



SPOTLIGHT

Do It For the Cocktail Culture

FEAT. **Lashana Daniels**

BY ANDREA TATEOSIAN / PHOTOGRAPHY BY CLAY WILLIAMS

In her New York apartment, Lashana Daniels leans back in her chair and smiles widely. We are discussing the Godmother of Soul, the great Patti LaBelle, and her sweet potato pie. Just in time for Thanksgiving, Daniels is working on a cocktail to dive into the origins of sweet potato pie and celebrate its historical importance to the Black community.

Telling Black stories through cocktails is Daniels' newfound passion and what drives the Instagram page she founded this past June, Do It For The Cocktail Culture (@forthecocktaileculture). Galvanized by the murder of George Floyd and the reinvigorated Black Lives Matter movement, Daniels looked for a way to get involved. She found that in an unlikely place - Instagram. ►►►

"I was barely on social media before this happened," she admits. "I went from never being on Instagram to posting like a maniac. I was sharing whatever content I thought was going to promote BLM and Black history." During this time, Daniels happened upon a post that featured a cocktail inspired by Marcus Garvey's Black Nationalist Flag, and was intrigued enough to reach out to the creator.

"We got to talking and collaborated on a cocktail together called the Jerry Lawson [after a Black video game engineering pioneer]. I posted it on my personal page and it got really great feedback." Daniels continues, "I then realized this concept could be an entire Instagram account, and in June of 2020, Do It For The Cocktail Culture was born. Instagram made sense as the starting platform for the brand since that is where the idea ultimately started."

With ten years of experience under her belt, Daniels is no stranger to the ins and outs of the cocktail world. Like many in hospitality, she started working at a restaurant in college, and got hooked. During her time in Los Angeles, she recalls, "SushiSamba opened up the world of cocktails and spirits for me." Daniels was working as a catering and events manager in Los Angeles when the COVID-19 pandemic hit. Since then, back in New York state, she has thrown herself into Do It For The Cocktail Culture with passion and energy that is positively infectious.

"I was sharing whatever content I thought was going to promote BLM & Black history."



With foundational knowledge of cocktails and a basic understanding of graphic design, Daniels did not hesitate to jump into the competitive waters of social media and learn as she went. Her advice for young Black entrepreneurs working to get their projects off the ground reflects this fearlessness. "Start!" she urges. "Do not wait for everything to be perfect."

Daniels thoughtfully links the stories of Black pioneers to cocktails with detailed infographics and heartfelt stories. She and the bartenders with whom she collaborates re-



search the featured subject, then take inspiration from aspects of their lives and work to craft a drink that weaves together flavor and history. For a Frederick Douglass non-alcoholic featured cocktail, she utilized Old Bay seasoning - "which was freaking delicious in that drink" - to reference his childhood as a slave in Baltimore, when he taught himself and others how to read and write. Far from a stoic historian, Daniels emphasizes that maintaining the

fun and joy of Black stories is as important as the education itself. Hence the cheeky reference to Patti LaBelle's now Internet-famous sweet potato pie.

She sums up Do It For The Cocktail Culture's mission as "to enlighten, educate, and unify people from all backgrounds." With less than half a year under her belt, Daniels has an upcoming collaboration to curate Black-owned liquor bundles, a soul-food inspired series called Soul Sip

Daniels emphasizes that maintaining the fun and joy of Black stories is as important as the education itself.

Sundays, and other events in the works. As for the long term? "I want Do It For The Cocktail Culture to continue curating virtual events and move to in person events. One day I want the brand to grow into a full blown storefront." As a brand focused on history, Do It For The Cocktail Culture is well on its way to solidifying its place in it. Eventually, Daniels muses, "I want to convert a Harlem brownstone into an event space. It would be historically designed and inspired by the greatest American cultural movement in Black history, The Harlem Renaissance." Now that would be one instance of history repeating itself that this author can get behind. ●



SPOTLIGHT



Hazlo por la Cultura de los Cócteles

PRESENTANDO Lashana Daniels

POR ANDREA TATEOSIAN / FOTOGRAFÍA BY CLAY WILLIAMS

En su apartamento neoyorquino, Lashana Daniels se acomoda en su silla y sonríe de oreja a oreja. Estamos conversando sobre la Madrina del Soul, la gran Patti LaBelle, y su pastel de camote. Justo a tiempo para el Día de Acción de Gracias, Daniels está dedicada a crear un cóctel que indague en los orígenes del pastel de camote y celebre su importancia histórica para la comunidad afroamericana.

Contar las historias de los afroamericanos es la nueva pasión de Daniels y es lo que impulsa la página en Instagram que fundó en junio de 2020: Do It For The Cocktail Culture (Hazlo por la cultura de los cócteles) (@forthecocktailculture). Impulsada por el asesinato de George Floyd y el revitalizado movimiento de Black Lives Matter, Daniels buscó una manera de comprometerse. Lo encontró en un lugar poco probable: Instagram. ►►

"Casi no participaba en las redes sociales antes de que ocurriera esto", admite. "Pasé de nunca aparecer en Instagram a publicar como una loca. Compartía todo el contenido que pensaba que promocionaría a BLM y la historia afroamericana". Durante este tiempo, Daniels encontró una publicación que mostraba un cóctel inspirado por la bandera nacionalista negra de Marcus Garvey y le resultó lo suficientemente intrigante como para ponerse en contacto con el creador.

"Comenzamos a conversar y colaboramos en un cóctel juntos que denominamos el Jerry Lawson [en homenaje a un pionero afroamericano de la ingeniería de los videojuegos]. Lo publiqué en mi página personal y realmente obtuvo muchos comentarios". Daniels continúa, "Luego me di cuenta que este concepto podía ser toda una cuenta de Instagram y, en junio de 2020, nació Do It For The Cocktail Culture. Instagram tenía sentido como plataforma inicial para la marca, dado que fue donde de hecho se originó la idea".

Con diez años de experiencia a sus espaldas, Daniels no desconoce las idas y venidas del mundillo de los cócteles. Como muchas personas de la industria de la hospitalidad, comenzó a trabajar en un restaurante durante su época universitaria, y se enganchó. De sus experiencias en Los Ángeles, recuerda, "SushiSamba abrió el mundo de los cócteles y de las bebidas alcohólicas para mí". Daniels trabajaba como gerente de catering y eventos en Los Ángeles cuando sobrevino la pandemia

“Compartía todo el contenido que pensaba que promocionaría a BLM y la historia afroamericana”



de COVID-19. Desde aquel momento, de regreso en el estado de Nueva York, se abocó plenamente a Do It For The Cocktail Culture con una pasión y energía absolutamente contagiosa.

Con conocimientos esenciales de los cócteles y un entendimiento básico del diseño gráfico, Daniels no dudó en arrojarse a las aguas competitivas de las redes sociales y aprender a medida que avanzaba. Su consejo para los jóvenes emprendedores afroamericanos que trabajan intensamente a fin de que arranquen sus proyectos refleja esta audacia. "¡Arranquen!" los anima. "No esperen a que todo sea perfecto".



Daniels cuidadosamente vincula las historias de los pioneros afroamericanos con diferentes cócteles, incorporando infografía detallada e historias de gran sentimiento. Ella y los bartenders con quienes colabora investigan el tema central, inspirándose luego en ciertos aspectos de sus vidas para trabajar hasta crear una bebida que entreteje sabor e historia. Para un cóctel destacado sin alcohol inspirado en Frederick Douglas, utilizó el condimento Old Bay —“que era absolutamente delicioso en esa bebida”— como referencia a su infancia como esclavo en Baltimore, donde fue autodidacta y se enseñó a sí mismo y a otros a leer y escribir. Lejos de ser una estoica historiadora, Daniels enfatiza que mantener la alegría y el disfrute de las historias afroamericanas es tan importante como

la educación misma. De ahí surge la pícara referencia al pastel de camote, ahora renombrado en internet, de Patti LaBelle.

Ella resume la misión de Do It For The Cocktail Culture como “esclarecer, educar y unificar a las personas de todas las procedencias”. Con menos de medio año de presencia en las redes, Daniels ha sido invitada a una futura colaboración como curadora de paquetes de licores de propiedad afroamericana, una serie inspirada en la comida soul llamada Soul Sip Sundays y otros eventos en curso. ¿En cuanto al largo plazo? “Quiero que Do It For The Cocktail Culture continúe curando eventos virtuales y se desplace hacia los eventos en persona. Algun día, quiero que la marca crezca hasta ser un verdadero escaparate”.

Daniels enfatiza que mantener la alegría y el disfrute de las historias afroamericanas es tan importante como la educación misma.

Como marca centrada en la historia, Do It For The Cocktail Culture está bien encaminada para consolidar su lugar en la cultura. Con el tiempo, Daniels reflexiona, “quiero convertir una casa de arenisca de Harlem en un espacio para eventos. Estaría diseñada históricamente e inspirada por el movimiento cultural estadounidense más importante de la historia afroamericana: el Renacimiento de Harlem”. Ese sí sería un ejemplo de una historia que se repite que esta autora podría promover. ●