

**Francisca Marques**

***CLUB KIDS* - UMA RESIDÊNCIA  
ARTÍSTICA**

**Trabalho de Projecto**

**Mestrado em Realização de Cinema e Televisão**

**JULHO, 2019**

**Francisca Marques**

***CLUB KIDS - UMA RESIDÊNCIA  
ARTÍSTICA***

---

Trabalho de Projecto apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em realização de cinema, realizado sob a orientação científica da Prof. Doutora Eduarda Neves.

## [DECLARAÇÕES]

Declaro que esta(e) Dissertação / Trabalho de Projecto é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O candidato,

---

Porto, .... de ..... de .....

---

Declaro que esta Dissertação / Relatório / Tese se encontra em condições de ser apreciada (o) pelo júri a designar.

O(A) orientador(a),

---

Porto, .... de ..... de .....

## **AGRADECIMENTOS**

Antes de mais gostaria de agradecer aos meus pais, por todo o apoio dado ao longo dos anos, e em especial durante este período. Foram incansáveis e tenho a agradecer-lhes por tudo.

Aos meus avós, por me ensinarem a nunca desistir e a nunca dizer nunca, manter o orgulho e não desistir dos meus sonhos. Por me ensinarem a ser um melhor ser humano.

Ao meu companheiro, Carlos, por me apoiar quando vacilei nas minhas convicções e à minha irmã, Carlota, por toda a inspiração garantida à dezoito anos.

Aos meus irmãos do coração, André Batista, Chissangue Afonso, Clara Sertório, Filipa Azinheira, Jessica Gouveia, Manel Azinheira, Mathilde Major, Rolando Galhardas, Rúben Jaulino, Tiago Carrasco, Tomás Gomes, William Cantú, Xana Novais, por toda a ajuda e apoio na concretização deste projecto, e por serem únicos!

À Susana Jimenez e ao Pablo Vidar, assim como ao resto da equipa da Sociedade Harmonia Eborensense, por me permitir realizar a festa mais fabulosa de todos os tempos.

A todo o pessoal presente na festa "*Pérola is Burning*", e a toda a equipa responsável pela organização da festa por me terem permitido a gravação de vídeo e pela disponibilidade demonstrada.

Aos meus professores e orientadores, Eduarda Neves e António Costa Valente, por toda a orientação e conhecimentos que me transmitiram nestes últimos anos e no decorrer deste processo.

E, finalmente, a todos os *Club Kids* que inspiraram esta nova geração, por nos ensinarem a viver a nossa verdade e a sermos únicos!

# **CLUB KIDS - UMA RESIDÊNCIA ARTÍSTICA**

## **Francisca Marques**

PALAVRAS CHAVE: *club kids*, movimento, cultura, não-conformismo, estética, *mainstream*, tecnologia, ideais, *queer*, comunidade, época, identidade, género, *drag*, laboratório, *millennials*.

## **RESUMO**

Num mundo onde viver o virtual se torna mais importante que viver o presente, cria-se um momento de introspecção através do movimento *club kids* e do seu legado.

Acompanhando a história do movimento, iniciada nos anos oitenta, e a sua evolução até aos dias de hoje, apreciando os seus membros originais durante a viagem, chegamos ao século XXI, onde se perdeu grande parte do contacto físico e ganhou-se contacto virtual. Mas ainda assim temos *Club Kids*. Quem são estas misteriosas figuras da vida nocturna nova iorquina? O que contribuíram eles para a nossa sociedade actual e cultura de massas? Como é que o movimento sobreviveu todos estes anos?

\* Este trabalho de projecto rege-se pelo antigo acordo ortográfico.

## ÍNDICE

Introdução.....	7
Capítulo I: <i>Club Kids</i> - Breve análise histórica.....	8
Capítulo II: O desenvolvimento dos Club Kids.....	23
Capítulo III: Enquadramento para "Monstros na Noite".....	36
Capítulo IV: Monstros na Noite.....	42
Conclusão.....	44
Referências Bibliográficas.....	45
Webgrafia.....	46

## INTRODUÇÃO

*I wanted to create my own world, a world full of color, where everyone could play. One big party that never ends.*

Esta afirmação, de Michael Alig, resume a essência de qualquer *Club Kid*, desde os anos oitenta até aos dias de hoje. É o movimento *club kid* que será explorado ao longo do trabalho, não só as suas características e a sua história, como também os seus predecessores que influenciaram drasticamente os criadores do movimento. Esta pesquisa segue uma ordem cronológica, terminando com os *Club Kids* dos nossos dias.

É importante, antes de mais, ter em conta que os *Club Kids* ainda hoje não são considerados, de todo, um movimento artístico ou uma corrente de expressão artística pelas elites artísticas, apesar da sua importância se encontrar bem documentada e referenciada. Apesar disto, os *Club Kids* serão referidos, no decorrer deste trabalho, como um movimento artístico que representa claramente um grito de libertação de uma geração.

O primeiro capítulo do trabalho foca-se na contextualização histórica, abordando duas épocas: um momento pré *club kid*, em meados dos anos sessenta/ setenta, com a cultura das *ballrooms* e *The Factory*, de Andy Warhol e o seu séquito de *Superstars*; e a era *Club Kid*, que começa a surgir em 1984, mas apenas ganha notoriedade em 1987 (aquando da morte de Warhol), explorando a história do próprio movimento.

O segundo capítulo da investigação acompanha o desenvolvimento do movimento *club kid* até à actualidade, onde é explorada a evolução da vida nocturna, as influências das novas tecnologias e das redes sociais neste meio, a ascensão do movimento ao *mainstream* (através de *Club Kids* originais, como RuPaul Charles e Amanda Lepore) e os novos *Club Kids*, as novas estéticas e os novos *influencers* da cena.

O terceiro tópico do trabalho irá abordar o enquadramento do projecto prático. Sendo um movimento que, actualmente, tem ramificações um pouco por todo o mundo, foi importante focar a investigação em Portugal, mais concretamente na cena *club kid* do Porto e na "invasão" do movimento em Évora. No quarto, e último capítulo, procede-se à elaboração da memória descritiva do documentário "Monstros na Noite", onde se defende a sua linha de criação e as escolhas artísticas por detrás do processo documental.

Com este trabalho pretendemos explorar um movimento que se adaptou e acabou por moldar a sociedade em que vivemos, tornando-se num fenómeno *mainstream*, assim como o impacto que continua a causar na nossa realidade. Quero, também, com o trabalho prático, percorrer a fina linha que divide a realidade da utopia criada pelo movimento *club kid*.

## **CAPÍTULO I: *Club Kids* - Breve análise histórica**

Os *Club Kids* foram as celebridades da vida noturna de Nova Iorque durante as décadas de oitenta e noventa. Estes faziam parte da decoração das pistas de dança de famosas discotecas, onde o seu senso de moda viajava muito para além das *passerelles* de alta costura, com o seu estilo inovador, o objectivo era ser chocante e contra-normativo para a sociedade da época. Era também nestas festas que se exibiam, uma das principais metas era serem estrelas da vida noturna e, para isso, contavam os *outfits* extremos, a maquilhagem alienígena e uma atitude não conformista. O movimento *club kids* segue diversos ideais - os quais serão explorados no decorrer da pesquisa - e uma das consequências destes era o facto de um indivíduo, na procura da sua identidade e realidade únicas, cria uma meta pessoal de excedência de si próprio: desde o uso abusivo de drogas e álcool, à fluidez de género, à sexualidade, entre outros.

Em plenos anos oitenta, a vida noturna em Nova Iorque tinha diversas regras de comportamento para aqueles que desejavam ser conhecidos pelo público. Era descrito como um mundo à parte onde todos queriam ver e ser vistos e no qual não existiam redes sociais para divulgação pessoal. Deste modo, são descritas diversas regras no filme "*Party Monster*" que se enquadram perfeitamente com o estilo de vida noturna da época:

*A few simple rules of New York night life at the early 80's: rule number one, perception is reality, when you go night club never arrive, always make an entrance; rule number two, make sure your outfit works in black and white and that is a conversation piece, even if you are the one doing the talking (...); rule number three, watch out for pushier doctrice little plus boys who don't know their place in the scheme of things (...).<sup>1</sup>*

Estas regras, importantes para quem quisesse subir na hierarquia da vida noturna nos clubes de Nova Iorque, foram também o mote para o movimento *club kid*. Transmitidas a Michael Alig por James St. James, como foi retratado no filme "*Party Monster*", estas eram do conhecimento geral entre os membros do movimento e passadas às novas gerações. Apesar de diversas vezes se recusar a falar de Michael Alig, James St. James foi o mentor deste para a sua ascensão na vida noturna, não só como cabeça do movimento *club kids*, mas também como famoso promotor de festas nos clubes de Nova Iorque. Portanto, pode desta forma

---

<sup>1</sup> JAMES, James St., in *Party Monster*. De Fenton Bailey e Randy Barbato. World of Wonder, 2003.

concluir-se que St. James foi o primeiro *Club Kid*, apesar de na altura esta denominação ainda não ter surgido.

Em 1984, James St. James mudou-se para Nova Iorque, com o objectivo de estudar teatro experimental, mas depressa mudou os seus objectivos quando começou a sair à noite. O primeiro clube que visitou foi o *Area*, que, na época, era o clube que celebridades como Andy Warhol, Boy George e David Bowie frequentavam.

*If you were lucky enough to get plucked from the manic and overdressed crowd flooding the club's entrance on Hudson Street, the first thing you saw once inside was a hall of dioramas showcasing Area's house performers in costumes. It was like the American Museum of Freaked-out History. Gender-bender Bernard-Zette would be posed in the lounge on any given night as Jesus Christ, Jim Jones, St. Sebastian, Brooke Shields, Anne Frank or Jane Jetson, to name a few. Inside the club, there was an enormous aquarium with live sharks, and a coed bathroom that soon became a VIP room without a velvet rope or guest list.<sup>2</sup>*

Percebe-se, através desta afirmação feita na *Paper Magazine* por Peter Davis, as fortes influências que este clube noturno, assim como toda a arte e estética emergente deste tiveram um forte impacto nas raízes do movimento *club kids* e nos seus criadores. St. James apercebe-se que a vida que ambicionava estava ali, ser uma estrela da vida noturna, criar fama e um legado para gerações seguintes. Nos anos oitenta não era difícil levar uma vida fácil em Nova Iorque, até mesmo com pouco dinheiro: as rendas de alojamentos eram de valor quase irrisório e haviam sempre eventos a decorrer, com bufetes, as quais tinham entrada livre e qualquer um podia participar, mesmo sem ser convidado. É importante esta referência pois era comum entre *Club Kids* não se ter um trabalho constante, com um salário fixo, muitos viviam apenas com o escasso dinheiro que recebiam por serviços prestados nas festas que frequentavam ou com prendas de mecenas (que se disponibilizavam para pagar rendas, materiais de confecção para os seus *looks* extravagantes, ou pequenas somas monetárias).

St. James, apenas três meses após se ter mudado para Nova Iorque, ficou conhecido como *celebutante*<sup>3</sup>, título atribuído num artigo da *Newsweek Magazine*, sobre a vida noturna nova-iorquina. Foi por esta altura que St. James conheceu Michael Alig, o jovem também

---

<sup>2</sup> DAVIS, Peter (2013) - *A Look Back At Area, the '80s Club That Turned Partying Into An Art*, <http://www.papermag.com/a-look-back-at-area-the-80s-club-that-turned-partying-into-an-art-1427128384.html> . PAPER. / 2.05.2019.

<sup>3</sup> "*Celebutante*: A person of high society and wealth whose famous just for the fact of being rich and fabulous. A socialite who is "famous for being famous."; A person heavily involved in the club scene of the late 80s and early 90s. This term was mainly used by people who were part of the scene, before it became more well-known and the synonym club kid was coined by the mainstream media." In Urban Dictionary (2004/2005) <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=celebutante> / 2.05.2019.

recentemente chegado a Nova Iorque, tinha como objectivo estudar moda, mas que, acima de tudo, ambicionava a fama, vê nas atitudes e no sucesso de James St. James uma porta aberta para seguir esse desejo. Alig, que revela ser um aluno astuto e de aprendizagem rápida, demonstra ser um excelente seguidor, e St. James acaba por lhe transmitir todas as regras necessárias para se tornar num *celebutante*.

*And I also learned some VERY IMPORTANT LIFE LESSONS. For example:*

- *If two or three people of equal social standing are posing for a photograph, you always want to stand ON THE RIGHT of everybody else. That way, in the picture, you will be first on the left, and the caption will read: "James St. James and Blah Blah Blah were seen at ..."—So psychologically, you get top billing.*
- *Once something appears in print, it automatically becomes true. (...) Nobody will ever believe otherwise.*
- *Contrary to popular belief, there is such a thing as bad press. Just trust me on this one. Which leads me to the most important rule of all: Never, ever dish anyone in print. No matter who they are.<sup>4</sup>*

Alig, inspirado pelos conhecimentos transmitidos por St. James, inicia uma pesquisa própria, em busca de uma estética pessoal que o ajudasse a se introduzir no mundo das estrelas da vida noturna. Um dos ícones estéticos de Michael Alig era Boy George, que utilizava a androginia e a teatralidade como meios de expressão eficazes numa época saturada pela inovação e risco estético. A forma como explorava a maneira como se vestia e maquilhava encontram-se notoriamente expressas na estética pessoal de Alig, assim como a sua postura descontraída e vibrante que seduzia e intrigava a comunidade da vida noturna nova-iorquina. Outra das celebridades que contribuiu também como inspiração para Michael Alig foi Leigh Bowery.

Leigh Bowery (1961 - 1994) foi um performer e designer de moda australiano. Bowery mudou-se para Londres em 1980, pois não se sentia confortável no ambiente relativamente conservador proporcionado pelo seu país. Em Londres rapidamente foi notado, tornando-se numa figura de importante destaque na cena *underground* da cidade, especialmente entre o movimento dos novos românticos, com os *Blitz Kids*. Este outro movimento vindo de Londres (que será explorado mais à frente nesta investigação) foi também uma fonte de inspiração para os *Club Kids*, uma vez que este inclui Boy George, David Bowie e, como está a ser

---

JAMES, James St. (1999) - *Disco Bloodbath: A Fabulous but True Tale of Murder in Clubland*. Simon & Schuster.

analisado, Leigh Bowery. Clubes (incluindo o *Blitz*, que deu nome ao grupo de membros do movimento) representam, para este grupo de jovens artistas, um espaço laboratorial de desenvolvimento pessoal artístico, que era levado ao extremo, elevando constantemente a fasquia da inovação da arte. Bowery é um ícone da moda, que inspirou alguns dos maiores designers, de Alexander McQueen a John Galliano. Também ele foi a musa do pintor Lucian Freud, que fez diversos retratos de Bowery ao longo da sua carreira.

Numa época em que a sociedade se encontrava dividida entre um grupo conservador e heteronormativo, e outro, que contava com pessoal mais jovem, não-conformista e revolucionário, surgiu a persona que era Leigh Bowery. Um extra-extrovertido, que era um espectáculo supremo, um performer da moda, Bowery comunicava através da sua sexualidade descarada e dos seus exageros físicos extremos, assim como com os seus *outfits* ultrajantes. Bowery não se vestia ou produzia simplesmente; este era o seu estilo de vida e forma de criticar o mundano, uma piada sobre aparência. Os seus *looks* ousados foram baseados em si próprio, manipulando, desconstruindo e reconstruindo o seu corpo com roupas e maquilhagem. Trabalhando fora de uma zona de conforto, desenvolveu uma estética que poucos ousariam seguir. Original, provocativo e em constante evolução, tentando sempre chegar mais longe com a sua arte, Bowery manipulou roupas de forma a alterar completamente a sua aparência, que funcionava visualmente como uma forma de cirurgia plástica.

*"In an age when pop stars, actors, designers – those who traditionally dictated stylistic trends – are almost indistinguishable in their uniformity and blandness, Leigh Bowery stands out like an erection in a convent."* - A. Sharkey, 1987<sup>5</sup>

Após terminar a sua pesquisa e desenvolver a sua estética e persona através das influências acima referidas. Michael Alig segue o seu próprio rumo e começa a criar e promover festas no clube/discoteca *Limelight*. Mas para se compreender melhor o trajecto pelo qual Michael Alig enveredou, é importante referir as suas maiores inspirações para uma noite de diversão e criação: entre elas temos a cultura das *Balls* e Andy Warhol com o seu estúdio *The Factory*. Segue-se a análise das mesmas e como influenciaram Alig, assim como o movimento *club kid*.

Surgidas na década de 1920, em Harlem, Nova York, as *balls* são competições não remuneradas que consistem na participação de indivíduos que desfilam ou dançam em diferentes categorias que lhes são propostas. As apresentações são classificadas por um júri, que tem em atenção a moda, a aparência e a dança. Assim, os concorrentes desenvolvem um

---

<sup>5</sup> SCHMIDT-REES, Hannah (2019) - *Taboo - The Legend of Leigh Bowery*, <https://www.per-spex.com/articles/2019/3/4/taboo-the-legend-of-leigh-bowery> . PERSPEX.

alter-ego, muitas vezes adotando um nome artístico, com um estilo e atitude inovadoramente únicos.

Na década de 1920, as *balls* tinham como concorrentes, na sua maioria, homens homossexuais brancos a desfilarem - normalmente como *drag queens* - onde o melhor *outfit* ganhava. Nesta altura, as competições tornavam-se extremamente racistas, nas quais os participantes negros não eram bem recebidos e, quando era aceite que participassem, era exigido que aclarassem/iluminassem o rosto com maquilhagem.

É na década de sessenta que a comunidade *queer* negra, saturados da discriminação racista que sofriam nas *balls*, resolvem criar as suas próprias competições. Assim surgem as primeiras *balls* com o formato pelo qual são conhecidas hoje em dia. Estas tinham muito poucas categorias, na sua maioria participavam apenas *drag queens* que retratavam as típicas *showgirls* de Las Vegas. Esta subcultura<sup>6</sup> cresceu a par da luta pelos direitos civis nos Estados Unidos - sobretudo com as manifestações de Stonewall<sup>7</sup> - onde a comunidade *queer* negra altera a sua auto-percepção diminutiva (cultivada pela sociedade heteronormativa e racista) e se aceita orgulhosamente, assumindo a sua raça, género e sexualidade abertamente. Assim, nos anos setenta, assiste-se a uma expansão na participação nas *balls*, e, à medida que o número de concorrentes aumenta, vão também surgindo novas categorias de modo a permitir o envolvimento de todos.

*When I first started going to balls it was all about drag queens who were interested in looking like Las Vegas showgirls, back pieces, tail pieces, feathers, beads and all that. But As the seventies rolled around the things started changing, it started coming down to just wanting to look like a gorgeous movie star like Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor. And now they're went from that to trying to look like models; like Iman and Christie Brinkley and Maud Adams and all those children.*<sup>8</sup>

As *balls* tornaram-se então num espaço seguro, onde jovens *queer*, na sua maioria negros e latinos, se podiam expressar livremente. Vindos de estruturas familiares disfuncionais

---

<sup>6</sup> "A noção de subcultura é bastante habitual na sociologia e na antropologia. O conceito é utilizado para fazer referência a um grupo de pessoas, geralmente minoritário, com um conjunto de características próprias (comportamentos e crenças), que representa uma subdivisão dentro de uma cultura dominante da sua comunidade. Pode-se dizer que a subcultura é um grupo diferenciado dentro de uma cultura. Os seus membros podem reunir-se por diversos motivos, como a idade, a etnia, a identidade sexual, os gostos musicais ou a estética, entre outros.", SUBCULTURA (2012) - *Conceito de subcultura*, <https://conceito.de/subcultura> . CONCEITO.de. / 24.04.2019.

<sup>7</sup> "In the early hours of June 28, 1969, New York City police raided the Stonewall Inn, a gay club located in Greenwich Village in New York City. The raid sparked a riot among bar patrons and neighborhood residents as police roughly hauled employees and patrons out of the bar, leading to six days of protests and violent clashes with law enforcement outside the bar on Christopher Street, in neighboring streets and in nearby Christopher Park. The Stonewall Riots served as a catalyst for the gay rights movement in the United States and around the world."EDITORS, History.com (2019) - *Stonewall Riots*, <https://www.history.com/topics/gay-rights/the-stonewall-riots> . HISTORY. / 24.04.2019.

<sup>8</sup> LABEIJIA, Pepper, in *Paris is Burning*. De Jennie Livingston. Miramax Films, 1990.

ou não existentes, muitos destes jovens criavam laços entre si, que ultrapassavam as *balls*, criando famílias às quais davam o nome de *houses*. As *houses* acabavam por questionar a noção tradicional de uma estrutura familiar, em que as performances nas *ballrooms* eram o elemento de ligação entre todos os membros. Das *houses* mais conhecidas temos, por exemplo, a *House of Xtravaganza*, a *House of Ninja*, a *House of LaBeija* ou a *House of Aviance*, entre outras.

*In real life you can't get a job as an executive unless you have the educational background and the opportunity. Now, the fact that you are not an executive is merely because of the social standing of life. Black people have a hard time getting anywhere and those that do are usually straight. In a ballroom you can be anything you want. You're not really an executive but you're looking like an executive. You're showing the straight world that I can be an executive if I had the opportunity because can look like one, and that is like a fulfillment.*<sup>9</sup>

As competições, com o aumento de participantes, começaram a desenvolver, como foi referido anteriormente. Com este crescimento, surgem novos conceitos, categorias, estilos de dança e gírias que são exclusivas desta subcultura. É importante referir que nem todos os participantes eram *drag queens*, existia uma liberdade que permitia que mulheres destacassem a sua feminilidade, assim como homens a sua masculinidade. Uma das formas que os concorrentes encontraram de se expressar e desfilar foi através do *voguing*<sup>10</sup> - dança que ficou conhecida pelo *hit* de Madonna, *Vogue* (1990) - criado na cultura das *balls* nos anos sessenta e que se desenvolveu maioritariamente ao longo da década de setenta. As categorias de *voguing* tornaram-se as mais populares nas *balls* e a música de Madonna trouxe ao *mainstream* e à sociedade esta cena *underground* que muitos desconheciam.

Em plenos anos oitenta, com o surgimento dos primeiros casos de HIV (doença conhecida na altura como "cancro *gay*", estigmatizada como algo restrito à comunidade LGBT<sup>11</sup>) e com a onda de pânico em torno da doença, as *balls* eram um local de aceitação, um lugar onde pessoas marginalizadas podiam pôr de parte a sua posição social e os horrores que vivenciavam no dia-a-dia, e ocupar um espaço de destaque na ribalta. Tal fantasia de estrelato aponta para o desejo de ser olhado como igual pelos demais, não sendo estigmatizada pela sua sexualidade, pela sua etnia e ocupando exactamente o papel na sociedade que alguns sonhavam em possuir. É no decorrer da década de oitenta que as *balls* são consideradas uma subcultura, definida pela aceitação de todos, exactamente como são ou desejam ser. Prova

---

<sup>9</sup> COREY, Dorian, in *Paris is Burning*. De Jennie Livingston. Miramax Films, 1990.

<sup>10</sup> "Popularized by Madonna, it is a dance developed in discos in the late 70's and done by "striking poses", with some fluid though precise and often quick movement between.", GREEN, Corey (2008) - *TOP DEFINITIONS: voguing*, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=voguing> . Urban Dictionary. / 24.04.2019

<sup>11</sup> LGBT: Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgéneros.

disto é a criação de diversas novas categorias, de modo a que ainda mais participantes pudessem ter o seu momento de glória.

As *balls* tornaram-se uma das mais importantes manifestações culturais da história da comunidade *queer*, com as suas referências, gírias e costumes sendo utilizados até aos dias de hoje. Michael Alig, inspirado pelo formato das *balls*, começa a fazer sucesso nas suas festas quando inclui competições nestas. É assim que surgem as famosas festas de Alig no *Limelight Club*, "Disco 2000".

Antes de mais, é preciso tornar a focarmo-nos no estado social da época, no final dos anos oitenta, em Nova Iorque, o ambiente de terror mantinha-se devido ao vírus do HIV. Milhares de vidas foram tomadas, especialmente na comunidade LGBT, que fazia números nos bares e clubes da cidade. Muitos perderam familiares e amigos, e encontravam na noite e nas festas um escape para a realidade assustadora que enfrentavam. Alig e as suas festas proporcionavam o alibi perfeito para diversão e excessos.

*You have to remember that New York in the mid-'80s was ground zero for the AIDS epidemic. Fear and hysteria were what drove us. There was a prevailing sense that you and your friends might not be around this time next week -- so enjoy the now! Don't think about tomorrow.*

*So we partied too hard, drank too much, laughed too loud. We danced on the lip of the volcano, so to speak. We were young, too. And New York was still a big, open city where anything could happen and anyone could be star. Rents were cheap, creativity was encouraged and bottle service was still 20 years away.*

*That was the era the Club Kids came into.<sup>12</sup>*

Tal como nas *balls*, nas festas de Alig a liberdade para cada um ser aquilo que quiser está presente, o objectivo, tal como acontecia na cultura das *balls*, é chocar e criticar a sociedade. Este mote era lançado por Alig, que se apresentava com um estilo um tanto ou quanto infantil, no que diz respeito às silhuetas básicas e cores abundantes, que incluíam porém uma nota sexual e provocadora. Michael Musto, jornalista que acompanhava regularmente e de perto Alig e os seus seguidores - sendo também ele parte do movimento - afirma que o estilo era uma espécie de "perversed sex clown", onde os fatos nem sempre eram apenas chocantes, muitas vezes eram perturbadores: com sangue falso, máscaras de gás, facas, entre outros, que criavam *outfits* apocalípticos. Com este tipo de estética, o objectivo (para além de criticar e chocar) era permitir assumir uma personalidade diferente ou uma morfose da personalidade do próprio indivíduo. Ou seja, o movimento surge como crítica subversiva à norma, ao que é aceite e à elite, onde se criavam roupas extravagantes como sátira às celebridades que frequentavam o séquito de Warhol. Em 2017, numa entrevista à revista Interview Magazine, Alig fala-nos disso, dizendo o seguinte:

---

<sup>12</sup>JAMES, James St. (2017) - *After Dark: Meet James. St. James, Original Club Kid And Nightlife Icon*, [https://www.huffpost.com/entry/james-st-james-after-dark\\_n\\_5814144](https://www.huffpost.com/entry/james-st-james-after-dark_n_5814144) . HUFFPOST. / 27.05.2019.

*We were all going to become Warhol Superstars and move into The Factory. The funny thing was that everybody had the same idea: not to dress up but to make fun of people who dressed up. We changed our names like they did, and we dressed up in outrageously crazy outfits in order to be a satire of them—only we ended up becoming what we were satirizing.*

Para se perceber a evolução de Alig e das festas que este produzia, primeiro tem que se analisar o impacto de Andy Warhol e do seu estúdio, *The Factory*, na noite nova-iorquina, que se alterou e formatou a partir de Warhol.

Nascido a 6 de Agosto de 1928, em Pittsburgh, Pensilvânia, Estados Unidos, Andy Warhol foi um artista plástico, pintor, empresário, cineasta e figura de destaque do movimento pop art. Tendo como nome de registo Andrew Warhola, Jr., os seus pais eram imigrantes operários do nordeste da Eslováquia, que na época ainda fazia parte do Império Austro-Húngaro. Durante parte da sua infância, Warhol sofreu com a doença de Huntington, que lhe afectava o sistema nervoso, provocando movimentos involuntários das extremidades do corpo. Enquanto estava doente, para se abstrair, desenhava, ouvia rádio e colecionava imagens de estrelas de cinema. Mais tarde, Warhol constatou que este foi o período mais importante para o desenvolvimento da sua personalidade. Em 1945, entrou no Instituto de Tecnologia de Carnegie (hoje em dia Universidade Carnegie Mellon), em Pittsburgh, através da qual tirou uma graduação em design.

Após ter terminado a sua graduação, Warhol mudou-se para Nova Iorque, onde começa a trabalhar como ilustrados para importantes revistas (como a *Vogue*, e *The New Yorker*), para além de fazer também anúncios publicitários. Cultiva uma carreira que começa a ter muito sucesso e é como artista gráfico que ganha diversos prémios. E é em 1952, que faz a sua primeira mostra individual, com desenhos baseados na obra do escritor Truman Capote. É aqui que começa a assinar as suas obras como Warhol.

A partir de 1960, começa a usar os conceitos da publicidade nas suas obras e reinventa o conceito de pop art. Nesta usa a reprodução mecânica, serialmente e sempre com variações da paleta de cores, de artigos de consumo - por exemplo as latas de sopa *Campbell* - como também rostos de figuras públicas e queridas da sociedade como Marilyn Monroe, Elvis Presley e Che Guevara, entre outros, assim como símbolos icónicos da história da arte, como Mona Lisa.

Em 1962, Warhol abre o seu primeiro estúdio, ao qual dá o nome de *Sylver Factory*, devido ao espaço estar forrado em papel de alumínio. A *Sylver Factory* ficava em *Midtown Manhattan*, na *East 47th Street*. Nesta época, Warhol rodeou-se de pessoas que considerava "abandonadas" pela sociedade, com todo o tipo de educação, estas desejosas de sair do protótipo de comportamento idealizado, quebrando condutas morais, e, por fim, tornando-se "rebeldes". Começou a ser bastante comum o abuso de drogas na *Sylver Factory*, que, para

além de ser o estúdio de Warhol, também se tinha tornado numa espécie de clube, aberto 24 horas por dia. Todos os que frequentavam o espaço faziam-no para se aproximarem e agradarem Warhol:

*In those days the Factory was like a medieval court of lunatics. You pledge alliance to the king - King Warhol. Yet there was oddly no hierarchy. Warhol was also one of us. He accepted the responsibility. He accepted the insanity.*<sup>13</sup>

Warhol é descrito como sendo tímido e pouco ou nada falando. Muitas das pessoas que o rodeavam afirmam que ele dependia dos outros para as suas coisas, e era esse sentimento que fazia com que os demais se sentissem “especiais” quando estavam perto de Warhol. A época da *Sylver Factory* é descrita como auto-destrutiva, onde não havia qualquer censura, e a libertinagem reinava, sobrepondo a ideia de clube à de estúdio de criação artística, e era deste clima instável que Warhol alimentava a sua criatividade.

*There was also this about the Factory: there were all these people hanging around hoping to find themselves but losing themselves more and more and more. I think Andy enjoyed seeing the suffering.*<sup>14</sup>

Esta afirmação que Benedetta Barzini fez ao *The New York Times* não é de todo descabida: o ambiente era pesado, descrito como sujo e repleto de pessoas completamente perdidas no efeito de alucinogénicos. Estava em poder de Warhol alterar a situação, que este mantinha por questões de desenvolvimento artístico, principalmente da sua carreira como cineasta, - foi nesta época que gravou filmes como *Chelsea Girls* e *I, a Man* - alimentando assim a conduta negativa que os seus amigos e seguidores levavam.

É a 3 de Junho de 1968, que Warhol sofreu uma tentativa de assassinato no seu estúdio. O crime foi cometido por Valerie Solanas, radical feminista e fundadora e único membro da SCUM<sup>15</sup>, que invadiu o seu estúdio e o alvejou três vezes. Consta que a causa da tentativa de homicídio ocorreu pois Valerie Solanas teria ficado furiosa com Warhol a quem apresentou um argumento pelo qual o artista não se interessou e acabou por perder o material. Este atentado deixou Warhol gravemente ferido e acabou por ficar com sequelas para o resto da vida, sendo uma delas o uso obrigatório de um espartilho cirúrgico.

Após o atentado, Warhol torna-se muito cuidadoso nas pessoas que escolhe para o rodearem, e acaba por mudar o estúdio para a Union Square West e mais tarde, em 1973,

---

<sup>13</sup> WORONOV, Mary; TREBAY, Guy; LA FERLA, Ruth (2018) - *Tales From the Warhol Factory*, <https://www.nytimes.com/2018/11/12/style/andy-warhol-factory-history.html> . The New York Times. / 19.04.2019.

<sup>14</sup>BARZINI, Benedetta; TREBAY, Guy; LA FERLA, Ruth (2018) - *Tales From the Warhol Factory*, <https://www.nytimes.com/2018/11/12/style/andy-warhol-factory-history.html> . The New York Times. / 19.04.2019.

<sup>15</sup> SCUM: *Society for Cutting Up Men*

para a 860 Broadway. A segurança tornou-se mais restrita e não era qualquer um que entrava na *Factory*. É quando muda de estúdio que este deixa de se chamar *Silver Factory* e passa a ser conhecido apenas como a *Factory*. A *Factory* torna-se então num espaço criativo, pela primeira vez com regras aplicadas por Warhol, onde o ambiente é de seriedade e decoro, respeitando o estúdio como um espaço de criação artística. Warhol pela primeira vez separa o local onde pinta do resto do estúdio, de forma a obter privacidade máxima. É exigido aos trabalhadores que tenham formação e apenas são contratadas pessoas com “boas famílias”. Warhol olha para a “nova” *Factory* como um negócio sério.

Apesar de o ambiente do estúdio ser mais sério, Warhol mantém o seu grupo de “discípulos”, sendo este composto principalmente por jovens. Estes, na sua maioria ricos, eram pessoas descritas como extravagantes e “rebeldes”, que disputavam a atenção de Warhol, algo que o acompanha em todas as *Factories*, este aceita a sua companhia como forma de distração e diversão.

*It really wasn't a party until you ran into Andy.*<sup>16</sup>

O objectivo de quem rodeava Warhol não era ser rico, mas sim criar uma ideia de si próprios que ia muito além do dinheiro, quase como criar uma nova identidade, onde o senso de moda, a fama e o sexo eram as características mais importantes, uma fachada baseada na apresentação pessoal juntamente com a rebeldia própria dos anos sessenta e setenta. Warhol adorava rodear-se por jovens devido a isso mesmo, estes viviam para estes ideais, e este descrevia-se como “uma pessoa profundamente superficial”, que adorava a sociedade, a cena de Hollywood, a riqueza, a extravagância, etc. Assim, os seus seguidores ficaram conhecidos como *Warhol Superstars*.

*Andy was a great teacher. He taught me to always get a corner table in a restaurant, where you could see and be seen. People really looked at each other in those days. They didn't have cellphones. The entertainment was you.*<sup>17</sup>

Andy Warhol morre a 22 de Fevereiro de 1987 e, juntamente com este evento acontece aquilo que as pessoas na altura chamaram a morte da *downtown New York*, informa James St. James numa entrevista para o *talk show Hey Qween!*<sup>18</sup>. St. James continua afirmando que até então, Warhol “unia” Nova Iorque, pois era a única pessoa que se integrava

---

<sup>16</sup> DERRINGER, Liz; TREBAY, Guy; LA FERLA, Ruth (2018) - *Tales From the Warhol Factory*, <https://www.nytimes.com/2018/11/12/style/andy-warhol-factory-history.html> . The New York Times. / 19.04.2019.

<sup>17</sup> CROLAND, David; TREBAY, Guy; LA FERLA, Ruth (2018) - *Tales From the Warhol Factory*, <https://www.nytimes.com/2018/11/12/style/andy-warhol-factory-history.html> . The New York Times. / 19.04.2019.

<sup>18</sup> JAMES, James St.; MCGOVERN, Jonny (2016) - *James St. James on Hey Qween with Jonny McGovern | Hey Qween*, <https://www.youtube.com/watch?v=J3pgs-EjF84> . Hey Qween!, Youtube. / 27.03.2019.

facilmente em qualquer tipo de *background*, e, sendo considerado o “rei” da noite nova-iorquina, era sempre um privilégio quando ele aparecia numa festa. Quando Warhol morre, Nova Iorque volta a fracturar-se, havendo fortes distinções sociais que eram associadas a diferentes lugares de Manhattan. Cada um segue a sua vida, deixando as festas, e muitos inclusive Nova Iorque, principalmente as estrelas da vida noturna, que apenas viam o seu futuro em Hollywood.

É neste clima que as festas de Michael Alig começam a ter notoriedade e o movimento *club kids* surge com uma força arrebatadora, aproveitando a situação. Alig inspira-se na persona que foi o seu ídolo, Warhol, e desenvolve o seu alter-ego, como foi referido anteriormente. Os *clubbers*<sup>19</sup>, que deixaram de ter grandes festas a que ir e perderam o seu ídolo, viram em Alig e nas suas festas o potencial para criar e participar em algo novo e revolucionário. O movimento surge como resposta, não só ao vazio proporcionado pela morte de Warhol, mas também como resposta a uma geração que não se identificava com o que culturalmente era expectável de si: uma geração que não tinha voz ou uma realidade que lhes pertencesse.

Michael Alig via-se como uma pessoa superficial, em que a sua fama espontânea era baseada na sua figura extrovertida e no seu senso de moda, ou seja, uma fama que derivou também do facto de ser um libertino. À semelhança com o que se passou com Warhol, Alig começou a ser tratado como um deus, mas abusava do seu “poder” e dos seus seguidores. O seu mau comportamento tornou-se uma novidade recente entre uma sociedade que se esmerava no comportamento em festas, algo que era visto como um acto de ousadia e de forte carácter, por isso ficou conhecido e todos o tentam impressionar. Alig, que cada vez tem mais seguidores, dá-lhes o nome de *Club Kids*.

Assentes numa forte cultura visual, como foi referido anteriormente, o mote era ser quem quisessem e viverem a sua fantasia de forma livre. Inicialmente, o movimento começou por ser uma forma de promoção dos bares e discotecas locais, mas rapidamente ganhou o seu próprio espaço na cultura popular.

Alig mantém as festas semanais *Disco 2000* no *Limelight Club*, mas, farto destas, vai realizando festas “*Outlaw*” em espaços públicos - como no metro, em estabelecimentos comerciais, em praças, etc. - em que a sua duração era definida pelo tempo que a polícia demorava a chegar ao local, sendo este o ponto alto da noite, e das quais fizeram parte celebridades como Madonna, David Bowie, Cher, Tina Turner, entre outros.

Com o passar do tempo, os *Club Kids* tornam-se mais irreverentes e o mau comportamento referido acima começa a fazer parte da norma. Para se estar em voga, a par de Alig, é preciso ser-se rebelde e revoltar-se contra a sociedade normativa, considerada retrograda, evitando a todo o custo tudo o que é visto como “normal”.

O consumo de álcool, mas principalmente de drogas tornou-se comum entre os *Club Kids*, e era algo assumido por todos, uma das características destes era serem extremamente directos, não escondendo abusos nem vícios, pois estes faziam parte da sua identidade

---

<sup>19</sup> *Clubber*: pessoa que frequenta clubes/discotecas.

própria. Uma das drogas de eleição era Cetamina<sup>20</sup>, conhecida entre o grupo como *Special K*, dava aos consumidores a sensação de perda de identidade e de sentido de orientação, o que lhes proporcionava a criação do seu próprio mundo, pois tudo à sua volta transmitia-lhes a impressão de fazer sentido. Era esta a sensação que os *Club Kids* procuravam e esperavam alcançar no seu dia-a-dia. Mas, como com tudo, estes queriam ir mais longe e depressa se saturaram da *Special K*, partindo para drogas mais pesadas como extasy, cocaína e, mais tarde, heroína.

*Heroin was kinda like we were constantly testing ourselves, and thats the all point of the club kids, was seeing how far we can take the fantasy, to take to the extreme.* <sup>21</sup>

De modo a manter o constante fluxo de drogas nas festas, como também de as obter de graça, Alig mantém e estima uma relação próxima com dois *drug dealers*, Robert "Freeze" Riggs e Andre "Angel" Melendez. As drogas não só começaram a controlar Alig, assim como mais tarde se tornaram uma das forças impulsionadoras de toda a cena noturna que este havia criado. Tal como no tempo de Warhol, também os *Club Kids* tinham uma linha hierárquica, encabeçada por Alig, e o objectivo principal dos seus seguidores era conseguir chegar a um lugar mais próximo deste. Subir na hierarquia significava, não só fama e poder de desenvolvimento artístico, assim como drogas, álcool e entradas nas festas de graça. Muitos, com esta inesperada fama, conseguiam patrocinadores ou mecenas, que pagavam as suas despesas mensais, assim como todos os gastos associados com a imagem e vida noturna, como foi referido no início da investigação. Michael Alig tinha como patrocinador e empregador Peter Gatien, o dono do *Limelight Club*, ao qual era extremamente chegado, vendo-o quase como um pai.

O *Limelight* transformou a vida noturna nova-iorquina numa realidade rotativa, revestida de vinil, sem preconceitos de identidade de género e cheia de ritmo e estilo. O espaço vibrava com a eletricidade que fluía da sensação de que todos os presentes no clube, uma antiga igreja, saltavam e dançavam numa completa euforia - pois quem conseguia entrar no *Limelight* era um prestigiado da vida noturna de Nova Iorque, visto a popularidade do espaço. O homem por trás do clube, que acolheu no seu espaço a pura energia criativa das múltiplas cenas em que foi palco, foi exactamente Peter Gatien. Nomeado pelo *New York Post*, no início de 1990, como o "Rei dos clubes de Nova York", este visionário da vida noturna era proprietário dos maiores e mais influentes espaços da cena noturna da cidade - o *Tunnel*, o *Palladium*, o *Club USA* (desenvolvendo o conceito deste com Michael Alig) e, finalmente o *Limelight*, que foi o primeiro de uma das cadeias de clubes mais vanguardistas da história.

---

<sup>20</sup> "A cetamina, vendida sob a denominação comercial Ketalar, por exemplo, é uma medicação utilizada principalmente para induzir e manter a anestesia. A substância induz um estado de transe, proporcionando alívio da dor, sedação e perda de memória.", in Wikipédia: a enciclopédia livre (2019) <https://pt.wikipedia.org/wiki/Cetamina> / 19.05.2019

<sup>21</sup> PAPER, Walt, in *Party Monster: The Shockumentary*. De Fenton Bailey e Randy Barbato. 1999.

No que previamente foi o a Igreja Episcopal da Santa Comunhão, em Nova Iorque, tornou-se, em 1983, no *Limelight Club*, onde Gatien despojou a bela estrutura antiga do seu contexto sagrado - destruindo a elegância gótica e reconstruindo o lugar como um espelho de uma casa de diversões, colocando balcões de bares a abarrotar com celebridades *mainstream* e da vida noturna - onde passaram a habitar, ao invés das figuras religiosas do passado - sentadas ao lado das criptas de mármore, e transformando completamente a reverência silenciosa do interior de uma capela, na frivolidade desenfreada de um salão VIP. O *Limelight*, aquando da sua abertura, teve um impacto imediato na cena noturna com a sua festa inaugural repleta de celebridades, onde super-modelos e artistas plásticos de elite dançaram toda a noite com famosas estrelas da vida noturna e actores de cinema, esta festa teve uma intensa cobertura mediática que resultou numa publicidade de sucesso do novo clube.

Com a sua evolução, neste espaço não era importante o *status* do público que o frequentava, mas sim a aparência deste: um público com um visual atractivo, quer este fosse mais discreto, ou completamente alienígena, o importante era ressaltar no meio de uma multidão. A reputação do *Limelight* para abordar um estilo um tanto ou quanto ultrajante e extremo intensificou-se à medida que sua fama cresceu e acabou por gerar sua própria cena - o movimento *club kids*. Este movimento, com o seu grupo de hedonistas extremamente criativos, apresentados com uma mistura de inocência infantil adjacente a um erotismo puro, foi atraído pela melhor música *techno* da cidade e pela poderosa criatividade auto-confeccionada que Gatien estimava.

Embora abraçar novos géneros musicais e subculturas fosse o talento de Gatien, acabou também por ser a sua maldição, quando as aparências e posturas provocantes de uma trupe de *Club Kids* começaram a surgir em *talkshows* famosos dos anos oitenta e noventa, como *Geraldo*, *Joan River's Show* e *The Arsenio Hall Show*. Aparecendo nestes programas de televisão como o rosto moderno da rebelião adolescente, os *Club Kids* levaram a um intenso escrutínio sobre Gatien e o seu clube. O *Limelight* foi fechado pelas autoridades em 1997, quando uma rusga ao espaço comprovou que este também servia como um centro de comercialização de drogas, estando Gatien directamente envolvido com as negociações.

As festas de Michael Alig no *Limelight*, com o passar do tempo tornaram-se cada vez mais perversas, com competições como "*The Hot Body Contest*", da *Disco 2000*, que começou quando Alig se apercebeu que sexo vendia. O objectivo do concurso - no qual os participantes se despiam até atingir nudez parcial ou completa - era que o concorrente se sentisse à vontade e se diverti-se, não havendo críticas negativas, pois discriminação não era tolerada. Apesar de tudo, muitos dos comportamentos do público acabavam por ser excessivos, devido ao consumo de alucinogénicos. Assim, as festas produzidas por Alig tornaram-se eróticas, com nudez abundante e cenas insinuatoras de relações sexuais, que levavam o público ao delírio.

Outras festas fizeram parte do mundo dos *club kids*, como a festa de aniversário de Michael Alig, "*Bloodfeast Party*", com instalações performáticas sangrentas e grotescas que eram representadas pelas diversas salas do espaço do *Limelight*, à qual não podia faltar as

quantidades excessivas de drogas, álcool e sexo à mistura. Alig tornou as suas festas num festim perturbador que alimentava a multidão de *club kids* desertos por alcançar o extremo, e este, a par das festas, desenvolvia cada vez mais um perfil perturbador. Um exemplo do seu comportamento abusivo, foi levar de forma leviana para as festas *Disco 2000* temas como o HIV e a Hepatite, doenças extremamente comuns e temidas na época, para concursos onde os seleccionados faziam um teste para descobrir se tinham contraído as doenças. Deste modo, o perigo e a adrenalina eram considerados como novas formas de diversão, mais uma maneira de levar o quotidiano como uma festa, dentro do horror que era proporcionado pela vida real. Alig cria assim uma atmosfera numa outra dimensão, proporcionada pelo desejo de quebrar fronteiras e pelo consumo de drogas.

Alig e os *Club Kids*, ao longo dos anos, chamaram a atenção da imprensa. Para além de anúncios televisivos à *Disco 2000*, e diversas reportagens feitas ao grupo, estes foram frequentemente chamados ao popular programa televisivo da época *Geraldo*, como foi referido anteriormente. Este foi transmitido de 1987 a 1998. Para além de Alig, *Club Kids* como James St. James, Walt Paper, RuPaul, Amanda Lepore, Kenny Kenny e Richie Rich, fizeram aparições no programa em 1990, 1992 e 1994, e tornaram-se nos convidados favoritos do público, atraindo para Nova Iorque *Club Kids* de todo o país.

*When I was twelve I saw him (Michael Alig) on the Geraldo show, him and all this crazy Club Kids and they where stars for no reason.*<sup>22</sup>

Com a publicidade constante em seu torno, os *Club Kids*, passaram de um grupo restrito em Nova Iorque a um movimento nacional em pouco tempo. Atraíam jovens por toda a parte com a mesma ambição: tornarem-se famosos por festejarem noite após noite e dormirem durante o dia.

Mas é em 1996, depois de anos de abusos e diversão que a tragédia se abate sobre o movimento, a 17 de Março, Andre "Angel" Melendez é dado como desaparecido, e circula o rumor que Alig e Robert "Freeze" Riggs o mataram. As suspeitas acabam por se confirmar quando, depois de a polícia encontrar o corpo mutilado de Angel numa caixa deitada ao rio, ambos se declaram culpados pelo homicídio e receberam penas de prisão de 10 a 20 anos. Apesar de o movimento *club kid* ter ganho atenção dos *media* pelas suas atitudes controversas e chocantes, é com este crime que o movimento atinge a mídia internacional, dando-lhe uma dimensão que não tinha sido possível anteriormente. Mas como James St. James afirma: "No publicity is bad publicity", e apesar do homicídio ser o fim do movimento como era conhecido até então e ter posto fim ao "reinado" de Alig, o novo reconhecimento chamou a atenção para carreiras promissoras entre os seguidores do movimento. Susanne Bartsch, Patricia Field, Nina Hagen, Superstar DJ Keoki, Lady Bunny, Amanda Lepore, Ritchie Rich, Larry Tee, RuPaul Charles, Kenny Kenny, Kabuki, Walt Paper, Sophia Lamar, entre outros, são personalidades que acabaram por tomar o movimento *club kid* e transformá-lo em algo novo, crescendo e

---

<sup>22</sup> GITSIE, in *Party Monster: The Shockumentary*. De Fenton Bailey e Randy Barbato. 1999.

alterando com o tempo. Os *Club Kids* nasceram para representar o que estava em voga na época, tornando-o numa sátira, assim continua a ser, com as carreiras dos seguidores que acima refiro, levando o movimento para um novo patamar, o *mainstream*.

## **CAPÍTULO II: O desenvolvimento dos *Club Kids***

Num tempo em que a cultura queer está cada vez mais envolta no mainstream e apropriada pela sociedade em geral, a vida nocturna queer desempenha uma função crucialmente importante. Não só os espaços da vida nocturna agem como pontos de encontro centrais para que os criativos mostrem seu trabalho e encontrem indivíduos que pensam como eles, mas também servem como uma preservação da originalidade desta época.

Considerando o que foi explorado anteriormente, pode-se concluir que o movimento Club Kid é facilmente enquadrado na cultura queer e, por conseguinte, parte da vida noturna queer um pouco por todo o mundo. Apesar da sua fama inesperada, o movimento club kid não chegou directamente a Portugal. O que chegou foi uma das muitas ramificações associadas ao movimento, os Blitz Kids, originado no Reino Unido e que chegou a Portugal no final dos anos 80, início dos anos 90. Um movimento que teve a sua origem no cruzamento dos ideais dos Novos Românticos ingleses com o estilo de vida dos club kids americanos.

Os Novos Românticos, também conhecidos como Blitz Kids, foi um movimento de música e moda que surgiu na década de oitenta no Reino Unido, como foi referido anteriormente. Desenvolvendo-se em clubes noturnos de Londres, como por exemplo Billy's e The Blitz e espalhando-se para outras grandes cidades do Reino Unido, foi associado a bandas como Visage, Duran Duran, Spandau Ballet, Culture Club, entre outras. O novo romantismo pode ser visto como uma reação ao punk<sup>23</sup> e um renascimento do glam rock<sup>24</sup> do início dos anos setenta. Com o crescimento musical de 1980, as novas bandas românticas tiraram o maior proveito da forma de vídeoclip, proporcionada por um novo meio chamado MTV, e alcançaram o maior sucesso. Como os maiores influenciadores dos blitz kids são ícones da moda musical: Adam Ant, Boy George, Bryan Ferry e David Bowie.

Foi este o movimento que chegou a Portugal e que teve repercussões na sua vida nocturna, especialmente em espaços como a discoteca Trumps, em Lisboa, e com o aparecimento de bandas como os GNR, com influencias punk e do novo romantismo.

Voltando ao contexto da vida noturna queer e da sua evolução até aos dias de hoje, esta atua como uma importante fonte de produção cultural, tanto no contexto da sua comunidade, como na

---

23 “Denomina-se cultura punk os estilos dentro da subcultura e tribo urbana que possuem certas características comuns àquelas ditas punk, como por exemplo o princípio de autonomia do faça-você-mesmo, o interesse pela aparência agressiva, a simplicidade, o sarcasmo nihilista e a subversão da cultura.”, in Wikipédia: a enciclopédia livre. [https://pt.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_punk](https://pt.wikipedia.org/wiki/Cultura_punk) / 31.05.2019

24 “Glam rock é um género musical criado em Inglaterra, conhecido também como glitter rock. Foi um estilo de música nascido no final dos anos 60 e popularizado no início dos anos 70. (...) Eram os tempos da androginia e do glamour e suas músicas agitadas de rock n’roll esbanjavam energia sexual. A ênfase lírica abordava a “revolução adolescente” assim como uma ampla notoriedade na direção de temas heterossexuais, sobre a decadência e fama.” In Wikipédia: a enciclopédia livre. [https://pt.wikipedia.org/wiki/Glam\\_rock](https://pt.wikipedia.org/wiki/Glam_rock) / 31.05.2019

sociedade como um todo. Numa época em que o crescimento exponencial da tecnologia proporciona um excesso constante de informações, várias pessoas envolvidas com a comunidade queer aparentam por vezes ter pouca consciência da história da luta colectiva pelos direitos de igualdade e cidadania. Desta forma, a vida noturna, assim como a evolução do movimento club kid, têm vindo a estabelecer um papel não só de entretenimento, mas também informativo, com a presença de figuras lendárias da comunidade a compartilharem a sua experiência com um público cada vez mais sedento de informação.

*Nightlife and performers have always served the same function for centuries. Nothing has changed. The wealthy have always displaced the poor and they went into ghettos for new art. Historically, artists have always suffered. That's where the art usually comes from.*<sup>25</sup>

Hoje em dia, a comunidade queer, com acesso constante a novas tecnologias e redes sociais, aparenta ter perdido parte do interesse e do mistério que circundava os clubes noturnos, as discotecas. Estes eram o espaço onde a comunidade crescia e onde vivia a sua autêntica essência, antes da aceitação mainstream da presente época. Os clubes eram espaços seguros onde qualquer um podia ser ou comportar-se à sua vontade, sendo ele próprio. Durante décadas, as discotecas eram os únicos estabelecimentos onde se podia ver junto um grande grupo da comunidade LGBT, por exemplo. Existia um sentimento de comunidade no mundo da vida noturna, que nos dias de hoje é incomum encontrar-se devido ao uso excessivo das redes sociais. Com o passar do tempo, o público dos clubes noturnos já não sente a mesma necessidade de se deslocar a uma festa, quer esta aconteça num bar ou discoteca, para se conectar com outros. Houve um surgimento de uma nova vida, uma vida conectada aos media e às redes sociais.

A vida noturna, com o passar do tempo, perdeu grande parte do seu mistério - a sua essência indefinível na qual um indivíduo não se consegue concentrar. As questões dos direitos de igualdade LGBT acabaram por ter influência nesta questão, assim como o mainstream. Nos dias de hoje tornou-se comum a mistura de comunidades nos clubes e na cena noturna em geral. A momentos como o que está a decorrer, pode-se comparar outros como nos anos sessenta, setenta e oitenta, com Andy Warhol e The Factory, assim como com os Club Kids originais. Apesar de muitos dos envolvidos na cena noturna não estarem cientes disto, a história encontra-se em repetição, sempre evoluindo um pouco, ou seja, momentos como estes permitem uma partilha de experiências, talentos e história entre comunidades. São criados espaços múltiplos de partilha e crescimento entre indivíduos, o que acaba por ajudar no desenvolvimento da sociedade, não só em espaços físicos, mas hoje, também, em espaços online.

Assim, numa sociedade posterior ao surgimento da internet, as multidões que invadiam as discotecas eram muito mais diversificadas, mas mais importante que isto, eram muito mais numerosas.

---

<sup>25</sup> BETTY, Acid; NICHOLS, James Michael (2016) - *After Dark: NYC Nightlife Today And Days Past*, [https://www.huffpost.com/entry/after-dark-nyc-nightlife\\_n\\_6282230](https://www.huffpost.com/entry/after-dark-nyc-nightlife_n_6282230) . HUFFPOST. / 27.05.2019.

Este é o ponto central que difere dos dias de hoje. Hoje em dia um indivíduo encontra-se ligado ao mundo, através dos media, mas segrega-se da comunidade pois já não tem a necessidade de sair para conviver, dado ter encontrado um substituto. Agora é necessário existir um tipo específico de entretenimento nos clubes, que agrada um público particular e que o atraí até ao clube, que diverge da realidade pré internet. É comum encontrarem-se discotecas mais pequenas e bares com grande sucesso e lucro, do que grandes clubes, com grandes festas - uma vez que o público diminuiu, devido à vasta e diversificada oferta.

É cada vez mais complicado criar e promover uma festa, não só devido à burocracia exigida (como horários do estabelecimento, autorizações camarárias, patrocínios monetários e materiais, etc.), mas também devido a valores económicos, o valor para fazer uma festa numa discoteca é muito alto e pode vir a não dar lucro, como foi referido anteriormente, enquanto que uma festa num bar, com menores dimensões e custos, terá muito mais rapidamente a lotação esgotada.

Opostamente ao objectivo ambicionado pelos Club Kids originais, as diversas possibilidades de escolha dadas ao público acabaram por limitar o que este vê, não existe o elemento de surpresa, pois já é do conhecimento do indivíduo o tipo de noite em que este vai sair. Isto não é necessariamente negativo, mas ao mesmo tempo torna a vida nocturna num ambiente controlado. Numa entrevista ao HuffPost, em 2014, Michael Alig aborda esta problemática, encontrando um ponto de ligação na revolta dos Club Kids contra organizações e controlo:

*The Huffington Post: (...) it almost feels like the ability to instantly document and access information has destroyed the capacity to be subversive in a lot of ways.*

*Michael Alig: That's really interesting because the whole point of the Club Kids was, I thought, to subvert the establishment. But it's actually impossible to subvert the establishment because once you reach a certain point you become the establishment. Then, by definition, you haven't subverted it - it's just assimilated you. It's impossible to subvert the establishment.<sup>26</sup>*

Um dos grandes problemas dos Club Kids, e que se encontra sempre interligado com o movimento, é que estes também cobijavam um lugar de estrelato, constantemente associado aos meios de comunicação, algo muito semelhante ao que acontece hoje. Tudo isto proporcionava, na altura, um efeito “big brother”<sup>27</sup>, que ao longo dos anos foi sendo cobijado, tornou-se o dia-a-dia desta época e que, ao estabelecer-se, mudou definitivamente o mote da vida nocturna.

---

<sup>26</sup> ALIG, Michael; NICHOLS, James Michael (2017) - *After Dark: Meet Michael Alig, The Original Club Kid*, [https://www.huffpost.com/entry/michael-alig-nightlife\\_n\\_5333183](https://www.huffpost.com/entry/michael-alig-nightlife_n_5333183) . HUFFPOST. / 28.05.2019.

<sup>27</sup> *Big Brother*: “A phrase taken from George Orwell's *Nineteen Eighty-Four* (*Big Brother is watching you*, meaning one's actions and intentions are being monitored by the government as a means of controlling and suppressing the will of the populace.”, in The Free Dictionary. <https://idioms.thefreedictionary.com/Big+Brother+is+watching+you> / 31.05.2019

*I think Club Kids were precursors to today's reality stars. By being "famous for nothing" we became famous for something, and that's certainly a very modern concept.*<sup>28</sup>

Com esta citação, James St. James refere-se ao famoso ditado de Andy Warhol: "In the future everyone will be famous for 15 minutes." ("No futuro todos serão famosos por 15 minutos."), no qual acredita que os Club Kids originais tiveram parte na ascensão deste ditado à realidade hoje vivida. Com a mudança na vida nocturna, vieram também as infindáveis possibilidades de auto-promoção, disponível graças às novas tecnologias, e que agora estão em voga.

*Technology has transformed nightlife the way it has transformed so many things. It has gone virtual. You don't have to go to a bar to meet people.*<sup>29</sup>

A experiência da vida nocturna hoje em dia não é mais linear. Esta encontra-se dividida em duas partes: a primeira consiste na participação, ou seja, na documentação da experiência; a segunda segue o processo de descarregamento, no ciberespaço, da informação recolhida no decorrer da noite, que culmina numa experiência secundária online.

Uma das maiores razões para um público frequentar uma discoteca é pelo encontro físico com o outro, pela diversão, mas também porque quer partilhar o facto de estarem presentes nesse espaço. Este público utiliza os seus telemóveis para documentar uma performance, um momento, ou até mesmo um outfit. Muitas destas pessoas apenas assistem com atenção ao que gravaram mais tarde, antes de postarem o vídeo no Youtube, ou a fotografia no Instagram. Mas a sua maioria vive o momento, adaptando-se com facilidade às novas tecnologias. Apesar de tudo isto, é algo que não se torna prejudicial a ponto de devastar a cena nocturna, apenas, por vezes, se torne um incómodo. É assim que as festas são, hoje, um corrupio de informação, mas ainda vale a pena sair de casa e interagir com o outro, porque ainda existe interacção.

Todas as cenas nocturnas de diferentes épocas construíram obstáculos, para estimular e desafiar indivíduos criativos. O potencial encontra-se sempre presente, como foi mencionado anteriormente. Mas, por vezes, os recursos disponíveis presentemente não estão a ser levados ao seu potencial máximo. As pessoas encontram-se tão conscientes da necessidade de criarem uma marca pessoal, que as eleva, que isto as paralisa de assumirem riscos autênticos. Com o crescimento do foco do mainstream na comunidade queer, a atenção de um indivíduo é muitas vezes o dinheiro e a uniformidade, ou seja, se algo

---

<sup>28</sup> JAMES, James St.; NICHOLS, James Michael (2017) - *After Dark: Meet James. St. James, Original Club Kid And Nightlife Icon*, [https://www.huffpost.com/entry/james-st-james-after-dark\\_n\\_5814144](https://www.huffpost.com/entry/james-st-james-after-dark_n_5814144) . HUFFPOST. / 28.05.2019.

<sup>29</sup> BARBATO, Randy; BAILEY, Fenton; NICHOLS, James Michael (2017) - *After Dark: Randy Barbato & Fenton Bailey, AKA The Fabulous Pop Tarts*, [https://www.huffpost.com/entry/randy-barbato-fenton-bail\\_n\\_5621822](https://www.huffpost.com/entry/randy-barbato-fenton-bail_n_5621822) . HUFFPOST. / 28.05.2019.

vende acabar-se por ser apropriado e reinventado. Ainda assim temos um punhado de antigos e novos performers e clubbers com talentos fantásticos a desenvolver um trabalho sólido.

Os criativos necessitam de espaço e tempo para a inspiração se apresentar e amadurecer. Um dos problemas actuais é que o tempo acelerou demasiado, de tal forma que não permite uma pausa criativa necessária. Não há espaço para um desenvolvimento notório, e este torna-se lento e, de certa forma, repetitivo, mantendo a evolução da cultura um tanto ou quanto estagnada.

*On the one hand yes, nightlife has changed and everybody is so concerned with documenting their experiences that they aren't actually enjoying their experiences and everybody needs to put down the phones and just live... blah blah blah.*

*On the other hand, what an amazing time to be alive. And how interesting is this 21st century? The world has made a radical shift, and suddenly there are so many new possibilities.<sup>30</sup>*

O facto de se estar constantemente a ser observado, ou seja, a constante documentação nos clubes por parte de todos os participantes, cria restrições, ditas modernas, onde todos têm que estar em constante alerta e se comportar, mas apesar disto, a vida nocturna queer ainda prospera como uma celebração do oprimido, da avant-garde, do performer, da drag queen, etc. Esta é sobre rebelião, celebração do underground e uma luta constante contra a opressão, a favor dos direitos de igualdade. Hoje em dia há muito mais auto-compostura, os actuais Club Kids, por exemplo, são muito mais auto-confiantes, têm uma missão, são éticos, têm empregos fixos e um enorme talento criativo no que toca a sua arte. Estes novos Club Kids já não têm o comportamento decadente que a cena nocturna por vezes fomenta como consequência, tal como aconteceu com o grupo original.

A vida nocturna é definitivamente apropriada para pessoas diferentes. Muitas acabam por se auto-destruir devido ao curto alcance a que estão drogas e álcool, mas grande parte destas são realmente disciplinadas e, através da sua arte, são reconhecidas e bem sucedidas. Este espectro diversificado de indivíduos presentes na vida nocturna, reúne-se neste espaço, provando que muita criatividade valiosa definitivamente vem dos clubes e da cena nocturna.

*Nightlife is an escape. That is its primary function. That is why it exists. That is it's most important function now and in the future. Nightlife provides a place where anyone can go and forget all of their troubles and the ills of the world. Nightlife will ALWAYS provide that place.<sup>31</sup>*

---

<sup>30</sup> JAMES, James St.; NICHOLS, James Michael (2017) - *After Dark: Meet James. St. James, Original Club Kid And Nightlife Icon*, [https://www.huffpost.com/entry/james-st-james-after-dark\\_n\\_5814144](https://www.huffpost.com/entry/james-st-james-after-dark_n_5814144) . HUFFPOST. / 28.05.2019.

<sup>31</sup> AVIANCE, Erickatoure; NICHOLS, James Michael (2017) - *After Dark: Erickatoure Aviance, Artist And Nightlife Personality*, [https://www.huffpost.com/entry/erickatoure-aviance-after\\_n\\_5703627](https://www.huffpost.com/entry/erickatoure-aviance-after_n_5703627) . HUFFPOST. / 28.05.2019.

A vida nocturna é um fórum de desinibição onde um indivíduo tem a liberdade de fazer o que quiser e não ser julgado por isso. Isto é importante por várias razões, inclusive para a sociedade e sua cultura em geral, tendo em conta que clubes nocturnos são também a rampa de lançamento de novos artistas, novos performers.

Um exemplo de uma destas ascensões, é o facto de o movimento club kid ter trazido a arte do drag para a ribalta, com a sua apoteose em 1993, quando o primeiro disco de RuPaul Charles - drag queen de renome internacional, dado o seu trabalho no mundo da moda; assim como membro original dos Club Kids - "Supermodel of the World" é lançado, fazendo sucesso por todo o mundo. Este momento abriu portas para uma nova discussão em torno do que era drag, e de que modo se podia abrir a definição de drag para um conceito ajustado a um pensamento sociológico. Judith Butler escreve o seguinte, no seu livro "Problemas de Género":

*A discussão sobre drag que problemas de género propõe para explicar a dimensão construída e performativa não é um exemplo preciso de subversão. Seria errado tomá-lo como paradigma de ação subversiva ou mesmo como modelo de agência política. (...) Se acharmos que vemos um homem vestido de mulher ou uma mulher vestida de homem, assumimos então o primeiro termo de cada uma dessas percepções como a "realidade" do género: ao género que é introduzido pela comparação, falta <realidade> e toma-se como constituindo uma aparência ilusória. Em tais percepções, em que uma pretensa realidade se alia a uma irrealidade, julgamos saber o que a realidade é e tomamos a aparência secundaria de género como mero artifício, divertimento, falsidade e ilusão.<sup>32</sup>*

A maneira como Butler aborda o conceito de *drag*, na sua relação com uma questão identitária de género, pode ainda ser excedida, abrangendo a questão de expressão de indivíduo. Isto é, pode-se facilmente abrir a definição de *drag* para todas as pessoas, pois aquilo que é a expressão exterior enquanto indivíduos não deixa de ser uma forma de expressão *drag*.

Actualmente, os movimentos culturais que abraçaram o *drag* como uma forma de arte maior acabaram por catapultar esta forma para o *mainstream*, e depara-se hoje em dia com esta expressão nos média, da publicidade ao cinema, passando pela música e pela internet. O desenvolvimento desta forma de arte, que teve o seu impulso para o *mainstream* dado pelo movimento *club kid*, permitiu à actual geração ter espaço para poder ter um lugar numa realidade que fuja a norma, mas que com isso não se sinta numa realidade paralela, apenas na sua realidade própria.

---

<sup>32</sup> BUTLER, Judith (2017) - *Problemas de Género*. Orfeu Negro.

*Ego loves identity. Drag mocks identity. Ego hates drag. Drag threatens people because it exposes and mocks identity. Because most people believe that they are what it says they are on their driver's license. But the truth is we are all born naked, and the rest is drag.*

Esta famosa afirmação de RuPaul Charles, de 1993, enquadra-se perfeitamente no caminho que a comunidade *queer* e a cultura *drag* estão a percorrer de momento. RuPaul é um dos membros originais dos *Club Kids*, que trouxe para o *mainstream* a sua cultura, não só proveniente deste movimento, mas também do *drag*. Este feito veio da criação do *reality show* de competição *drag*, "*RuPaul's Drag Race*", do qual é produtor, assim como apresentador e jurado. O grupo proveniente deste programa é notável pela sua experimentação, personalidade extravagante e aparência singular.

Rasgando expectativas de género e normas concebidas, o espectáculo proporcionado por *Drag Race* difere da maioria dos *reality shows* na medida em que celebra o diferente, o indivíduo, e opera a partir de um lugar de optimismo, onde os concorrentes são encorajados a serem o melhor deles próprios, tanto dentro, como fora da *passerelle*.

Durante décadas, particularmente durante o auge da crise do HIV, o *drag* era considerado uma subcultura, que se mantinha a par do movimento pelos direitos da comunidade LGBT, isto era usado como prova, pelos conservadores culturais, de que a comunidade *queer* era "radical" e "pervertida", e por conseguinte sem direito à igualdade, um problema que ainda hoje existe. O sucesso de *RuPaul's Drag Race* demonstra que a sociedade está a evoluir e que o mundo poderá estar pronto para abraçar um espectro mais amplo de identidade *queer*. Os paradigmas heteronormativos começam a ser questionados com mais frequência que nunca e por um grupo muito maior, não apenas por membros da comunidade *queer*. A maneira como o *drag* brinca com a identidade reflecte também uma geração de *millennials* e *pós-millennials*, que têm definições muito mais fluidas de género e identidade sexual. Numa entrevista ao *The Guardian*, RuPaul afirma:

*We're dealing with people who have been shunned by society and have made a life regardless of what anyone else thinks of them have decided. It shows the tenacity of the human spirit, which each of us watching relates to. And we root for them. I think that's what's so captivating about it, seeing how these beautiful creatures have managed to prevail.*

*Drag Race* ocupa assim um lugar estranho na história do *mainstream* - ostensivamente contracultural, mas tornando-se rapidamente num dos programas de televisão com mais participações de celebridades mundialmente aclamadas. Figuras como Lady Gaga, Christina Aguilera, Dita Von Teese, LaToya Jackson, Paula Abdul, Marc Jacobs, entre outros, fizeram parte do *reality show* como jurados convidados. É um paradoxo reflectido no programa em si, que é ao mesmo tempo o epítome dos *reality shows* competitivos e uma paródia perfeita, o resultado torna-se estranhamente viciante.

Hoje em dia, RuPaul conta com um império multimilionário, que provém da sua origem junto do movimento *club kid* e é um dos responsáveis pelo reaparecimento do movimento nos dias de hoje. Ao seu império podem-se listar onze temporadas de *RuPaul's Drag Race*, com quatro temporadas de *RuPaul's Drag Race: All Stars*, a uma incrível panóplia de *merchandising*, assim como com os seus álbuns, com a criação da *DragCon* e, mais recentemente, com o seu *talkshow* "RuPaul", entre muitas outras coisas.

Assim como RuPaul, uma das mais famosas transexuais do mundo e uma presença efervescente do cenário nocturno de Nova Iorque, Amanda Lepore está na vanguarda da cultura *Club Kid* desde a era do seu surgimento, quebrando e refazendo as regras para a moda, a música, o marketing e o género.

*Rather than emulate the girls I grew up with who made fun of me, I decided I wanted to look like a movie star. It was like an escape. I did so much research, reading books and watching movies about Jean Harlow, Marilyn Monroe, and half of those Hollywood blonds with the boobs, the hips, and the heels. Everything was so exaggerated. Marilyn even had plastic surgery in the '40s - a nose job and had her hairline done, and it was a total transformation. Not so different than a transexual, really. She made herself into what she wanted to be.*

Esta citação de Amanda Lepore leva a uma breve reflexão da problemática. O termo 'transgénero' serve como um termo genérico para todo um espectro de abordagens às identidades de género, assim como ao género em si, e a própria Amanda complica a noção do que a identidade trans pode significar através da sua própria auto-identificação.

*Amanda has no interest in being a girl. She wants to be a drawing of a girl, a cartoon like Jessica Rabbit. When I told her that silicone is dangerous, she said, 'I don't care, as long as I look beautiful in the coffin.' There's something kind of*

*profound in that, that she's creating this moment of beauty for herself and is willing to make the ultimate sacrifice.*<sup>33</sup>

Em Milão, foi apelidada de La Silcona, em Nova Iorque é paga para fazer presenças em festas particulares e não é uma festa até que a sua presença não seja notada. Dominatrix e membro original dos *Club Kids*, como já foi referido anteriormente, Amanda, nos anos noventa, manteve-se a trabalhar na banca de venda de maquilhagem de Patricia Field, tendo o seu rosto em constante mudança, como o objecto mais comercializável da cidade. Ao longo da sua carreira promoveu marcas de moda como *Heatherette* (do seu companheiro *Club Kid*, Richie Rich, juntamente com Traver Rain), *M.A.C.*, *Swatch*, *Smart Car*, *Perrier*, *Pop Water* e *Sergio K*, incluindo a sua própria fragrância de edição limitada da *Artware Editions*, e em 2006, Jason Wu fez uma edição limitada da boneca Amanda Lepore, com três versões, que a representou em plástico - um acto criativo que fez perfeito sentido.

*I definitely did a more underground scene before David LaChapelle photographed me in the last 90's. But David made me world famous in a way. (...) At first it felt like I was more just unusual and then it started getting accepted by the fashion world and art community. People started to think about me as an art piece.*<sup>34</sup>

Os obsessivos tratamentos de rinoplastia, injeções de silicone líquido, *liftings* e implantes mamários são um exemplo da sua determinação, tal como são calculados para torná-la a experiência laboratorial mais bonita do mundo - uma presença icónica que Elton John, Tiga, The Drums, Cazwel e The Dandy Warhols fizeram questão de ter nos seus vídeos. Amanda trabalhou também com alguns dos mais conhecidos fotógrafos e criativos do mundo, incluindo David LaChapelle (como já foi referido), Terry Richardson, Pierre et Gilles e Ellen Von Unwerth.

Com a sua música, Amanda também se esforça por servir um produto desafiador que, na sua forma pós-warholiana, comenta sarcasticamente o capitalismo, enquanto, ao mesmo tempo, o inclui sinceramente. Fazendo-se passar pelo clichê de "loira burra", que é uma postura, uma crítica à sociedade, ou seja, uma tentativa sucedida de retratar uma espécie de Marilyn Monroe dos dias de hoje, embora seja alguém que em tempos já teve um pénis.

---

<sup>33</sup> LACHAPELLE, David (1999) [http://davidlachapelle.com/press/village-voice\\_4/](http://davidlachapelle.com/press/village-voice_4/) . Village VOICE. / 29.05.2019.

<sup>34</sup> LEPORE, Amanda. Julho, 2014.

Outros *Club Kids* também contribuíram para o desenvolvimento do movimento até atingir o *mainstream*, como Richie Rich (designer de moda, cantor, actor, patinador e autor) com a sua marca de moda *Heatherette*, que fez parceria com diversas celebridades, assim como com a *M.A.C. Cosmetics*; Kabuki, maquilhador profissional, o seu trabalho pode ser visto regularmente em revistas como *Vogue* (Itália, Paris e América), *Purple* e *Elle*; James St. James escreveu o livro de memórias da era *Club Kid*, "*Disco Bloodbath*", em 1999 (que deu origem ao filme "*Party Monster*", de 2003), assim como escreveu também o livro de comédia romântica "*Freak Show*", em 2018. St. James faz também parte da equipa de apresentação da produtora *World of Wonder*<sup>35</sup>; Kenny Kenny, antigo porteiro das festas *Club Kids*, é agora *influencer* no *Instagram*, com milhares de seguidores, em que a sua conta é extremamente artística, e as fotografias postadas estão a ser arquivadas, para mais tarde lançar um livro sobre a sua estética; Walt Cassidy, conhecido entre os *club kids* como Walt Paper, artista gráfico e tem o seu trabalho representado pela *Invisible Exports*, tendo este apresentado em espaços como *Paul Kasmin Gallery*, *MASS MOCA*, *303 Gallery*, *Watermill Center* e *Deitch Projects*; Lady Bunny, *drag queen* e criadora do festival *drag*, *Wigstock*, criado nos anos oitenta, e que conta com a participação de diversas celebridades da comunidade *queer*, tem agora destaque num documentário de Chris Moukarbel, "*Wig*" (2019); entre muitos outros participantes do movimento, que deixam constantemente a sua marca no mundo da moda, da vida nocturna, da música, da performance e das artes visuais.

Susanne Bartsch, *club kid* original e promotora de eventos, uma imperatriz da contracultura da vida nocturna, abriu um clube chamado *Happy Valley* (2006 - 2007) ao qual trouxe uma nova onda de estética *club kid* à cena nocturna, e que se encontra presente nesta desde então. *Club Kids* originais fizeram parte dos convidados assíduos das festas que se realizavam no clube, como Amanda Lepore e Kenny Kenny, assim como outras celebridades da noite e criativos do mundo do espectáculo e da moda. Estes, juntamente com Bartsch (como foi dito anteriormente) ajudaram, em 2006, a trazer à noite nova iorquina um brilho familiar extremamente querido do público que, com o tempo, acabou por se propagar um pouco por todo o mundo. Quase três décadas depois do surgimento do movimento *club kids*, à medida que os anos noventa foram ressurgindo, o espírito deste movimento continua forte na vida nocturna, assim como na moda. Isto nota-se em colecções como as de *The Blonds*, *Hood by Air*, *Comme Des Garçons*, Yohji Yamamoto, Manish Arora, *Degen Designs* e até mesmo *Chanel*. Mesmo que o designer não tenha como objectivo directo a referência do movimento, a sua

---

<sup>35</sup> *World of Wonder*: "World of Wonder is an international entertainment company creating groundbreaking and innovative feature and television programming from offices in Hollywood and London. Over the years, WOW has expanded its territory, becoming an internet and broadband innovator, a distributor of top flight television, talent managers, and a licensing source for television, music and archive footage. Founded in 1991 by award winning producer/directors Randy Barbato and Fenton Bailey, WOW has conquered the worlds of feature film and feature documentary while creating groundbreaking documentary TV specials and reality series featured on US and UK broadcasters, including HBO, BBC, Bravo, MTV, Channel 4, VH1, ITV, Showtime, Sundance Channel, AMC, Trio, Yahoo, and Court TV.", in *The WOW Report*. <https://worldofwonder.net/about/> / 30.05.2019.

estética e o mote de “ser famoso por ser famoso” estão fortemente enraizados na cultura *mainstream*, tornando quase impossível fugir a esta alusão.

Michael Musto descreveu o visual *club kid* e a ‘personalidade’ intrínseca ao movimento, dizendo:

*We’re a bunch of kids but we’re really bratty kids and we’re doing things that shouldn’t be done by anybody.*

Um aspecto da estética *club kid* foi a declaração feita por trás desta. Ou seja, a moda estava a derrubar barreiras, mas também era uma expressão externa de uma cultura oprimida. A vida nocturna, e tudo o que provinha desta, resultava como um refúgio seguro para indivíduos desprivilegiados, para expressar uma individualidade e sexualidade únicas.

Essa estética *club kids* ainda é existente, como se pode confirmar anteriormente, e é extremamente influente nas pistas de dança e na moda LGBT. A vida nocturna dos *Club Kids* consistia numa absoluta fluidez de género, roupas feitas pelo próprio indivíduo que as ia utilizar e uma verdade icónica de si próprio. Os *looks* dos *Club Kids* eram extremamente criativos, ultrapassando até mesmo os visuais de alta costura da época.

O vintage está em voga actualmente e assim se mantém já por alguns anos. A estética dos anos noventa consiste em estampas e brilhos, muitas vezes considerada estranha. Esta utilização do design e mistura de estilos foi extremamente prevalente em discotecas de Nova Iorque, moldando a era dos anos noventa. Este ressurgimento permitiu que a estética prosperasse num estilo mais comercial e de alta costura. Francamente, a maquilhagem utilizada pelos *Club Kids* ia contra a normatividade, consistindo, na maioria das vezes, em cores vivas e linhas duras. Em Junho de 2018, a *Crayola* lançou uma colecção de maquilhagem que surpreendeu a internet. As imagens promocionais eram impressionantes e imitavam uma estética familiar dos anos noventa, enquanto isto a campanha publicitária chamava a atenção para a integração, independentemente de género, raça ou cultura.

Para além da maquilhagem, a audácia dos *Club Kids* inspirou diversos designers (como já foi referido), em particular o estilista francês Jean- Paul Gaultier, que frequentemente visitava as festas *club kids*, *Disco 2000*, na discoteca *Limelight*. A influência da estética do movimento está presente em diversas das suas colecções ao longo dos anos. Ainda na alta costura, grandes marcas como Gucci deram um reviravolta com um estilo excêntrico, com padrões curiosos, acessórios extravagantes e muito *glitter*, nas colecções mais recentes. Embora isto não siga necessariamente o hábito de auto-confecção do próprio *outfit* (a auto-confecção das próprias roupas era um hábito comum entre *club kids*, devido a dificuldades

monetárias pelas quais passaram na época), segue definitivamente o estilo não-conformista e um não-convencional fabuloso.

Apesar de a estética e até o movimento em si mesmo, estarem novamente destacados na noite nova iorquina, assim como nas *passerelles*, Lady Gaga, em particular, é creditada por apresentar uma reinvenção do estilo *club kid* à cultura pop moderna. O seu novo olhar sobre esta estética, trouxe um novo grupo de *club kids* ao mundo, não relacionado necessariamente com Michael Alig e o seu grupo de seguidores, mas *clubbers*, não obstante.

A impressionante semelhança entre a persona de Lady Gaga e os *Club Kids*, reside no facto de ambos terem um talento para *outfits* não normativos, até mesmo bizarros, mas principalmente por ambos terem uma atitude não-conformista, e até mesmo revolucionária. Em vez de apenas desenvolver a sua criatividade para se auto-promover, Gaga utiliza o seu status para impulsionar discussões sobre questões mediáticas como a auto-aceitação, os direitos LGBT, feminismo e questões relacionadas com doenças mentais. Na maioria da vezes inadvertidamente, os *Club Kids*, com a sua maneira única de vivenciar o mundo, chamavam também a atenção para este tipo de problemáticas, enquanto se erguiam uns aos outros e procuravam um lugar de estrelato. Eles criaram um espaço no qual os jovens marginalizados de Nova Iorque podiam existir; gay, *queer*, transexual, não-binário ou, simplesmente, alguém discriminado pela sociedade, poderiam experimentar um sentimento de libertação, diferente do que muitos viviam no seu dia-a-dia. Os *Club Kids* desafiaram o julgamento público em *talk shows* e entrevistas, percorreram o seu país e realizaram festas em todas as suas paragens, assim conseguiram expandir barreiras de género, política, sociedade e cultura. Hedonisticamente, concentravam-se em si próprios para perceber o impacto que tinham na cultura *queer*. É este espaço que Gaga concede aos seus *Little Monsters*, os seus fãs, tanto através da sua música, como dos seus concertos e, particularmente, das causas que defende activamente.

*Carpe Diem* é o sentimento que poderia facilmente ser o mantra moderno dos novos *Club Kids*. Enquanto o espírito do apogeu dos *Party Monsters* na vida nocturna de Nova Iorque parecia imbuído em todos os recantos desta cena, os *Club Kids* de hoje não se encontram necessariamente a prestar uma homenagem completa aos loucos e fantásticos anos noventa. Em vez disso, as diligências nocturnas e os iconoclastas de estilo escolhem o presente, com os planos e as décadas anteriores para criar um visual que é, ao mesmo tempo, uma mistura profundamente referencial e um estilo próprio.

O *gender-bending* é encorajado, com a adequação inspirada na moda masculina e contra as convenções que não têm lugar no clube. É um visual que exige um pouco mais de reflexão e esforço do que investir na normatividade.

Em última análise, o movimento *club kids* alcançou o seu objectivo, usando escolhas estilísticas ultrajantes e ideais desafiantes, como uma forma de se tornar *mainstream*. No

decorrer desse percurso para um status lendário, que muitas das vezes era retorcido e escuro, os *Club Kids* definiram a estética dos anos noventa. A sua singularidade permitiu que a sua experiência sobrevivesse hoje, onde a mentalidade do movimento continua a prosperar num mundo cada vez mais digital. Esses clubes agiram como um sistema de apoio para grupos marginalizados, permitindo que aqueles que estavam alienados da sociedade, explorassem a sua sexualidade, género e aparência, levando que um grupo de *clubbers* definiu-se o que significa ser único. Através da experimentação, os *Club Kids* criaram uma identidade e, especialmente, uma estética que transcendeu a cultura moderna, abrindo o caminho para escolhas estilísticas únicas, novos tipos de entretenimento extravagantes e ideais revolucionários que existem hoje em dia.

### **CAPÍTULO III: Enquadramento para “Monstros na Noite”**

O processo criativo começou com uma pesquisa intensa, tendo como questão principal: quem são os *Club Kids*? Foi assim que começou uma problemática que conduziu a uma emergência necessária num mundo quase que paralelo, para perceber o porquê das escolhas feitas pelos integrantes do movimento, como era a vida nocturna na época e, principalmente, como é que o movimento, juntamente com a sua estética, se desenvolveram até aos dias de hoje. O que começou com uma questão, gerou uma ramificação destas: assim que era encontrada resposta para uma, logo outra questão aparecia, e para muitas destas é quase impossível arranjar uma solução, pois esta depende somente da reacção de um indivíduo ou de um grupo.

É nestes termos que surge “Monstros na Noite”, o documentário é o centro da pesquisa da investigação que está a ser desenvolvida ao longo deste trabalho. Com ele é possível solucionar o problema levantado anteriormente: através da captação de vídeo e, por sua vez, através do cinema. Este possibilita a transmissão por imagens dos acontecimentos aquilo que não se consegue expressar por palavras. Um documentário é então essencial para o culminar de uma pesquisa e torna-se parte desta, um espaço laboratorial, captado e depois analisado, onde simples imagens de uma festa e de uma multidão eufórica, mostram também um significado muito mais profundo.

Não que filmes como “*Party Monster*”, ou “*Party Monster: The Shockumentary*”, não revelem já todos os segredos do grupo original de *Club Kids*, tal como as sucessivas entrevistas televisivas e artigos de jornais, não levem já o público a elucidar-se sobre o que era o movimento e todos os seus ideais, aliás, os *Club Kids* sempre foram directos e honestos nas suas intenções. O problema que surgiu foi saber como é que este movimento se manifesta nos dias de hoje, se a essência deste ainda se mantém, ou se foi destorcida e manipulada por uma sociedade sedenta de informação (relevante ou não) e, ao mesmo tempo, pronta para esquecer os problemas. Hoje tudo é efémero, o que torna a experiência do presente numa aventura completamente diferente do que era à três ou quatro décadas atrás.

Aquilo que no início era uma mera pesquisa de aprofundamento de conhecimentos sobre um movimento em constante alteração, tornou-se num laboratório, uma experimentação pessoal, para perceber a reacção das pessoas a diversos estímulos, sejam estes visuais ou físicos. A criação do documentário “Monstros na Noite”, ainda numa fase de pré-produção, deixou mais claro o objectivo deste laboratório: encontrar espaços que seria o de permitirem a pesquisa do que o que é hoje o movimento e, em último caso, criar estes lugares de exploração de forma a desenvolver a experimentação. Esta procura - juntamente com a constante aprofundação de conhecimentos sobre o movimento - e, mais tarde, a vivência

destes espaços, originou uma residência artística pessoal, onde o sujeito posto à prova, em grupo, percorre um caminho de auto-conhecimento e de desenvolvimento de uma arte e de uma identidade. Ou seja, exactamente o proposto pelo movimento *Club Kids*, que, no fundo, acabava por ser também uma residência artística contínua.

Deste modo, tornou-se evidente que este tal espaço laboratorial seria num centro da vida nocturna, numa discoteca ou semelhante. O mais importante seria a sua abertura para uma comunidade *queer* em crescimento e os diversos tipos de arte que desta emergem. Começou assim o processo de procura de espaços que pudessem proporcionar um ambiente semelhante ao que os *Club Kids* vivenciaram nos anos oitenta/noventa. Foi com estas premissas em mente que inicialmente surgiu o clube nocturno Pérola Negra, no Porto, que tinha iniciado a criação de uma festa, "*Pérola is Burning*", em homenagem ao famoso documentário "*Paris is Burning*" sobre a *ballscene* e a cultura das *balls*. É importante ressaltar que a escolha de um espaço com uma festa já conectada ao tema de pesquisa, foi uma mera e feliz coincidência com um *timing* de acontecimentos perfeito. Isto mostra também o facto de uma cultura directamente ligada ao movimento *club kids* continua a angariar os seus seguidores e a fazer sucesso na vida nocturna.

Assim surge neste laboratório de pesquisa o Pérola Negra Club, antigo clube de striptease situado na Trindade, Porto. Em 2016 reabre como discoteca, que pretende dar ao seu público uma nova panóplia de acontecimentos que misturam a vida nocturna com a arte, mantendo sempre o seu *glamour* típico dos anos setenta. Uma noite de festa nesta discoteca transporta o público para uma noite de *clubbing* típica dos anos noventa, onde a música, um ambiente neon, misturado com um espaço *vintage* coberto de espelhos relembra espaços *underground* de outra época. Este permite um entretenimento muito diferente da maior parte daquele disponibilizado pelos espaços nocturnos nos dias de hoje.

A festa "*Pérola is Burning*", cria no Porto mais um espaço de libertação para uma comunidade *queer*, mas que não limita o público, tendo em ambas as edições da festa (uma em Março e outra em Maio) um público diversificado, não só em sexualidade, como em nacionalidades. Um dos aspectos que levou à escolha do Porto, para além da facilidade de acesso no decorrer das filmagens para o documentário, foi também a questão da recente gentrificação e da grande afluência turística à cidade. A realidade é que o Porto, nos últimos anos, tornou-se uma cidade pensada e feita para turistas, tudo o que acontece principalmente no centro desta tem como público alvo o estrangeiro.

*É a 'antiga, mui gourmet, sem plano social e turística cidade do Porto' que resulta da visão comercial de Rui Moreira para o município: crie-se uma marca, promova-se a cidade enquanto produto, mercantilize-se o património histórico e o imaterial, encham-se as ruas de encenações 'disneylandizadas', alimentem-se*

*dinâmicas culturais marcadas pelo efêmero, negligencie-se a procura infrutífera de casas para habitar no centro da cidade e ignore-se o direito ao lugar. Há valores mais altos que se levantam.*<sup>36</sup>

Tal como o que acontece com a cidade durante o dia, também a vida nocturna tem vindo a sofrer mudanças com o passar dos anos, o tipo de entretenimento nocturno criado nos clubes, bares e até mesmo nas ruas tem tido como público central o turista, não que isto seja necessariamente negativo para a cena. Até pelo contrário, muitos bares e discotecas acabaram por beneficiar, à parte de questões monetárias, encontrando um público mais aberto a novas experiências e com vivências culturais muitas vezes completamente diferentes, que tornam o espectro cultural muito mais abrangente. Notáveis mudanças na cena nocturna vêm, não só do crescimento proporcionado pelas redes sociais, mas também de influências da vida nocturna existente noutros países, como ondas de moda que se espalham mundialmente através dos variados meios de comunicação. É desta forma que uma cidade como o Porto se encontra muito mais disponível ao tipo de festas como o "*Pérola is Burning*", devido à maior variedade de público e necessidade de mais tipos diferentes de entretenimento, uma cidade que necessita de oferecer de tudo um pouco, pois a procura também é imensa. Um dos resultados de um público em constante mutação (devido ao constante envolvimento de turistas) é que o seu entertainer o acompanhe, e evoluía ao mesmo tempo deste e isto leva ao surgimento de novos performers e artistas, que contam com a sua origem na vida nocturna.

Assim, a festa "*Pérola is Burning*" foi gravada, tendo tema de competição *disco realness*. Este evento é uma homenagem ao documentário "*Paris is Burning*" (como foi acima referido) e à temática que este aborda, a cultura da *ballscene* especialmente dos anos setenta, como também às rainhas do *Disco*. Uma noite que contou com quatro participantes e muitas actuações surpresa, a viagem proporcionada pelos *entertainers* contou com muitas extravagâncias, momentos de total euforia e muita criatividade estética, também por parte do público. Apesar de ter sido criada uma espécie de *ballroom*, os ideais do movimento *club kid* encontravam-se presentes, não só por associação de culturas e da comunidade *queer*, mas também pela presença de diversos *Club Kids* da noite do Porto. Este grupo de *Club Kids* existente no Porto encontra-se espalhado um pouco por toda a vida nocturna da cidade, não tendo um espaço de partilha específica dos seus ideais de modo a criarem um movimento, como o que aconteceu em Nova Iorque. É após esta observação e as gravações das festas no Pérola Negra, que se encontra um problema: a falta de existência no país de festas *club kids*, um local de partilha de experiências e de liberdade, para um grupo que tem como objectivo chocar o outro e criar novos limites para a sua criatividade, a necessidade da criação

---

<sup>36</sup> MONTEIRO, Hugo; PEREIRA, Susana Constante (2016) - *Porto: De como se enche uma cidade de vazio*, <https://www.esquerda.net/dossier/porto-de-como-se-enche-uma-cidade-de-vazio/44828> . ESQUERDA. / 02.06.2019.

de uma zona destas é urgente para o desenvolvimento de um movimento que nunca chegou na sua essência a Portugal, como foi referido anteriormente. Torna-se então necessário criar uma festa revivalista *Club Kids*, onde o público fosse transportado para uma realidade alternativa e que pudesse passar por uma experiência semelhante à do grupo original, com as premissas inspiradas no movimento. Apenas desta forma seria possível perceber a reacção de um público actual e o significado de se ser um *Club Kid* hoje em dia, assim criando o espaço de desenvolvimento dos ideais *Club Kids* que se referiu acima. Sendo este também o maior objectivo da pesquisa em curso, criou-se a festa "*Is SHE a Party Monster?*", na S.H.E. - Sociedade Harmonia Eborense, em Évora.

A escolha de Évora e deste espaço em específico foi uma mera conveniência: o conhecimento prévio da Sociedade Harmonia Eborense e os contactos directos com a equipa de direcção, proporcionaram uma maior facilidade em termos de comunicação e organização por ambas as partes. Esta conveniência acabou por se tornar crucial, devido ao escasso tempo disponível para organização deste evento, e também se tornou uma vantagem em termos de investigação e de desenvolvimento (mesmo que pouco abrangente) da cidade.

Évora é uma cidade amuralhada, tanto literal como figurativamente. Situada no coração do Alentejo, no interior do país, Évora é uma cidade pequena e, de certa forma, isolada. Vive muito dependente da agricultura e da pecuária, assim como da universidade que alberga. Com um grande espólio de teatro e de teatro de marionetas, a sua cultura gira maioritariamente em torno destes, assim como da sua história. É uma cidade onde o telefone só chegou vinte anos depois do seu surgimento nas grandes metrópoles, ou seja, com uma mentalidade, na maioria das vezes, tradicional e conservadora, onde o espaço para grandes inovações e conceitos extravagantes, têm que surgir com um *timing* quase perfeito. Não obstante, é também uma cidade notável pela directa participação em revoluções como o 25 de Abril, por exemplo. Desta maneira encontra-se presentemente esta cidade, num constante desenvolvimento cultural no campo do teatro, da música e do seu património histórico, mas que tem a sua vida nocturna estagnada, onde a maioria dos seus frequentadores são universitários, que apenas são números numa cidade com uma população cada vez mais diminuída e envelhecida, que precisa desesperadamente de inovar.

A Sociedade Harmonia Eborense, com 170 anos de existência, é um dos centros de convívio e da vida nocturna em Évora onde se concentram públicos diversificados, todos com o mesmo objectivo: a comunicação e a diversão. É um espaço feito "para e pelos seus sócios" (para entrar no espaço, um indivíduo tem que se tornar sócio da sociedade), o que o torna versátil no tipo de entretenimento oferecido. Nesta Sociedade, convergem diversas formas de arte - da música, ao teatro e às artes plásticas, entre outras - que a tornam no único lugar com tais características em Évora. O facto de ser um espaço que cria o seu tipo de entretenimento baseado no público que o frequenta, e não ao contrário (um espaço que cria um entretenimento, escolhendo desta forma o seu público), permite que este se torne também

o ponto de encontro de vários grupos considerados minorias, numa cidade que não conta com uma grande diversidade cultural. O público que costuma estar presente na Sociedade Harmonia Eborensis é diversificado e, maioritariamente, composto por criativos.

As características particulares desta Sociedade, em conjunto com o presente desenvolvimento cultural visto em Évora, proporcionaram o sítio e a altura ideal para o acontecimento da festa "*Is SHE a Party Monster?: A Club Kid revival party*". Esta teve lugar no mês de orgulho *pride*, dia 14 de Junho, no ano do 50º aniversário das manifestações de Stonewall, tendo todos estes factores contribuído também para o sucesso da festa, esta não teve contudo um público numeroso. Não quer dizer que este factor seja negativo, aliás, para além de ser um público bastante diversificado, isto permitiu que houvesse uma maior interacção entre os presentes e destes com o espaço. "*Is SHE a Party Monster?*" contou com sete instalações, distribuídas pelas salas da Sociedade Harmonia Eborensis, cada uma com uma referência a uma cor da bandeira LGBT e a um membro ou grupo de destaque da comunidade *queer*. Para além destas salas com instalações artísticas, a festa contava também com uma exposição fotográfica sobre os *Club Kids*, uma pista de dança ao rubro com músicas pop que ficaram para a história, e, adjacente a esta, uma zona onde, ao longo da noite, decorreram três *drag* performances. A noite, para além de ter sido educativa, teve também muita diversão e carisma, onde todos puderam ter o seu momento de destaque e serem eles próprios, independentemente de género, raça, sexualidade, idade e até mesmo *outfits*. A recepção que teve por parte do público foi extremamente positiva, tendo ficado aberta a possibilidade de fazer uma segunda edição da mesma.

Decerto que "*Is SHE a Party Monster?*" teve impacto nos seus participantes, mas também na história da vida nocturna de Évora, sendo a segunda festa *queer* a acontecer na cidade, e a primeira com *drag* performance. Até então, um evento deste género nunca tinha sido apresentado na cidade e a recepção que teve por parte do público foi um exemplo disso mesmo: uma enorme gratidão por trazer novos mundos à cidade e abrir as portas do conhecimento para outras realidades.

Em comparação, as duas festas gravadas para o documentário, tiveram uma aceitação muito positiva, mas ambas diferiram em vários aspectos, principalmente devido a realidades opostas vividas no quotidiano das cidades que as receberam. O "*Pérola is Burning*" teve lugar numa metrópole, onde existe regularmente um intercâmbio de culturas e uma constante evolução da cena nocturna e da arte proveniente desta; enquanto que "*Is SHE a Party Monster?*" aconteceu numa pequena cidade do interior, por norma isolada do próprio país, e com uma mentalidade muito dependente desta realidade, apesar de tudo isto permite que as pessoas sejam autênticas à sua realidade, pois é a única que conhecem. Notavelmente, a festa no Porto teve muito mais adesão do que a que teve lugar em Évora. A razão é muito simples: à parte do já considerado maior número de *clubbers* no Porto, esta festa contou com meses de organização e publicidade, para além de diversos patrocínios e parcerias. As imagens

captadas ao longo de "*Pérola is Burning*" comprovam a qualidade da produção. Enquanto que "*Is SHE a Party Monster?*" destacou-se pela sua essência. Com uma produção quase sem patrocínios, a noite caracterizou-se pela sua natureza crua e a infinita possibilidade de improvisação, que surpreendeu positivamente o público, acolhendo de braços abertos o convite à participação e à interação com o outro. Nesta festa, todos os indivíduos presentes, mesmo não o sabendo, foram *Club Kids* por viverem a sua verdade.

É com a experiência vivenciada nestas festas, que se recolhe a informação enriquecedora da pesquisa feita sobre o movimento *club kid* e o seu desenvolvimento. Mas é também com estas festas que se torna possível a criação e a evolução de "Monstros na noite", que começa por ser um documentário de um movimento e que passa sobre uma comunidade e um ideal em crescimento, ainda nos dias de hoje. Os *Club Kids* fizeram diversas afirmações que tinham vindo para ficar, e isso torna-se fácil de comprovar com o documentário.

## CAPÍTULO IV: Monstros na Noite

Antes de mais, é necessário explorar o título atribuído ao documentário. “Monstros na Noite” surge de um trocadilho com a conotação de *party monsters* dada, ao longo dos anos, aos membros do movimento *club kids* pelos media e, mais tarde, tornou-se no nome do filme e do documentário feito sobre a história deste, como foi constatado anteriormente. Assim, em português, este título traduz-se como “monstros da festa”. O trocadilho assenta na directriz do documentário, onde os estranhos, os considerados *freaks* por uma sociedade heteronormativa, saem à noite para se libertarem das pressões impostas por esta sociedade, e criarem a sua realidade.

As festas - “*Pérola is Burning*”, no Porto, e “*Is SHE a Party Monster?*”, em Évora - são o ponto central do documentário. Foi a partir destas que a maior parte da investigação decorreu (como foi referido anteriormente), tal como estas serviram como culminar de uma linha narrativa. Para criar esta narração, foram filmadas entrevistas durante e posteriormente às festas, sendo a principal a conversa com Rolando Galhardas. Actor, performer e encenador, Galhardas desenvolveu uma pesquisa muito semelhante à efectuada neste trabalho, no campo do movimento *club kids* e a sua interacção com problemas de identidade de género. A conversa segue as mesmas directrizes deste trabalho de projecto, começando pela história do movimento, passando pelo seu desenvolvimento e terminando no que hoje significa ser um *Club Kid*, ilustrado pelas festas no Porto e em Évora.

É importante aqui perceber o porquê da falta de um argumento na criação deste documentário. Como já foi referido anteriormente, este processo documental de vídeo tem como objectivo a captação de um processo experimental, para o qual foram criadas directrizes de análise do objecto em questão. Estas eram a criação de uma linha de acontecimentos, numa contextualização histórica; a análise à reacção por parte do público geral perante o movimento *club kids*; e a exploração do significado do conceito de *club kid* nos dias de hoje. Foi com estas premissas que se captaram as imagens das festas e das entrevistas. Após, aproximadamente, um período de seis meses reservados à gravação de vídeo e a uma residência artística pessoal, criou-se uma série de questões para serem debatidas ao longo da conversa com Rolando Galhardas, que se tornaria, assim, o fio condutor e um tipo próprio de argumento de “Monstros na Noite”.

Dá-se assim o documentário como dividido em dois actos: o primeiro estabelece a contextualização histórica e o segundo a exploração da actualidade, através das festas realizadas. “Monstros na Noite” é pautado por momentos sarcásticos e outros com um certo alívio cómico, respeitando uma cadência rítmica proporcionada por muita música e imagens com um forte impacto visual.

Com o primeiro acto é dada a introdução de vídeos das festas *Club Kids* originais, captados por Nelson Sullivan, e são apresentados ao longo do mesmo. Estas gravações, assim como todo o espólio de vídeos de Sullivan, foram a maior fonte de inspiração para a estética e modo de filmagem que se vêem ao longo do documentário. Sullivan, numa tentativa frutífera de gravar tudo o que via, foi considerado o arquivista da noite *club kid* de Nova Iorque, indo a todos os eventos organizados por estes com a câmara nas mãos, constantemente a gravar. Foi exactamente esse o método de filmagem utilizado para captar as imagens das festas "*Pérola is Burning*" e "*Is SHE a Party Monster?*", uma câmara que vai imortalizando momentos espontâneos que surgem à sua frente, sem planos pré-concebidos, proporcionando uma imagem crua e realista, mas que ao mesmo tempo se deixa contagiar pelo ambiente que está à sua volta. Deste modo, uma das finalidades do documentário é levar o espectador numa viagem, ou melhor, numa *trip*, pelo visual de imagem típico dos anos oitenta. O documentário homenageia esta época, a era original *Club Kid*, assim como a sua estética, os seus ideais e os seus membros, por possibilitarem a evolução da cultura *queer* até ao *mainstream* dos dias de hoje.

Tal como o vídeo arquivo de Nelson Sullivan, também documentários como "*Paris is Burning*" (1990), de Jennie Livingston; "A Morte e a Vida de Marsha P. Johnson" (2017), de David France; e "*Party Monster: The Shockumentary*" (1998), de Fenton Bailey e Randy Barbato, assim como o filme "*Party Monster*" (2003), também da mesma dupla de realizadores, tiveram um grande impacto nas escolhas de realização, tanto a nível estético, como narrativo, dando ênfase não só à crueza de imagem, mas também a uma narrativa que se torna informativa e, ao mesmo tempo, proporciona um ponto de vista intimista ao espectador. Assumem-se problemas técnicos, como a questão do som gravado no decorrer das festas, visto serem momentos espontâneos de filmagem, onde o que conta é a acção captada no vídeo, não existem segundos *takes*, nem existe a possibilidade de refazer o momento, pois isto retirava parte do mistério adjacente a uma noite *club kid*.

Mais do que um laboratório de experimentação, o documentário torna-se num momento imortalizado, numa captura de actos únicos e espaços interpessoais, que leva a que todos os seus intervenientes tenham hipoteticamente os seus "15 minutos de fama", como referia Andy Warhol. Com este documentário torna-se fácil explicar por imagens aquilo que não é possível fazer por palavras, mostrar o que se viu e o que se viveu na primeira pessoa, mesmo com uma narração suplementar, é sempre mais acessível fazê-lo quando à imagens a ilustrar. Neste caso explicar por imagens o legado dos *Club Kids* originais, transmitindo uma sensação de presença, torna-se algo muito mais esclarecedor e enriquecedor.

## CONCLUSÃO

*O corpo não é uma materialidade idêntica a si própria ou meramente fáctica; é uma materialidade que, no mínimo, traduz significado, e a maneira como o traduz é fundamentalmente dramática (performativa). Por dramático quero dizer que o corpo não é apenas matéria, mas uma continua e incessante materialização de possibilidades. Não somos simplesmente um corpo, mas, num sentido verdadeiramente essencial, fazemos o nosso corpo, e fazemo-lo diferentemente tanto dos nossos contemporâneos, como dos nossos antecessores e sucessores.*

Com esta afirmação de Judith Butler se inicia a conclusão desta pesquisa sobre um movimento não creditado pela elite artística e que, no entanto, se comporta como tal, utilizando o seu corpo e as suas infinitas possibilidades de criação, para consolidar uma nova estética e um novo mote de vida.

Ao longo do trabalho, foram exploradas as diversas realidades existentes provenientes do movimento *club kid*. Tanto das suas influências, como da sua história, ao momento que é vivido dentro da comunidade *queer* e à propagação da sua imagem no *mainstream*, uma conclusão se pode tirar de todos estes anos de história: o movimento veio para ficar e o apoio dos meios de comunicação e das redes sociais são essenciais para o seu contínuo desenvolvimento.

Também esta nova cultura *queer* mediática - que está a dar que falar com celebridades como RuPaul, Lady Gaga e Todrick Hall, e programas como *RuPaul's Drag Race* e *Queer Eye* - acaba por manter também uma versão *underground*, que prospera sobretudo na vida nocturna e na arte dentro desta. Isto é importante pelo simples facto do manter de uma tradição e de um espaço sem regras de criação, que todo o tipo de ideias são bem vindos e desafiados à exploração.

Esta cena *underground* da cultura *queer*, onde se pode inserir o movimento *club kid*, beneficia da publicidade feita através da partilha nas redes sociais e que acaba por alimentar uma comunidade *mainstream*, depois de ter sido manipulada e, muitas vezes, censurada.

O movimento *club kid* já provou que veio para ficar e que permite a esta geração de *millennials* ter um outro espaço numa comunidade que foge à realidade normativa. Este facto não significa que estes se sintam numa realidade paralela à da sociedade ou dela alienados, apenas que reivindicam uma realidade própria, afinal o que, talvez, todos procuramos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### LIVROS

- BUTLER, Judith (2017) - *Problemas de Género*. Orfeu Negro.
- GAGA, Lady; RICHARDSON, Terry (2011) - *Lady Gaga x Terry Richardson*. Grand Central Publishing.
- JAMES, James St. (1999) - *Disco Bloodbath: A Fabulous but True Tale of Murder in Clubland*. Simon & Schuster.
- LACHAPELLE, David (2010) - *Heaven to Hell*. TASCHEN.
- MUGLER, Thierry; DELOFFRE, Claude (1998) - *Thierry Mugler: Fashion Fetish Fantasy*. Thames & Hudson Ltd.
- SHORE, Stephen; TILLMAN, Lynne (2016) - *Factory: Andy Warhol*. Phaidon Press Ltd.
- GREER, Fergus (2005) - *Leigh Bowery Looks*. Thames & Hudson Ltd.

### FILMES

- A MORTE e a Vida de Marsha P. Johnson. De David France. Netflix, 2017.
- *PARIS is Burning*. De Jennie Livingston. Miramax Films, 1990.
- *PARTY Monster*. De Fenton Bailey e Randy Barbato. World of Wonder, 2003.
- *PARTY Monster: The Shockumentary*. De Fenton Bailey e Randy Barbato. World of Wonder, Picture This! Entertainment, 1998.

### SÉRIES TELEVISIVAS

- *POSE*. De Ryan Murphy, Brad Falchuk e Steven Canals. FX Productions, Ryan Murphy Productions, 2018.
- *RUPAUL's Drag Race*. De Nick Murray e RuPaul Charles. World of Wonder, 2009.
- *RUPAUL's Drag Race: All Stars*. De Nick Murray e RuPaul Charles. World of Wonder, 2012.

## WEBGRAFIA

- ALIG, Michael (2017) - *'Party Monster' Michael Alig Details Grisly Crime in Exclusive Interview*, <https://www.youtube.com/watch?v=2w7Ct3YGso0> . Inside Edition, Youtube.
- ANDERSON, Jessica Cumberbatch (2012) - *'Paris Is Burning' Ballroom Community Serves As Case Study In HIV Prevention, Coping In LA*, [https://www.huffpost.com/entry/paris-is-burning-ballroom-study-hiv-prevention-in-la\\_n\\_1598667](https://www.huffpost.com/entry/paris-is-burning-ballroom-study-hiv-prevention-in-la_n_1598667) . HUFFPOST.
- ANDY Warhol (2019) [https://pt.wikipedia.org/wiki/Andy\\_Warhol](https://pt.wikipedia.org/wiki/Andy_Warhol) . Wikipédia: a enciclopédia livre.
- ARSENIO (2017) - *RuPaul interview on Arsenio 1993*, <https://www.youtube.com/watch?v=WbINxJJY7u4&list=WL&index=2> . MOR Music Clips, Youtube.
- BALL Culture (2019) [https://en.wikipedia.org/wiki/Ball\\_culture](https://en.wikipedia.org/wiki/Ball_culture) . Wikipédia: a enciclopédia livre.
- BIG Brother is watching you (2015) <https://idioms.thefreedictionary.com/Big+Brother+is+watching+you> . The Free Dictionary by Farlex.
- BIRD, Lauren C. - *Jennie Livingston's Famous Documentary 'Paris is Burning' Made Drag Culture Legendary: 52 Weeks of Directors*, <https://bust.com/movies/16292-jennie-livingston.html> . BUST.
- BRUCCULIERE, Julia (2016) - *'90s Club 'King' Michael Alig Wonders If He's To Blame For The Death Of New York Nightlife*, [https://www.huffpost.com/entry/michael-alig-club-kids-glory-d\\_a\\_z\\_e\\_n\\_5\\_8\\_1\\_8\\_d\\_e\\_f\\_b\\_e\\_4\\_b\\_0\\_0\\_f\\_1\\_1\\_f\\_c\\_5\\_c\\_1\\_6\\_1\\_6?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAHswAUubiVkyVhOgQebhzUuPzhzOSjmUNjFZDfvSqin4IN7gjmt4Bc8dEJWsZL6qtg5KxGmLVFXwQTU\\_0FVTRCuCGGnWwyMk5npOIb2q-YwUB\\_LvREfzWqLNtUNd33G8IXVu1BhPM7LHgwZKDw5u3UzoD9ipGKPTC-d7anEel5M6](https://www.huffpost.com/entry/michael-alig-club-kids-glory-d_a_z_e_n_5_8_1_8_d_e_f_b_e_4_b_0_0_f_1_1_f_c_5_c_1_6_1_6?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAHswAUubiVkyVhOgQebhzUuPzhzOSjmUNjFZDfvSqin4IN7gjmt4Bc8dEJWsZL6qtg5KxGmLVFXwQTU_0FVTRCuCGGnWwyMk5npOIb2q-YwUB_LvREfzWqLNtUNd33G8IXVu1BhPM7LHgwZKDw5u3UzoD9ipGKPTC-d7anEel5M6) . HUFFPOST.
- CRUMMY, Colin (2015) - *celebrating the influence of legendary documentary paris is burning*, [https://i-d.vice.com/en\\_us/article/gygyqw/celebrating-the-influence-of-legendary-documentary-paris-is-burning](https://i-d.vice.com/en_us/article/gygyqw/celebrating-the-influence-of-legendary-documentary-paris-is-burning) . i-D VICE.
- DRAGCON, RuPaul's (2017) - *Amanda Lepore, James St James, Michael Musto & John Simone at RuPaul's DragCon NYC 2017*, <https://www.youtube.com/watch?v=bXQeodM3SWs&list=WL&index=19> . WOWPresents, Youtube.
- CORONA, Victor P. (2018) - *How Susanne Bartsch Became 'The Mother of All Club Kids'*, <https://www.advocate.com/people/2018/8/05/how-susanne-bartsch-became-mother-all-club-kids> . Advocate.
- CULTURA punk (2019) [https://pt.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_punk](https://pt.wikipedia.org/wiki/Cultura_punk) . Wikipédia: a enciclopédia livre.

- DAVIS, Peter (2013) - *A Look Back At Area, the '80s Club That Turned Partying Into An Art*, <http://www.papermag.com/a-look-back-at-area-the-80s-club-that-turned-partying-into-an-art-1427128384.html> . PAPER.
- DEL REY, Paco (2017) - *Club kids culture: fashion identity and ballroom scene*, <https://genderfluidity.blog/2017/12/04/club-kids-culture-fashion-identity-and-ballroom-scene/> . Gender Fluidity.
- EBORENSE, Sociedade Harmonia (2009) - *pequenos passos de uma história*, <http://soc-harmonia.blogspot.com/2009/02/pequenos-passos-de-uma-historia.html> . SHE.
- EDITORS, History.com (2019) - *Stonewall Riots*, <https://www.history.com/topics/gay-rights/the-stonewall-riots> . HISTORY.
- FLYNN, Sheila (2017) - *They ruled New York City nightlife in the '80s and '90s with glitter, glamor and outrageous antics before a grisly killing spelled their downfall - so where are the Club Kids now?*, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-4851054/Where-New-York-s-Club-Kids-80s-90s-now.html> . DailyMail Online.
- GARBARINO, Steven (1994) - *Gay paree? Au contraire*, <https://books.google.pt/books?id=TcG4v4QoAcEC&pg=PA31-IA3&dq=jean+paul+gaultier+about+the+club+kids&source=bl&ots=mhJwbXfz1C&sig=ACfU3U1aRe-OlBib3t467F08kCz7-mSbyCA&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwiWx82b8bLjAhWj3OAKHWeDDp4Q6AEwD3oECAgQAQ#v=onepage&q=jean%20paul%20gaultier%20about%20the%20club%20kids&f=false> . New York Magazine.
- GAY.blog.br (2016) - *'Ball Culture': a batalha de voguing da cena underground LGBT*, <https://gay.blog.br/gay/ball-culture-voguing/> . gay.blog.br.
- GERALDO Show (2017) - *Michael Alig NYC Club Kids on Geraldo April 17, 1990*, [https://www.youtube.com/watch?v=jhTpRKA\\_qvY&list=WL&index=2](https://www.youtube.com/watch?v=jhTpRKA_qvY&list=WL&index=2) . Janet Goodman, Youtube.
- GERALDO Show (2017) - *Michael Alig & NYC Club Kids on Geraldo 1994 "Beyond the Glitz & Glamour"*, <https://www.youtube.com/watch?v=sajRVAak3rY&list=WL> . Janet Goodman, Youtube.
- GLAM rock (2019) [https://pt.wikipedia.org/wiki/Glam\\_rock](https://pt.wikipedia.org/wiki/Glam_rock) . Wikipédia: a enciclopédia livre.
- GLOSS, Into the (2013) - *Amanda Lepore*, <https://intothegloss.com/2014/01/amanda-lepore/> . INTO THE GLOSS.
- GRANT, Brandon (2018) - *FX My Pose Is... w/ Kia LaBeija*, <https://vimeo.com/298633102> . Vimeo.
- GREEN, Corey (2008) - *TOP DEFINITIONS: voguing*, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=voguing> . Urban Dictionary.
- GREER, Carlos (2017) - *Lady Gaga made club kids cool for new generation*, <https://pagesix.com/2017/07/08/lady-gaga-made-club-kids-cool-for-new-generation/> . Page Six.
- HEALY, Claire Marie (2016) - *Behind the walls of Andy Warhol's secretive Factory*, <https://www.dazeddigital.com/photography/article/33621/1/andy-warhol-factory-stephen-shore> . DAZED.

- IM, Jimmy (2018) - *How 'RuPaul's Drag Race' helped mainstream drag culture - and spawned a brand bringing in millions*, <https://www.msn.com/en-us/money/markets/how-rupauls-drag-race-helped-mainstream-drag-culture-%E2%80%94-and-spawned-a-brand-bringing-in-millions/ar-BBNGfsx> . CNBC.
- IVIN, Tom (2016) - *LOVERBOY: Charles Jeffrey Takes New York (Full Length Documentary)*, <https://www.youtube.com/watch?v=aVBYIGyj940> . i-D, Youtube.
- JAMES, James St.; MCGOVERN, Jonny (2016) - *James St. James on Hey Qween with Jonny McGovern | Hey Qween*, <https://www.youtube.com/watch?v=J3pgs-EjF84> . Hey Qween!, Youtube.
- JOHNSON, Sunni (2017) - *Acid House, Androgyny, and the Cult of the Club Kids*, <https://www.wussymag.com/all/2017/8/3/acid-house-androgyny-and-the-cult-of-the-club-kids> . WUSSY.
- KIDS, The Club (2009) - *Club Kids Party At Bentley's 1989*, <https://www.youtube.com/watch?v=KgLx-wRaSLg&list=WL&index=18> . 5ninthavenueproject, Youtube.
- KIDS, The Club (2013) - *Michael Alig & The Club Kids Party at Paddles*, [https://www.youtube.com/watch?v=S\\_nRZu-banc&list=WL&index=13](https://www.youtube.com/watch?v=S_nRZu-banc&list=WL&index=13) . 5ninthavenueproject, Youtube.
- KIDS, The Club (2015) - *The Club Kids' Field Trip to Washington DC in 1989*, <https://www.youtube.com/watch?v=htoEXEv8Lw0&list=WL&index=9> . 5ninthavenueproject, Youtube.
- LEIGH Bowery (2019) [https://en.wikipedia.org/wiki/Leigh\\_Bowery](https://en.wikipedia.org/wiki/Leigh_Bowery) . Wikipédia: a enciclopédia livre.
- MCCORD, Brooke (2018) - *We don't do, we just are: the IG chronicling the era of the club kid*, <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/41353/1/club-kids-new-york-80s-90s-james-st-james-amanda-lepore-limelight-rupaul> . DAZED.
- MCNEILL, Legs; MCCAIN, Gillian (2016) - *Como foi criar e viver na icónica Factory de Andy Warhol nos anos 60*, <https://www.vice.com/pt/article/d7gjpx/billy-name-andy-warhol-factory> . VICE.
- MONTEIRO, Hugo; PEREIRA, Susana Constante (2016) - *Porto: De como se enche uma cidade de vazio*, <https://www.esquerda.net/dossier/porto-de-como-se-enche-uma-cidade-de-vazio/44828> . ESQUERDA.
- MUSTO, Michael (1999) - *Amanda causes a stir without saying - or wearing - much, exuding a good-natured alien appeal*, [http://davidlachapelle.com/press/village-voice\\_4/](http://davidlachapelle.com/press/village-voice_4/) . David LaChapelle.
- NEW Romanticism (2019) [https://pt.wikipedia.org/wiki/New\\_Romanticism](https://pt.wikipedia.org/wiki/New_Romanticism) . Wikipédia: a enciclopédia livre.
- NICHOLS, James Michael (2016) - *After Dark: NYC Nightlife Today And Days Past*, [https://www.huffpost.com/entry/after-dark-nyc-nightlife\\_n\\_6282230](https://www.huffpost.com/entry/after-dark-nyc-nightlife_n_6282230) . HUFFPOST.
- NICHOLS, James Michael; ALIG, Michael (2017) - *After Dark: Meet Michael Alig, The Original Club Kid*, [https://www.huffpost.com/entry/michael-alig-nightlife\\_n\\_5333183](https://www.huffpost.com/entry/michael-alig-nightlife_n_5333183) . HUFFPOST.

- NICHOLS, James Michael; BAILEY, Fenton; BARBATO, Randy (2017) - *After Dark: Randy Barbato & Fenton Bailey, AKA The Fabulous Pop Tarts*, [https://www.huffpost.com/entry/randy-barbato-fenton-bail\\_n\\_5621822](https://www.huffpost.com/entry/randy-barbato-fenton-bail_n_5621822) . HUFFPOST.
- NICHOLS, James Michael; AVIANCE, Erickatoure (2017) - *After Dark: Erickatoure Aviance, Artist And Nightlife Personality*, [https://www.huffpost.com/entry/erickatoure-aviance-after\\_n\\_5703627](https://www.huffpost.com/entry/erickatoure-aviance-after_n_5703627) . HUFFPOST.
- NICHOLS, James Michael; JAMES, James St. (2017) - *After Dark: Meet James. St. James, Original Club Kid And Nightlife Icon*, [https://www.huffpost.com/entry/james-st-james-after-dark\\_n\\_5814144](https://www.huffpost.com/entry/james-st-james-after-dark_n_5814144) . HUFFPOST.
- RICHMAN, Lisa Helene (2008) - *FROM SUBCULTURE TO MASS CULTURE: THE IMPACT OF INTERNET PHOTOGRAPHY ON THE NEW YORK CLUB SCENE*, [https://etd.ohiolink.edu/!etd.send\\_file%3Faccession%3Dbgsu1205860298%26disposition%3Dinline](https://etd.ohiolink.edu/!etd.send_file%3Faccession%3Dbgsu1205860298%26disposition%3Dinline) .
- RODULFO, Kristina (2018) - *Crayola Launched a 58-Piece Makeup Collection With 95 Colors*, <https://www.elle.com/beauty/makeup-skin-care/a21071746/crayola-makeup-collection-asos/> . ELLE.
- ROGERS, Katie (2014) - *RuPaul: Drag Race 'has exactly the effect we thought it might have'*, <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2014/feb/24/rupaul-drag-race-lgbt-impact-pop-culture-tv> . The Guardian.
- SCHMIDT-REES, Hannah (2019) - *Taboo - The Legend of Leigh Bowery*, <https://www.perspex.com/articles/2019/3/4/taboo-the-legend-of-leigh-bowery> . PERSPEX.
- SCHREIBER, Abby (2013) - *Catching Up With Past Nightlife Awards Winners: Happy Valley*, <http://www.papermag.com/catching-up-with-past-nightlife-awards-winners-happy-valley-1427113785.html> . PAPER.
- SHOW, Joan Rivers (2006) - *the joan rivers show - club kids interview*, <https://www.youtube.com/watch?v=aAm1RcsCOEg&list=WL&index=9> . Carrie S. Youtube.
- SUBCULTURA (2012) - *Conceito de subcultura*, <https://conceito.de/subcultura> . CONCEITO.de.
- SULLIVAN, Nelson - <http://nelsonsullivan.com/index.html> . Nelson Sullivan Archive.
- SULLIVAN, Nelson (2008) - <https://www.youtube.com/user/5ninthavenueproject/about> . 5ninthavenueproject, Youtube.
- THE Factory (2019) [https://pt.wikipedia.org/wiki/The\\_Factory](https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Factory) . Wikipédia: a enciclopédia livre.
- THOMAS, Helen Meriel (2018) - *How 'RuPaul's Drag Race' came to dominate pop culture*, <https://www.nme.com/blogs/tv-blogs/how-rupauls-drag-race-came-to-rule-pop-culture-2264612> . NME.
- TREBAY, Guy; LA FERLA, Ruth (2018) - *Tales From the Warhol Factory*, <https://www.nytimes.com/2018/11/12/style/andy-warhol-factory-history.html> . The New York Times.
- WONDER, World of (2019) - *All About World of Wonder*, <https://worldofwonder.net/about/> . The WOW Report.

