

Los faniáticos de la Salsa o la máquina del amor

Texto: Enrique Helguera de la Villa

De la mano de V-2 y Nuevos Medios se está reeditando en España la mayor parte del incendiario catálogo de **Fania Records**, la explosión musical latina que arrasó Nueva York en los años 60 y 70 al colisionar los géneros afro-caribeños con el jazz, el soul y el rock and roll. En aquellos días, **Johnny Pacheco, Willie Colon, Rubén Blades, Ray Barretto, Héctor Lavoe, Eddie Palmieri, Joe Bataan, Celia Cruz** y los innumerables miembros de **Fania All Stars** hicieron temblar los rascacielos de Manhattan noche tras noche con su sonido indestructible.



La recuperación del catálogo de Fania incluye -remasterizados y en edición de lujo con textos profusamente ilustrados- sus mejores discos con las impagables portadas de la época, así como esmeradas compilaciones dobles de sus principales figuras y las sesiones y remezclas de reputados DJs actuales como Snowboy, Gilles Peterson, Louie Vega o Dj Format, para acercar ese tórrido sonido a los tecnificados clubes del siglo XXI. Aunque la presencia de la música latina en Nueva York se retrotrae a principios del siglo XX, la primera gran fusión con la tradición anglosajona viene de la mano del latin jazz de los años 40 y 50: Arsenio Rodríguez, Machito, Mario Bauzá, Tito Rodríguez, Dizzy Gillespie, Herbie Mann, Charlie Parker, Tito Puente y muchos otros establecieron, precisamente, puentes y parques multidireccionales que abrieron los horizontes de ambas músicas a un espectacular viaje sin retorno. El furor del mambo, el cha-cha-cha y la pachanga en el público norteamericano de esos años fue preparando el terreno para lo que estaba a punto de aterrizar.

La salsa no es un término musical concreto sino la afortunada denominación vital y comercial del fenómeno de la cristalización y despegue de la música latina en el panorama discográfico internacional. Desde el son *Échale salsita* que popularizara Ignacio Piñero en los años 30, hasta la utilización del nombre por el locutor venezo-

lano Danilo Escalona en su programa *El bigotón*, cada vez que ponía un tema realmente sabroso, pasaron más de 30 años. Poco a poco la palabra fue salpicando canciones, como *Salsa y Bembé* (1963) de Cheo Feliciano o *Salsa y Dulzura* (1966) de Ray Barretto, e incluso títulos de discos como *Salsa ná má* (1963) de Charlie Palmieri o *Salsa y control* (1969) de Bobby Cruz y Ritchie Ray. Posteriormente, el alucinante diseñador gráfico puertorriqueño de Fania Records, Izzy Sanabria -alias "Mr.Salsa"- popularizó la etiqueta tanto a través de su programa de TV (*Salsa*) como a través de la influyente revista *Latin NY*, que promovía agitadamente por aquella época. Salsa es, simplemente, lo que da sabor y alegría a los alimentos y excita los sentidos, aportando nutrientes para el cuerpo o, en este caso, también para el espíritu. Un producto energético y vitaminado, cuyo consumo inmoderado provoca que *te tiemblen las piernas* y *te baile la cabeza*.

Porque en realidad la explosión salsera de Fania tiene su ingrediente básico en el son cubano y sus prodigiosas ramificaciones (guaracha, guagancó, cha-cha-cha, mambo), tamizados por la tradición del jazz y los nuevos géneros cosmopolitas que bullían en Nueva York (soul y rock), con el sabroso aderezo de otros ritmos tropicales como el merengue dominicano, la bomba y la plena puertorriqueños, la



bossa nova brasileña y la cumbia colombiana. Y el aliño se hizo de forma fresca y natural porque casi todos los impulsores del movimiento habían nacido en el Harlem hispano de la gran ciudad, eran latinos de segunda generación, desprejuiciados, biculturales y definitivamente urbanos. Unos pocos vinieron huyendo de Cuba (José Fajardo, Celia Cruz y la Sonora Matancera), en lo que fue la gran aportación de su revolución a la historia musical del siglo XX. La metamorfosis afectó también a las formaciones orquestales que evolucionaron desde las grandes bandas jazzísticas a las más reducidas charangas (como La Dubonay de Charlie Palmieri, La Moderna de Ray Barretto o La Sabrosa de Mongo Santamaría y Willy Bobo) con sonido suave de violines y flautas; de ahí a los conjuntos, en los que la trompeta, el trombón y el tres retomaron el protago-

nismo con la vibrante percusión de bongós, tumbadoras y pailas, hasta llegar a las caleidoscópicas siete orquestas de Fania que, con algún contagio de la instrumentación eléctrica del rock, fueron adquiriendo personalidad, sonoridades y estilos extraordinariamente diversos. Todas, sin embargo continuaban con la tradición de tener un Director musical y uno o varios vocalistas. El catálogo de Fania Records recoge desde la herencia del jazz afrocubano (Tito Puente y Mongo Santamaría) a la arriesgada experimentación de Eddie Palmieri y Joe Bataan, pasando por el cruce con el rhythm and blues que desembocó en el trepidante boogaloo de Joe

Cuba y Pete Rodríguez, abarcando, así mismo, todas las etapas y estilos de la salsa, desde las más perversamente ortodoxas de Celia Cruz y Hectór Lavoe a la rebeldía sensual de Rubén Blades o a la desgarradora heterodoxia de La Lupe. Y esta espesísima jungla musical acogió a muchísimos otros artistas que no nombramos por falta de espacio.

Fania fue, por otro lado, una aventura

empresarial tan fascinante como su revolución musical. A finales de los años 50 el mercado de la música latina estaba controlado, básicamente, por los sellos de Morris Levy (Tico Records) y del excéntrico Al Santiago (Alegre Records). Con este último, precisamente, grabó sus primeros discos Johnny Pacheco (1935) un compositor, flautista, percusionista y director de orquesta dominicano. En 1964, can-

Eddie Palmieri



Mongo Santamaría

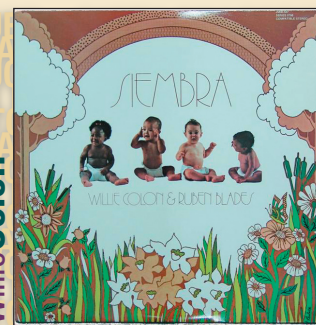
Willie Colon



Willie Colon



Mongo Santamaría



Willie Colon

& Rubén Blades

► sado de las disputas y mezquindades del entorno, Pacheco convenció a su abogado, un judío de origen italiano llamado Jerry Massucci (1935-1997), de crear un sello discográfico propio (Massucci confesará después que hasta aquel momento no había comprado un solo disco en toda su vida). Con esta iniciativa lo único que pretendía Pacheco era proteger y controlar el desarrollo de su carrera. La compañía comenzó en ninguna parte: distribuyendo personalmente los discos y utilizando como almacén el maletero del coche. La combinación eléctrica de los dos personajes convirtió un proyecto de bajo perfil en una realidad de alto voltaje. Por un lado estaba el instinto natural de Pacheco para descubrir talentos, las buenas condiciones contractuales que -por ser él también músico- ofrecía a sus colegas y la supervisión musical de la calidad de todas las grabaciones de los artistas; lo cual alimentó el ambiente familiar que siempre respiró el proyecto. Por otra parte, también

contaba con la implacable inteligencia de Massucci para los negocios y su audacia para adoptar los criterios comerciales de la gran industria discográfica de la época, invirtiendo mucho dinero en promoción para dar visibilidad universal a su gran invento: un producto único (salsa) de marca única (Fania). El sugerente y acertado nombre comercial -sonaba igual y significaba lo mismo en inglés y en español (es decir, nada) -surgió del viejo son *Fania Funché* de Reinaldo Bolaños, incluido en el disco de Johnny Pacheco que inauguró la compañía: *Cañonazo*. Título que sonaba estruendosamente premonitorio.

Los primeros en fichar por Fania fueron el pianista Larry Harlow y toda una pléyade de puertorriqueños: el trompetista Bobby Valentin, los cantantes Ismael Miranda- nacido en “La cocina del diablo”, al sur de Manhattan- y Héctor Lavoe, el trombonista Willie Colón, el percusionista Ray

Salsa

Barreto y así sucesivamente hasta que, tras fagocitar a los sellos discográficos rivales (Tico, Alegre y Cotique entre otros), llegaron a constituir de facto el monopolio del género, que incluía a artistas de generaciones muy distantes (Tito Puente y Joe Bataan) y de estilos y tendencias muy distintos (La Lupe y Louie Ramírez). Un monopolio comercial que catapultó la fascinación universal por la salsa. La perspicacia de Massucci no tenía límites y seguía con interés la mercadotecnia del rock. La importancia del diseño en las portadas de los discos y que el contenido respondiera a un concepto global o unitario (en lugar de ser simples recopilaciones de canciones independientes) fueron criterios que se adoptaron con éxito. La imagen de Ray Barreto con la camiseta de Superman en *Indestructible* o la estética gansteril de los discos de Willie Colon, desbordaron las expectativas. La portada de *La gran fuga* en la que, reproduciendo las fichas oficiales de criminales buscados por el FBI, aparece fotografiado Willie Colon como delincuente, terminó efectivamente con la persecución del FBI y el secuestro de la edición del disco original, del que sólo llegaron a circular 5.000 copias. La gran popularidad de la llamada a la conciencia política y unidad del mundo latino que alentaba el extraordinario *Siembra* de Willie Colon y Rubén Blades, es otro ejemplo de cómo Fania logró conectar con su público objetivo: la juventud hispana y las duras condiciones de vida en “El Barrio”, ya fuese Harlem, Brooklyn, El Bronx, Caracas o Santo Domingo. De ahí surgen las crónicas de *El malo*, *Calle luna*, *Calle sol*, *Pedro Navaja* o



willie colon the player



Willie Colon

SERIES DISCOGRÁFICAS



Ray Barretto

La Lupe



Juanito Alimaña. Porque el éxito de la salsa sería incomprensible sin entender que fue, ante todo, un fenómeno social que arraigó en las primeras generaciones de latinos nacidos en Nueva York. Los jóvenes rompieron con la actitud acomplejada, discreta y sometida de sus padres y empezaron a marcar un territorio propio con aguerridas pandillas que hablaban en *slang*, se vestían con camisas abiertas y medallones dorados, pantalones campana y zapatos de plataforma, sombreros panamá o gorras de béisbol y que convirtieron el baile en algo salvaje y sensual: experimentaron por primera vez la hermandad continental y la fuerza de la raza latina. La competitividad con el rock continuó con la salida al mercado de la ópera *Tommy* de los Who, que motivó el posterior montaje y presentación en el Carnegie Hall de Nueva York de su clónica versión latina: *Hommy*, dirigida

por Larry Harlow y con la actuación estelar de Cheo Feliciano y Celia Cruz. Mención aparte merece la Fania All Stars, una suerte de superbanda con todos los artistas del sello, montada originalmente con intenciones promocionales a base de conciertos improvisados o descargas, cuyos resultados, tanto musicales como publicitarios, superaron con mucho los decibelios previstos. Los míticos conciertos en el Red Garter (1969) y en El Cheetah (1971) -ambos reeditados en esta colección- como el film *Our Latin Thing* de Leon Gast grabado durante los mismos, pretendían seguir la estela del mundo del rock. Tanto el accidentado concierto en el Yankee Stadium de Nueva York en 1973 ante 60.000 espectadores, que tuvo que suspenderse a los primeros compases, cuando los espectadores derribaron las vallas de contención, como el más afortunado y

Salsa

exótico que realizaron el año siguiente en Kinshasa (Zaire) para 80.000 personas, precediendo el combate entre Mohammed Ali y George Foreman, y en el que compartieron escenario con Stevie Wonder y otros mitos del rock, ratificaron su entrada en el *show business* y la conversión de la salsa en un auténtico fenómeno de masas. Pero la verdad es que los salseros nunca se recuperaron de ese viaje. Como cantaba por aquellas fechas (1973) Héctor Lavoe: "Todo tiene su final, nada dura para siempre, tenemos que recordar, que no existe eternidad" y la decadencia de Fania se va haciendo evidente a finales de los 70. Su alianza con la discográfica CBS y la búsqueda artificial de una convergencia musical con el rock -fabricando los productos los ejecutivos desde los despachos y no los músicos desde los ensayos- hizo perder riqueza y frescura a las propuestas, además de consumarse un cambio generacional, tanto en los creadores como en el público. El último éxito fue *Juan Pachanga* de Rubén Blades, pero el fracaso del álbum *Spanish Fever* (1978) confirmó el diagnóstico: el paciente se encontraba en estado febril y delirante, hecho que el futuro se ha encargado de confirmar con las pandemias de enfermante salsa romántica y reggaetón terminal.

Quizá la gran diferencia de aquella salsa con estos "ketchups", la adivinó Celia Cruz -cantante incandescente de magnética nariz de boxeador y un directo demoledor- cuando en el último disco que grabó para Fania (1988), afirmaba que *La Cosa nuestra* que reivindicaba Willie Colon no era otra cosa que *Ritmo en el corazón*.