

Primer Congreso Nacional de Estudios Interdisciplinarios sobre Diversidad Sexual y de Género. Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales (Escuela IDAES), General San Martín, 2024.

Felices, livianos y bailables: la noche de los noventa en el registro de NX.

Di Toto, Alejandro.

Cita:

Di Toto, Alejandro (2024). *Felices, livianos y bailables: la noche de los noventa en el registro de NX*. Primer Congreso Nacional de Estudios Interdisciplinarios sobre Diversidad Sexual y de Género. Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales (Escuela IDAES), General San Martín.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/congresodiversidad/25>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eUcC/KdB>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Felices, livianos y bailables: la noche de los noventa en el registro de la revista NX.

Integrantes del equipo de trabajo: Di Toto, Alejandro - alejandrototo@gmail.com
(UBA)

Eje temático: Eje 3. Arte, prácticas culturales y expresiones estéticas.

Resumen

Introducción

La revista *NX*, *periodismo gay para todos* tuvo su lanzamiento en Octubre de 1993 y sostuvo sus publicaciones mensualizadas hasta diciembre del 2001. De forma casi experimental la revista fue sufriendo cambios, ya sea en sus columnas y segmentos (donde nuevos aparecían, otros se iban o dejaban de salir y algunos aparecían de forma discontinuada) hasta sus características físicas (del blanco y negro al color, cantidad de páginas que se incrementaban, etc). En sus entregas se buscaba cubrir el variopinto de los mundos gays con la multiplicidad de sus segmentos: cultura, política, activismo, chismes, notas editoriales, relatos se sumaban con la periodicidad de las publicaciones.

El periodo comprendido entre 1993-2001 fue un periodo de profundos cambios y crisis sociales, económicas y políticas en nuestro país y en este sentido el *periodismo gay* de la *NX* no era ajeno. Lejos de la frivolidad (distancia que buscaban marcar de forma periódica en sus publicaciones) se atendía al contexto que atravesaba la Argentina y los cambios que se iban dando al interior. Repudios, coberturas, posicionamientos políticos aparecían en la revista de forma directa. La actualidad era un eje del que los periodistas de *NX* se preocupaban, posicionaban y emitía opiniones.

No obstante de forma subyacente habían elementos que marcaban en la revista un cambio de paradigma respecto a diversos temas. La noche y sus mundo es uno de esos ejes, donde a lo largo de sus años se pueden observar profundas transformaciones que se iban dando al interior de la noche gay en la Ciudad de Buenos Aires. Desde columnas, segmentos hasta coberturas de eventos especiales la noche se replegaba al contexto y dejaba las reminiscencias de cambios en su mundo.

Los mundos de la noche y la nocturnidad venían de un periodo acelerado con grandes cambios. Desde su década predecesora, los ochenta, que habían arremetido con nuevas formas de disfrute y socialización nocturna. La llegada de la democracia en 1983 había otorgado una sensación de libertad a la sociedad que tuvo su propio destape en la cultura (Milanesio, 2021)¹

¹ Milanesio, N. (2021) El destape. Argentina: Siglo XXI.



con un fuerte correlato en la nocturnidad que dio lugar a nuevos espacios y circuitos experimentales que trastocaron las formas clásicas de la noche que había posibilitado la emergencia de espacios gays en la nocturnidad por fuera de la clandestinidad. Con esta base, los noventa inauguraban su noche con una multiplicación de este fenómeno respecto a los boliches y bares gays que parecían multiplicarse a medida que los años pasaban, cada vez con una libertad mayor que encuentran su clímax en esta década.

La noche menemista comienza a tener nuevas características ligadas a la pertenencia y la visibilidad: mostrarse era un nuevo diseño de época. Grandes espacios, shows exclusivos, vips y mercantilización de la noche eran la nueva característica que empezaba a verse en la nocturnidad.

Objetivo y metodología

El objetivo del presente trabajo es indagar por los mundos de la noche a través de la revista NX para reconstruir la noche gay de los noventa a partir de sus propios protagonistas. Poder identificar lugares, espacios y descripciones de la noche dentro de su contexto.

Para esto se analizan las publicaciones de la revista desde sus inicios hasta su última publicación en el año 2001 analizando segmentos, publicaciones y columnas. En un primer nivel analizar los boliches y bares que se publicaban dentro de “*Agenda*” y “*Memo*” que contenía un resumen de los principales espacios junto con su agenda mensual de eventos (en los casos donde se detallan) durante el periodo que dicho segmento funcionó con carácter periodico mensualizado. En segundo nivel el lugar de la publicidad en la noche a través de las revistas que se hicieron permanentes durante todas las publicaciones y como fueron sus permanencias y mutaciones a lo largo de las tiradas y el avance de la década .

En un tercer nivel a partir de la cobertura de la noche y sus cambios a través de apariciones fuera de los segmentos descritos anteriormente a partir de entrevistas, crónicas, relatos y editoriales que fueron publicadas bajo este eje de forma no periódica permitiendo acceder a relatos en primera persona, críticas y la noche vista por sus propios protagonistas (en tanto espectadores como productores).

Análisis

La agenda de la NX.

Desde Octubre de 1993 hasta Agosto de 1994 la Revista destina sus últimas páginas a la difusión de la *Agenda* gay y *Memo*. La primera se ubica inmediatamente después de la última nota y previo a los clasificados donde se difunde la agenda mensual de los boliches y bares gays con menor o mayor desarrollo. La segunda se ubicaba al final de la revista, en la última página, que pone las direcciones de espacios importantes para la comunidad y entre ellos aparecían diferenciados entre sí los bares y boliches.



Con el paso de los meses la *Agenda* comienza a tener mayor despliegue y profundidad, esto se explica por diferentes motivos: en primer lugar la agenda de la noche gay junto con la apertura de nuevos espacios parece multiplicarse, es así como para Octubre de 1993 *Agenda* contaba únicamente con el calendario de nueve espacios y para Abril de 1994 ya se mostraban las planificaciones de dieciocho. El espacio físico dentro de la revista empieza a ser cada vez mayor en este segmento ubicando más de una página. En segundo lugar, la revista empieza a tomar notoriedad y cada vez más lugares difunden su programación dónde finalmente se da un desglose más exhaustivo y directo de la programación donde cada vez se vuelve más minucioso.

La descripción de los shows respondía a públicos que buscaban distintos entretenimientos (no quiere decir que sean excluyentes pero sí buscaba dar respuesta ante las distintos tipos de demandas). Desde un principio, lugares como *Teleny*, programan shows y concursos ligados a la imitación y transformismo, cada día tenía reservado un nombre de protagonista o conductor conocido (para este entonces la imagen de Eduardo Solá se repetía siempre), se promocionan shows musicales, cantobar junto a espectáculos que venían de otros lugares, de esta forma la experiencia artística prevalecía en estas agendas. El eje de la promoción de estos lugares tenía en común un protagonismo de los presentadores, sus shows e imitaciones en un formato tipo café-concert bajo el acompañamiento de un “maestro” de ceremonias y un cuadro ligado a contenido musical. De forma diferente se ubicaban los lugares que se destacaban por el capital erótico y sexual: *Angels* y *Gasoil* destacaban la presencia de sus strippers, shows eróticos, de “alto voltaje”, videos eróticos y promocionaban sus fiestas donde prometían un “levante asegurado”. Mientras que en un tercer lugar se ubicaban agendas que conjugaban las programaciones: combinando shows que incluían desnudos o erotismo con shows musicales o imitaciones, en estas agendas los días estaban bien diferenciados. Los días Jueves (y en algunos casos los Viernes) quedaban relegados a strippers o difusión de videos de alto contenido pero llegado el fin de semana emergían los shows, números musicales y espectáculos de comedia. Y finalmente los Domingos eran los espacios de encuentros de solos, videos o bien, nuevamente se redoblaba la apuesta por el show nudista en el escenario.

Los lugares publicados en *Agenda* empezaron cada vez a sistematizar su programación en función a los días. En las sucesivas publicaciones se podía observar como los lugares anunciaban la amplitud de sus días hasta llegar a tener cubierto, en varios casos, una programación diferente de Lunes a Domingos. Si bien existían bares o discos que reducían su apertura a partir de mitad de semana eran la minoría. A medida que la *Agenda* pasaba los bares abrían más temprano e incluso en fechas especiales como 24, 31 de Diciembre y 1 de Enero.

La publicidad de la noche

Con el fin del segmento *Agenda* la incipiente publicidad de bares, boliches y fiestas se empieza a multiplicar en la revista *NX* en todas sus páginas. Espacios de la Ciudad de Buenos Aires, Rosario, Córdoba y Mar del Plata repiten sus publicidades, muchas veces de forma



sencilla, minimalista y poco clara. El boliche *Contramano* supo tener un lugar privilegiado de difusión y fue la contratapa desde su lanzamiento hasta Junio de 1998.

Dentro de los espacios que fueron los primeros en publicitar dentro de la NX se encuentra el Pub “Vivir” que se incorporaba como exclusivo para mujeres y su publicidad era reforzada en el segmento de *Agenda* con un desglose específico de las actividades que se desarrollaban que apuntaban a ser un espacio seguro para mujeres (asados, juegos de mesa, solas a solas). *Teleny* era otro de los boliches que primeramente pusieron su auspicio en las páginas de la revista.

No obstante a medida que la revista adquiría volumen, color y se adentraba en los noventa empezaron a destacar grandes publicidades fijas de fiestas y boliches con fenómenos que marcaban un designio de época. Los boliches y bares “clásicos” empiezan a ser reemplazados por publicidades de media página o página entera de clubes privados con pileta para bailar, dormir y pasar el fin de semana.

El extranjero empieza a ocupar lugar por dos vías: fiestas locales promocionadas en inglés como la “*Whet party super show*” o directamente auspicios de boliches y fiestas de otros países en la revista: Chile y Brasil empezaban a aparecer publicitados junto a fiestas que se hacían afuera. A medida que las publicidades de agencias de turismo invadían la revista con promociones de viajes principalmente al Caribe y a Miami también aparecían los anuncios de fiestas gays en esos lugares, estas fiestas están promocionadas para los suscriptores de la NX que viajaban a estos destinos generando un circuito para turistas en la misma revista.

La publicidad de la *White Fest* que se celebraba en Miami empieza a tener protagonismo a partir de 1996 que aparece por partida doble. Primeramente como publicidad y segunda a partir de la cobertura periodística que la revista hacía de ella como invitados especiales. Dentro de los aspectos más llamativos anunciaban que ir era muy económico, accesible, en las columnas que la revista destinó en Enero de 1997 en la posición central, a color, resaltaba que la fiesta era “maravillosa”, todo era diferente allí donde el “estilo gay” era incomparable junto con el “sexo y placer” que Miami otorgaba, los escritores de la NX resaltaban que parte de su maravilla era por los colores; la fiesta era blanca porque representaba la “elegancia”, la “no-política” y su forma “no-combativa” que la transformaban en una fiesta “simplemente hermosa”.

A medida que la década de los noventa se profundizaban el extranjero empezaba a tomar mayor relevancia: Miami, Río, Londres, Barcelona era la meca para los gays argentinos dónde estaban obligados a ir, las columnas sugerían que todo era mejor allí, desde los boliches, las fiestas y el sexo pero con adjetivaciones cada vez más frívolas excluyendo a la política o la reivindicación. El hedonismo se volvía central y se publicaban artículos de como los argentinos debían comportarse y vestirse. Las recomendaciones incluían desde los colores de la vestimenta, hasta alquilar un auto pero no imitar a las actitudes argentinas: no ir apurado y jamás tocar bocina se volvía imperioso ya que en esos lugares la gente iba a disfrutar.

La proliferación de publicidad de viajes iba de la mano con la promoción de estas fiestas que tiene su estallido a mediados de la época pero que a los pocos años empieza a mermar y a desaparecer de las publicaciones a medida que la crisis económica comenzaba a sentirse. El



arco publicitario iniciaba a principios de la década con boliches locales, para promocionar al extranjero para finalmente volver a los espacios locales.

La noche entre la denuncia y el lucro

A lo largo de los numeros de la revista la noche, los boliches y los bares aparecían de forma intermitente en notas (por fuera de la publicidad y la *Agenda*). Generalmente los boliches tenían un segmento destacado a la hora de cumplir algún aniversario, ante la apertura de un espacio nuevo o bien su cierre (que empezaba a tornarse frecuente a mediados de la época)

Otra forma de aparición era mediante la denuncia. En un primer momento las *razzias* se destacaban en el segmento de “*Fax You*” o los abusos que la policía cometía en espacios gays. Muchas veces la noche terminaba con personas detenidas mientras que otras veces solo se hacían presentes para intimidar a los asistentes y que sepan-de alguna forma-que los tenían identificados.

En consonancia con la publicidad, a medida que los años pasaban las denuncias y los reclamos sobre la noche comienzan a tener un giro en la cobertura de la revista. Si bien las denuncias contra los abusos de la policia aparecen, lo hacen de forma intermitente, y empiezan a circular las notas sobre la decadencia de la noche porteña. La noche, los boliches y las fiestas empiezan a ser aburrida y costosa: se denuncia que la noche gay porteña oscila entre los que ofrecen encuentros, circulación y aquellos destinados al show pero en todos los casos los costos empiezan a ser elevados y se opta por juntarse en las casas. Las imitaciones empiezan a cansar, no hay cosas nuevas y los shows comienzan cada vez más tarde y son breves en comparación con la cantidad de publicidad que tienen en el medio. La noche se vuelve monótona y cara.

Se comienza a denunciar la mercantilización de la noche ante la necesidad: el periodismo gay denuncia que los bares y boliches son necesarios para la comunidad gay pero los diseños los dueños ven un negocio que se vuelve imposible de costear para los asistentes. La cofradía y protección dentro de los espacios empieza a dejarse de lado y la realidad económica junto con la recesión que se empieza aparecer con fuerza a partir de 1995 empieza a excluir a los gays que querían ir a esos espacios seguros. Los espacios comienzan a ser cada vez mas exclusivos (ya sea por sus precios, sus shows o los requisitos de vestimenta) y se pierden los lazos de protección. Los dueños de los boliches ya no protegen a sus asistentes en caso de que la policia vaya ya que empieza aprevalecer una lógica mercantil y no humana como si pasaba en otros espacios de la comunidad a inicios de la década.

Conclusiones



La noche y sus espacios empiezan a tener un giro restrictivo a través de la revista en sus distintas aristas. En un primer momento, mediante la agenda, la difusión de las alternativas de la noche se ve encorsetada a la publicidad. El breve periodo donde tiene existencia la Agenda muestra la proliferación y multiplicación de los espacios gays en la Ciudad de Buenos Aires como indica Civalé (2011)². Rapidamente los espacios escalan en calidad y diversificación de propuestas junto a la extensión de días y horarios de cobertura que respondía a una alta demanda por parte del público. La eliminación de dicho segmento reduce la promoción de estos espacios y su respectiva programación a la publicidad paga con los elementos que ello conlleva: una distribución desigual a lo largo de las páginas (ya que el tamaño, ubicación y características gráficas depende de la cantidad de dinero invertida por ese lugar o fiesta) donde la agenda nocturna deja de estar sitemazada en un mismo espacio que ubica en mejor lugar a quienes más pagan por esa promoción dejando de lado a todo espacio que no pueda costear una publicidad y excluyendo a quienes no podían pagar la promoción de sus lugares, fiestas o eventos. Si bien la revista cubría periódicamente los distintos espacios que la noche gay daba en la Ciudad, esto ocurría únicamente ante un evento especial (aniversario, fiesta o incluso su cierre)

Los nuevos diseños de la época empiezan a notarse a través de las publicidades y promociones: boliches que cada vez abren mas tarde, entradas costosas, consumiciones obligatorias, entre otras empiezan a ser un factor de exclusión para los asistentes. En reiteradas crónicas se narra que la noche cada vez empezó más tarde y los días de semana, eso en un primer nivel excluía a trabajadores y estudiantes. Los altos costos de las entradas, los tragos y la obligación de consumición expulsaban a los gays que no podían costear la noche en pleno contexto. Además la repetición se hacía cada vez mas manifiesta y esto llevaba a una fiesta aburrida, monótona y excluyente.

Por otro lado, la mercantilización o el provecho de los beneficios empiezan a notarse y eliminar la protección que la noche solía proveer. La aparición-junto con la desaparición-de boliches y fiestas nuevas estaba dado por la demanda pero ésta encontraba respuesta por el respaldo de una ganancia económica redituable, a los organizadores no les importaba el cuidado de sus asistentes ya que “la discoteca, un objeto sagrado en el Buenos Aires de los años noventa, es solo una mercancía producida por una actividad empresarial guiada por el principio de maximización de la ganancia” (Gutierrez, 124: 1994)³

Finalmente, la noche y el disfrute se vuelven un fenómeno cada vez más restrictivo y un retrato de época. A medida que los números de la revista se publicaban se denunciaba la crisis económica y la imposibilidad de costear la noche pero en paralelo lo extranjero se volvía un eje central. Las notas que invitaban a irse de fiesta a los paraísos tropicales o a Miami indican una exclusividad propia de la década que oscilaba entre la crisis económica dada por la recesión para gran parte de la sociedad mientras que para otro sector los viajes al extranjero se volvían moneda corriente. Bajo la premisa del goce, el disfrute y la “no-política” las playas extranjeras se volvían el espacio ideal para ir de vez en cuando a disfrutar la nocturnidad.

² Civalé, C (2011). *Las mil y una noches, una historia de la noche porteña (1960-2010)*. Buenos Aires: Marea

³ Gutierrez, I (1994). “La discoteca en Buenos Aires” en Margulis, M. (Coomp.) *La cultura de la noche* (pp. 112-127). Buenos Aires: Espasa.

