

Sucre cremat

L'han comparada amb Madonna; els seus discos baten rècords de vendes en tot el món. Als seus vint-i-tres anys s'ha erigit com l'estrella de la música pop d'aquests últims anys. Amb una veu encisadora, i una imatge de «top model», Whitney Houston ens visitarà els pròxims dies.

Carles Gàmez

Els pròxims dies 28 i 29 de juny, actuarà, per primera vegada entre nosaltres, l'última estrella revelació de la música pop, la cantant americana Whitney Houston. Amb el patrocini de Coca Cola, la intèrpret de «Greatest love of all» ha inclòs les ciutats de Barcelona i Madrid dins de la seua reeixida gira europea. Les incògnites sobre la resposta del públic estan en l'aire. La Houston, a diferència de Madonna —amb la qual ha estat comparada—, no ha tingut un verdader *boom* al mercat espanyol, malgrat que les seues cançons han gaudit de publicitat i sonen tothora per la ràdio.

Però, ¿què ofereix aquesta jove intèrpret de 23 anys? Una cantant que tan sols amb dos discos s'ha erigit com la rival *morena* de Madonna, vendes multimilionàries. En primer lloc, unes facultats vocals privilegiades. Filla d'una veterana cantant de *gospel*, Cissy Houston, Whitney ha conegut des de molt menuda una rígida disciplina musical, alimentada en els estudis de gravació on feia cors. Dins de les coordenades de la música pop discotequera, és capaç d'imprimir accents inequívocament *soul* o *gospel* en la millor tradició de les vocalistes negres americanes. No és casual que en el seu repertori haja inclòs temes d'Aretha Franklin («You make me feel like a natural woman») o Sam Cooke («You send me»).

D'altra banda, Whitney Houston, a diferència de Madonna, ha estat embolcallada en una imatge de *top model*, menys personal

si es vol quant a creació, però tant o més *sexy* que la cantant italo-americana. Vestida per la plana major dels dissenyadors europeus, la Houston ofereix un *look* elegant i sofisticat, allunyat tant de les extravagàncies d'una Madonna com de l'horterisme pop americà.



Whitney Houston, com la Coca-Cola.

Des de la seua aparició el 1986, benèida amb una pluja de premis Grammy, la seua carrera ha seguit en línia ascendent. Whitney Houston ha creat la seua pròpia empresa, Nippy Incorporation —el seu malnom infantil—, i hi ha col·locat al davant la seua família.

Els seus recitals londinencs han significat la confirmació europea. Prop de 70.000 espectadors han acudit als nou concerts que la cantant donava en el Wembley Arena el passat mes de maig. D'altra banda, la Houston actuava en un acte significatiu com el festival homenatge a Nelson Mandela, el passat 11 de juny. Una intervenció que per a ella ha constituït una immillorable plataforma publicitària.

En els seus rècords hi ha el d'haver aconseguit superar els Beatles en el nombre de *hits* que han arribat consecutivament al primer lloc de les llistes d'èxits. Si els Beatles fa 25 anys assolien sis números 1 successius, la Houston amb «Where do broken hearts go» —del qual ha venut més de 14 milions de còpies en tot el món—, ha tocat la xifra màgica del número set, superant els mítics *boys* de Liverpool.

Entre els projectes de la cantant, hi ha la possibilitat d'una biografia musical de l'estrella Josephine Baker, un projecte que, paradoxalment, anys enrere ja es va parlar per a una altra cantant, Grace Jones. La biografia de la famosa ballarina franco-americana ha esdevingut, amb el temps, una de les empreses quasi impossibles que salten intermitentment a les pàgines de les revistes.

Preparem-nos, doncs, per a rebre aquesta estrella, inequívocament americana —el seu *show* s'acompanya d'una posada en escena de ballarins i coreografia—, que ens arriba com una glopada refrescant, quasi, quasi com un spot de Coca-Cola: brillant, alegre i desenfadada. Whitney Houston és així. □