su país en un relato íntimo, el dolor en algo simbólico y la crítica en un acto ambiguo. De esta manera, sus canciones y videoclips trabajan como artefactos que refuerzan la imagen de EE. UU. Melancólica, decadente y seductoramente idealizada, funcionando (como advirtió Barthes) no solo como estética, sino también como ideología.

5 Metodología

Esta investigación tiene un enfoque analítico-descriptivo y cualitativo - subjetivo, ya que se propone interpretar fenómenos culturales simbólicos vinculados a la figura de Lana Del Rey desde una perspectiva crítica. El análisis no busca establecer datos cuantificables, sino comprender los significados, las representaciones y los discursos que crean su marca artística.

5.1 Diseño metodológico

La investigación está marcada por un diseño analítico - descriptivo, de manera no experimental, basándose en el análisis del contenido cultural. A través de herramientas de análisis crítico del discurso, la semiótica y los estudios culturales, se pretende identificar como se crea el *storytelling* artístico de Lana Del Rey y qué implicaciones estéticas e ideológicas se ven en su marca.

La elección de este enfoque es por la necesidad de entender a Lana Del Rey no solo como un producto musical, sino como un fenómeno cultural, marcada por creencias ideológicas, afectivas y comunicacionales. Su marca funciona como una narrativa que necesita un análisis que contemple tanto lo textual como lo visual y simbólico.

5.2 Corpus de análisis

El corpus principal está compuesto por una selección de canciones y videoclips que marcan la trayectoria de la artista desde 2012 hasta 2024. Voy a priorizar los materiales que resulten representativos dentro de los temas tratados en el marco teórico: la romantización del sufrimiento femenino, la construcción estética de su identidad, la simbología estadounidense y su evolución dentro de la comunicación. Se van a incluir, entre otros, los siguientes videoclips:

- *Videogames*
- *Get free*
- *Henry come on*

5.3 Justificación del corpus de análisis

La selección de canciones *Video Games* (2011), *Get Free* (2017) y *Henry, Come On* (2024) no es aleatoria, sino que corresponde a una lógica que permite trazar una línea narrativa coherente dentro de la trayectoria de Lana Del Rey. A través de ellas se observa con claridad la evolución artística y estética de la cantante desde sus comienzos hasta su producción más reciente.

En primer lugar, *Video Games* representa el punto de partida del personaje Lana Del Rey ya que es la primera canción que firmó bajo este nombre artístico, y está marcado por muchas características que definirían su etapa inicial en la industria musical: una voz femenina frágil, pasiva, emocionalmente dependiente y atrapada en un universo romántico lleno de idealización y dolor. Esta canción no solo supuso su salto a la fama, sino que también estableció los pilares simbólicos de su marca.

Get Free, en cambio, funciona como un punto de inflexión en su carrera artística. Incluida en el álbum *Lust For Life*, esta canción marca un cambio en el tono y en la intención de su discurso. La propia artista verbaliza **el deseo de pasar “del negro al azul”**, una metáfora con la que alega la voluntad de dejar atrás la estética de sufrimiento y oscuridad para abrir una nueva narrativa de libertad y transformación emocional. Esto convierte *Get*

Free en una especie de manifiesto de transición en su carrera, donde por primera vez se muestra con un punto más maduro y conciencia sobre sí misma.

Por último, *Henry, Come On* es su obra más reciente en el momento de realizar este trabajo. Esta canción no solo nos permite cerrar el recorrido a lo largo de toda su narrativa, sino que nos ofrece una Lana más madura y mentalmente equilibrada. A nivel sonoro y lírico, es una pieza más simple, donde el dolor y la melancolía no desaparecen, pero ya no necesita el dramatismo para expresarlo. Analizar esta canción es clave para comprender hacia dónde se dirige su universo musical y su marca.

En conjunto, estas tres canciones permiten observar el desarrollo de Lana Del Rey como artista, como personaje y como constructo cultural. Mediante ellas, se observa una narrativa emocional que va desde la dependencia hacia la autonomía propia, desde la imagen idealizada del amor romántico hacia una forma más libre de deseo, el duelo y la identidad femenina.

5.4 Técnicas de análisis

Se utilizarán las siguientes herramientas:

- **Análisis crítico del discurso:** para entender cómo se forman los relatos de género, identidad en las letras de las canciones y en los discursos públicos de la cantante.
- **Análisis semiótico:** con el fin de identificar signos, símbolos y los códigos visuales en los videoclips y comprender su función comunicativa y estética (Barthes, 1977).
- **Análisis intertextual:** para comprender como la obra de Lana Del Rey se entrelaza con otros discursos culturales como el cine clásico, el “sueño americano” o el romanticismo.

6 Contextualización histórica

6.1 Contexto económico

La marca Lana Del Rey se crea en 2011-2012, en plena consolidación del capitalismo tardío (Harvey, 2005), un sistema caracterizado por la saturación de los bienes, el consumo y la mercantilización de la identidad. Su creación coincide con la transición de la industria musical hacia los modelos digitales de distribución, como puede ser YouTube y Spotify, donde el éxito no se basa en las ventas físicas de discos, sino de la viralidad, la construcción de una marca personal y el impacto en las redes sociales.

En este caso, Lana Del Rey constituye una marca cuidadosamente construida, diseñada para ser consumida de manera visual y sonora, en una economía donde la autenticidad se vuelve una forma de capital (Bourdieu, 1986). Su estética vintage y nostálgica funciona como una herramienta simbólica que genera un pasado idealizado, atractivo en un contexto de economía global precaria tras la crisis financiera de 2008.

6.2 Contexto político

Su creciente artístico comienza con un contexto político estadounidense muy marcado por el desastre del 11S, la guerra contra el terrorismo y una creciente polarización social y cultural. Aunque sus canciones no abordan temas directamente políticos, Lana representa una visión sobre el patriotismo: usa banderas, los soldados, los símbolos del “*American Dream*”, pero los marca de melancolía, ironía o tristeza.

Esto se puede interpretar como una forma de propaganda emocional. Como indica Žižek (2008), en el capitalismo tardío la ideología ya no se impone sobre la fuerza, sino por medio del deseo y de la seducción estética. De esta manera, Del Rey no critica abiertamente el sistema, pero lo reproduce desde lo emocional, convirtiéndose en un producto cultural estadounidense, aunque marcado por la decadencia y la nostalgia.

6.3 Contexto sociológico

Lana Del Rey nace en un momento en el que el discurso sobre el género está en constante transformación. Su figura es contradictoria: representa a una mujer frágil, melancólica y pasiva en sus primeras etapas, pero también a una artista que controla cada parte del mensaje que pretende mandar. En este sentido, se mete en una forma de feminidad postfeminista (Gill, 2007), donde la vulnerabilidad se convierte en una elección estética y el sufrimiento femenino es romantizado como un signo de autenticidad.

Este tipo de representaciones ha sido un debate constante dentro de la sociedad: mientras que unos la acusan de mantener estereotipos machistas, otros la defienden porque la entienden como una propuesta artística que visibiliza las emociones femeninas desde un lugar más íntimo y complejo. En los dos casos, se trata de una construcción simbólica que responde a un momento sociocultural donde las mujeres luchan por la autonomía completa.

7 Análisis de los temas elegidos

Para comprender en profundidad la evolución estética, simbólica y emocional de Lana Del Rey, es fundamental detenerse con el análisis de alguna de sus canciones más representativas. En este trabajo se han seleccionado tres piezas clave dentro de su trayectoria artística (*Video Games*, *Get Free* y *Henry, Come On*) no solo por la relevancia cronológica que tienen (la primera, el punto de inflexión y la más reciente), sino porque cada una de ellas marca un momento específico en la construcción de su identidad como marca y artista.

Estas canciones permiten observar cómo se crea el universo tanto visual como lírico, cómo nos cuenta su manera de entender el amor, el dolor, la belleza y la contradicción femenina, y cómo su discurso ha ido cambiando a lo largo del tiempo. A través del análisis crítico de las letras, los recursos retóricos que emplea, la puesta en escena audiovisual y la simbología asociada, se busca ver a Lana Del Rey no solo como una cantante, sino como un fenómeno cultural que pone diferentes discursos en juego como los emocionales,

ideológicos y los estéticos de una manera muy conectadas en el contexto de la sociedad actual.

7.1 Video games

7.1.1 Contexto cultural y artístico

Video Games fue el primer sencillo oficial que Lana Del Rey publicó bajo este nombre artístico, marcando el nacimiento del personaje que conocemos hoy en día. Apareció en 2011, en un contexto dominado por discursos pop de empoderamiento, ritmos bailables y una estética optimista (Lady Gaga, Katy Perry, Rihanna...). En contraste a esto, *Video Games* se presentaba como algo nuevo dentro del panorama musical de ese momento: minimalista, nostálgico y emocional.

Con esta canción, Del Rey introdujo una estética que desafiaba al pop contemporáneo: una figura femenina sumisa, triste, entregada al amor sin condiciones y al borde de la desaparición emocional. Esto, por supuesto, generó una fuerte controversia. ¿Estaba glorificando la dependencia amorosa o proponiendo una crítica disfrazada de belleza?

7.1.2 Voz lírica y narrativa emocional

La voz que canta *Video Games* es claramente pasiva: una mujer que ama de manera muy intensa a un hombre que la ignora o la minimiza. Ella se queda en casa mientras él sale, ella lo observa, lo espera y lo idealiza. Y, aun así, nunca lo critica. Este silencio, este amor sacrificado, crea el arquetipo de la musa doliente: una mujer que no actúa, pero siente con una gran pasión.

A nivel narrativo, la canción no tiene un conflicto real. No hay una ruptura, ni un clímax y ninguna evolución. Lo que hay es una repetición emocional, una rutina de afecto en la que el sufrimiento ya se ha convertido en un hábito.

7.1.3 Análisis de la letra y recursos retóricos

“It’s you, it’s you, it’s all for you / Everything i do”

“Eres tú, eres tú, todo es por ti / Todo lo que hago”

- Figura retórica: anáfora, repetición
- Función: recalca la entrega de la mujer al hombre, como si el “yo” solo existiera en función del “tú”. Podemos ver el arquetipo de mujer pasiva.

“Heaven is a place on earth with you”

“El cielo es un lugar en la Tierra contigo”

- Función retórica: metáfora.
- Función: transforma una relación desequilibrada en una experiencia espiritual, casi religiosa.

“Tey say that the worl was built for two / Only worth living if somebody is loving you”

“Dicen que el mundo fue hecho para dos / Solo vale la pena vivir si alguien te está amando”

- Figura retórica: Paradoja.
- Función: Narra una visión del amor como destino único y universal, pero también como condena por no ser correspondido.

“I Heard that you like the bad girls, honey / Is that true?”

“Escuché que te gustan las chicas malas, cariño / ¿Es cierto?”

- Figura retórica: Pregunta retórica o irónica
- Función: Ella reconoce que no encaja en el ideal que el desea, pero no lo enfrenta directamente. El “honey” suaviza la confrontación, convirtiéndola en seducción. Aquí hay un guiño a la autoconciencia: sabe que ella está actuando solo con el fin de agradar.

“Watching all our Friends fall in and out of Old Paul’s / Thiis is my idea off fun”

“Viendo a todos nuestros amigos entrar y salir del Old Paul’s / Esta es mi idea de diversión”

- Figura retórica: Ironía

- Función: Hay una desconexión entre lo que se dice y lo que siente la cantante. La escena que nos plantea transmite rutina, vacío y cierta decadencia. Y sin embargo, ella dice que eso es “diversión”.

“Go play a video game”

“Vete a jugar a un videojuego”

- Figura retórica: Metáfora
- Función: El videojuego funciona como un símbolo de evasión masculina, de desconexión emocional. Mientras que él se está evadiendo con el juego, ella permanece esperándole.

“Open up a beer / And you say, “Get over here” / And play a video game”

“Abres una cerveza / Y tu dices “Vete de aquí” / y juega a un videojuego”

- Figura retórica: Enumeración y elipsis (no se dice como se siente, solo lo que hace)
- Función: Nos muestra una relación de desigualdad, él da órdenes y no dialoga, ella se queda sin decir nada y acatando las órdenes.

*La letra analizada se encuentra completa en el anexo 1.

7.1.4 Estética visual y lenguaje corporal en el videoclip

El videoclip de *Video Games* fue editado por la propia Lana Del Rey, combinando imágenes caseras, grabaciones *vintage* y planos íntimos de ella misma. La estética DIY (*do it yourself*) refuerza la autenticidad y la vulnerabilidad del mensaje que pretende transmitir, como si se tratara de un diario emocional grabado con parte de su memoria.

7.1.4.1 Primeras imágenes, primeros planos de Lana Del Rey



Ilustración 2: Fotografía extraída del videoclip Video Games. Lana Del Rey. (2011, septiembre 30). Video Games. YouTube.

https://youtu.be/cE6wxDqdOV0?si=ckuTeySBU5UT_g72

72

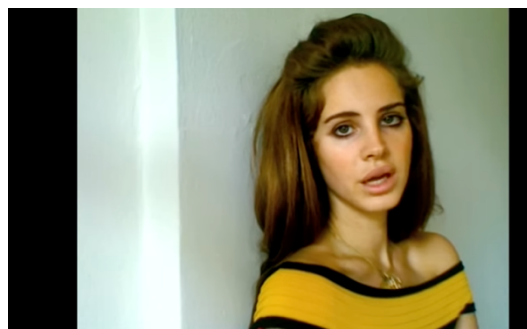


Ilustración 3: Fotografía extraída del videoclip Video Games. Lana Del Rey. (2011, septiembre 30). Video Games. YouTube.

https://youtu.be/cE6wxDqdOV0?si=ckuTeySBU5UT_g72

72

Estas imágenes son sacadas del videoclip de la canción a analizar, podemos ver a la cantante sentada enfrente a la cámara en la que apenas se mueve. Se dedica a cantar la parte de la canción que corresponde a esa parte del video. Esto transmite melancolía y su lenguaje corporal evoca una espera a que su amado le haga caso, todo mientras obedece las ordenes que él le manda. Hay que mencionar que este tipo de imágenes es recurrente a lo largo del videoclip, dando la sensación de que la espera no tiene fin, que ella aún sigue esperando enfrente a la cámara a que alguien le haga caso.

A mayores podemos observar un pequeño filtro de cámara retro, aumentando la sensación de melancolía, de romanización del pasado, como si ella llevase esperando mucho tiempo. Marcando una estética de que “lo antiguo siempre vuelve” mientras que ella sigue anclada en el pasado. Esto nos puede decir que nos esta relación con trato desigual es algo que ella vivió en su pasado y que aún sigue dolida por ello.

7.1.4.2 Iconografía americana



Ilustración 4: Fotografía extraída del videoclip Video Games. Lana Del Rey. (2011, septiembre 30). Video Games. YouTube.

https://youtu.be/cE6wxDqdOV0?si=ckuTeySBU5UT_g72

g72



Ilustración 5 Fotografía del modelo de coche Ford Del Rey. Ford Motor Company. (2023, 16 de agosto).

Ford Del Rey, un nombre digno de la realeza de Nueva York. Ford Media Center. Recuperado de <https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/mx/es/news/2023/08/16/ford-del-rey--un-nombre-digno-de-la-realeza-de-nueva-york.html>

Desde sus comienzos, Lana ha intentado construir una marca personal como si fuera un objeto vintage, mezclando la nostalgia y el *glamour*. El nombre “Del Rey” no surge solo como un apellido artístico; tiene matices imaginarios de realeza y poder.

El modelo Ford Del Rey, producido entre los años 1981 y 1991, fue un modelo dirigido especialmente a la clase media Americana. Su logo y su nombre generan estatus y un aire de poder. Esto encaja en la narrativa que Lana pretendía crear con su primera canción *Video Games*, donde ella se presenta como una mujer que con toques de *glamour* pero manteniéndose dentro de la “mediocridad”.

Incluir el logo del coche dentro del videoclip se puede leer por dos partes:

- Como el coche fue vendido como una **“joya para la clase media”**, la figura de Lana Del Rey se vende como una chica corriente que se convierte en musa a través del mensaje de nostalgia y belleza estéticamente calculada.
- Por otro lado, la cultura del automóvil estadounidense aparece a lo largo de todas sus obras posteriores. Video games funciona como un inicio del universo que va a ir creando a medida que va a ir sacando el resto de su música. Puede funcionar como una carta de presentación.



Ilustración 6: Imágenes extraídas del videoclip *Video Games*. Lana Del Rey. (2011, septiembre 30). *Video Games*. YouTube. https://youtu.be/cE6wxDqdOV0?si=ckuTeysBUsUT_g72

En *Video Games*, Lana Del Rey combina imágenes que no solo embellecen y le dan un sentido estético a la canción, sino que ayudan a crear una imagen nostálgica que conecta directamente con la cultura popular estadounidense. Cada imagen que aparece (desde el cartel de Hollywood hasta la bandera de USA) funciona como un símbolo que refuerza ese ideal del “*American Dream*” que, en realidad, lo hace parecer más como un recuerdo que como una meta alcanzable.

El letrero de Hollywood, aparece en blanco y negro, algo desgastado y desde una perspectiva muy lejana. Más que representar la fama, muestra el otro lado de la moneda: un lugar donde muchos sueñan con llegar, pero no todos lo consiguen. Los mismo lo podemos ver con el Paseo de la Fama, que aparece visto desde abajo, con las estrellas como parte del suelo. Es como si la canción y el videoclip nos estuviera diciendo que ser una “estrella” es también ser pisada, siendo un parte más del decorado.

La bandera americana ondeando a cámara lenta también refuerza esa idea. No está ahí buscando exaltar el patriotismo de una manera directa, sino para crear una atmosfera dentro del universo que la cantante está pretendiendo crear. La bandera simboliza libertad, cosa que con la letra de la canción se contradice: Lana se queda en casa esperando a un hombre que la está ignorando, mientras afuera todo le promete independencia y felicidad.

Por último, la imagen del fotógrafo vintage nos lleva a la obsesión de la cultura estadounidense con observar, capturar y convertir a todas las mujeres en iconos. Al añadirlo varias veces a lo largo del videoclip, la artista nos cuenta que su personaje está creado para ser visto y consumido, como una estrella más.

Todas estas imágenes juntas construyen la idea de que Lana del Rey se alimenta de símbolos clásicos estadounidenses para transformarlos en algo nostálgico, cargado de significados decadentes. Es como si cogiera con este videoclip todos los clichés (la fama, la bandera, la mujer observada) y los mostrara de una manera desgastada. Por eso también tiene sentido que su nombre artístico *Del Rey* recuerde a algo tan americano y aspiracional como el coche Ford Del Rey: un producto que prometía realeza para todos, pero que al final no deja de ser una fantasía creada por la marca.

7.1.5 Resultado crítico

Video Games no solo es la carta de presentación que Lana lanzó al mundo, sino también su primera declaración de intenciones de lo que sería su universo artístico. En ella ya aparecen casi todos los elementos que luego definirían su estilo: la voz vulnerable, la dependencia emocional, la nostalgia de un pasado idealizado y esa forma de mezclar lo bello con la decadencia para contar historias de amor sin solución, pero que al menos las sienten intensas.

Lo principalmente interesante es que *Video Games* no solo es una canción triste, sino un retrato de como la protagonista convierte la espera y la rutina en algo estéticamente bonito. La letra, con todos los juegos de palabras y su tono irónico, refuerza la idea de que su identidad depende completamente del otro. Y todo eso se complementa con el videoclip, que mezcla símbolos típicos de la cultura americana (Hollywood, la bandera, las estrellas del Paseo de la Fama...) para enseñarnos que detrás del sueño americano hay muchas promesas vacías.

En conjunto, *Video Games* funciona como el punto de partida de la marca Lana Del Rey; una persona que desde sus inicios decide presentarse como una artista contradictoria, frágil pero hermosa a la vez, usando la nostalgia y la cultura estadounidense para construir ese personaje que es más una fantasía que una persona real.

7.2 Get Free

7.2.1 Contexto cultural y artístico

Get Free es la canción que cierra el álbum *Lust For Life* (2017) de Lana Del Rey, y representa un momento clave de transición en la narrativa que la cantante ha creado durante los años anteriores. En el contexto dentro de la obra de Lana, *Get Free* es interpretada como una declaración de libertad personal y creativa. Lana ha pasado durante años explotando la estética melancólica, cargada de referencias al amor tóxico y a la nostalgia de la cultura americana de mediados del siglo XX, Lana va hacia un mensaje más luminoso y con más esperanza, pero aún mantiene unas pinceladas de la estética pasada.

Artísticamente la canción representa un paso hacia la libertad: se aleja del dramatismo oscuro característicos de álbumes como *Born to Die* (2012) o *Ultraviolence* (2014) y empieza con un tono más positivo, tanto en la letra como en la producción. Musicalmente, mantiene su estilo pop y retro.

En el contexto cultural, *Get Free* se publica en plena presidencia de Donald Trump y en un contexto social donde muchas voces femeninas buscan un hueco de mayor poder y visibilidad. La canción se interpreta como un himno: “*I want to move / Out of the black / Into the blue*” se convierte en un verso icónico que simboliza salir de la oscuridad para entrar en una etapa más luminosa.

Esta canción no se libró de la controversia: Radiohead acusó a Lana Del Rey por su supuesto parecido a la canción *Creep*, lo que creó un debate sobre la originalidad y la inspiración artística.

En general, *Get Free* es un manifiesto de cambio y libertad creativa, que simboliza un antes y un después en la marca de Lana Del Rey y la convierte en una artista capaz de reinventarse y adaptarse a los movimientos culturales del momento.

7.2.2 Voz lírica y narrativa emocional

En *Get Free*, la voz lírica de la cantante se encuentra en una situación introspectiva, confesional y libertadora. Es una voz que habla así misma y a los seguidores, pero a diferencia con las canciones anteriores marcadas por la autocompasión y la nostalgia, en esta va hacia la autoafirmación y a la esperanza.

Emocionalmente, la narrativa de la canción va desde una conciencia de estancamiento y de repetición de patrones autodestructivos, hacia un tono de determinación y recreación de sí misma. Se muestra honesta al aceptar que el cambio es una decisión que solo puede tomar ella: “*I never really notices that i had to decide*”.

La voz lírica no pretende ocultar su fragilidad: sigue reconociendo la presencia de *esos monstruos bajo la cama*, que representa todas sus inseguridades, miedo y traumas. Sin

embargo, esta vez no los convierte en parte de su identidad como hacia con las anteriores canciones de su discografía, sino los marca como obstáculos en su camino.

Lo que mayormente caracteriza su voz en esta canción es su tono de manifiesto, como si fuera un mantra cuando repite: “*Out of the black, into the blue*”. Esta repetición funciona como una autodeclaración: Lana se reconcilia consigo misma y se compromete a ir hacia un espacio más luminoso.

Narrativamente, la canción actúa como un cierre simbólico y un punto de partida en su carrera: recoge todos los símbolos característicos de su discografía anterior (la autodestrucción, la dependencia emocional, la nostalgia...) para enfrentarlos con el deseo de libertad.

En conclusión, la voz lírica de *Get Free* es la de una mujer consciente de todo lo que ha vivido, que pretende transformar su narrativa de víctima a la única responsable de su destino.

7.2.3 Análisis de la letra y recursos retóricos

“Finally, I’m crossing the threshold”

“Por fin estoy cruzando el umbral”

- Figura retórica: metáfora.
- Función: representa que está pasando de un estado vital a otro; simboliza un momento de cambio.

“From the ordinary world / To reveal of my heart”

“Desde el mundo ordinario / Hacia la revelación de mi corazón”

- Figura retórica: contraste y metáfora.
- Función: contrasta lo superficial y lo rutinario como es el “*ordinary world*” con su verdad más íntima (*revea lof my heart*), recalcando sus intenciones como mostrarse más auténtica.

“Undoubtedly, that Will for certain / Take dead out of the sea”

“Sin duda, eso scará a los muertos del mar”

- Figura retórica: metáfora.

- Función: representa la idea de limpiarse de traumas y de recuerdos, el mar funciona como un símbolo del inconsciente. Pretende limpiar lo que estaba sumergido y sin resolver.

“And the darkness from the arts”

“Y la oscuridad de las artes”

- Figura retórica: metáfora.
- Función: enseña su voluntad fatalista de su obra. Pretende crear desde la luz, no desde la oscuridad (el dolor y la autodestrucción emocional).

“This is my commitment / My modern manifesto”

“Este es mi compromiso / Mi manifiesto moderno”

- Figura retórica: metáfora.
- Función: Emplea el manifiesto como un símbolo de declaración de principios, pero no es un manifiesto escrito normal, se refiere a su canción. Está usando un lenguaje político hacia una situación personal.

“I’m doing it for all of us / Who never got the chance”

“Lo hago por todos nosotros / Los que nunca tuvimos la oportunidad”

- Figura retórica: metonimia / sinécdoque.
- Función: su experiencia individual lo hace colectivo, la liberación que ella busca no es solo para ella, sino para “todos los que nunca tuvieron la oportunidad”.

“And I want to move / Out of the black / Into the blue”

“Y quiero moverme / Fuera de lo negro / Hacia lo azul”

- Figura retórica: antítesis y Anáfora.
- Función: esta parte de la canción resume el mensaje que pretende mandar. Opone el “black” con el “blue” representando el paso de la oscuridad hacia la luz. La repetición de esta frase a lo largo de la canción refuerza su idea, funcionando casi como un mantra.

“I never really noticed that i had to decide / To play someone’s game or live my own life”

“Nunca me di cuenta de que tenía que decidir / Si jugar el juego de otro o vivir mi propia vida”

- Figura retórica: antítesis y metáfora
- Función: recalca la toma de conciencia que ha tenido. La cantante nos deja claro que no se daba cuenta del poder de decisión propia que ella tiene.

“A modern day woman with a weak constitution / Cause I’ve got monsters still under my bed”

“Una mujer moderna con una constitución débil / Porque aún tengo monstruos bajo mi cama”

- Figura retórica: Metáfora
- Función: reconocer todos sus miedos existentes. Los monstruos que tiene debajo de la cama simboliza que aun los sigue teniendo.

“Out of the black, into the blue”

“Fuera de lo negro, hacia lo azul”

- Figura retórica: Anáfora
- Función: Al final de la canción repite este verso varias veces, de esta manera nos lo está confirmando, ella va a pasar de lo negro a lo azul. Lo negro representando la oscuridad y lo azul la libertad.

*La letra analizada se encuentra completa en el anexo 1.

7.2.4 Resultado crítico

Get Free representa uno de los momentos más simbólicos de toda la discografía de Lana Del Rey. Funciona como un manifiesto de libertad tanto personal como artística, es un punto de inflexión y rompe con la narrativa autodestructiva que había definido su marca durante los años anteriores. El contraste entre “*black*” y “*blue*” representa toda su evolución: deja atrás la oscuridad para empezar una etapa más consciente de sí misma.

Un detalle especialmente significativo es que la canción no cuenta con ningún tipo de videoclip oficial, que es algo poco habitual en la artista que siempre pretende acompañar

sus letras con lo visual, de una manera cinematográfica. Esta ausencia de video se puede interpretar como una decisión completamente intencional por parte de la artista: al no crear ella las propias imágenes no se condiciona el mensaje, la canción funciona como un manifiesto puro, una declaración de intenciones que no se pierde por ningún tipo de apoyo visual, de esta manera el mensaje queda mucho más claro.

El cambio que representa esta canción se asemeja a una estrategia que cualquier vida de marca puede asumir. Al igual que muchas marcas deciden reinventarse o reposicionarse para conectar con nuevos targets o valores, Lana Del Rey utiliza *Get Free* como su propio *rebranding*. La cantante deja atrás la imagen de la mujer trágica para mostrarse como una mujer que reconoce sus sombras y elige caminar hacia la luz.

La voz lírica, íntima y decidida, acepta que sus *monstruos* siguen ahí, pero ya no la definen. De esta manera, *Get Free* no solo cierra su disco *Lust for Life*, sino que abre un nuevo camino para su marca.

7.3 Henry, come on

7.3.1 Contexto cultural y artístico

Henry, come on es uno de los últimos lanzamientos de Lana Del Rey (2024) y representa un ejemplo claro de la evolución como marca que inicio con la canción *Get Free*. La canción principalmente iba a formar parte de un álbum que fue cancelado por la propia Lana, sin apenas ofrecer ningún tipo de explicaciones públicas. Esta cancelación aumento la narrativa que Lana lleva formando desde sus inicios, una artista que se mueve por impulsos emocionales, priorizando su libertad creativa sobre la industria o su público.

En este contexto, esta canción forma parte de un proyecto que no está acabado, como si fuese un mensaje pero que no llego a enviarse del todo. La canción recupera algunos elementos clásicos de su pasado como la figura masculina idealizada y autodestructiva, Sin embargo, esta vez nos lo cuenta desde una perspectiva más madura: no nos cuenta su decadencia de manera romantizada, sino con una voz que reconoce su dolor sin disfrazarlo.

Artísticamente, se encuentra en la misma línea que sus producciones más recientes: minimalista, con algunos arreglos provenientes del folk y del country, como podemos ver en sus discos “*Chemtrails over the country club*” o en su último disco publicado actualmente “*Did your know that there’s a tunner under Ocean Blvd*”.

De esta manera, *Henry, Come On* puede contarse como una pieza salvada de un proyecto que no llegó a salir. Al igual que *Get free* no cuenta con videoclip, esto nos muestra que a veces Lana prefiere dejar sus canciones sin imágenes, confiando en que su voz y su palabra mantengan la fuerza suficiente para contar la historia.

7.3.2 Voz lírica y narrativa emocional

En esta canción la voz lírica se presenta como un susurro cargado de humanidad, funcionando casi como una súplica. Lana llama a una figura masculina llamada Henry que nunca termina de llegar hacia ella. Es una que habla desde la esperanza y la melancolía.

Narrativamente se forma como una carta: la protagonista se dirige directamente a Henry, pero en realidad se habla a sí misma. No sabemos si Henry es real, un recuerdo o un símbolo de un amor pasado.

La narrativa emocional combina ternura y cansancio por la espera: la súplica “*Come on*” no es de manera exigente, sino suena vulnerable, pareciéndose a un eco de alguien que sabe que la respuesta nunca va a terminar de llegar. Esta tensión de espera y de verdad que transmite con su voz y con su letra convierte *Henry, Come On* en una canción muy humana y real.

7.3.3 Análisis de la letra y recursos retóricos

“*Henry, come on, don’t you see I’m waiting?*”

“*Henry, vamos, ¿no ves que estoy esperando?*”

- Figura retórica: Interrogación
- Función: Se dirige a Henry de una manera directa, dándole presencia dentro de la canción. Expresa una súplica.

“It’s been too long, the road’s still winding”

“Ha pasado demasiado tiempo, el camino sigue torcido”

- Figura retórica: Metáfora
- Función: El camino del que habla simboliza el paso del tiempo y de todas las relaciones que no terminan de llegar a ningún destino. Refuerza la idea de una espera interminable.

“I’m still here under the same old neon / Flickering like a faded song”

“Sigo aquí bajo el mismo viejo neón / Parpadeando como una canción gastada”

- Figura retórica: Símil y metáfora
- Función: Compara su estado con una canción que se apaga y un neón que parpadea, alude a su propia fragilidad.

“Henry, come on... but maybe dont”

“Henry, vamos... pero quizás no”

- Figura retórica: Antítesis y paradoja
- Función: termina con una contradicción: pretende que venga, pero también que no. Esta paradoja representa que sabe que Henry, aunque vuelva no resolvería nada de sus problemas.

“I’ve been fightin, I’ve been strivin”

“He estado luchando, he estado esforzándome”

- Figura retórica: Paralelismo y anáfora
- Función: El paralelismo entre “*fightin*” y “*strivin*” enfatiza la lucha constante contra su destino.

“But yesterday, I heard God say: You were born to be the one / To hold the hand of the man / Who flies too close to de Sun”

“Pero ayer escuché a Dios decir: Naciste para ser la única / Para sujetar la mano del hombre / Que vuela demasiado cerca del Sol”

- Figura retórica: Alusión
- Función: Hace referencia al mito de Ícaro, que se quemó por volar demasiado alto y cerca del sol. Henry representa a esa figura masculina avariciosa.

*La letra analizada se encuentra completa en el anexo 1.

7.3.4 Resultado crítico

Henry, Come On se entiende como una canción cargada de ternura, nostalgia y aprendizaje. Lana decidió retomar su lenguaje antiguo, los hombres imposibles, las carreteras interminables y la fragilidad femenina, pero todo desde un tono más maduro y consciente.

El hecho de que esta canción formase de un álbum que finalmente fue cancelado sin apenas una explicación le da un segundo significado a esta canción: *Henry, Come On* es un fragmento de una carta que nunca se llegó a enviar. Esta propia idea encaja con la propia narrativa de la canción.

Esta canción, también funciona como un paralelismo con lo que hacen algunas marcas cuando deciden reconstruir su identidad. Lana Del Rey vuelve a sus inicios, pero dándole otro tipos de valores, sigue empleando símbolos similares pero contados de otra manera.

8 Discusión de la investigación

Tras el análisis del corpus seleccionado (compuesto por videoclips, canciones, entrevistas y piezas audiovisuales interpretativas) confirmé la hipótesis de salida: Lana Del Rey construyó una marca artística y comercial marcada por la estética melancólica, la oscuridad emocional y la transformación de la crítica social en objetos simbólicos.

Uno de los resultados más evidentes es la coherencia simbólica marcada en su producción visual y musical desde sus comienzos. En canciones como *Video Games*, *Ride* o *National Anthem*, se muestra una clara romantización del sufrimiento femenino y de las relaciones marcadas por la dependencia emocional. Este *storytelling*, se presenta como una parte de su marca y conecta con una audiencia que interpreta el dolor estético como un signo de autenticidad.

Por otro lado, los videoclips que he analizado están cargado por el uso de símbolos estadounidenses (la bandera, coches clásicos, la figura del soldado americano) que, en lugar de construir una crítica hacia el discurso nacionalista, se integran como elementos

nostálgicos y con una gran carga emocional. Esta representación, como sugiere Barthes (2021), convierte lo ideológico en natural y lo histórico en mito, dando lugar a una forma de propaganda emocional que evoca el imaginario cultural de USA desde una estética de decadencia.

También hay que comentar que el análisis de su discurso comunicativo de la artista refuerza la hipótesis sobre su estrategia de la “no comunicación”. A través del silencio, la evasión de los medios y una escasa interacción con la audiencia, Lana construye un personaje distante y enigmático. Esta estrategia refuerza su estética: el misterio no solo complementa el mensaje, sino que le añade un valor simbólico. La distancia comunica la autenticidad que busca la cantante y refuerza su imagen como una figura trágica y delicada.

Finalmente, la transición simbólica que hace a lo largo de su carrera del “negro” al “azul” en sus obras recientes como en *Get free* evidencia un cambio en el tono emocional, donde la dependencia y el dramatismo que estaban cargados las canciones anteriores, dejan paso a la introspección y a una forma más madura de la vulnerabilidad. Esta evolución no reniega de su etapa anterior, sino que la reinterpreta, reforzando la idea de una marca que cambia y se adapta con su narrativa sin perder ningún tipo de cohesión estética ni impacto emocional.

En conjunto, los resultados sugieren que Lana Del Rey trabaja como una artista y marca cultural que transforma las emociones, los símbolos patrióticos y a la fragilidad femenina en una estética de consumo simbólicamente poderosa. Esta estética no cancela la crítica social, pero la neutraliza al convertirla en un producto cultural, confirmando así la hipótesis planteada inicialmente.

9 Conclusiones

A lo largo de este trabajo se ha podido observar cómo Lana Del Rey ha construido, de una forma consciente una identidad como marca que va más allá de la música. Desde la canción *Video Games*, pasando por *Get Free* hasta llegar a su lanzamiento más reciente *Henry, come on*, su trayectoria como marca no se ha quedado estancada: evoluciona, se

cuestiona y muchas veces se contradice, pero siempre ha mantenido una coherencia desde su esencia.

Uno de los aspectos más interesantes es cómo Del Rey hace suya la simbología americana (Hollywood, la bandera, la carretera infinita, la fama...) para darle una vuelta y convertirla en algo nostálgico. De esta manera, su universo visual y sonoro funciona como un recordatorio del “sueño americano”, todas promesas que nunca se cumplen.

A mayores, este trabajo permite ver cómo el paso del negro al azul (la transición que ella misma hace mención en la canción *Get Free*) no es solo un cambio estético, sino una forma de ir hacia una narrativa más luminosa, aunque manteniendo raíces de ese pasado nostálgico.

El analizar sus videoclips y letras ha dejado claro que Lana Del Rey no se muestra como una mujer fuerte, pero sí una fortaleza más sutil: mostrar la vulnerabilidad sin disfrazarla. Esto es lo que más valor tiene de su marca, en una industria musical que suele exigirse discursos claros, optimistas y de poder, ella se permite la contradicción y mostrar sus debilidades.

En definitiva, Lana Del Rey no solo ha construido una marca estética, sino que ha creado un espacio simbólico donde la tristeza, la nostalgia y la belleza conviven, invitando a los oyentes a cuestionarse por qué seguimos romantizando ciertas ideas del amor, el éxito y el sufrimiento. Nos recuerda que detrás de esa máscara que la artista se puso bajo el nombre de Lana Del Rey, también hay una verdad, unos valores y unas aspiraciones.

10 Anexos

10.1 Anexo 1: Letras de las canciones analizadas

Videogames (2012)

*Swinging in the backyard
Pull up in your fast car
Whistling my name
Open up a beer
And you say, "Get over here
And play a video game"
I'm in his favourite sundress
Watchin' me get undressed
Take that body downtown
I say, "You the bestest"
Lean in for a big kiss
Put his favourite perfume on
Go play your video game
It's you, it's you, it's all for you
Everything I do
I tell you all the time
Heaven is a place on earth with you
Tell me all the things you wanna do
I heard that you like the bad girls
Honey, is that true?
It's better than I ever even knew
They say that the world was built for two
Only worth living if somebody is loving you
And, baby, now you do
Singin' in the old bars
Swingin' with the old stars
Livin' for the fame
Kissin' in the blue dark
Playin' pool and wild darts
Video games*

*He holds me in his big arms
Drunk and I am seeing stars
This is all I think of
Watchin' all our friends fall
In and out of Old Paul's
This is my idea of fun
Playin' video games
It's you, it's you, it's all for you
Everything I do
I tell you all the time
Heaven is a place on earth with you
Tell me all the things you wanna do
I heard that you like the bad girls
Honey, is that true?
It's better than I ever even knew
They say that the world was built for two
Only worth living if somebody is loving you
And, baby, now you do
It's you, it's you, it's all for you
Everything I do
I tell you all the time
Heaven is a place on earth with you
Tell me all the things you wanna do
I heard that you like the bad girls
Honey, is that true?
It's better than I ever even knew
They say that the world was built for two
Only worth living if somebody is loving you
And, baby, now you do
Hmm, hmm, hmm
(Now you do)
(Now you do)
Now you do
(Now, now you do)
(Now you do)
(Now you do)*

Get free (2017)

*Finally, I'm crossing the threshold
From the ordinary world to the reveal of my heart
Undoubtedly, that will for certain
Take the dead out of the sea and the darkness from the arts
This is my commitment, my modern manifesto
I'm doing it for all of us who never got the chance
For, and for (shut up, shut up)
And all my birds of paradise (shut up, shut up)
Who never got to fly at night (shut up, shut up)
'Cause they were caught up in the dance
Sometimes it feels like I've got a war in my mind
I wanna get off, but I keep riding the ride
I never really noticed that I had to decide
To play someone's game, or live my own life
And now I do
I wanna move
Out of the black (out of the black)
Into the blue (into the blue)
Finally
Gone is the burden of the Crowley way of being
That comes from energies combined
Like my part was I
Was not discerning
And you, as we found out
Were not in your right mind
There's no more chasing rainbows and hoping for an end to them
Their arches are illusions, solid at first glance
But then you try to touch them (touch, touch)
There's nothing to hold on to (hold, hold)
The colors used to lure you in (shut up, shut up)
And put you in a trance (ah, ah, ah, yeah)*

Sometimes it feels like I've got a war in my mind

I wanna get off, but I keep riding the ride

I never really noticed that I had to decide

To play someone's game, or live my own life

And now I do

I wanna move

Out of the black (out of the black)

Into the blue (into the blue)

Out of the black (out of the black)

Into the blue (into the blue)

Out of the black (out of the black)

Into the blue (into the blue)

Henry, come on (2024)

I mean, Henry, come on

Do you think I'd really choose it?

All this off and on

Henry, come on

I mean, baby, come on

Do you think I'd really lose it on ya

If you did nothin' wrong?

Henry, come on

Last call, hey, y'all

Hang his hat up on the wall

Tell him that his cowgirl is gone

Go on and giddy up

Soft leather, blue jeans

Call us into void's dreams

Return it but say it was fun

And it's not because of you

That I turned out so dangerous

Yesterday, I heard God say: It's in your blood

*And it struck me just like lightnin'
I've been fightin', I've been strivin'
Yesterday, I heard God say: You were born to be the one
To hold the hand of the man
Who flies too close to the Sun
I'll still be nice to your mom
It's not her fault you're leavin'
Some people come and they're gone
They just fly away
Take your ass to the house
Don't even bother explainin'
There's no workin' it out
No way
It's last call, hey, y'all
Hang his hat up on the wall
Tell him that his cowgirl is gone
Come on and giddy up
Soft leather, blue jeans
Don't you get it? That's the thing
You can't chase a ghost when it's gone
And it's not because of you
That I turned out so dangerous
Yesterday, I heard God say: It's in your blood
And it struck me just like lightnin'
I've been fightin', I've been strivin'
But yesterday, I heard God say: You were born to be the one
To hold the hand of the man
Who flies too close to the Sun
All these country singers
And their lonely rides to Houston
Doesn't really make for the best
You know, settle-down type
It's last call, hey, y'all
Hang his hat up on the wall*

Tell him that his cowgirl is gone

Go on and giddy up

Last call, hey, y'all

Hang his hat up on the wall

Tell him that his cowgirl is gone

Go on and giddy up

Go on and giddy up

Go on and giddy up

Hey

11 Bibliografía

- Banet-Weiser, S. (2012). *Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture*. New York University Press.
- Barthes, R. (1977) *Image, Music, Text* (S. Heath, Trans.). Hill and Wang.
- Barthes, R. (2021). *Mitologías* (M. Pons, Trad.). Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1957)
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation* (S. F. Glaser, Trans.). University of Michigan Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Canal Entropía. (2024a, abril 5). *LA OSCURIDAD de LANA DEL REY (bad girl) explicada*. YouTube. <https://youtu.be/92N5JPEFxi8?si=IFooWVjXSDN8aBBj>
- Canal Entropía. (2024b, abril 19). *LANA DEL REY ya NO ES un PERSONAJE (Era de LUZ) (good girl)*. YouTube. https://youtu.be/_tPghXxE7vk?si=mYNWPO_fMmBjYQ5U
- Ford Motor Company. (2023, 16 de agosto). *Ford Del Rey, un nombre digno de la realeza de Nueva York*. Ford Media Center. Recuperado de <https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/mx/es/news/2023/08/16/ford-del-rey--un-nombre-digno-de-la-realeza-de-nueva-york.html>
- Gill, R. (2007). *Gender and the Media*. Polity Press.
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147–166.
- Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford University Press.
- Hearn, A. (2008). Meat, mask, burden: Probing the contours of the branded self. *Journal of Consumer Culture*, 8(2), 197–217.
- Hernández Ruza, J. (2024). Lana Del Rey nombrada la mejor compositora en el cuarto trimestre de 2023. *Industria Musical*. Recuperado de <https://industriamusical.com/lana-del-rey-nombrada-la-mejor-compositora-en-el-cuarto-trimestre-de-2023/>
- Iandoli, K. (2022). New York University now offers a class on Lana Del Rey. *Vanity Fair*. Recuperado de <https://www.vanityfair.com/style/2022/09/lana-del-rey-nyu-class-music-intersection-social-justice-movement>

- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Lana Del Rey. (2011, septiembre 30). *Video Games* [Video]. YouTube. https://youtu.be/cE6wxDqdOV0?si=ckuTeySBUt_g72
- Letras.com. (s. f.). *Lana Del Rey - Video Games (traducción al español)*. Letras.com. <https://www.letras.com/lana-del-rey/1944481/traduccion.html>
- Letras.com. (s. f.). *Major Lazer – Get Free (traducción al español)*. Letras.com. <https://www.letras.com/major-lazer/get-free/traduccion.html>
- Letras.com. (s. f.). *Lana Del Rey – Henry, Come On (traducción al español)*. Letras.com. <https://www.letras.com/lana-del-rey/henry-come-on/traduccion.html>
- Marling, K. A. (1997). *Norman Rockwell*. Harry N. Abrams.
- Montoya, P. (2002). *The Brand Called You: The Ultimate Brand-Building and Business Development Handbook to Transform Anyone into an Indispensable Personal Brand*. Personal Branding Press.
- Negus, K. (1996). *Popular Music in Theory: An Introduction*. Polity Press.
- Peters, T. (1997). The brand called you. *Fast Company*, 10, 83–90.
- Railton, D., & Watson, P. (2011). *Music Video and the Politics of Representation*. Edinburgh University Press.
- Ramírez, C. (2023). Estética, género y poder: Representaciones femeninas en el pop alternativo. *Revista Cultura & Imagen*, 21(2), 45–63.
- Schroeder, J. E. (2005). The artist and the brand. *European Journal of Marketing*, 39(11/12), 1291–1305. <https://doi.org/10.1108/03090560510623262>
- Shouneyia, A. (2019, noviembre 21). Lana Del Rey's 'Born to Die': Songs that defined the decade. *Billboard*. <https://www.billboard.com/music/music-news/lana-del-rey-born-to-die-songs-that-defined-the-decade-8544101/>
- Vinylroute. (2024, 27 de enero). *Lana Del Rey: Norman Fucking Rockwell*. Vinylroute. Recuperado de <https://vinylroute.com/2024/01/27/lana-del-rey-norman-fucking-rockwell/>
- Wald, G. (1998). Just a girl? Rock music, feminism, and the cultural construction of female youth. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 23(3), 585–610.
- Whiteley, S. (1997). *Women and Popular Music: Sexuality, Identity, and Subjectivity*. Routledge.

- Wikipedia. (2025). *Lana Del Rey*. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Lana_Del_Rey
- Wilde, O. (1905). The critic as artist. En *Intentions* (pp. 251–284). Methuen & Co.
- Žižek, S. (2008). *Violence: Six Sideways Reflections*. Picador.