
Anos dourados e moda vintage nos videoclipes de Lana Del Rey: uma celebração da nostalgia¹

Rafaela Sant'Anna RODRIGUES²

Marcelo Bergamin CONTER³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Este artigo analisa os videoclipes de *Video Games* e *Chemtrails Over The Country Club* de Lana Del Rey. Partindo de uma perspectiva ampla sobre a relação da moda com personalidades midiáticas e a história do videoclipe, busca-se investigar os dualismos e as transtemporalidades utilizados pela cantora em seus videoclipes para evocar nostalgia. O quadro teórico é composto pelos dos estudos sobre moda de Lipovetsky e pelo conceito de nostalgia de Pickering e Keightly. Os resultados destacam a experimentação de estéticas e a sobreposição de estilos, junto com as alterações digitais que simulam falhas analógicas como principais fatores para a ambientação nostálgica.

Palavras-chave: Comunicação; Videoclipe; Nostalgia; Lana Del Rey.

Introdução

Desde os anos 1910-1920, quando o cinema se tornou uma fábrica de estrelas (Lipovetsky, 1989), figuras midiáticas passaram a exercer um forte poder de influência na sociedade, especialmente no universo da moda. Esse impacto tem se intensificado significativamente à medida que a obsessão pelo culto às celebridades cresceu ao longo das últimas décadas (Cashmore, 2006). Isto é, vivemos na época hipermoderna, em que o capitalismo do hiperconsumo é inerente em nossas vidas, e os principais agentes do atual sistema econômico – o espetáculo, o estilo e a beleza – cada vez mais edificam uma sociedade superestetizada (Lipovetsky e Serroy, 2015).

Desse modo, o espetáculo, o estilo e a beleza referem-se ao papel da moda na atualidade, dado que os fatores sócio-históricos da sociedade são um dos principais pilares da área (Lipovetsky, 1989). À vista disso, a partir do século XV os estilos do

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação 8º semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda na UFRGS, e-mail: rafaelasantnrr@gmail.com

³ Professor de Teorias da Comunicação na UFRGS. Doutor e mestre em Comunicação pela mesma instituição. e-mail: marcelo.conter@ufrgs.br.

passado começaram a ser reutilizados (Svendsen, 2010), e por esse motivo, a nostalgia é frequentemente usada como um fenômeno sociológico (Pickering e Keightly, 2006) para descrever tanto as características da moda quanto outros artefatos culturais. Nesse contexto, a cantora Lana Del Rey se apropria desses elementos para evocar nostalgia por meio de dualismos e transtemporalidades em seus videoclipes, construindo sua imagem artística inspirada na melancolia e no *glamour* de décadas passadas.

Reflexos da moda e da cultura midiática na sociedade contemporânea

Em seu primórdio, a moda era algo puramente supérfluo, um sinônimo de hegemonia utilizado como instrumento de reafirmação da classe social. Todavia, desde o século XVIII ela tem se democratizado gradativamente. Para Svendsen (2010, p. 5), “a moda tem sido um dos fenômenos mais influentes na civilização ocidental desde o Renascimento”, sendo capaz de transfigurar a construção social do eu ou influenciar o comportamento de outros. Assim, a moda age como um meio de comunicação intrínseco à identidade pessoal; trata-se de uma forma de autoexpressão capaz de afirmar significância e de exteriorizar individualidade.

Segundo Svendsen (2010), o século XXI não pode ser definido por uma única tendência, ao contrário dos séculos anteriores, pois os estilos do passado coexistem no presente. Esses estilos são frequentemente reciclados, reimaginados em novos contextos, e até mesmo copiados (Armstead, 2022). Isso ocorre especialmente desde o surgimento da Internet e das redes sociais, que colocam o senso estético em evidência ao mesmo passo que instauram um ritmo de intensa aceleração nos campos da arte: foi introduzida uma diretriz de efemeridade que repercute pelo fato de sermos cronicamente estimulados pela constante recorrência do “novo” (Svendsen, 2010).

[...] a questão é uma desregulamentação e uma abordagem mais democrática. Nunca antes na história da humanidade as pessoas se viram tão livres para escolher a própria aparência de seu estilo. Se um dia a aparência foi determinada pela tribo, e depois pelo sistema da moda, hoje a pessoa comum constrói o seu próprio modo de se apresentar. (Polhemus, 2005, p. 205).

Nesse cenário, de acordo com Simmel (1904 *apud* Svendsen, 2010), a moda é um fenômeno amplo, que não se limita ao vestuário, ela é uma representação cultural que está presente na arte, seja na música, no design, na decoração, no audiovisual ou na vestimenta. Assim, Kellner (2001), influenciado por Guy Debord (1997) e pela Escola

de Frankfurt, destaca que a figura da celebridade renova a dinâmica e as relações do público com diversos produtos culturais através da mídia. Dessa forma, a moda e a cultura da mídia estão diretamente associadas, uma vez que ambas espetacularizam o cotidiano para seduzir os possíveis consumidores ou espectadores, proporcionando identificação com as representações dominantes (Debord, 1997). Aqui, entende-se por “cultura da mídia” ou “cultura midiática” a cultura que:

[...] organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos (gêneros), segundo fórmulas, códigos e normas convencionais. É, portanto, uma forma de cultura comercial e seus produtos são mercadorias [...] (Kellner, 2001, p. 9)

Em outros termos, a cultura de mídia atua no processo de construção dessas personalidades midiáticas, ou celebridades, como produtos de consumo (Driessens, 2014; Matta, 2009). Segundo Gabler (2009, *apud* Cashmore, 2006, p. 18), a celebridade não se trata de uma pessoa, mas sim de “um vasto show de vários personagens”. Em concordância, Houston (2010, p. 94 *apud* Cashmore, 2006, p. 17) destaca que “celebridades existem porque as pessoas possuem a capacidade de fantasiar”. Dessa maneira, a cultura da mídia serve como um mecanismo para criar valor econômico por meio do valor estético e experiencial, criando, produzindo e distribuindo prazeres, sensações e espetáculos enquanto oferta o entretenimento como seu principal produto (Debord, 1997; Lipovetsky e Serroy, 2015). Conseqüentemente, as celebridades estão presentes em várias formas de mídia e exercem grande influência na esfera político-social (Kellner, 2001). Sendo assim, uma referência sutil à qualquer tendência ou movimento político já é suficiente para construir (ou destruir) a identidade e definir a popularidade de uma celebridade, revelando importantes aspectos do seu público, que por sua vez, é despertado a reproduzir ideias, valores ou comportamentos semelhantes ao da personalidade em questão para participar das tendências do seu nicho.

O videoclipe como suporte para experimentações audiovisuais

Diante disso, o videoclipe surge como uma expressão audiovisual que abre portas para abordagens inovadoras de construção e consumo de narrativas visuais. Tendo sua raiz no termo inglês *clipping*, que significa recorte ou grampo, o clipe refere-se à técnica de bricolagem utilizada na montagem desses vídeos curtos e

fragmentados, característicos pelo ritmo acelerado (Gomes, 2018). Ademais, o desenvolvimento dos videoclipes está diretamente relacionado à história do cinema, que introduziu a união da imagem e do som no início do século XX (Silva, 2023) e possibilitou a manifestação de outros gêneros audiovisuais.

Em um primeiro momento, na década de 1970, os videoclipes começaram a ganhar destaque na televisão, sendo categorizados como um formato de mídia audiovisual intimamente ligada ao caráter publicitário, já que “não faz publicidade apenas da canção que ilustra, mas do estilo de vestir do músico, seus gestos, performance e produtos relacionados a ele, como os álbuns” (Holzbach, 2016, p. 29). Em seguida, em 1980, o conceito de vídeo musical – ou *music video* (MV) – emergiu na indústria musical como resultado da fusão entre o audiovisual e a música (Holzbach, 2016).

Desde então, os videoclipes têm desempenhado um papel significativo na cultura pop, servindo como um campo para experimentação de modelos narrativos, pautados por novos padrões artísticos (Holzbach, 2016). Atualmente, com a rápida sucessão de mídias digitais e a crescente democratização das ferramentas de captação de áudio e vídeo, juntamente da facilitação do acesso a softwares de edição e plataformas de streaming (como o YouTube, por exemplo), o videoclipe revelou-se como um sistema híbrido (Machado, 1997) que permite a exploração de novos processos narrativos. Isto é, tornou-se comum a integração de elementos do cinema e teatro, “como atuações de personagens, inserção de diálogos e de momentos em que há ausência da canção divulgada” (Silva, 2023, p. 40).

Por essa mesma razão, outra característica do videoclipe é sua transtemporalidade, que permite a mistura de imagens de diferentes épocas de maneira coesa à narrativa (Soares, 2004). As mídias funcionam como um canal para acessar o passado, logo, são um recurso importante para a memória cultural (Pickering e Keightly, 2014). Desse modo, pode-se incorporar diferentes referências históricas em um clipe, criando uma ambiguidade temporal. Assim, tendo em vista a inerência do hibridismo à fluidez fragmentária do videoclipe, esse formato age como um suporte ideal para misturas atípicas.

A transtemporalidade tem a função de se articular às formas narrativas presentes no videoclipe, propondo a junção do antigo como forma não só de reverência, mas, sobretudo, de negociação do passado com o

presente. A transtemporalidade pode ser percebida em clipes que achatam a aparente distância entre os conceitos que regem a criação deste gênero audiovisual. (Soares, 2004, p. 13).

É nesse panorama que a cantora nova-iorquina Lana Del Rey se encaixa. Reconhecida por suas produções audiovisuais melancólicas (Vieira, 2019), o estilo estético de Del Rey é igualmente transtemporal, sendo composto por uma miscelânea de elementos da moda vintage e retrô, como vestidos pin-up e símbolos que remetem à cultura americana – em específico à cultura pop dos Estados Unidos. Suas obras contam com contrastes e dualidades estéticas que subvertem as expectativas de feminilidade e sexualidade (Coração e Vieira, 2019).

A nostalgia em Lana Del Rey

Nascida em 1985, além de compor suas próprias músicas, Lana Del Rey participa ativamente na conceitualização dos seus videoclipes desde o início da sua carreira, e em diversos momentos, atuou também na direção das gravações dos seus clipes. A artista utiliza o videoclipe como plataforma para reforçar características fundamentais da sua arte, que é fortemente influenciada pelos anos 1950-1960 e pelo estilo *vintage americana* (Fetveit, 2015). Por isso, a nostalgia é um fator muito presente em sua videografia, que faz referências a diversos filmes (*Sem Destino*, *O Ataque da Mulher de 15 Metros*, *O Mágico de Oz*, etc) e figuras midiáticas (Marilyn Monroe, Priscilla Presley, John F. Kennedy, etc) dos períodos mencionados. Da mesma forma, em suas produções, principalmente no início de sua carreira, Del Rey apresenta-se com penteados típicos dos anos 50 e 60, suas indumentárias uma mistura do vintage com o moderno.

Eles [os videoclipes de Lana Del Rey] estão envolvidos em uma iconografia saturada de cultura norte-americana, símbolos bem usados de nostalgia que passaram a simbolizar a grandeza passada dos Estados Unidos: um Ford Mustang Fastback do final dos anos 1960, jeans, tênis Converse [All Star] na cor vermelha, a bandeira americana e assim por diante. (Fetveit, 2015, p. 195).

Todavia, por apresentar-se com uma feminilidade sutil e delicada, comportando-se como uma figura juvenil de sexualidade forte (Coração e Vieira, 2019), a cantora também é frequentemente associada ao estilo *coquette*, que tem origem europeia, fazendo assim seu próprio hibridismo conceitual. Embora tenham suas

diferenças, os estilos *coquette* e *vintage americana* frequentemente se sobrepõem e se complementam, criando um mosaico de influências culturais e visuais.

O termo *coquette* surgiu na França no século XVII, inicialmente apenas como uma palavra para descrever homens e mulheres que paqueravam por vanidade (Viele, 2007). Porém, além do seu país matriz, a expressão tornou-se bastante popular no Reino Unido e nos Estados Unidos entre os séculos XVIII e XX, incorporando-se às características da Era Vitoriana e abrangendo a América do Norte devido à soberania remanescente que o Império Britânico ainda possuía em relação aos Estados Unidos. Atualmente a palavra *coquette* faz alusão à microcomunidade estética visualmente orientada pelo estilo caracterizado pelo romance, pela exaltação da feminilidade e pela elegância de rendas, laços, mangas bufantes e rosa pastel.

Em contrapartida, o *vintage americana* é um estilo que reflete a cultura estadunidense, especificamente (mas não exclusivamente) no que consta ao período do *American Dream*, sendo característico pelo nacionalismo e pelo uso das cores da bandeira dos EUA (Holík, 2024). O estilo também é definido pelo uso de peças de jeans, jaquetas de couro, estampas xadrez, chapéus de caubói e botas. Assim, tanto o *coquette* quanto o *vintage americana* evocam um senso de nostalgia por épocas passadas e incorporam elementos de romantismo retrô.

Nesse contexto, a nostalgia presente nas obras de Lana Del Rey “se manifesta em uma relação ambígua entre o passado e o presente” (Pickering e Keightly, 2006, p. 936) com um teor de vicariedade, pois reduz o passado à uma fração idealizada e anseia pelo retorno de determinados aspectos desses períodos (Armstead, 2022; Pickering e Keightly, 2006; 2014), sejam eles puramente estéticos ou culturais. Del Rey utiliza de um patriotismo saudosista para evocar nostalgia (particularmente em seus primeiros álbuns, antes da eleição de Trump), contando com roupas, maquiagens e penteados da época para fazer uma reapropriação estética do passado (Armstead, 2022). Porém, segundo Fetveit (2015), ao mesmo tempo que a cantora apresenta essa imagem idealizada do passado, Del Rey emprega uma nostalgia fundamentalmente iconoclasta ao abordar a idolatria dos ícones de Hollywood dos anos 50 e 60, comprometendo-os e tornando-os vazios – apesar de se mostrar fã dos mesmos.

Além disso, grande parte dos videoclipes da cantora contam com o uso de imagem de arquivo, ou texturas e tratamentos de cor que simulam o envelhecimento da

imagem. Fetveit (2015) diz que esses elementos criam uma estética “precária”, usada por Lana Del Rey para provocar uma sensação de nostalgia. Esse fenômeno também pode ser descrito como “nostalgia analógica” (Marks, 2000 *apud* Pickering e Keightly, 2014; Fetveit, 2015), ou seja, uma deterioração ou fragmentação da imagem digital como representação do fascínio pelos séculos passados no que consta a estética, o conteúdo, ou o próprio meio das mídias obsoletas.

A obsolescência da mídia analógica junto à sucessão rápida de formatos digitais nos sensibilizou para a mortalidade de nossa mídia; ela também impulsionou o que Dominik Schrey (2014, p. 27-38) chamou de "a era de ouro da nostalgia por essas supostas 'mídias mortas' que [...] continuam assombrando uma cultura obcecada com seu próprio passado". Essa nostalgia por mídias cada vez mais obsoletas tem sido frequentemente entrelaçada com um interesse nos poderes estéticos e retóricos de formatos como o disco de vinil, filmes Super-8, fitas VHS, e uma série de outros [...]. (FETVEIT, 2015).

Levando isso em consideração, além das alterações feitas digitalmente nas imagens durante a pós-produção dos videocliques, a videografia da artista também trabalha elementos estéticos associados à nostalgia por meio de mídias analógicas como disco de vinil, filmes Super-8, fitas VHS, etc. (Fetveit, 2015). Acerca disso, a nostalgia nas obras de Lana Del Rey é expressa como continuidade de identidade (Armstead, 2022), uma vez que é desenvolvida e aperfeiçoada a cada álbum. Seus primeiros lançamentos apresentam uma nostalgia predominantemente focada em romances sombrios e introspectivos, com alusões à Era de Ouro de Hollywood, enquanto álbuns mais recentes exploram o tópico da nostalgia de forma mais ampla, com mais referências culturais e um teor de escapismo e bucolismo, com narrativas autobiográficas.

Video Games

O videoclipe de *Video Games* foi categórico para a trajetória musical de Lana Del Rey, proporcionando sua ascensão à fama internacional no ano que foi lançado, em 2011. Dirigido e editado pela própria artista, o vídeo é uma produção experimental caseira que mistura filmagens em VHS, imagens de arquivo da primeira metade do século XX e uma gravação de Del Rey cantando diante de uma webcam (Figura 1) (Santos, 2016). Essa videocolagem, como descrito por Vieira (2019), tornou-se

emblemática por sua abordagem e estética peculiar, contribuindo significativamente para a consolidação da imagem artística de Lana Del Rey.

Figura 1 – Frames de *Video Games*: Lana Del Rey em gravação com webcam, filmagem em VHS e imagens de arquivo de celebridades



Fonte: Lana Del Rey (2011)

No que tange ao conteúdo, a produção reflete o glamour hollywoodiano, ressaltando a crueldade do mundo da fama, em contraposição à uma domesticidade encantada. Para isso, o clipe utiliza cenas do clássico da Disney *Fantasia 2000* (Hunt, Butoy e Goldberg, 2000), imagens de arquivo de paparazzis e celebridades, gravações recentes de Los Angeles incluindo a Calçada da Fama e a placa de Hollywood (Figura 2), além de vídeos caseiros dos amigos de Del Rey em atividades cotidianas como andar de skate, pular em uma piscina e dirigir motocicletas.

[...] ela explorou as últimas décadas em busca de inspiração de uma forma que as gerações anteriores nunca conseguiram, extraindo referências cinematográficas, uma representação idealizada do glamour de Hollywood e do belo sofrimento perpetuado por filmes como *O Vale das Bonecas* e *As Virgens Suicidas*, misturando-os com suas próprias experiências de vida para criar uma estética surpreendentemente consistente. (Dazed, 2016)

Figura 2 – Frames de *Video Games*: Cena do filme *Fantasia 2000*, imagem de arquivo de paparazzis e gravações recentes de Los Angeles



Fonte: Lana Del Rey (2011)

Contudo, não se trata apenas de uma colagem de referências, mas uma celebração da memória como espaço de fascínio, usando-a estrategicamente para glorificar momentos domésticos ao revivê-los (Santos, 2016). É uma tática que se refere à nostalgia analógica mencionada anteriormente, que valoriza a estética e a carga

emocional dos rituais e experiências ligadas aos meios analógicos, demonstrando uma busca por autenticidade em meio à vida digital contemporânea. Assim, no videoclipe de *Video Games* a melancolia se faz presente por meio da nostalgia no espaço da internet e na própria conjuntura desses audiovisuais caseiros, nostálgicos, dotados de um amadorismo e de um preciosismo pelo envelhecimento das imagens (Vieira, 2019).

Ademais, Lana é retratada com close-ups intimistas que refletem seu semblante melancólico e sexual, exaltando ainda mais a nostalgia presente ao conectar-se com o estilo *coquette*. Embora adote um penteado característico da década de 60, há uma ausência deliberada de maquiagem e trajes que correspondam à mesma época. Isso pode ser atribuído às limitações financeiras, que também restringem o uso de equipamentos mais sofisticados, resultando na utilização de uma câmera de pouca qualidade na gravação da artista cantando.

Chemtrails Over The Country Club

O videoclipe da música *Chemtrails Over The Country Club* foi lançado dez anos depois de *Video Games*, em janeiro de 2021. Muito do seu enredo aborda a liberdade e a natureza selvagem feminina, inspirado no livro *Mulheres que correm com os lobos* de 1989, escrito por Clarissa Pinkola Estés. O clipe também faz referências visuais ao filme *O Mágico de Oz* (Fleming, Vidor e Cukor, 1939). Sob a direção de Kyle Wrightman e Alex Lee – conhecidos como BRTHR e renomados por suas obras visualmente vibrantes e narrativas detalhadas – o videoclipe evoca uma estética bucólica através de uma nostalgia analógica e vicária. A dupla não trabalha apenas na produção do material, mas também pós-produção, realizando a edição. Por conta disso, o clipe possui uma síntese das imagens que aparecerão ao longo do videoclipe em frames rápidos, cores impactantes e muitos flashes de luz, características do trabalho da BRTHR.

Chemtrails Over The Country Club é uma obra que simboliza bem o hibridismo presente na arte de Del Rey. O videoclipe foca no espetáculo visual, destacando simbolismos visuais, transições e figurinos para impactar o espectador visualmente. Além disso, utiliza uma paleta de cores em tons pastéis, intercalando com cenas em preto e branco e momentos de cores intensas, a saturação das cores com ênfase no azul, vermelho e branco – cores da bandeira dos Estados Unidos. Isso cria um gradiente de

cores que evoca uma estética visual remanescente de filmagens feitas por câmeras antigas (Picalho, Ribeiro e Fadel, 2023).

Nesse sentido, o vídeo possui uma estética onírica, intercalando entre cenas e frames rápidos com imagens que ilustram a história retratada na música. As transições entre uma cena e outra são feitas pelos mesmos efeitos que simulam o envelhecimento da imagem. Por exemplo, em certo momento a transição é feita pela simulação de um filme ou uma fotografia queimando, e em outra ocasião é realizada a partir do efeito de um filme estourado. Nota-se também o uso de efeitos que simulam o envelhecimento da imagem, isto é, a alteração do vídeo por meio de softwares para recriar as falhas presentes nos filmes de câmeras analógicas (ranhuras, *cigarette burns*, envelhecimento dos tons de cores quentes etc.). Ainda, a presença de barras pretas laterais indica o uso do filme formato 126 na filmagem (Figura 3), porém, os efeitos de edição visíveis nessas barras sugerem que essa característica foi adicionada posteriormente, simulando digitalmente uma materialidade analógica.

Figura 3 – Frames de *Chemtrails Over The Country Club*: Cenas simulando uso de filme 126 com recriação de falhas analógicas



Fonte: Lana Del Rey (2021)

Em relação aos elementos da moda, Lana Del Rey aparece com seu cabelo no estilo *pin-up* dos anos 50 e uma maquiagem sutil, com cílios postiços *fox eyes*, um delineado fino e a boca contornada com lápis marrom. Ao longo do clipe a cantora aparece com um carro retrô vermelho (1934 Mercedes-Benz 500K) e roupas brancas com acessórios que remetem a pérolas (Figura 4). Sendo assim, ao longo desses 10 anos de carreira da cantora, observa-se claramente o desenvolvimento da nostalgia em suas obras, que passou da utilização de apenas imagens de arquivo para uma ambientação completa, abrangendo desde as vestimentas até a construção de cenários. Em vista disso, Del Rey se aproxima cada vez mais do movimento *coquette*: *Chemtrails Over*

The Country Club prioriza a expressão artística e visual, explorando a introspecção e a melancolia com uma mistura de charme, delicadeza e mistério.

Figura 4 – Frames de *Chemtrails Over The Country Club*: Maquiagem e figurino de Lana Del Rey



Fonte: Lana Del Rey (2021)

Considerações Finais

Em suma, as obras de Del Rey são uma celebração da nostalgia que vai se intensificando videoclipe após videoclipe. A aplicação das transtemporalidades e das particularidades das mídias analógicas evoca um saudosismo que reforça sua identidade artística e apelo estético ao produzir uma ambientação distintamente vintage.

Percebemos que em *Video Games* há uma limitação em relação aos recursos, porém a nostalgia se faz presente a partir do modo como imagens de arquivo se sobrepõem à canção, que por sua vez também tem na sua estrutura elementos composicionais e técnicos de reforço da nostalgia. Enquanto em *Chemtrails Over the Country Club*, um de seus lançamentos mais recentes, há uma precaução para que o videoclipe por si só emane nostalgia de todas as formas possíveis. Nesse sentido, as produções da artista se distinguem pelos processos experimentais de estéticas, narrativas e construção de um videoclipe, garantindo autenticidade para seus trabalhos ao mesmo passo que atualiza o estilo *coquette* para os tempos modernos ao aproximá-lo do *vintage americana*.

Ademais, a sensação de nostalgia deriva da combinação do espetáculo, que consiste na sinergia entre música e imagens. Dado que este artigo se concentra na análise visual, especialmente na moda e nas texturas do videoclipe, a pesquisa é restrita. Uma análise mais aprofundada dos elementos sonoros, como dito no parágrafo anterior, deve ser realizada no futuro, uma vez que a sonoridade melancólica das músicas da artista exerce uma influência significativa na percepção da nostalgia nas obras.

Referências bibliográficas

ARMSTEAD, Charity S.; MCKINNEY, Ellen. The role of nostalgia in retro sewing. **Journal of Consumer Culture**, v. 22, n. 1, p. 61-81, 2022.

CASHMORE, Ellis. **Celebrity culture**. Routledge, 2014.

CORAÇÃO, Cláudio; VIEIRA, W. D. . Entre Lolita e Lana Del Rey: fabricações mercadológicas da sexualidade no corpo feminino sob noções de gesto, presença e esvanecimento. **NOVOS OLHARES**, v. 8, p. 87-96, 2019.

DAZED. *The enduring legacy of Lana Del Rey's "Video Games"*. Disponível em: <<https://www.dazeddigital.com/music/article/33227/1/the-enduring-legacy-of-lana-del-rey-s-video-games>>.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997

DRIESENS, Olivier. A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade. **Ciberlegenda**, v.31, p. 8-25, 2014. ISSN 1519-0617

FETVEIT, Arild. Death, beauty, and iconoclastic nostalgia: Precarious aesthetics and Lana Del Rey. **NECSUS. European Journal of Media Studies**, v. 4, n. 2, p. 187-207, 2015.

FLEMING, V.; VIDOR, K.; CUKOR, G. **O Mágico de Oz**. Loews Cineplex Entertainment, 1939.

GOMES, Wendel Soares. **Hibridismo e rock brasileiro : uma proposta de análise dos videoclipes da década de 1990**. 2018. 135 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas. Universidade Federal de Ouro Preto. Mariana, 2018.

HOLÍK, Adam. *Cultural References and Portrayal of Women: An Analysis of Lana Del Rey's Work*. Online. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Masaryk, Faculdade de Artes. 2024.

HOLZBACH, Ariane Diniz. **A invenção do videoclipe: a história por trás da consolidação de um gênero audiovisual**. 1ª edição. Curitiba: Appris, 2016.

HUNT, P.; BUTOY, H.; GOLDBERG, E. **Fantasia 2000**. Walt Disney Studios Motion Pictures, 2000.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. São Paulo: EDUSC, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. Editora Companhia das Letras, 2015.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós cinemas**. Papirus Editora, 1997.

MATTA, João Osvaldo Schiavon. Cultura da mídia e celebridades (midiáticas) do contemporâneo: Madonna e Avril Lavigne. **Anais... II Colóquio Binacional Brasil-México de Ciências da Comunicação**. De, v. 1, 2009.

PICALHO, A. C.; BORGES VAZ RIBEIRO, F.; FADEL, L. M. Chemtrails Over the Country Club de Lana Del Rey sob a ótica do *Cinema of Attraction* de Tom Gunning. **Anais do Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação – ciki**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2023. Disponível em: <https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/1423>. Acesso em: 09 jun. 2024.

PICKERING, Michael; KEIGHTLEY, Emily. *'Retrotyping and the Marketing of Nostalgia' in Media and nostalgia: Yearning for the past, present and future*, editado por K. Niemeyer. 2014.

PICKERING, Michael; KEIGHTLEY, Emily. The modalities of nostalgia. **Current sociology**, v. 54, n. 6, p. 919-941, 2006.

POLHEMUS, Ted. O tradutor de estilos. [Entrevista cedida a Tarcisio D'Almeida]. **Galáxia**, São Paulo, n. 9, p. 203-208, 2005. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1412/883>. Acesso em: 12 mar. 2024.

SANTOS, Amanda Venicio. **Bonita quando choro: Lana Del Rey, amor e gênero**. 2016. 107 f., il. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

SILVA, Monyse Rayne Damasceno da. **Bluesman: hibridismo entre música, videoclipe e cinema**. 2023. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/18579>.

SOARES, Thiago. Videoclipe, o elogio da desarmonia: Hibridismo, transtemporalidade e neobarroco em espaços de negociação. **Intercom**, Porto Alegre, 2004.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Editora Schwarcz - Companhia das Letras, 2010.

VIEIRA, William David. **Entre a depressão e a rebeldia, o corpo melancólico: espectro, legitimação e estética comunicacional nos videoclipes de Lana Del Rey**. 2019. 230 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2019.

VIELE, Anna. *Plotting the Coquette: Gender and Genre in the Eighteenth-century British Cultural Imagination*. Tese de Doutorado. Santa Barbara: Universidade da Califórnia, 2007.