
HIPERPOP E ANTIARTE: a crítica de Charli XCX na capa do álbum *Brat* e Marcel Duchamp¹

Edineiws Lima da Rocha²

Heitor Pinheiro de Rezende³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN

Resumo

Este estudo explora como a capa do álbum *Brat* de Charli XCX desafia convenções estéticas da música pop, empregando princípios da antiarte de Marcel Duchamp. A análise revela que a capa remete ao conceito de *readymade* de Duchamp e usa a simplicidade e o desfoque intencional da fonte para questionar as expectativas visuais tradicionais da indústria pop. Conclui-se que apesar da simplicidade, há uma crítica subjacente à estética dominante da música pop, alinhando-se com o dadaísmo e a antiarte de Duchamp. O impacto da capa no consumo do álbum não é quantificável com precisão, mas a viralização da mesma contribuiu para a expansão do público e para o sucesso comercial do álbum. Ressalta-se a contribuição do estudo a respeito do discurso visual praticado no contexto do hiperpop. Sugere-se em futuros estudos a consideração de outros artistas que atuam no subgênero hiperpop.

Palavra-chave: *Brat*; Charli XCX; Antiarte; Marcel Duchamp.

1. INTRODUÇÃO

O termo "pop" tem sido amplamente utilizado para classificar produtos, fenômenos, artistas e processos midiáticos, sempre ligados a formas de produção e consumo orientadas pelo mercado, expondo as entranhas das indústrias culturais e moldando estilos de vida com um “semblante pop” (Goodwin, 1992). A palavra "pop", inicialmente uma abreviação de "popular", abrangia produtos destinados ao grande público, produzidos sob as premissas das indústrias culturais, como televisão, cinema e música (Shuker, 1994). Com o tempo, o termo se expandiu para significados mais amplos e associados ao movimento artístico da "*pop art*" do fim dos anos 1950, refletindo a massificação da cultura popular capitalista (Lippard, 1998).

A música pop tem difícil definição, com uma sonoridade extremamente diversa que une referências de músicas eruditas, populares e massivas (Canclini, 1997).

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Audiovisual e Mídias Sonoras, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

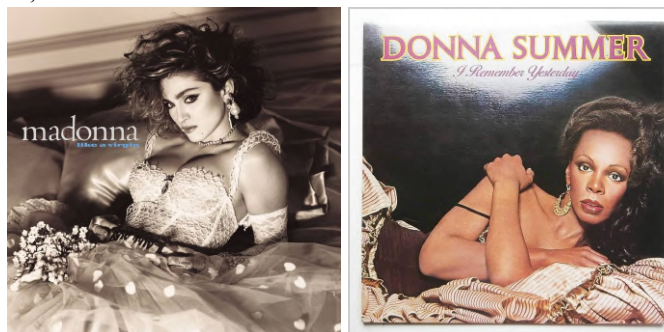
² Mestre em Administração Pública, discente de Publicidade e Propaganda na UERN. E-mail: edineiwsrocha@alu.uern.br.

³ Doutor em Comunicação e Semiótica, Professor do Departamento de Comunicação da UERN. E-mail: pinheirorezende@uern.br.

Contudo, a estética pode definir o que é ou não “pop”. No imaginário popular existe uma estética ostensiva que se apoia em itens como sensualidade, luxo e riqueza dos artistas que são líderes do gênero. Tais itens podem ser observados nas letras das canções e na estética dos videocliques, figurinos, palcos e no que até certo ponto era um dos primeiros contatos da audiência com os artistas: as capas de álbuns e *singles*.

No contexto da música pop contemporânea, a cantora Charli XCX se insere no hiperpop, que segundo March (2023) é um subgênero altamente exagerado e autoreferencial da música pop com fortes conexões com a cultura da internet. A artista em questão oferece uma crítica incisiva à estética e às expectativas do público em relação ao gênero através da capa do seu álbum "*Brat*" (2024). Assim como Marcel Duchamp desafiou e subverteu noções convencionais artísticas com "*A Fonte*", propondo uma nova lógica em que o gesto de escolha e deslocamento redefiniria o próprio conceito de criação artística (Nesbit, 1986), Charli XCX utiliza a capa do álbum *Brat* como uma plataforma para desconstruir as noções de luxo, sensualidade e riqueza que frequentemente dominam o imaginário popular da música pop, sobretudo com artistas femininas (Tenório, 2022).

Figura 1: Capas do álbum “*Like a Virgin*” (1984) - à esquerda - e “*I Remember Yesterday*” (1977) - à direita, ressaltando elementos luxuosos e a sensualidade das artistas.



Fonte: Spotify

As artistas femininas que são consideradas precursoras do pop mostram esses elementos nas capas de seus álbuns desde o início da sua carreira. Madonna e Donna Summer são exemplos de destaque e sucesso nas vendas de seus respectivos álbuns e posições nas paradas de sucesso estadunidenses como *Billboard* 200⁴.

⁴O álbum “*Like a Virgin*” tem vendas estimadas em 21 milhões de cópias pelo mundo, além de alcançar a primeira posição na *Billboard* 200, já “*I Remember Yesterday*” possui grande impacto cultural na música pop, trazendo o conceito de álbum conceitual para o pop, além de alcançar posição 6 no chart *Billboard* *Hot* 100 e ser considerada a maior música de dance da história segundo a revista *Billboard* (2025).

Essa análise revela como a artista navega pelas expectativas do público e pelas normas estéticas do gênero, ao mesmo tempo que as subverte e questiona, oferecendo uma reflexão crítica sobre a cultura pop e sua influência, similar ao impacto que Duchamp teve na arte contemporânea.

É importante mencionar que mesmo sendo uma forte crítica da indústria, Charli também utilizou por diversas da sensualidade e desenhos elaborados. Com um subgênero que faz o uso de diversos sons artificiais, computadorizados que causam uma sensação de um som robotizado e futurista, a artista faz muito uso de elementos complexos, 3D e sombreamento que complementam seu trabalho sonoro.

Figura 2: Capa do álbum “*Number 1 Angel*” (2017) - à esquerda - e do single “*5 in the Morning*” (2018) - à direita.



Fonte: Spotify

Este estudo adota uma metodologia descritiva qualitativa, baseada na revisão bibliográfica e na coleta de dados por meio eletrônico. A pesquisa será conduzida através de uma análise das escolhas visuais na capa do álbum *Brat* de Charli XCX, utilizando fontes acadêmicas e para contextualizar e interpretar os elementos visuais. A revisão bibliográfica incluirá obras sobre cultura pop, música pop e antiarte utilizando a coleta de dados por meio eletrônico. Essa abordagem visa fornecer uma compreensão aprofundada e crítica da intersecção entre as escolhas visuais de Charli XCX e os princípios da antiarte de Duchamp.

O objetivo geral é analisar como são usados elementos visuais na capa do álbum *Brat* para desafiar e desconstruir as convenções estéticas da música pop, empregando princípios semelhantes à antiarte de Duchamp. Os objetivos específicos são: a) investigar os elementos visuais presentes na capa do álbum *Brat*; b) explorar as paralelos com Marcel Duchamp na obra de Charli XCX na desconstrução de normas artísticas; c) avaliar o impacto dessas escolhas visuais na percepção do público, considerando a crítica implícita na obra de XCX.

Neste estudo, o problema se centra em: "Como as escolhas visuais na capa do álbum *Brat*, de Charli XCX, conseguem criticar a estética da música pop utilizando mecanismos da antiarte de Marcel Duchamp?".

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Definindo o “pop”

Segundo Booth (1990), o fator decisivo para a definição de música pop é o sistema utilizado pelo artista para alcançar a massa, um conceito encontrado nas definições de Adorno e Horkheimer (1947) da Escola de Frankfurt. Apesar destes últimos dividirem a cultura em erudita, popular e de massa, a música pop se alinha mais com a definição de cultura de massa.

Na língua portuguesa, "pop" refere-se ao "popular midiático", mas o conceito de "popular" é mais abrangente, incluindo tanto o "popular midiático" quanto o "popular" ligado à cultura folclórica (Soares, 2024). Já a música pop, como gênero musical, é marcada por sua produção dentro dos padrões das indústrias culturais e sua filiação a gêneros musicais hegemônicos (Martel, 2012). Essa discussão envolve problemáticas de valor, performance e territorialidades, explorando como se constroem valores dentro dos sistemas da música pop e como esses valores são articulados em performances e territorialidades (Frith, 1996).

Hawkings (2017) mostra as diferentes definições da música pop que vão desde a simplicidade na sua construção à facilidade no seu consumo devido a falta de exigência de senso crítico para compreendê-la. Soares (2015) explica que o termo de Cultura Pop se atrela à produção feita em volta de uma lógica de mercado utilizando diversos gêneros, ou seja, feita com uma intenção sobretudo comercial. Em confronto com os conceitos do mainstream trazidos por Martel (2012) ele traz:

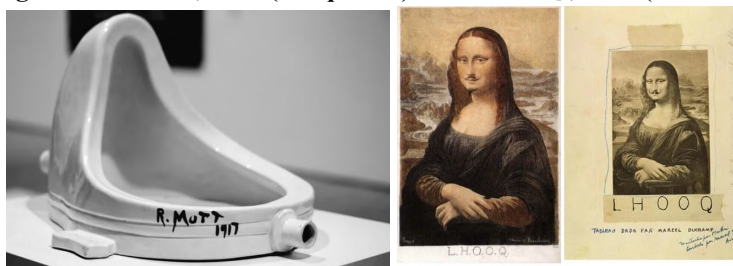
2.2 A antiarte de Duchamp

Marcel Duchamp é reconhecido por sua incursão provocativa no território da antiarte. A prática dos *readymades*, exemplificada pela obra "A Fonte", desafia as noções convencionais de beleza na arte. Duchamp escolhe tais obras com base na indiferença visual, destacando a intenção de questionar os critérios estéticos dominantes (Azevedo, 2013). Além da crítica ao conceito de beleza, Duchamp faz um protesto

através de suas obras ao transformar objetos cotidianos em arte e romper com as tradições artísticas e a rigidez das convenções burguesas de sua época, algo que coloca em questão o próprio plano sobre o qual se estabelece a ação artística (Hermosa, 1984).

A antiarte é uma rejeição radical dos valores estéticos tradicionais e da própria noção de arte como um objeto de contemplação passiva (Schwarz, 1997). A abordagem de Duchamp em suas obras revela uma crítica à institucionalização da arte e aos próprios conceitos tradicionais de estética. Para Franklin (2016), o artista desafia a noção de beleza, mas também a própria ideia de objeto de arte como algo sacralizado pela cultura dominante. Sua obra "A Fonte" (1917), assinada com o pseudônimo "R. Mutt" é exemplo dessa crítica, assim como a obra onde ele usa o bom humor do dadaísmo numa alteração da obra de Leonardo da Vinci.

Figura 3: A Fonte, 1917 (à esquerda) e L.H.O.O.Q., 1919 (à direita)



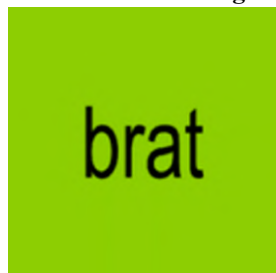
Fonte: Cultura Genial

Essa ação desafia as convenções estéticas e questiona os critérios de valorização artística, destacando a arbitrariedade das hierarquias culturais. A prática do *readymade* pode ser vista como uma manifestação da antiarte, onde a arte não se preocupa em ser bela ou técnica, mas em ser conceitualmente desafiadora. Neste sentido, Duchamp coloca em xeque a própria essência da arte (Azevedo, 2013).

3. ANÁLISE

Anunciado em 28 de Fevereiro de 2024 por meio de suas redes sociais, *Brat*, termo que significa “pivete”, em tradução livre, causou reações diversas. Citando dois dos comentários mais curtidos na publicação do anúncio é possível constatar isso. Enquanto o usuário “imfranco_” comenta que espera que aquela não seja a capa final, o perfil “posterjournal” pontua que o design gráfico da capa é brilhante (Instagram, 2024).

Figura 4: Capa do álbum “Brat”. Imagem: Atlantic Records



Fonte: Spotify

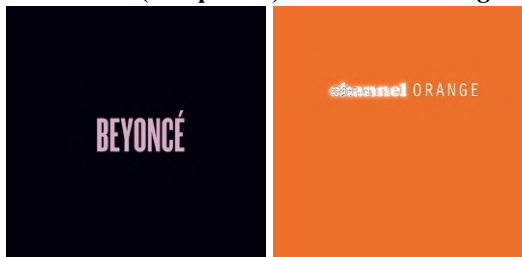
O design de capa de discos transcende a mera função de embalagem e atua como componente crucial na mediação entre o artista, a indústria e o público servindo como um elemento visual primário que estabelece a identidade de um álbum, influenciando a percepção do consumidor e a estratégia de marketing (Hirsch, 1975).

A capa do *Brat* foi desenhada por Brent David Freaney, com a direção da própria Charli e de Imogene Strauss. Apesar da aparente simplicidade, há diversos elementos que podem ser pontuados ao analisar o trabalho. A fonte utilizada é arial, na cor preta, esticada, causando uma aparência desfocada e serrilhada, devido à “não vetorização” correta antes de ser redimensionada. A cor do fundo é a Pantone 3507C, um verde vibrante que coloca o álbum em destaque nas prateleiras ou mesmo nas plataformas de streaming. Não há imagem alguma da artista ou qualquer outro elemento na capa.

A simplicidade, replicabilidade, cor e o posicionamento de uma artista que não se importa com as regras e convenções, tornaram *Brat* um trabalho viral. A aparente simplicidade questiona as expectativas de que exista um trabalho exaustivo e habilidades fora do comum para um trabalho *mainstream*. Tal trabalho poderia ser colocado uma versão digital do *readymade*, em um ponto que a artista não refina o trabalho, colocando como resultado final uma versão rapidamente.

Essa aparente simplicidade possui exemplos semelhantes na música contemporânea, como os álbuns “Beyoncé” e “*Channel Orange*” de Frank Ocean:

Figura 5: “Beyoncé” de 2013 (à esquerda) e “*Channel Orange*” de 2012 (à direita)



Fonte: Spotify

O que difere o *Brat* desses dois álbuns, no entanto, assim como na arte de Marcel Duchamp, é a intencionalidade de uma crítica. Na obra de Beyoncé, o fundo preto e a fonte simples, mas bem trabalhada, num cuidado com a legibilidade e contraste remete ao minimalismo de marcas de luxo, como Chanel. Já a capa de Ocean apresenta em sua fonte um ruído que remete à estática de TV, e junto com a cor laranja no fundo, remete ao significado do título do álbum “Canal Laranja” em tradução livre.

Em entrevista sobre o *Brat*, Charli critica a sensação de posse do trabalho dos artistas por parte do público. A artista explica a escolha da cor no trecho "Eu queria um tom de verde fora de moda, ofensivo para causar a ideia de que tem algo errado" (Vogue, 2024). Ela cita que queria causar uma discussão sobre as expectativas da cultura pop e que as pessoas refletissem sobre o motivo de algumas coisas no gênero serem consideradas boas e aceitáveis, enquanto outras são rejeitadas. Ela reforça que busca as narrativas por trás do trabalho ao invés de simplesmente tentar ser agradável.

O discurso se alinha mais uma vez com o trabalho de Duchamp. Quando ele exibiu a obra “A Fonte” com um pseudônimo (R. Mutt), um mictório aparentemente inalterado como arte, deu a seguinte declaração:

Se o Sr. Mutt, fez A fonte com sua próprias mãos ou não, não tem importância. Ele a escolheu. Ele pegou um objeto cotidiano e o posicionou de forma que sua utilidade desapareceu sob um novo título e ponto de vista - ele criou um novo pensamento para aquele objeto. (Blind Man, 1917, p. 5-6).

Ao divulgar a capa do *Brat*, mesmo com acesso a profissionais e recursos para elaborar uma arte complexa, cheia de elementos, com fotos profissionais, Charli traz o sarcasmo à forma de arte pop, semelhante ao dadaísmo de Duchamp.

Sendo uma artista pop alternativa, Charli XCX já possui um público que abraça suas singularidades. A viralização, por meio de diversas redes sociais, que originou centenas de memes com trocadilhos e identificação de objetos com a cor similar ao distinto verde fez com que o público de Charli se expandisse devido à curiosidade.

Com *Brat*, XCX teve o melhor desempenho de vendas nos principais mercados onde atua, sendo o primeiro álbum da artista a atingir vendas de 500 mil unidades nos EUA segundo a Billboard e 71 mil cópias no Reino Unido até Julho de 2024, segundo o MusicWeek. Embora seja difícil mensurar se a viralização foi responsável por esses

números, é preciso pontuar isso, uma vez que cada vez mais artistas têm as redes sociais como principal meio de divulgação.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivos investigar os elementos visuais presentes na capa do álbum *Brat*, explorar as influências de Marcel Duchamp na obra de Charli XCX e avaliar o impacto dessas escolhas visuais na percepção do público.

Sobre os elementos e a composição da capa, é perceptível a intencionalidade do design gráfico simples e supostos erros no trabalho como o desfoque da fonte. Anunciando o álbum mais de 3 meses antes do lançamento oficial e divulgando sua capa, Charli XCX precisou deixar claro que não havia um erro causado por uma suposta pressa do lançamento. A artista passou esse período justificando as escolhas por meio de entrevistas e esclareceu seu objetivo com ela.

A influência de Duchamp, mesmo que não direta, visto que a artista britânica não o citou em nenhum momento que se tenha visto, se dá justamente na rejeição das convenções do que é considerado aceitável na música pop, trazendo uma arte que não apresenta elementos elaborados, se restringindo ao simples e objetivo, dependendo do posicionamento da artista para ser considerado arte.

Quanto ao impacto, mesmo que não seja possível mensurar o quanto a capa trouxe de retorno em consumo do trabalho da artista, é válido pontuar que a viralização gerou divulgação espontânea por um período considerável ao tempo que o álbum teve desempenho de destaque na discografia de Charli, além de ter rendido à artista um prêmio Grammy de “Melhor Pacote de Gravação”, categoria que reconhece a excelência visual de um álbum, incluindo o design da capa, artes internas, fotografias e outros elementos gráficos que contribuem para a experiência do ouvinte (Grammy, 2025).

O dadaísmo, movimento artístico que critica a arte por meio de provocações, sarcasmo e deboche, se encaixa no estilo de protesto de Charli XCX no *Brat*. Suas escolhas visuais se alinham com os mecanismos da antiarte de Duchamp, grande expoente do movimento, na medida em que rejeita a complexidade e o que é tido como correto pelo público e crítica, trazendo uma nova visão para o trabalho e uma nova versão do *readymade* numa realidade digital.

O pouco volume de pesquisas do subgênero hiperpop limita o aprofundamento, dado que é um estilo pouco explorado e recente. A mensuração do impacto da capa do disco é complexo, pois não é possível perceber quanto isso influenciou no consumo do trabalho. Para estudos futuros, recomenda-se a análise de trabalhos de outros artistas musicais que também criticam o gênero do qual fazem parte, trazendo um paralelo com a forma que Charli XCX se propõe e incluir recortes sociais como raça e sexualidade.

Referências

AZEVEDO, D. F. O readymade de Duchamp e a dimensão crítica da arte. **O Percevejo Online**, v. 5, n. 1, 2013.

BILLBOARD. Billboard 200. Disponível em:
<https://www.billboard.com/charts/billboard-200/>. Acesso em: 26 abr. 2025.

BOOTH, G. D.; KUHN, T. L. *Economic and transmission factors as essential elements in the definition of folk, art, and pop music.* **The Musical Quarterly**, v. 74, n. 3, p. 411-438, 1990.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas, poderes oblíquos.** São Paulo: EDUSP, p. 283-350, 1997.

CULTURA GENIAL. **Marcel Duchamp: biografia, obras e ready-mades.** Cultura Genial. Disponível em: <https://www.culturagenial.com/marcel-duchamp/> . Acesso em: 26 abr. 2025.

FARAKOS, M. et al. **Octavio Paz e Marcel Duchamp: crítica moderna para um artista moderno.** 1984.

FRANKLIN, P. B. (Ed.). **The artist and his critic stripped bare: the correspondence of Marcel Duchamp and Robert Lebel.** Getty Publications, 2016.

FRITH, S. **Performing Rites: On the Value of Popular Music.** Harvard University Press, 1996.

GODOI, V. **Stelarc entre o sujeito e o objeto ou a arte tecnológica como antiarte.**

GOODWIN, A. **Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular Culture.** University of Minnesota Press, 1992.

RECORDING ACADEMY. Grammy Awards. Grammy.com. Disponível em:
<https://www.grammy.com/awards> . Acesso em: 26 abr. 2025.

HAMBURGER, A. **Antiarte e Poesia por outros meios.** **Revista Concinnitas**, v. 23, n. 43, p. 9-23, 2022.

HANLEY, J. Mercury Prize 2024: *Island secures three nominations as debuts dominate Albums of the Year list.* Music Week, 25 abr. 2024. Disponível em:
<https://www.musicweek.com/media/read/mercury-prize-2024-island-secures-three-nominations-as-debuts-dominate-albums-of-the-year-list/090204> . Acesso em: 26 abr. 2025.

HAWKINS, S. (Ed.). **Pop music and easy listening**. Routledge, 2017.

HERMOSA, T. Marcel Duchamp: la crítica de una ausencia. Los Cuadernos del Norte, **Revista cultural de la Caja de Ahorros de Asturias**, v. 5, n. 27, p. 34-41, 1984.

HIRSCH, P. M. Organizational effectiveness and the institutional environment. **Administrative Science Quarterly**, v. 20, n. 3, p. 327-344, 1975.

LIPPARD, L. **Pop Art**, 1998.

MARCH, L. Wrap You Up in My Blue Hair: Vocaloid, Hyperpop, and Identity in “Ashnikko Feat. Hatsune Miku–Daisy 2.0”. **Television & New Media**, v. 24, n. 8, p. 894-910, 2023.

MARTEL, F. **Mainstream: On the Globalization of Popular Culture**, 2012.

MIDDLETON, R. Studying Popular Music. **São Francisco: Open University Press**, 1991.

NAPOLI, F. A ironia como elemento constitutivo em Marcel Duchamp (a partir da Estética da Formatividade). **REVISTA DE TRABALHOS ACADÊMICOS–UNIVERSO BELO HORIZONTE**, v. 2, n. 1, 2016.

NESBIT, Molly. *Ready-Made Originals: The Duchamp Model*. **October**, v. 37, p. 53-64, 1986.

OFFICIAL CHARTS. **Official Albums Chart Top 100**. Disponível em:
<https://www.officialcharts.com/charts/albums-chart/>.

RAY, C. *Charli XCX on her upcoming all-female album and embracing change*. Disponível em: <https://vogue.sg/charli-xcx-cover-story/>.

RAMIREZ, E. *Charli XCX Responds to 'Brat' Album Artwork Criticism: 'It's Art'*. **People**, 18 jul. 2023. Disponível em:
<https://people.com/charli-xcx-responds-brat-album-artwork-criticism-8623469>.

SCHWARZ, A. The Complete Works of Marcel Duchamp. **Thames and Hudson**, 1997

SHUKER, R. *Understanding Popular Music*. Routledge, 1994.

SILVA, M. C. C.; SILVA, P. C. Bottle rack: a ausência da Coca-Cola nas obras de Marcel Duchamp. **RuMoRes**, v. 11, n. 22, p. 270-297, 2017.

SOARES, T. Percursos para estudos sobre música pop. **Cultura pop. Salvador: EDUFBA**, v. 296, p. 19-33, 2015.

TENÓRIO, B. O. **Pop em língua inglesa: o estímulo da música no processo de empoderamento feminino**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras - Inglês) – Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2022. Disponível em:
<https://www.repositorio.ufal.br/handle/123456789/11807> . Acesso em: 26 abr. 2025.

THE BLIND MAN. *New York*, 1917, n. 2. Disponível em:
<https://sdrc.lib.uiowa.edu/dada/blindman/2/index.htm>

XCX, C. *Brat*. [S.l.]: Atlantic Records, 2024. 1 álbum sonoro (15 faixas).