
El desarrollo de un circuito salsero y la construcción de identidades latinas en Londres

Patria Román Velázquez

*Escuela de Comunicación Pública
Universidad de Puerto Rico, Río Piedras*

Este ensayo examina el desarrollo de un circuito salsero local y la construcción de identidades latinas en los clubes de salsa en Londres. Los clubes de salsa son el punto de partida para enfocarme en la construcción y comunicación de identidades culturales y su relación con el desarrollo de un circuito salsero local. Por lo tanto, en este artículo los clubes de salsa se estudian, no como lugares clausurados de interacción social con bordes claramente definidos, sino en relación con prácticas espaciales más amplias y relaciones de poder que desempeñan un papel importante en la construcción de identidades latinas particulares.

Este acercamiento es un intento por superar otras investigaciones sobre clubes de músicaailable, enfocadas en las audiencias como subculturas o en la producción de un eventoailable. Un enfoque como éste hubiera sido útil para explorar cómo la salsa se apropia en otras localidades y cómo las audiencias participan en la producción de un evento musical, conjuntamente con los intereses de algunas de las casas disqueras. Sin embargo, adoptar esta perspectiva hubiera dejado fuera del análisis los procesos mediante los cuales la salsa está presente en Londres, obviando que lo que ocurre en los clubes de salsa está constituido por una serie de procesos sociales y relaciones de poder que ocurren fuera de éstos, pero relacionados con lo que allí sucede. Tomar los debates sobre globalización como punto de partida para investigar los clubes de salsa permite entender el desarrollo de un circuito salsero local en un momento específico en Londres. Este acercamiento teórico también es útil para entender cómo el circuito de salsa en Londres

se constituye por relaciones espaciales y cómo éstas desempeñan un papel importante en la construcción y comunicación de identidades latinas diferenciadas.

Pongo énfasis en que los clubes deben entenderse como parte de una red de procesos y relaciones sociales que se extienden fuera de éstos y que a su vez se relacionan con el movimiento de personas y prácticas culturales hacia Londres. Estos procesos están constituidos por diferentes relaciones de poder que a su vez contribuyen a la identidad de un lugar en un momento dado. Por lo tanto, los lugares se estudian aquí no como el contexto en que ocurre un evento, sino como momentos particulares constituidos por las relaciones establecidas con otros lugares, a su vez relacionados con la construcción y comunicación de identidades culturales.

Como esta investigación se definió en función de un lugar—los clubes de salsa en Londres—, las rutas y rutinas que discutiré ayudarán a entender eventos musicales en los que se construyen identidades latinas; no solamente cómo algunos grupos de latinoamericanos construyen un sentido de identidad a través de la salsa, sino también cómo otros grupos construyen la identidad de un lugar como “latino”. De la gama de posibles temas en los debates de globalización, tan sólo exploro la relación entre identidades culturales y lugares. Este acercamiento permite considerar los diferentes elementos mediante los cuales la salsa está presente en Londres, ya sea por los esfuerzos e intereses comerciales de las casas disqueras por distribuir y promover sus artistas y productos alrededor del mundo; el interés de personas no latinoamericanas por conocer y bailar la salsa; los intereses comerciales de pequeños empresarios o la presencia de latinoamericanos en la ciudad. La representación y el sentido de identidad en, y de, estos lugares también se construyen mediante prácticas bailables. El baile es una práctica cultural a través de la cual los participantes construyen un sentido de identidad latina, pero éste es un tema que trataré en otro artículo.

En la siguiente sección intento relacionar la discusión sobre la salsa en Londres con investigaciones recientes sobre los clubes de músicaailable y sus audiencias. Luego discuto las rutas de la salsa hasta llegar a Londres. En la misma ofreceré información general sobre el movimiento de la salsa como categoría de mercado de Nueva York a Londres. También describo la distribución, mercadeo y promoción de la salsa en esta última ciudad. La información de esta sección ayudará a entender el desarrollo de un circuito salsero local. Luego, intento construir un recuento de los diferentes clubes que han existido en Londres. Le presto atención particular a aquellos asuntos que han contribuido a la identidad de ciertos clubes durante el año en que realicé la investigación (octubre de 1993-septiembre de 1994).¹ Por último, presento una muestra de diferentes tipos de clubes que existían en Londres durante ese período,

ya que cada uno de éstos comunica un tipo de latinidad particular.

Los circuitos musicales y lo local-global

Mucha de la bibliografía reciente sobre los clubes de músicaailable se ha concentrado en lo que la industria musical angloamericana ha definido como músicaailable.² La investigación en esta área ha tratado a la audiencia de este tipo de música como una subcultura—en tanto se apropia de símbolos para construir un estilo alternativo distintivo (McRobbie 1991; Redhead 1990; Chambers 1985; Willis 1990)—o utilizando la noción de “capital cultural” y conocimiento como marcadores que lo diferencian de otros gustos musicales (Thornton 1995). Estas investigaciones se han dirigido principalmente a identificar grupos de jóvenes diferenciados por gustos y estilos musicales. Dicho énfasis en las subculturas juveniles tiende a perpetuar la idea de grupos cerrados y definidos por su gusto musical alternativo como un acto de resistencia simbólica a la cultura dominante.

Lawrence Grossberg (1984) ha criticado estos acercamientos al argumentar que dada la diversidad y dispersión de las audiencias dentro de la cultura popular, se ha tendido a identificar y definir audiencias específicas en referencia a un texto o como un grupo cultural limitado y cerrado. En su lugar, Grossberg define a las audiencias de la música popular a base de lo que él llama “inversión afectiva” (1984:227). El utiliza este término para referirse a la forma en que la música afecta a la gente. Afecto, explica Grossberg, “se refiere a aquella dimensión o plano de nuestras vidas que experimentamos como estados de ánimo, sentimientos, deseos y enervación” (Grossberg 1992a:164). Grossberg tiende a atribuir a la música un papel crucial para iniciar algún cambio social, en la medida en que la música tiene la potencialidad de formar alianzas a través del espacio. Aunque este acercamiento es un intento por entender a las audiencias constituidas por sus relaciones a través del espacio y no contenidas en una localidad geográfica dada, Grossberg tiende a dejar a un lado la discusión sobre las relaciones de poder que pueden operar en tales alianzas.

Will Straw (1991) ha introducido el concepto de *music scene* en un intento por alejarse del estudio de las audiencias de música popular como subculturas cerradas y por entender aquellas prácticas musicales generadas alrededor del espacio. El concepto de *music scene* no tiene una traducción literal al español, por lo que utilizaré el término circuito musical.³ Para Straw un circuito musical es “aquel espacio cultural en el que coexiste una serie de prácticas musicales, interactuando unas con otras dentro de una variedad de procesos de diferenciación, de acuerdo con una extensa variedad de trayectorias en el proceso de

cambio y de culturas híbridas" (1991:373). Tanto Straw como Grossberg superan la noción de subculturas autocontenidas o limitadas a una localidad y, en su lugar, proponen la necesidad de entender un circuito musical como parte de una cultura musical internacional. Aunque Straw reconoce la diversidad de un grupo al subrayar las variaciones regionales, también tiende a poner énfasis en la unidad del grupo mediante la noción de alianzas. La importancia del acercamiento propuesto por Straw es que introduce debates teóricos sobre espacio y lugar en los estudios de las prácticas musicales populares. Sin embargo, al privilegiar las interacciones positivas a través del espacio, la conceptualización de circuitos musicales propuesta por Straw no ofrece una noción sobre cómo operan las relaciones de poder de forma desigual a través del espacio (Hesmondalgh 1996).

En este artículo sigo, hasta cierto punto, la noción de circuito musical propuesta por Straw, al insistir en que los clubes de salsa en Londres están relacionados con la presencia—y por lo tanto, el movimiento—de la salsa alrededor del mundo. Aunque no discuto en detalle cómo los clubes de salsa en Londres se interrelacionan con otras localidades como parte de un circuito salsero internacional, intento considerar las relaciones de poder mediante las prácticas generadas en estos clubes. En este sentido, junto a la noción de "circuito", trabajo la idea de "rutas y rutinas" como una forma de entender las dinámicas de los clubes de salsa en Londres. La idea de rutas y rutinas se utiliza como una forma de trazar la presencia y el movimiento de la salsa hacia Londres y el desarrollo y la presencia local de un circuito de salsa. Este acercamiento permite entender el movimiento, la transformación y la continuidad de la salsa como una práctica cultural, a la vez que considerar las relaciones de poder que surgen de estos movimientos y prácticas espaciales.

Mi argumento es que el desarrollo y la presencia de un circuito musical local no pueden entenderse fuera de los procesos y prácticas que se generan desde, y fuera, de éstos. Por lo que es necesario estudiar las condiciones y circunstancias locales específicas que permiten el desarrollo de un circuito musical local. El acercarme a los clubes de salsa a través de la idea de circuitos musicales y rutas y rutinas también me permite considerar las relaciones entre el circuito salsero internacional (en la medida en que la salsa está presente en algunas de las principales ciudades alrededor del mundo) y el circuito musical salsero local de Londres. En este sentido, lo local no corresponde a un lugar geográfico específico, cerrado y delimitado por sus bordes sino constituido de, y en interacción con, procesos globales. Aquí lo local-global no corresponde a una localidad geográfica específica sino a una serie de prácticas y relaciones económicas, sociales y políticas.

La salsa: de música pan-latina a "world music"

La salsa es una práctica cultural y esto es importante para entender su difusión y circulación mundial. Un argumento repetidamente planteado en trabajos sobre la salsa (Quintero-Rivera y Alvarez 1990; Quintero-Rivera 1992; Manuel 1991; Boggs 1992; Calvino-Ospina 1995) es que esta música es producto de todas las manifestaciones culturales de la amalgama étnica del Caribe. La diversidad y variedad musical del Caribe articulan la mezcla de los diferentes grupos étnicos establecidos en la región. Kenneth Bilby ha explicado que "muchas de las formas musicales caribeñas son productos, relativamente recientes, del encuentro y fusión de dos o más tradiciones antiguas en nuevo terreno, y de una subsecuente elaboración de la forma" (1985:182). Bilby sostiene que este proceso se ha repetido por años y que la salsa y otros estilos urbanos, como el reggae y el soka, han surgido mediante este proceso. Los estilos populares así desarrollados incorporan y absorben diferentes influencias a la vez que se mantienen atados a sus raíces folklóricas. Este proceso también estimula el desarrollo y crecimiento de nuevos estilos híbridos (Bilby 1985). Bilby señala que la salsa es "uno de los desarrollos más recientes en una línea de innovaciones musicales que datan de varias décadas" (1985:208).

En este contexto, la salsa es una música urbana que tiene sus orígenes en el proceso de inmigración de cubanos/as y puertorriqueños/as hacia Nueva York. La migración cubana y puertorriqueña hacia los Estados Unidos ha ocurrido desde principios de este siglo. Luego de la revolución cubana de 1959, Estados Unidos rompió toda relación económica y diplomática con Cuba. Sin embargo, esta ruptura no obstaculizó que aquellos músicos cubanos radicados en Nueva York continuaran desempeñando un papel importante en el desarrollo y difusión de lo que luego se llamó salsa.

En el caso de Puerto Rico la comunicación y la inmigración continúan. El proceso de migración, urbanización e industrialización desde la Segunda Guerra Mundial añade otro elemento a la noción de circuito musical en Puerto Rico y Nueva York. Félix Padilla (1989) y Jorge Duany (1984) discuten la importancia de la salsa dentro del contexto neoyorquino y puertorriqueño. Duany describe el "proceso de migración, urbanización, industrialización y proletarización de la fuerza laboral puertorriqueña" (1984:196) y sostiene que es dentro de este contexto que la salsa se desarrolla en ambos lugares (Puerto Rico y Nueva York). Añade que la "salsa, es entonces, el producto de una población seminómada, perpetuamente en tránsito entre su tierra y el exilio" (1984:197). Padilla y Duany discuten la importancia del constante patrón migratorio entre Nueva York y Puerto Rico para el desarrollo de la

*La salsa, al estar constituida por una
amalgama de ritmos y prácticas,
puede articularse con las diferentes culturas
que ha encontrado en su camino.*

salsa. Ambos comparten la posición de que el contenido lírico de la salsa es el componente principal de la música. Padilla discute cómo la salsa promueve un sentido de cooperación y unidad en América Latina y la comunidad hispanoparlante en los Estados Unidos. También plantea que la comercialización de la salsa permitió su difusión y circulación mundial.

La importancia de este argumento es que la salsa, al estar constituida por una amalgama de ritmos y prácticas, puede articularse con las diferentes culturas que ha encontrado en su camino. Estos puntos son importantes para entender el desarrollo y las rutas de la salsa desde Nueva York hacia otros países latinoamericanos, tales como Venezuela y Colombia. También ayudan a entender las rutas posteriores hacia otros países alrededor del mundo como Japón, Francia, Italia, Suiza, Holanda, Alemania, Canadá e Inglaterra. Como resultado de este movimiento, la salsa se promueve y vende (por los medios de comunicación, las industrias musicales y las tiendas de discos) como música "latina", *world music* o "música internacional".⁴ Estas estrategias de mercadeo indican que la forma en que se establecen categorías y la ubicación de la salsa en las tiendas de discos dependerán de sus definiciones y localización geográfica en un momento particular.

Mi intención es resaltar que lo que se conoce como salsa ha tenido y sigue teniendo diferentes significados que se van desarrollando a medida que la salsa sienta su presencia y se va adentrando en diferentes países. Las rutas de la salsa alrededor del mundo están relacionadas con la exposición y distribución de los medios de comunicación, y en buena medida la salsa ha ido formando parte de circuitos musicales internacionales, según se ha ido forjando, como en el caso de Londres, un circuito musical local. Por lo tanto, en la medida en que la salsa está geográficamente presente en diferentes localidades alrededor del mundo, se van recreando, representando y experimentando diferentes identidades locales.

En la siguiente sección, exploraré cómo el movimiento global de la salsa conlleva tanto esfuerzos comerciales de las industrias musicales y de comunicación como un movimiento de personas que recrean, en Londres, parte de las prácticas culturales provenientes de las ciudades latinoamericanas de las cuales emigraron. La salsa, como práctica cul-

tural “dislocada” y usualmente asociada con latinoamericanos, sugiere una serie de preguntas sobre el movimiento de latinoamericanos hacia Londres, su relación con la salsa, si alguna, y sus prácticas culturales. Con esto no quiero implicar que la presencia de la salsa corresponde directamente a la presencia de latinoamericanos en Londres, pero sí que ambas están relacionadas.

Trazando las rutas de la salsa en Londres

La visibilidad y presencia de los clubes de salsa en Londres no ocurrieron de manera aislada, sino conjuntamente con un creciente número de latinoamericanos en Inglaterra, el creciente interés de personas no latinoamericanas en la música, las estrategias de la industria musical, el interés de casas disqueras y el apoyo del gobierno local y las embajadas de países latinoamericanos. Los latinoamericanos han desempeñado un papel importante en la difusión de la música salsa en Londres. El contacto con la música popular “latina” en Inglaterra probablemente comenzó alrededor de la década de 1920 con el auge del tango. Sin embargo, la reciente popularidad de la salsa está relacionada con el proceso de inmigración de los años setenta, cuando comenzó el flujo migratorio más numeroso de latinoamericanos hacia Inglaterra. Diferentes grupos de latinoamericanos trajeron consigo o le pedían a sus parientes que les enviaran la música que escuchaban en sus países. Un grupo de los primeros inmigrantes comenzó a organizar fiestas en las casas, luego a alquilar centros comunales o salas de reuniones de las iglesias para organizar fiestas en las que se compartía música y comida. Estas fiestas también eran una forma de generar ingresos adicionales para sus organizadores.

Aunque para muchos latinoamericanos en Londres el sentido de identidad latina se ha articulado a través de la salsa, esta identidad no se manifiesta de la misma forma entre, y para todos, los latinoamericanos. Las diferencias entre estos grupos dependen en parte de sus razones para estar en Inglaterra, su situación económica y social. Aunque comparten algunas prácticas culturales, también se manifiestan rivalidades políticas y geográficas originadas en los países emisores, que hasta cierto punto se reproducen en Inglaterra. Cuando hablo aquí de latinoamericanos, me refiero principalmente a aquellos para quienes la salsa forma parte del repertorio cultural mediante el cual han desarrollado y mantenido un sentido de identidad.

La difusión de la salsa no se debe simplemente a la presencia de latinoamericanos, sino también a los grupos de personas no latinoamericanas y las industrias musicales que han mostrado un creciente interés en la música. Las rutas de la salsa hacia y en Londres pueden

relacionarse con los esfuerzos simultáneos de las industrias musicales, embajadas, clubes de música, tiendas de discos, revistas, estaciones de radio y campañas de solidaridad con los países latinoamericanos. Todos estos grupos y entidades han participado en la promoción de eventos salseros, cada cual para promover sus propios objetivos, pero al mismo tiempo se ha forjado la necesidad de establecer vínculos entre éstos. Las relaciones entre estas entidades y grupos han contribuido a la incorporación de la salsa en el espectro musical londinense. Esta integración de esfuerzos ha dado paso al desarrollo de un circuito salsero local que a su vez mantiene vínculos con circuitos salseros internacionales.

Representantes de la industria musical han señalado en revistas especializadas su interés por reclutar artistas latinoamericanos como parte de su repertorio musical en el mercado global. La industria musical ha reconocido el potencial de la "música latinoamericana" como mercado, no tan sólo en países latinoamericanos, sino alrededor del mundo (Scott 1994). Entre los circuitos de la industria musical existe un creciente interés por la llamada música latina. Varios artículos en revistas musicales como *Music Business International* y *Billboard* han señalado la importancia de la "música popular latina" como mercado potencial para Europa; y revistas especializadas en la música latina como *Latin Music Magazine* y *Latin Beat* han salido al mercado (véanse, por ejemplo, los artículos de James Bourne [1993] y el informe mundial publicado en *Music Business International* [1993].) También se han publicado revistas especializadas en *world music*, que incluyen artículos sobre la salsa como parte del repertorio musical considerado bajo esa categoría; entre éstas sobresalen *World Music* y *Global Music and Culture: Rhythm Music Magazine*. Estas revistas van dirigidas a una audiencia interesada en *world music*, un término problemático orientado hacia los residentes de localidades geográficas específicas, principalmente dentro del contexto de la música angloamericana. Esta etiqueta fue creada por razones de mercadeo para agrupar a toda aquella música extranjera cantada en otro idioma que no sea el inglés. (Este es el caso en Inglaterra; aquí debo señalar que en otros países caribeños este término ha comenzado a utilizarse y la diferencia no recae en el idioma sino en criterios geopolíticos. Aunque en Inglaterra mucha música proveniente del Caribe es considerada *world music*, en los países caribeños no es así).

Desde 1988 existe un programa radial dedicado a la programación musical latina, caribeña y africana en Inglaterra. El comienzo de este programa coincidió con la creación de la categoría musical *world music*. *World Beat Box*, el programa transmitido por *Greater London Radio* (GLR), ha desempeñado un papel importante para aquellas personas que no necesariamente participan en los clubes de salsa (entrevista

personal con Jo Shinner, Productora de *World Beat Box*, 8 de noviembre de 1993). Estos programas y revistas ofrecen información sobre nuevos discos a sus audiencias, contribuyendo no solamente a la construcción de un conocimiento músico-cultural, sino también a establecer vínculos entre la salsa y otras formas y prácticas musicales que forman parte de circuitos internacionales.

Las megatiendas musicales también han contribuido al desarrollo del circuito musical salsero en Londres. Muchas de ellas han creado una nueva categoría y sección para música latina y otras han creado categorías musicales específicas como "salsa" o "*Latin pop*". *Tower Records*, una de las megatiendas ubicadas en el centro comercial y turístico de Londres en Piccadilly Circus, por ejemplo, tendía a ubicar su colección de salsa en la sección "internacional" bajo la categoría de "música latina". Durante el verano de 1994 la tienda reorganizó sus secciones y categorías. La categoría de "*Latin music*" se convirtió en una nueva sección, cambiando su nombre a "salsa", y otra para "*Latin pop*", en la que se incluyen baladas. Aunque su localización en la tienda es aún marginal en relación con otras categorías, este cambio indica el creciente interés en la salsa para el mercado londinense y el interés y conocimiento de diferentes formas musicales—antes agrupadas bajo *Latin music*—para las audiencias salseras.

La primera tienda de discos especializada en música latina y en *world music*, *Mr. Bongo*, comenzó sus operaciones durante el verano de 1990. Le siguió *Latino Records* en mayo de 1991, cesando operaciones en enero de 1992. (Esta información proviene de una entrevista personal con Carlos Rivas, quien junto a Daniel Castillo comenzó la tienda. Luego, ambos organizaron un club llamado *Mambo Loco* como parte de la oferta musical de la discoteca *The Empire* en Leicester Square, centro turístico y comercial de Londres. La entrevista se llevó a cabo el 28 de octubre de 1993.) Durante el año de mi investigación la única tienda especializada era *Mr. Bongo*. Su dueño, Dave Buttle, señaló que las ventas para la música latina no eran altas porque había un pequeño número de personas interesadas en comprar, por lo que se concentraba en las ventas de nuevas tiradas de discos antiguos o en discos de colección. Sin embargo, las mayores ganancias provenían de la distribución de música a Japón, Francia, Holanda, España y Grecia, entre otros países, siendo Japón el mercado más grande (entrevista personal con David Buttle, dueño de *Mr. Bongo*, 4 de noviembre de 1993). *Mr. Bongo* opera como mediador y distribuidor de la salsa a mercados fuera de los Estados Unidos, excluyendo a América Latina. La colección musical de esta tienda se ha desarrollado a través de su contacto con casas disqueras en Nueva York, Miami y Colombia.

También existían servicios de órdenes por correo y mesas en los mercados locales. *Latin Music*, por ejemplo, operaba principalmente

mediante órdenes individuales. En marzo de 1992 este grupo sacó al mercado la revista *Latin Music Magazine*. Por lo general mantenía una mesa en *Salsa Fusion*, un club organizado cada dos semanas en Notre Dame Hall en Leicester Square. Muchas de las tiendas que mayormente vendían productos comestibles también vendían salsa en discos compactos como parte de su oferta.

Otra de las estrategias adoptadas por las casas disqueras, que también contribuía al desarrollo de un circuito salsero local, era regrabar colecciones especiales. Charlie Records era uno de los sellos que más producciones regrababa. Las colecciones eran seleccionadas por especialistas en música latina en Londres. Durante el verano de 1994 Charlie Records sacó cinco discos compactos producidos por Dominique Roome, una de las *disc jockeys* y promotoras de salsa en Londres. En la medida en que los promotores, las tiendas de discos, las revistas y los programas de radio aportan a un circuito salsero local, también contribuyen a que las rutas de la salsa se extiendan fuera de los Estados Unidos y América Latina, al establecer vínculos con otras ciudades europeas y con Japón.

Las industrias musicales también estaban interesadas en promover sus orquestas alrededor del mundo. Esta actividad conlleva la mediación de promotores locales que se encargan de organizar y promover el concierto. Sin embargo, Dominique Roome consideró que la mayor parte de los conciertos de salsa en Londres ha sido un desastre financiero (entrevista personal con Dominique Roome, 16 de noviembre de 1993). Por ejemplo, el 23 de mayo de 1993 el Gran Combo de Puerto Rico anunció un concierto en Londres, pero éste no se llevó a cabo. Estando en el local, la orquesta decidió no tocar por incumplimiento de contrato por parte de los promotores. Este incidente terminó en la corte en contra de los promotores del evento, quienes desaparecieron del concierto esa noche. Un mes más tarde (el 13 de junio de 1993), la Orquesta de la Luz, del Japón, se presentó en el mismo local. Aunque los promotores eran diferentes, el público mostró poco entusiasmo y apoyo en aquel momento.

Se registraron problemas financieros otra vez en el concierto de Eddie Palmieri el 14 de noviembre de 1993. Ese mismo día se presentaba en concierto el Grupo los Niches de Colombia, teniendo un impacto negativo en el concierto de Palmieri. El concierto de Palmieri se llevó a cabo, pero los promotores no le pagaron a tiempo a la orquesta. Sin embargo, como señaló Dominique Roome, aunque para los promotores este concierto haya sido un desastre económico, musicalmente y para la gente que participó de éste fue un éxito (entrevista personal con Dominique Roome, 16 de noviembre de 1993). Para Dominique estos problemas con orquestas internacionales trascienden el circuito salsero local, ya que llegan a las oficinas de Nueva York y pueden tener un

efecto en la promoción de orquestas internacionales en Londres. Como ella también mencionó, la situación se complica porque, a pesar de que se genere información negativa, siempre habrá orquestas que quieran viajar y promoverse alrededor del mundo.

Durante el año que llevé a cabo la investigación existían dos compañías de producción de eventos musicales, *Salsa Boogie* y *Tropicana Productions*. Ambas compañías aunaron esfuerzos para organizar y promover el concierto de Oscar D'León el 24 de abril de 1994. Estas dos compañías locales organizaron este concierto con la intención de expandir y fortalecer sus operaciones en Londres. *Salsa Boogie* fue fundada por Dominique Roome en el verano de 1992 y *Tropicana Productions* fue fundada por Ramiro Zapata a principios de 1993 (entrevista personal con Ramiro Zapata, 22 de marzo de 1994). Para este concierto, las dos compañías lograron obtener apoyo de varias fuentes comerciales y no comerciales—de todos los clubes de salsa, restaurantes y tiendas de productos latinoamericanos; así como también de las tiendas de discos, una línea aérea venezolana, agencias de viajes locales y una compañía de licor.

La participación de los latinoamericanos en eventos salseros también ha sido reconocida por las embajadas, al apoyar festivales musicales, fiestas latinas y conciertos. *La Gran Gran Fiesta*, uno de los festivales de cultura latinoamericana más grandes en Londres, ha recibido el apoyo de varias agencias gubernamentales locales y de las embajadas latinoamericanas. Este evento se organiza cada dos años. Durante el tiempo que estuve en Inglaterra, se llevaron a cabo dos de estas fiestas, una del 19 al 27 junio de 1993, y otra del 25 de junio al 9 de julio de 1995. Los eventos principales se llevan a cabo en el South Bank Centre (uno de los centros culturales principales de Londres), Clapham Common y Kennington Park (ambos parques localizados al sur de Londres). Entre cada año de la Gran Gran Fiesta se realiza una Pequeña Fiesta. Exceptuando los conciertos, la mayor parte de las actividades al aire libre es gratuita. El carnaval colombiano es otro evento que ha recibido apoyo de la embajada colombiana y del gobierno local de Islington en Londres. Este evento es organizado por un grupo de colombianos con la intención de presentar parte de la cultura latinoamericana a los ingleses y a otros grupos de inmigrantes residentes en Inglaterra, incluyendo a otros latinoamericanos.

Con estos ejemplos he querido resaltar que aun cuando el circuito salsero en Londres interactúa con Nueva York, Miami y Colombia, las circunstancias locales son importantes para su continuación. En este sentido, tanto para latinoamericanos como para no latinoamericanos, el apoyo de embajadas y clubes desempeña un papel clave en el desarrollo del circuito salsero londinense, caracterizado por la variedad de intereses comerciales y no comerciales de diferentes instituciones, organizaciones

y comercios ubicados en Londres.

El interés de los músicos también ha sido importante para la presencia y continuación de la salsa en Inglaterra y alrededor del mundo. Durante el año en que realicé la investigación existían catorce bandas de salsa en Londres, muchas de las cuales compartían al menos tres músicos. Estas bandas tocaban en uno de los tres clubes que regularmente tenían presentaciones en vivo durante los fines de semana (la mayor parte de los clubes en Londres operaban con música grabada). La escasez de lugares donde presentarse significaba que muchas bandas, como Palenque y Viramundo, tocaban como tríos o dúos en algunos restaurantes. Esta estrategia también era utilizada por algunas bandas para tocar en algunos de los clubes de salsa, ya que en ocasiones muchos de los dueños no estaban preparados para pagarle a una banda de seis o siete músicos, pero sí estaban dispuestos a pagar por un dúo o trío, ya que el costo era menor. Además de tocar en restaurantes, los músicos también eran contratados para tocar en fiestas privadas. De esta forma los músicos contribuían al desarrollo de las rutas de la salsa fuera del circuito de los clubes. El trabajo y exposición de los músicos no se limitaban al circuito salsero londinense; éstos también contribuían a expandir las rutas de la salsa en el resto de Gran Bretaña y Europa. Las bandas tocaban en otras ciudades de Inglaterra, como Leicester, Leeds, Birmingham y Nottingham, así como también en Escocia e Irlanda. Algunas de las bandas más reconocidas en Londres (como la de Roberto Pla y La Clave) se habían presentado en Suiza, Holanda y Francia. La banda de Roberto Pla viajó a Singapur durante ese año auspiciada por el British Arts Council y una banda de Noruega también visitó Inglaterra.

Los clubes han desempeñado un papel importante en la difusión y continuidad de la salsa en Londres, principalmente por el interés de los *disc jockeys* en la música y en la competencia de estilos entre éstos. En un principio la colección de los *disc jockeys* se limitaba a lo que podían encontrar en Inglaterra, pero últimamente éstos han tenido acceso a otras casas disqueras, principalmente a través de *Mr. Bongo*, y distribuidores especializados como *Salseros* y *Latin Music*. Los *disc jockeys* entrevistados demostraron su interés por ampliar sus colecciones, por lo que se mantenían al tanto de los cambios en los sellos disqueros, las nuevas tendencias musicales y las nuevas bandas, principalmente las de Nueva York y Colombia. Muchos obtenían información directamente de revistas especializadas internacionales; algunos viajaban con regularidad a Nueva York o Miami, iban a festivales musicales (los más mencionados fueron los realizados en Colombia y Tenerife) o le pedían a amigos que viajaban que les trajeran las últimas producciones que aún no llegaban a Inglaterra. Algunos *disc jockeys* eran consultados desde otros países como expertos del circuito salsero londinense. Dave Hucker, por ejemplo, fue consultado desde Japón para

que diera información sobre lo que pasaba en Inglaterra; y también fue invitado a participar como *disc jockey* en algunos de los clubes de salsa en Francia y Japón (entrevista personal con Dave Hucker, 22 de febrero de 1994). De esta manera, los *disc jockeys* también contribuían a ampliar los bordes del circuito salsero local, a la vez que fortalecían el circuito salsero internacional.

Los clubes de salsa en Londres: una breve historia oral

Recrear la historia de los clubes de salsa en Londres es una tarea difícil porque mucha de la promoción se hacía en hojas sueltas, documentos efímeros que casi nadie colecciona. Para desarrollar este recuento dependo principalmente de la historia oral, junto con información publicada en la prensa latina local desde sus comienzos en 1984. Mi intención no es presentar un recuento cronológico, sino comenzar a diferenciar entre los tipos de clubes que han existido y resaltar cómo esta diversidad contribuye al desarrollo de identidades que a su vez aportan a un circuito salsero local diferenciado. Estas identidades tendrán un impacto en las rutas de los participantes alrededor de los clubes de salsa, en la medida en que permiten el desarrollo de prácticas jerárquicas diferenciadas por clase, etnia y género. Aunque estas prácticas no se discuten en este ensayo, sugieren un circuito salsero local heterogéneo marcado por relaciones de poder generadas en, y alrededor de, estos clubes. También es importante tener en mente que los movimientos y la participación de las personas en los clubes de salsa contribuyen a la identidad de estos lugares.

Desde el comienzo se pueden diferenciar dos prácticas musicales comerciales que articulan los intereses de distintos grupos de latinoamericanos en Inglaterra: los clubes esporádicos organizados en almacenes o centros comunales, por un lado, y una peña, por el otro. En el primer caso, un grupo de individuos organizaba fiestas con músicaailable, mientras que en la peña organizada por un exiliado político chileno, el propósito era reunirse para leer y escuchar poemas o música de protesta.

A finales de los años setenta la tendencia era alquilar centros comunales o salas de actividades de las iglesias en el sur de Londres. Estas fiestas eran organizadas por un grupo de cinco a seis personas, quienes se alternaban el alquiler del mismo local por cinco o seis fines de semanas consecutivos o hasta que fueran descubiertos por los administradores de estos locales. Las iglesias o centros comunales alquilaban estos locales para actividades privadas sin fines de lucro y no estaban al tanto de que éstos eran utilizados como clubes. Por esta

razón el local se alquilaba por una persona diferente cada semana. Esta situación le añadía un grado de clandestinidad a las fiestas o clubes. Uno de los clubes más populares fue *Amigo Hall*, organizado en Saint Matheus Hall, localizado en el área de Lambeth en Brixton, un barrio al sur de Londres con la más numerosa población afrocaribeña (entrevista personal con Hugo Benítez, 21 de febrero de 1994).

Durante el año en que realicé la investigación todavía se organizaba este tipo de fiestas, al menos una vez al mes. Las fiestas se realizaban lejos del centro de la ciudad porque, según Hugo Benítez, estaban menos expuestos a la policía:

La gente tiende a buscar sitios en esta área (refiriéndose al sur). El problema en el norte es que las autoridades controlan más allá. Es más controlado por las autoridades, son lugares difíciles de manejar, a los latinos no les gusta ir allá por eso (entrevista personal con Hugo Benítez, 21 de febrero de 1994).

No entraré en juicio sobre si las autoridades tienen más control en las áreas al Norte del Río Támesis o no; lo que me interesa destacar aquí es que la mayor parte de estas fiestas se organizaba en el sur y cuando se hacían en el centro de Londres la publicidad y promoción se mantenía en círculos cerrados, siendo este elemento importante para su continuidad. Como narrara Camilo Pereira,

Para ese tiempo también trabajaba en un restaurante en la *city* y le pedí permiso a los dueños para tener una noche los sábados. Era un riesgo, luego de las doce se hacía como fiesta privada. Hacía los *leaflets* y los repartía en las canchas de fútbol en Clapham y en lugares donde iba la comunidad latina. [...] Comencé allá y la voz se repartía entre la gente y poco a poco iba más gente (entrevista personal con Camilo Pereira, 31 de marzo de 1995).

El alquilar almacenes de bares o restaurantes para organizar estos “clubes” o fiestas era también la práctica para finales de los setenta. Los clubes operaban de forma clandestina y uno de ellos, *El Escondite*, terminó en un trágico incidente en el que murieron 17 colombianos (entrevista personal con Juan Salgado, 30 de noviembre de 1993). *El Escondite*, organizado por Lubín Reyes y localizado en el área de Soho, en el centro de Londres, era un bar clandestino porque no tenía las licencias necesarias para operar como club. Según Juan Salgado, fundador del primer periódico latinoamericano en Londres,

Eso fue en 1980, el mes creo que fue en agosto. Estando ellos ahí a las tres de la mañana. En el mismo sitio donde quedaba este metedero, había un bar de un jamaiquino en el primer piso y a ese bar lo frecuentaba un escocés borracho. Lo echaron esa noche, algo hizo mal. La puerta era común para ambos sitios. Como no lo dejaron entrar arriba se fue a una surtidora de gasolina y le echó fuego y quemó 17 y veinti algo de miembros del otro club que era un club privado (entrevista personal con Juan Salgado, 30 de noviembre de 1993).

Este incidente era recordado por mucha de la gente con la que hablé, principalmente cuando hablaban sobre el alquiler de almacenes y soterrados para organizar fiestas latinas.

Muchos clubes eran considerados clandestinos porque operaban sin la debida licencia o porque abrían hasta las seis o siete de la mañana. En Inglaterra se establece por ley que para abrir un local es necesario obtener varias licencias para mantener el lugar abierto después de las once de la noche, cuando todos los *pubs* o bares deben cerrar. Hace falta un permiso para vender alcohol después de las once de la noche, y otro de entretenimiento, que permite que se pueda bailar en el lugar. Además hay otras reglas estipuladas por el departamento de bomberos y otros cuerpos de seguridad. Los clubes de música pueden abrir, una vez se les otorgue la licencia, hasta las dos o tres de la mañana, dependiendo del área en que estén ubicados. En el centro, la licencia establece que el lugar puede abrir hasta las tres de la mañana; fuera del centro hasta las dos.

El proceso de obtener una licencia es una de las maneras en que el estado regula y controla los espacios públicos. Este punto es importante para entender por qué estos clubes se organizaban lejos del centro de la ciudad y por qué se les consideraba clandestinos. También puede relacionarse la clandestinidad de los clubes con los ciclos espacio-temporales de algunos de los trabajadores latinoamericanos, quienes trabajaban en restaurantes o limpiando oficinas hasta entrada la madrugada, teniendo como opción estos lugares para su diversión.

A principios de los años ochenta, también existió una peña, organizada por Nacho Gálvez, un exiliado político chileno. Esta peña se organizaba una vez a la semana en un bar de Soho en el centro de Londres. La idea era crear un lugar de encuentro para exiliados chilenos, pero también atrajo a otros grupos. Poetas y compositores se reunían para compartir la lectura de sus poemas o canciones de protesta. Esta peña comenzó a popularizarse entre diferentes grupos de latinoamericanos, que seis meses más tarde tuvieron que mudarse a un lugar más grande en Brixton (al sur de Londres). Para esta época también ponían salsa entre las sesiones de los poetas, lo que comenzó a cambiar

el carácter de la peña, ya que las personas demostraban mayor interés por la salsa que por escuchar a los poetas. La peña fue transformándose poco a poco en un club de salsa, aunque mantuvo su nombre original hasta el final. Esta peña terminó cuando los dueños decidieron vender el local y los nuevos dueños no les extendieron el contrato. Mientras realizaba la investigación Nacho Gálvez era dueño del *Club Bahía*, uno de los clubes de salsa en Londres.

Sol y Sombra fue uno de los primeros clubes de salsa en Londres, en el sentido de estar en el mismo local por un período de tiempo relativamente largo. Su antigüedad lo diferenciaba de otros clubes de corta duración organizados en centros comunales o salones de actividades de las iglesias. *Sol y Sombra*, organizado por un colombiano, comenzó en 1982 y terminó en 1986 cuando se quemó. Las razones para el fuego nunca quedaron claras, pero Dave Hucker, el *disc jockey* de este club, cree que fue un incidente premeditado (entrevista personal con Dave Hucker, 22 de febrero de 1994). El fuego surgió cuando el club estaba cerrado.

Bass Clef, otro de los clubes mencionados, desempeñó un papel importante entre los músicos, ya que por mucho tiempo fue el único lugar que contrataba bandas de salsa, logrando convertirse en el foco del circuito salsero en Londres por varios años (entrevista personal con Dominique Roome, 16 de noviembre de 1993). Aunque reconocido por los músicos como uno de los primeros locales para música en vivo, durante el año que realicé esta investigación, los músicos lo consideraban como uno de los clubes que peor les pagaba y el de peores condiciones laborales. Este club cerró durante ese año y al reabrir eliminó sus noches latinas.

Muchos otros clubes fueron mencionados en las entrevistas, pero de forma indiscriminada y sin una idea muy clara de cuándo comenzaron. Varias fuentes a lo largo de la investigación mencionaron nombres como *La Plaza*, *Yo te amo*, *Costa Brava*, *Changó*, *Chicagos*, *La Clave*, *Túnel del Tiempo* y *Jacqueline's*. Estos clubes cambiaban constantemente de local o desaparecían rápidamente dada la clandestinidad en que funcionaban. Muchos operaban hasta ser descubiertos por la policía o terminaban por cambios en los acuerdos iniciales. Algunos clubes cerraron por completo, otros reabrieron en otro lugar con el mismo nombre y en ocasiones con otro nombre. Lo efímero de estos clubes a veces contribuyó a una reputación desfavorable. Su clandestinidad era reforzada aún más por las peleas que en éstos se generaban, la constante intervención de la policía y los fuegos en dos de estos clubes. Todos estos incidentes contribuyeron a la construcción de una identidad latina basada en la violencia, agresividad, ilegalidad y relacionada con el tráfico de drogas; una imagen y conceptualización que aún prevalecía entre muchos de los/as

participantes de los clubes. (Esta imagen tenía un impacto en las rutas que las personas adoptaban a través de los diferentes clubes). La identidad de estos lugares era construida mediante una serie de incidentes y prácticas recreadas a través de la memoria, y no mediante representaciones visuales, como es el caso de los clubes que operan en un lugar fijo.

La construcción y comunicación de los clubes de salsa como latinos

Al emprender esta investigación no comencé con una definición de lo que era o lo que hacía a un club "latino". Fue a partir de las conversaciones con los dueños, promotores, *disc jockeys* y bailadores que comencé a recuperar las narraciones sobre representaciones latinas y son éstas las que, junto con mis observaciones, presento en esta sección. Discuto cómo lo latino cobra significado mediante una serie de signos, ya sea a través de la decoración, la publicidad, las estrategias de mercadeo o la música que se toca en estos clubes. Por ejemplo, aquellos clubes que operaban en lugares alquilados no podían alterar la decoración del lugar y la identidad del lugar era construida principalmente mediante el nombre y reputación del club o *disc jockey*; mientras que los que operaban de forma más permanente podían alterar la propiedad y así construir el lugar para resaltar una identidad particular, en este caso latina.

Clubes de corta duración: el caso de Copacabana

Durante 1993-94, muchas de las noches latinas eran organizadas en locales que poseían las debidas licencias. El dueño del local lo alquilaba a un promotor diferente cada noche de la semana. Por lo tanto, en un mismo local podían organizarse siete clubes diferentes. El lugar era preparado para operar como club, pero la decoración debía ser neutral para agrupar a todos los clubes que allí se organizaban. El contrato por lo general era verbal. Estos clubes se caracterizaban por su movilidad o por su corta vida porque el dueño del local podía cambiar los acuerdos de su contrato en cualquier momento. Por consiguiente, muchos clubes tenían muy corta vida, comenzaban en otro lugar con el mismo nombre o con un nombre diferente o simplemente cesaban sus operaciones.

Este es el caso de *Chicagos*, en el cual se organizaron noches de salsa los fines de semana por cuatro meses (de agosto a diciembre de 1992); después de esa fecha se organizaron noches de salsa, pero esporádicamente y bajo otra administración (entrevista personal con Hugo Benítez, 21 de febrero de 1994). El dueño aumentó el alquiler

para la época navideña, por lo que Hugo Benítez y Guillermo Norton organizaron el club *Copacabana* en otro local, pero esta vez el local no contaba con las debidas licencias y aún así se mantenía abierto hasta pasadas las dos de la madrugada. Así operó por tres meses, desde diciembre 1993 hasta febrero de 1994, cuando fue descubierto por las autoridades.

Estos clubes iban dirigidos al inmigrante laboral latinoamericano. Eran organizados durante los fines de semana porque, según señaló Hugo Benítez,

El latino aquí no funciona sino el fin de semana. No es como en los países de nosotros que toda la semana, todas las noches estamos rumbeando. Aquí no, el latino no tiene plata para eso. Está trabajando solamente y trabajando fuerte (entrevista personal con Hugo Benítez, 21 de febrero de 1994).

Benítez estaba interesado en “atraer al latino trabajador y cobrarle lo que es razonable. Porque hay que pagar renta y *staff*, pero tampoco una cosa exagerada, tampoco explotar”. Al comparar al *Copacabana* con otros clubes, Benítez establecía su posición dentro del circuito salsero local, principalmente en oposición al *Club Bahía*:

La entrada (en Bahía) creo que vale seis libras, es muy caro. Venden por tragos, no por botellas. Si usted comienza a comprar por tragos es muy caro. Ellos tienen orquestas. Inclusive la gente allá está seleccionada, no dejan entrar así. Primero, porque es muy caro; segundo porque es, es más calmado. Es como para la gente más, no es pa' pueblo, es para gente que tienen un nivel más altito, ganan más plata. Allí no va cualquiera (entrevista personal con Hugo Benítez, 21 de febrero de 1994).

La distinción establecida es de clase. *Club Bahía* es parte de otro círculo dentro del circuito y ambos dueños lo manifestaron. Nacho Gálvez, el dueño del *Club Bahía*, comentó sobre clubes como *Copacabana*:

Estos clubes pequeños están orientados básicamente al inmigrante latinoamericano. Son lugares de distracción para ellos. Pienso que cumplen una tremenda función social desde ese punto de vista. La función social que cumplen es la de ofrecer un lugar de distracción barato y popular para el inmigrante latinoamericano, [...] de darle a lo menos un escape a una gran inmigración latinoamericana ilegal que no tiene adónde ir y que busca la diversión más barata y el club latinoamericano más barato. Desahogarse de las semanas en las que trabajan hasta

casi veinte horas al día. Pero son clubes totalmente distintos a lo que tratamos de hacer nosotros. Apuntamos a una clientela totalmente distinta (entrevista personal con Nacho Gálvez, 30 de octubre de 1993).

La distinción hecha por Gálvez es también de clase, pero relacionada con la condición legal del inmigrante. La mayor parte de los/as inmigrantes ilegales trabaja temprano en la mañana o tarde en la noche y por lo general por un sueldo muy bajo, por lo que sus rutas y rutinas a través de los clubes de salsa estaban limitadas a aquellos clubes que permanecían abiertos hasta entrada la madrugada.

Estos dos clubes operaban en circunstancias completamente diferentes: *Copacabana* en un local alquilado y sin licencia para operar como club y *Club Bahía* en un local con opción a compra. Mientras *Copacabana* buscaba atraer al latino trabajador en Londres, *Bahía* se ubicaba dentro de la variedad cultural de la ciudad. Ambos dueños estaban al tanto de la posición de su club en la ciudad, una que demarca, y a su vez es demarcada por, la diferenciación social y económica en, y de, la ciudad.

Club Bahía

Club Bahía comenzó en marzo de 1990 en el primer piso de *La Galería*, un restaurante español ubicado cerca de la estación del metro de Vauxhall, al sur de Londres. Estaba decorado con fotografías de músicos de jazz como Dizzy Gillespie y Duke Ellington, y algunos de los músicos de jazz latino en Londres como Roberto Pla. También tenía artesanía latinoamericana y cotorras en las columnas del local. Nacho explicó que con esta combinación de fotos y objetos su intención era significar lo latino y el jazz simultáneamente.

En lugar de fotocopias distribuidas al azar en una calle, este club establecía un vínculo directo con su audiencia mediante correspondencia y la distribución de un programa producido profesionalmente. En su hoja de promoción Nacho buscaba promover y ubicar a *Bahía* entre el circuito musical de jazz en Londres:

Club Bahía: Hogar del "Latin Beat". *Club Bahía* es el primer club de jazz latino en Gran Bretaña. El jazz latino y la música relacionada están llenando un vacío en el espectro de las artes y entretenimiento de Londres. Las bandas de jazz latino tocando salsa y sambas a una pista de baile llena. Los mejores *disc jockeys* latinos tocando las últimas canciones latinas atraen a todo aquel que ame la música latina. Todo ésto más... una buena selección de tragos latinoamericanos y un ambiente cálido y amistoso le garantizarán una noche inolvidable (citado de la hoja promocional; original en inglés).

Nacho estaba interesado en atraer a una audiencia más amplia, no tan sólo a los latinoamericanos, porque “en el gran Londres hay británicos y distintas minorías étnicas... Eso es a lo que la publicidad va dirigida, básicamente abierta a la variedad” (entrevista personal con Nacho Gálvez, 30 de octubre de 1993). La audiencia de *Bahía* era de clase media trabajadora; ésta se mantenía mediante el costo de la entrada (siete libras, unos diez dólares), la calidad del servicio y la centralidad de la música en vivo tanto para ser apreciada como para ser bailada. La apreciación musical era privilegiada sobre el baile y los músicos sobre la música grabada. Visualmente estaba organizado como un club de jazz y no como una discoteca o club.

Nacho ubicaba a *Bahía* fuera, y en contra, de aquellos clubes que ofrecían lo que él consideraba entretenimiento barato para el inmigrante laboral. Quería alejarse de lo que llamó “la imagen tercermundista” de América Latina a la que, según él, contribuían otros clubes (entrevista personal con Nacho Gálvez, 30 de octubre de 1993). En este contexto, la salsa en *Club Bahía* se presentaba como parte de una identidad latina construida en oposición a los clubes frecuentados por inmigrantes laborales ilegales y a aquellos clubes montados sobre imágenes tropicales y turísticas reforzadas mediante la decoración del lugar.

Bar Cuba

A principios de los noventa, comenzó a hacerse visible otro tipo de club en el centro comercial de Londres. La presencia física de estos clubes en la ciudad se debió a su creación y promoción como lugares latinos, ya fuera por su nombre o el menú que ofrecían. Aunque se promovían como latinos, cada noche podía ser diferente; este era el caso del *Bar Cuba*.

Dave, el dueño de *Bar Cuba*, narró que en 1988 un pequeño grupo de empresarios coordinó simultáneamente la apertura de varios clubes para crear un circuito. Comenzaron a abrir bares de tapas españolas; *Bar Madrid*, *Bar Seville*, *Grey Camino* y *Bar Escoba* fueron creados durante este período. Estos bares empezaron a organizar noches de flamenco y poco a poco fueron incorporando noches de salsa. Las noches de salsa superaron económicamente a las noches flamencas y en muchas ocasiones estas últimas se eliminaron por completo. Algunos de los participantes en la creación de los bares españoles vendieron sus locales para abrir lugares cuyo tema principal fuera lo latino en lugar de lo español, aunque en muchos casos ambos conceptos estaban integrados. Los bares más prominentes geográficamente (por estar ubicados en las principales avenidas comerciales y turísticas de Londres) son el *Bar Cuba* (fundado en enero de 1992) en Kensington High Street, *Bar Rumba* (septiembre de 1993) en Shaftesbury Avenue y *Salsa* (marzo de 1993) en Charing Cross Road.

Dave decidió vender tres de sus clubes—*Bar Madrid*, *Bar Seville* y *Grey Camino*—para abrir *Bar Cuba* en 1992. Al narrar el proceso mediante el cual creó el club me comentó:

Tuve que pensar: ¿qué está pasando con lo español? ¿Adónde nos está llevando? ...Quería hacer algo diferente porque todo el mundo estaba haciendo lo mismo. Así que lo llevé de lo español a lo caribeño. ¿Qué puede ser caribeño y español? Puerto Rico, no. Cuba, ésa es una buena idea. Puerto Rico no porque por lo general refleja imágenes violentas. Puerto Rico es *West Side Story*, cosas como ésas, puertorriqueños en América, y no quería esa imagen. Quería una imagen misteriosa del Caribe extendida a la comida, ser un poco más competente en la comida, en lugar de tapas (entrevista personal con Dave, 12 de octubre de 1993).

Dave quería alejarse de los bares españoles para crear un nuevo concepto: un bar con una identidad latina. Dave explicó que la identidad del lugar se construía mediante la decoración:

Hice una investigación, fui a Miami, a “Little Havana” ...no quería hacer lo que los cubanos tienen ahora porque ellos no tienen los recursos, por eso quería ver lo que los cubanos habían hecho en América. Luego fui a Cuba a ver qué estaba pasando allí, y no era como hubiera sido varios años atrás... Ese es el concepto, y lo hemos construido en lo que es hoy *Bar Cuba*. Un edificio que aparenta ser viejo, ésa es la idea que estamos empujando. La identidad del lugar tiene que ver con su apariencia... parece que se está cayendo en pedazos, pero no lo está, y es ésa la identidad que tenemos (entrevista personal con Dave, 12 de octubre de 1993).

Como explicó Dave, la identidad del lugar se basa en su fisicalidad. Cuba fue el tema para construir un lugar con una identidad latina específica, que intentaba recrear el estilo de la Cuba prerrevolucionaria que la comunidad inmigrante había construido en “Little Havana”, Miami, y no lo que encontraron en la Cuba de hoy. La identidad latina construida y comunicada en *Bar Cuba* es la de una Cuba de los años cincuenta, nostálgica y “misteriosa”, como había sido representada en Miami, según Dave.

Otros de los elementos tomados en consideración fueron el tipo de persona que querían atraer, la localización del club y finalmente la música. La música ocupaba el último lugar en la construcción de la identidad del lugar porque, según Dave,

uno puede tener cualquier tipo de música siempre y cuando tengas el ambiente perfecto... Lo principal es la decoración, luego las personas y luego la música. ¿De qué vale que tengas la mejor música si estás en los peores alrededores? (entrevista personal con Dave, 12 de octubre de 1993).

Dave quería atraer a una audiencia de clase media, a la que se le presentaba una idea de Cuba en una de las calles comerciales más exclusivas de Londres.

Observaciones finales

En este ensayo he discutido parte del proceso de construcción y comunicación de identidades latinas en los clubes de salsa de Londres. Esta discusión ha servido para interrogar debates teóricos sobre los procesos de globalización, particularmente la relación global-local en el desarrollo de un circuito salsero local y la relación entre identidades culturales y lugares. Exploré el impacto de estos procesos en el plano global-local en el desarrollo de un circuito salsero local en Londres y luego relacioné esta discusión con la construcción de identidades latinas en, y de, los clubes de salsa.

La idea de las rutas y rutinas se presentó como una forma de entender las dinámicas particulares a través de las cuales se constituye un circuito salsero local en su interacción con otros procesos fuera de Londres. También presenté algunos elementos que impactan la identidad de los clubes, como la localización geográfica, las estrategias de publicidad, las prácticas de los dueños y la política de otorgar licencias para los clubes por parte del estado. De manera muy breve señalé que las prácticas y movimientos de los/as participantes de los clubes de salsa también contribuyen a elaborar o transformar las identidades de estos clubes. Por lo tanto, sugiero que la identidad de los lugares se establece mediante la combinación de representaciones de identidades latinas y de las prácticas espaciales materiales e imaginarias en que los/as participantes de estos clubes están implicados/as.

Al discutir la identidad de los lugares traté de ofrecer una descripción de los clubes subrayando las contrastantes, diferentes y diferenciadas identidades latinas construidas y comunicadas a partir de éstos. El propósito no era resaltar la multiplicidad de identidades latinas. Aunque éste es una parte importante del argumento, mi propósito era politizar la multiplicidad de identidades al explorar las relaciones de poder implicadas en la creación de identidades latinas en los clubes de salsa. La implicación teórica de este acercamiento es que la construcción y transformación de las identidades de los lugares está constituidas por, e interactúan con, diferentes y constantes relaciones de poder presentes

en, e intersectadas con, los lugares.

En este ensayo he sugerido que la construcción y comunicación de identidades latinas van más allá de la simple representación, movimiento o flujo de prácticas culturales alrededor del mundo. Las identidades latinas en Londres están articuladas mediante una variedad de prácticas culturales que van más allá de la salsa como práctica musical. Estas son mediadas a través de prácticas cotidianas, culturales y comerciales ya sea por diferentes grupos de personas, instituciones o individuos; algunos/as con una agenda comercial o cultural claramente delineada, otros/as a partir de su participación en las diferentes prácticas culturales en Londres. Por lo tanto, existen muchas narraciones, experiencias y significados de las identidades latinas en Londres, siempre en proceso de formación y transformación.

Debido a la multiplicidad de identidades latinas en Londres, no todos participan en todas las expresiones presentes en la ciudad; no todos se exponen de la misma manera o con el mismo grado de intensidad, ni las experimentan de la misma manera. Algunas de estas expresiones no son visibles para todo el mundo, sino sólo dentro de y para ciertos grupos. Son muchos los elementos que interactúan en el circuito salsero local, pero esto no significa que todos/as los/as que participan de los clubes de salsa se exponen a la variedad de identidades latinas en Londres.

Aunque reconozco la variedad de identidades latinas en Londres, mi intención no ha sido la de privilegiar o celebrar esta multiplicidad, sino indicar cómo cada una de estas identidades articula la posición de diferentes grupos en la ciudad y se relaciona con la posición socioeconómica y geográfica de los clubes. Por lo tanto, la multiplicidad de identidades latinas es posible por las relaciones de poder establecidas en un tiempo-lugar específico. Este acercamiento ha sido útil para explorar las relaciones de poder a partir de prácticas espaciales y el impacto de éstas en la construcción de identidades latinas.

NOTAS

1. Este artículo está basado en el Capítulo 4 de mi tesis doctoral. Para más información sobre mi investigación de campo, véase Román Velázquez (1996).
2. Es importante aclarar que los eventos bailables no se limitan a la categoría de músicaailable ni a los clubes. Véase, por ejemplo, la investigación antropológica sobre eventos bailables en Grecia realizada por Jane Cowan (1990) y la discusión de Judith Hannah (1992) sobre los "*performance dance events*".
3. En la traducción se gana y se pierde. Esto trae a la discusión otro asunto sobre traducción y producción de conocimiento, pero éste no es un asunto que compete a este artículo. Lo que sí espero es que esta traducción se acerque lo más posible al debate académico sobre *music scenes*.
4. Tomado de observaciones en tiendas de discos en Londres (Inglaterra), París (Francia) y Bruselas (Bélgica). También conviene referirse al artículo de Shuhei Hosokawa (1995), quien menciona que la salsa se clasifica como música internacional en Tokio (Japón) y Abidjan (Africa).

REFERENCIAS

- Bilby, K. (1985). The Caribbean as a Musical Region. En *Caribbean Contours*, editado por Sidney W. Mintz y Sally Price, pp. 181-218. Baltimore y Londres: The Johns Hopkins University Press.
- Boggs, V. W., ed. (1992). *Salsiology: Afro-Cuban Music and the Evolution of Salsa in New York City*. Nueva York: Excelsior Music Publishing Co.
- Bourne, J. (1993). Sound Stirrings in Latins Giant Market. *Music Business International* 3 (3):25-28.
- Calvo Ospina, H. (1995). *Salsa: Havana Heat, Bronx Beat*. Londres: Latin American Bureau. Traducido por Nick Caistor. (Originalmente publicado como *Salsa: 500 jaar optimisme, liefde en ritme*. Antwerp: EPO, 1992).
- Chambers, I. (1985). *Urban Rhythms: Pop Music and Popular Culture*. Londres: Macmillan.
- Cowan, Jane. (1990). *Dance and the Body Politic in Northern Greece*. Princeton: Princeton University Press.
- Duany, J. (1984). Popular Music in Puerto Rico: Toward an Anthropology of Salsa. *Latin American Music Review* 5 (2):186-216.
- Grossberg, L. (1984). Another Boring Day in Paradise: Rock and Roll and the Empowerment of Everyday Life. *Popular Music* (4):225-258.
- Grossberg, L. (1992). Rock and Roll in Search of an Audience. En *Popular Music and Communication*, editado por James Lull, pp. 152-175. Londres: Sage.
- Hannah, J. L. (1992). Moving Messages: Identity and Desire in Popular Music and Social Dance. En *Popular Music and Communication*, editado por James Lull, pp. 176-195. Londres: Sage.
- Hesmondalgh, D. (1996). Popular Music after Rock and Soul. En *Cultural Studies and Communications*, editado por Curran, Morley y Walkerdine. Londres: Edward Arnold.
- Hosokawa, S. (1995). Salsa no tiene frontera: Orquesta de la Luz or the Globalization and Japanization of Afro-Caribbean Music. Manuscrito inédito.
- Manuel, P., ed. (1991). *Essays on Cuban Music: North American and Cuban Perspectives*. Lanham, Md.: University Press of America.
- McRobbie, A. (1991). *Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen*. Londres: Macmillan.
- Music Business International*. (1993). Music Business International World Report: Levy Targets Latin America for Talent. *Music Business International* 3 (10):10.
- Padilla, F. (1989). Salsa Music as a Cultural Expression of Latino Consciousness and Unity. *Hispanic Journal of Behavioural Sciences* 11 (1):28-45.
- Quintero-Rivera, A.G. (1992). El tambor en el cuatro: la melodización de ritmos y la etnicidad cimarroneada. En *La tercera raíz: la presencia africana en Puerto Rico*, editado por Lydía Milagros González, pp. 44-55. San Juan, Puerto Rico: Centro de Estudios de la Realidad Puertorriqueña e Instituto de Cultura Puertorriqueña.
- Quintero-Rivera, A.G. y L. M. Alvarez. (1990). La libre combinación de formas musicales en la salsa. *David y Goliat, Revista del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)* 19 (57):45-51.
- Readhead, S. (1990). *The End-of-the Century Party: Youth and Pop Towards 2000*. Manchester: Manchester University Press.

- Román Velázquez, P. (1996). *The Construction of Latin Identities in Salsa Music Clubs in London: An Ethnographic Study*. Tesis doctoral, Universidad de Leicester, Inglaterra.
- Scott, A. (1994). Latin America and the Focus in the Nineties Swings South. *Music Business International* 4 (6):11-13.
- Straw, W. (1991). Systems of Articulation, Logics of Change: Communities and Scenes in Popular Music. *Cultural Studies* 5 (3):368-388.
- Thornton, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Londres: Polity Press.
- Willis, P. (1990). *Common Culture*. Milton Keynes: Open University Press.

RESUMEN

Este ensayo es parte de una investigación etnográfica realizada entre octubre de 1993 y septiembre de 1994 sobre la salsa en Londres. Tomando como punto de partida los debates sobre globalización, específicamente la relación entre lo local-global, este ensayo contribuye a entender el desarrollo de un circuito salsero local en su relación con otros circuitos globales. En este artículo lo local-global se propone como un conjunto complementario articulado mediante una serie de procesos y relaciones, no como una localidad geográfica específica. En este ensayo también se ofrece información sobre la construcción y comunicación de identidades latinas específicas mediante una selección de clubes de salsa en Londres. En esta parte se exploran los diferentes elementos y procesos a través de los cuales se construye la identidad de los clubes como "latinos". El ensayo plantea la necesidad de entender los clubes de salsa en relación con procesos sociales, económicos y culturales que se generan fuera de éstos, pero que tienen un impacto en la construcción y comunicación de identidades latinas en estos lugares. [**Palabras clave:** música de salsa, construcción de identidades culturales, identidad latina, migración latinoamericana a Londres, globalización.]

ABSTRACT

Based on ethnographic research carried out from October 1993 to September 1994, this essay focuses on how particular Latin identities are constructed and communicated through a selection of salsa clubs in London. Taking globalization theories as a starting point, specifically global-local relationships, this essay contributes to an understanding of those processes through which a local salsa scene develops in relation to other international scenes. In this article the global-local is proposed in its interaction and articulated through a series of processes and relations rather than as a specific geographical location. It also explores the different elements and processes in constructing the identity of the clubs as "Latin." This essay helps to understand the processes that contribute to the identities of specific salsa and "Latin" clubs in London. Thus, through an engagement with contemporary theories of globalization, relations of power, and cultural identity, the article argues for the need to understand music-related practices in salsa clubs in relation to wider social, economic, and political processes from without the clubs, but which have an impact in the construction and communication of "Latin" identities at these sites. [**Keywords:** salsa music, construction of cultural identities, Latin identity, Latin American migration to London, globalization.]