



*El sueño americano
empaquetado*

Es oro puro. Con 41 millones de espectadores pegados a las pantallas cada semana, **American Idol** es el programa más espectacular del mundo, dicen los ejecutivos de la competencia. Su mensaje: cualquiera puede ser una estrella. Y para el pequeño grupo de productores británicos detrás de él, se ha convertido en una fortuna inimaginable. La siguiente es una crónica desde el interior del exitoso programa, que sin embargo no ha podido repetir la fórmula en su versión "Latin".

TEXTO: ED CAESAR

Idol ha devorado a América, y para entender de qué manera, hay que ir a Estados Unidos. Hace unos días, en los puestos de periódicos, tres de las revistas más importantes presentaron en sus portadas a uno o a todos los conductores de *American Idol*, Simon Cowell, Randy Jackson, Paula Abdul y Ryan Seacrest. En los supermercados, los productos de *American Idol* vuelan de los estantes. En las tiendas de discos, las ventas de sus artistas rebasan los 50 millones. Y, por supuesto, basta encender la televisión para ver que el programa no sólo cuenta con casi 41 millones de espectadores, sino que ha lanzado a todo tipo de estrellas.

En un programa en vivo, Ashley Ferl, de 13 años, quien es una gran admiradora del programa, tuvo la oportunidad de conocer a su héroe, un cantante sin ningún talento llamado Sanjaya Malakar, que de alguna manera logró colocarse entre los 12 finalistas. Después de conocer a Malakar, Ferl rompió en llanto y se convirtió en una estrella de la noche a la mañana.

Al día siguiente, el miércoles por la mañana, apareció en varios periódicos, fue entrevistada en el programa *The Today Show* y firmó autógrafos para sus propios admiradores. Todo esto, a unas semanas de la gran final del programa.

Podríamos pensar que esto sólo sería posible en Estados Unidos, pero no. Sólo es posible en *American Idol*. Durante seis temporadas, mientras que el internet y la televisión por cable han ayudado a incrementar las cifras en las cadenas de televisión de Estados Unidos, *American Idol*, de Fox, se ha mantenido constante. Las ventas de discos también se han incrementado.

Para dar un ejemplo, en los dos últimos años Carrie Underwood, la ganadora de Idol en 2005 –quien no es muy conocida fuera de Estados Unidos–, ha vendido seis millones de discos.

“Lo que nadie entiende sino hasta llegar aquí”, dice Cat Deeley, la conductora británica que se mudó a Los Ángeles este año para conducir *American Idol* en el Reino Unido, “es la magnitud de la operación”.

“Cuando comenzó esta temporada, el nivel de audiencia alcanzó los 41 millones. Esa es una cifra increíble para alguien de Inglaterra. Para nosotros, 10 millones es demasiado. Y, como el programa se transmite a la misma hora en todo el país, parece como un ejército avanzando”.

Existe una gran ironía en esta historia, ya que el gran éxito que ha tenido en Estados Unidos ha sido alcanzado



FOTO: AFP

Randy Jackson, Paula Abdul y Simon Cowell, los jueces, la clave del éxito.

por un grupo de británicos, que no sólo crearon un éxito televisivo, sino también un negocio muy lucrativo.

El programa fue creado y producido por Simon Fuller, creador de las Spice Girls, y su compañía, 19, la cual llevó el programa *Pop Idol* a la televisión británica en 2002. Y debido a que en un principio 19 se negó a manejar las carreras de los artistas que ganaban el concurso en Inglaterra, así como los derechos para lanzar las compilaciones de Idol, que hasta la fecha han acumulado casi tres millones en ventas, ahora cuenta con una mina de oro.

Los Rey Midas

A pesar de los altos niveles de audiencia y del atractivo de los artistas que ha descubierto, 19 se ha encontrado con ciertas dificultades. Hace dos años, Fuller demandó a Cowell, la más grande estrella de *American Idol*, por lanzar su propio concurso de talentos, el programa *The X*

Factor. Fuller y Cowell finalmente llegaron a un acuerdo, Cowell conservó su programa, firmó un contrato por 40 millones de dólares al año para seguir en *American Idol* hasta 2009 y obtuvo una mayor parte de los ingresos del programa. Fuller conservó a su estrella principal, firmó un nuevo contrato con Fox y obtuvo parte de las ganancias de *The X Factor*.

Los medios exageraron el asunto, pero Cowell continuó siendo flemático. De hecho, le dijo a Fuller: “Piénsalo... los dos podemos hacer nuestros programas. Hay que disfrutarlo”. Es el tipo de comentario que puedes hacer cuando estás a punto de firmar un contrato por 200 millones de dólares, lo que confirma el hecho de que ambos, Cowell y Fuller, han utilizado el programa para volverse ricos.

Detrás de las cámaras

Cowell parece decepcionado por los prospectos. ¿No cree que encontrarán a una estrella esta temporada? “Creo que contamos con un par de buenos cantantes”, dice con su tacto poco común. “Sólo cuando actúan en el mismo escenario que Beyoncé nos damos cuenta de que son estrellas”.

El programa en vivo, en el que 11 concursantes cantan una canción para mantenerse en la competencia, demuestra a lo que se refiere. Se puede ver una falta de calidad de estrellas, un hecho que no escapa a la atención de Cowell. “Creo que fue plano”, le comenta a un concursante. “Creo que perdiste el estilo”, le dice a otro. “Cantaste muy bonito, pero Dios, fue deprimente”, dice al siguiente.

Cowell parece decepcionado por los prospectos. ¿No cree que encontrarán a una estrella esta temporada? “Creo que contamos con un par de buenos cantantes”, dice.



FOTO: AFP

Los semifinalistas de la sexta temporada, que ha alcanzado los más altos ratings del programa.

Todos los secretos

El productor ejecutivo Ken Warwick se encuentra en su oficina haciendo arreglos para un nuevo diseño del set de Idol. Ha estado en la producción desde el principio, ¿cuál cree que sea el secreto del éxito?

“No hay ningún secreto”, asegura. “En Estados Unidos, todos quieren ser famosos, de eso se trata. Todos quieren llegar a un restaurante y ser reconocidos. Es una religión en este país, tal vez no una muy saludable, pero lo es. El premio que ofrecemos no es un contrato discográfico, es el estrellato. Eso es lo que caracteriza al programa”.

“En un momento te encuentras vendiendo hamburguesas y –agrega–, tres meses después, eres una gran estrella en Estados Unidos. Ofrecemos un atajo hacia el estrellato y eso es muy, muy atractivo para muchas personas”.

O, como dice Lythgoe: “Hemos empaquetado el sueño americano y lo hemos traído de regreso a su país”.

Los ganadores de las primeras cinco temporadas de American Idol son: Kelly Clarkson, Ruben Studdard, Fantasia, Carrie Underwood y Taylor Hicks. Entre todos, han vendido más de 50 millones de discos. •

La competencia, arrepentida

Puede ser difícil de creer ahora, pero cuando Warwick, Lythgoe y Fuller llegaron por primera vez a Estados Unidos en 2002, con *Pop Idol* bajo el brazo, para ofrecerlo a alguna cadena de televisión, se toparon con pared.

Finalmente, recurrieron a Rupert Murdoch de Fox para poder hacer el programa, y lo lograron sólo después de serias discusiones.

Darnell tuvo que trabajar mucho para convencer a los ejecutivos de la cadena. “Dijeron: ‘¡No puedes decirle a jóvenes de 16 años que son malos! Esto es Estados Unidos, todos son fabulosos’. Y cuando vieron a Simon soltándose con una de sus víctimas, estaban horrorizados”.

“Probablemente fuimos los primeros productores que desafiaban a los ejecutivos de Fox y ellos sufrían mucho por eso. Rupert Murdoch tuvo que llamarlos y decirles: ‘Este programa funciona. Ha ganado premios Bafta en cantidad. Déjenos en paz’. Incluso entonces, dijeron que regresaríamos a casa en seis semanas”.

Seis años más tarde, Idol es más fuerte que nunca, y las cadenas rivales lamentan el día que dejaron escapar a Fuller. Cuando Jeff Zucker, presidente de la NBC, expresó en una oración que sólo podía salir de la boca de un ejecutivo de televisión, que el programa “es lo más impactante en la historia de la televisión”, debió decirlo de dientes para afuera.

“Si estás buscando su atractivo principal”, dice Warwick, “no debes buscar más allá de la razón por



Carrie Underwood, ganadora de la final de la cuarta temporada.

“Su atractivo principal, la razón por la que otras cadenas nos rechazaron... el sarcasmo de su juez principal y la crueldad que recorre cada etapa de Idol”

la que otras cadenas de televisión nos rechazaron en un principio, el sarcasmo de su juez estrella y la crueldad que recorre cada etapa de Idol. El sarcasmo es el truco más británico, pero los estadounidenses se han acostumbrado rápidamente”.

“Lo único que siempre quisimos hacer fue poner a personas muy buenas y muy malas en televisión”, dice Warwick.

“Porque queríamos provocar una reacción (en los jueces). Sin embargo, debo decir que en la etapa de audiciones, todos tienen una oportunidad. Y eso es un logro, considerando que vemos a casi 25 mil personas. Por supuesto, los jueces sólo verán de 150 a 200 personas. Nigel y yo tomamos la decisión final”.

¿Considera que el programa es demasiado cruel durante esa etapa? “¿Creo que no deberíamos poner a esas personas en televisión?”, pregunta. “No lo sé. ¿Entretienen a los demás? ¿Son graciosos? Es mi trabajo mostrar el talento de todos los lugares que visitamos, y eso incluye mostrar a algunos de los que no lo tienen. También debemos mostrar a los que son graciosos”.

Claramente la fórmula funciona. Pero ahora que se ha probado a sí mismo y ha hecho una fortuna en el proceso, ¿No es tiempo de seguir adelante? “Algunas veces, debido a nuestro éxito, la política puede ser un poco agotadora”, admite.

“Hay batallas entre los diferentes departamentos y discusiones con personas cuyo trabajo es obtener lo más que puedan de su producto.”

“Sé que las ganancias que obtenemos de nuestros patrocinadores -agrega-, como Coca Cola y Ford, son masivas, pero nuestro trabajo es proteger nuestro programa. Necesitamos poder integrar su presencia de manera natural... Si dejamos entrar a los lobos, lo destruirán todo”.

El programa de un miércoles por la noche es de media hora -o 22 minutos sin comerciales- incluyendo el empalagoso drama y el limitado talento musical de Peter Noone.

Al final del programa, una amistosa joven llamada Stephanie es expulsada y tiene que cantar hecha un mar de lágrimas. Es el final para ella, pero el ejército de Idol sigue avanzando.

Al salir del estudio hay que pasar una vez más junto al Rolls-Royce Phantom de Cowell. Esta vez, un hombre con sombrero sostiene la puerta de salida, mientras que se ve a Cowell sentado en su tráiler, sin playera y meditando, mientras que un estilista le arregla las patillas. ¿Estará pensando en Stephanie? Probablemente no. Lo más seguro es que esté pensando en lo que hará el resto de la semana, ahora que su trabajo de dos horas con Idol -por el cual le pagan 800,000 dólares- ha terminado. •

- THE INDEPENDENT

- TRADUCCIÓN DE PAOLA CERVANTES



Kelly Clarkson, Ruben Studdard y Fantasia Barrino, ganadores de las tres primeras temporadas.