Universidad Rey Juan Carlos

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN I

ESTRATEGIAS NARRATIVAS ORIENTADAS A LA CONSTRUCCIÓN DE NIVELES DE LECTURA EN EL CINE DE ANIMACIÓN DE PIXAR (1995-2010)

ANA MARÍA PÉREZ GUERRERO

TESIS DOCTORAL DIRIGIDA POR
PROFESOR DR. ANTONIO SÁNCHEZ-ESCALONILLA GARCÍA-RICO
PROFESORA DRA. ARACELI RODRÍGUEZ MATEOS

MADRID, NOVIEMBRE DE 2011

RESUMEN

El cine de animación experimentó un segundo florecimiento a finales de la década de los 80. El éxito de títulos como *La sirenita* (1989), *La bella y la bestia* (1991), *Aladdin* (1992) o *El rey león* (1994) son muestras del alcance de un tipo de largometrajes que impulsaron una nueva edad de oro del medio. Entre los rasgos más notables de las producciones de esos años se cuenta una búsqueda de un público más amplio, mediante la incorporación de estrategias narrativas orientadas a crear un doble nivel de lectura (infantil y adulto) en los contenidos. Tendencia que se ha extendido hasta el presente. En este marco, la filmografía de Pixar Animation Studios ha contribuido a fortalecer las bases de un nuevo modo de contar historias a través del medio animado, y han conseguido distinguirse por la solidez de sus guiones, por una cuidada y verosímil puesta en escena y, sobre todo, por un discurso sofisticado que favorece la conexión con todos los públicos.

La presente investigación tiene por objeto el análisis de las estrategias narrativas seguidas en las películas de Pixar Animation Studios entre 1995 y 2010. En concreto, se trata de determinar los criterios y herramientas dramáticas empleados en el desarrollo de sus guiones para alcanzar audiencia heterogéneas. Asimismo, se realizará un análisis comparado de relatos y guionistas, con el fin de deducir fórmulas comunes de producción tanto en el ámbito de los argumentos como en el de las propuestas de reflexión.

La metodología utilizada en este trabajo se articula en dos niveles de investigación, cuyos resultados se interrelacionan para llegar a una mejor comprensión del fenómeno abordado desde sus dos facetas, producción y narración: el análisis del mensaje cinematográfico y el análisis del discurso desde la óptica de las estrategias emocionales del guión, mediante el estudio de las técnicas dramáticas destinadas a la construcción de un doble nivel de lectura infantil y adulta.

Esta investigación demuestra que los creativos de este estudio cinematográfico no siguen una fórmula dramática única para orientar sus contenidos a públicos heterogéneos. Las técnicas dramáticas responde a las necesidades narrativas de cada proyecto, en donde se apela a valores y necesidades básicas del ser humano, que dada su universalidad pueden ser comprendidas por los espectadores de distintas edades según su madurez.

A todos aquellos que con su apoyo material y moral
han contribuido a la realización de este trabajo,
especialmente a mi familia y a la memoria de mi madre
con todo mi cariño y gratitud

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 13

PARTE I. CINE FAMILIAR COMO *FOUR QUADRANT FILM*

CAPÍTULO 1. EL CINE FAMILIAR, ENTRE EL *MARKETING* Y LO CREATIVO 23

1.1. Hacia un concepto de cine familiar 23

1.1.1. El cine familiar y su vínculo con las películas infantiles 24

1.1.2. Cine familiar actual: cine para todos los públicos 28

1.2. *Four quadrant film* o "películas de los cuatro cuadrantes" 31

1.2.1. La popularización del término y sus antecedentes más importantes 32

1.2.2. Características de los *four quadrant film* 35

1.3. Cine familiar de aventuras: un modelo de *four quadrant film* 39

PARTE II. PIXAR EN EL MARCO DE LA NUEVA ANIMACIÓN

CAPÍTULO 2. EL SEGUNDO FLORECIMIENTO DEL CINE DE ANIMACIÓN (1989-1994) 43

2.1. Cambios en el ámbito del mercado audiovisual (1980-1994) 44

2.1.1. Antecedentes 44

2.1.2. Fox TV y el incremento de la animación televisiva 46

2.1.3. El negocio del cine de animación en el período 1989-1994 48

2.2. Influencias creativas del cine de animación *mainstream* de 1989-1994 52

2.3. La innovación tecnológica: la digitalización del cine y los sistemas CGI 54

2.3.1. Desarrollo de los sistemas CGI aplicados a la animación *mainstream* 54

2.3.2. Sistemas CGI en el renacimiento del cine de animación *mainstream* 57

2.4. El renacimiento de Disney Animation Studios 58

2.4.1. Alcanzando el presente y sobreviviendo al éxito 59

2.4.2. Nuevos actores en escena y nuevas vías de creación 62

2.5. El guión como elemento fundamental para el desarrollo visual de las historias 64

CAPÍTULO 3. PIXAR ANIMATION STUDIOS: HISTORIA Y CULTURA CREATIVA 67

3.1. La división informática de Lucasfilm, el germen de todo 68

3.2. Primeros años de Pixar, 1986-1996 73

3.3. El despegue del estudio: primer acuerdo con Disney (1991-2005) 76

3.3.1. Pixar intenta mantener el vuelo: de *Toy Story* a *Bichos* 78

3.3.2. Consolidación de la identidad corporativa: *Toy Story* 2 79

3.3.3. *Los Increíbles* y *Ratatouille*: el comienzo de una etapa y el fin de otra 81

3.4. Disney compra a Pixar (2006-2010) 83

3.5. Los cortometrajes 85

3.6. Filosofía creativa 90

PARTE III. ESCRIBIR EN PIXAR

CAPÍTULO 4. ESCRIBIR EN PIXAR 95

4.1. "El proceso" y los departamentos implicados 95

4.1.1. La idea 96

4.1.2. El desarrollo 97

4.1.3. El *storyboard* 98

4.1.4. La animática o *story reel* 100

4.1.5. Creación de la apariencia del filme 101

4.2. La escritura del guión dentro del sistema de creación de Pixar 103

4.3. Guionistas externos 105

4.4. Rasgos generales de las películas de Pixar: temas, ambientación y valores 107

4.5. *Brain Trust* 110

CAPÍTULO 5. JOHN LASSETER (*TOY STORY* 1 Y 2, *BICHOS, CARS*) 113

5.1. La formación de un visionario 113

5.2. Años en Disney, la transición hacía nuevos caminos 116

5.3. Lucasfilm 118

5.4. Pixar: sus cortometrajes 121

5.5. *Toy Story* su debut como director de largometrajes 125
5.6. *Bichos, Toy Story 2, Cars* 129
5.7. Claves del trabajo de John Lasseter 133
5.7.1. Lasseter como cineasta 134
5.7.2. Gestión de personas creativas: compromiso con la calidad y la gente 139

CAPÍTULO 6. ANDREW STANTON (*BUSCANDO A NEMO*, *WALL-E*) 143
6.1. Años de formación académica y primeros trabajos 143
6.2. Pixar 145
6.3. *Toy Story*: un taller de *storytelling* y el descubrimiento de un estilo 146
6.4. *Bichos* y la importancia del núcleo emocional de una historia 147
6.5. *Buscando a Nemo*: una historia personal y la estructura emocional 149
6.6. *WALL-E* 152
6.7. Características principales de su trabajo 154
6.7.1. Como realizador 155
6.7.2. Como guionista 161

CAPÍTULO 7. PETE DOCTER (*MONSTRUOS S.A.*, *UP*) 167
7.1. Primeros años de un artista 167
7.2. De CalArts a Pixar 169
7.3. *Monstruos S.A.*, su primer largometraje como director 171
7.4. *Up* 176
7.5. Pete Docter como cineasta 182
7.5.1. Una obra muy personal 182
7.5.2. Influencias fílmicas 184
7.5.3. La animación: su medio natural 185
7.5.4. La historia como eje del proceso creativo 187
7.5.6. Director de niños 189
7.5.7. Proceso de creación como un proceso de descubrimiento 190

CAPÍTULO 8. BRAD BIRD (*LOS INCREÍBLES*, *RATATOUILLE*) 193
8.1. Etapa formativa y primeros trabajos 193
8.2. Animación televisiva: *Perro de familia* y *Los Simpsons* 197
8.3. Su primer largometraje: *El gigante de hierro* 200

8.4. Pixar: *Los increíbles* y *Ratatouille* 204
8.5. Brad Bird y su cine 208
8.5.1. Escribir para el cine de animación 208
8.5.2. Temática de su obra 211
8.5.3. Bird como realizador y como creativo de Pixar 215

CAPÍTULO 9. LEE UNKRICH (*TOY STORY* 2 Y 3, Y *BUSCANDO A NEMO*) 221
9.1. Primeros años y trabajo televisivo 221
9.2. Pixar: de editor a codirector 225
9.3. *Toy Story* 3: su debut como director 228
9.4. Unkrich como cineasta 233
9.4.1. Estilo e influencias fílmicas 233
9.4.2. Estrategias narrativas para públicos heterogéneos 235
9.4.3. La puesta en escena 238

EPÍLOGO. ENTRE LA CREACIÓN COLECTIVA Y EL SELLO PERSONAL 241

1. Cultura creativa y construcción de niveles de lectura 241
2. Trabajo colectivo y estilo personal de sus directores 242
3. Estrategias narrativas para entretener al público familiar 244

PARTE IV. ESTRATEGIAS NARRATIVAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE NIVELES DE LECTURA EN LOS GUIONES PIXAR

CAPÍTULO 10. ESTRATEGIAS EMOCIONALES DEL GUIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE NIVELES DE LECTURA 249
10.1. La emoción estética como elemento de comunicación narrativa 250
10.2. Tipo de emoción que deben producir las narraciones 253
10.3. Retórica afectiva y pasiones humanas 255
10.3.1. Ira y calma 257
10.3.2. Amor y odio 259
10.3.3. Temor, confianza y vergüenza 261
10.3.4. Favor, compasión e indignación 262

10.3.5. La envidia y la emulación 263
10.4. Estrategias emocionales y las edades de la vida (la infancia) 265
10.4.1. La audiencia infantil 266
10.4.2. Temas eternos de la infancia 269
10.5. La emoción y la construcción del subtexto 271
10.6. Recursos afectivos y niveles de lectura: un método de análisis 273
10.6.1. El personaje: la empatía como objetivo dramático 274
10.6.2. Ámbito antropológico: los niveles del personaje 275
10.6.3. Ámbito psicológico: *Emotional Stake* o la alternativa terrible 277
10.6.4. Ámbito narrativo: diseño de estructuras narrativas 279
10.6.5. Ámbito visual: ambientación emocional 281
10.6.6. Niveles de lectura en los guiones de Pixar 283

CAPÍTULO 11. LOS PERSONAJES DE PIXAR 287

11.1. Protagonistas adultos 287
11.1.1. Héroes forjados: Woody, Bob, Sulley y Remy 288
a) Ámbito antropológico 289
b) Ámbito narrativo: conflictos de relación e internos 292
11.1.2. Viajantes iniciáticos: Flik y Rayo 295
11.1.3. Protagonistas marcados por el trauma: Carl y Marlin 297
11.1.4. Un héroe con alma de niño: WALL-E 300
11.2. Secundarios adultos 303
11.2.1. Co-protagonistas adultos 303
a) Héroes forjados: Helen y Buzz 304
b) Co-protagonistas de alivio cómico: Mike, Dory, Lingüini, y Jessie 306
11.2.2. Villanos y oponente: Randall, Síndrome, Pete, Muntz y Lotso 309
11.2.3. Personajes de apoyo 311
11.3. Personajes infantiles 313
11.3.1. La inocencia que se debe proteger: Andy, Boo y Bonnie 313
11.3.2. El niño villano: Sid, Darla y Grandullón 315
11.3.3. Personajes infantiles en conflicto y madurez: Dot, Nemo, Russell, Dash y Violeta 317

ÍNDICE

CAPÍTULO 12. DISEÑO NARRATIVO Y ESTRATEGIAS EMOCIONALES 321

12.1. El acto I: establecimiento del núcleo emocional de la historia 322

12.1.1. Primera imagen o nudo de acción: la base de las emociones 323

12.1.2. El detonante 328

12.1.3. La cuestión dramática (primer punto de giro) 330

12.1.4. Arranque de tramas secundarias 332

12.2. Acto II: el viaje interior a través de la acción externa 336

12.2.1. Primera parte del acto II: de la lucha al cansancio 337

12.2.2. De un estado de gracia al verdadero descubrimiento 343

12.2.3. Recursos de interés 345

12.3. Acto III. Fin del viaje exterior y resolución de conflictos internos 350

CAPÍTULO 13. CONSTRUCCIÓN DE UNIVERSOS DIEGÉTICOS Y ESTRATEGIAS EMOCIONALES EN LOS FILMES DE PIXAR 355

13.1. La ambientación de los guiones de Pixar 356

13.2. Localizaciones como elementos de intensidad dramática 360

13.2.1. El hogar: el sitio al que se pertenece 361

a) El hogar como elemento informativo y de apoyo al tema 362

b) El valor simbólico de las viviendas: un hogar no es una casa 365

13.2.2. El paisaje de la aventura 369

13.2.3. Descenso a los infiernos 371

13.3. La construcción de subtexto y los elementos de la escena 374

13.3.1. Diseño de personajes y su red de objetos simbólicos 374

13.3.2. El uso del metalenguaje como estrategia emocional 378

13.3.3. La actuación del personaje más allá de las palabras 379

CONCLUSIONES 385

BIBLIOGRAFÍA 397

ANEXOS 433

INTRODUCCIÓN

La presente tesis se ubica en los estudios genéricos de la producción y la narrativa cinematográfica, dentro del campo específico del cine de animación. Su objeto de análisis son las películas de Pixar Animation Studios, concretamente las estrategias narrativas empleadas en sus guiones para la construcción de un doble nivel de lectura orientado al entretenimiento del público infantil y adulto. Una doble lectura que no es exclusiva de sus filmes y que tampoco se ha originado con ellos, pero en la que los creativos de esta empresa han demostrado ser maestros desde 1995, cuando estrenan *Toy Story* (John Lasseter), primer largometraje de Pixar y también, el primero realizado enteramente por ordenador.

La doble lectura de la que aquí se habla es una tendencia dentro del cine familiar, que en el caso de las películas de dibujos animados encuentra su origen a finales de la década de los 80, cuando las producciones animadas de Hollywood aparecen vinculadas por primera vez a los fenómenos de audiencia denominados como *blockbuster*. El éxito de títulos como *La sirenita* (1989), *La bella y la bestia* (1991), *Aladdin* (1992) o *El rey león* (1994) son muestras del alcance de un tipo de largometrajes animados que impulsaron una nueva edad de oro del medio.

Entre las características que marcan esta etapa de auge, se aprecia una ampliación de los segmentos tradicionales de su público, hasta entonces mayoritariamente infantil, y la atención a las expectativas del público adulto. En términos narrativos, este fenómeno de doble lectura se manifestó en los siguientes rasgos de construcción dramática: una caracterización de personajes más profunda y un enfoque de los conflictos más próximo a las audiencias adultas. Este último factor puede apreciarse a través del doble sentido presente en el lenguaje visual, en los diálogos y en un uso de una *vis cómica* donde no faltan las referencias metacinematográficas.

A pesar de estas innovaciones, se mantienen los rasgos tradicionales de las películas infantiles mediante la música, el humor y los arquetipos propios de las fábulas y del cuento de hadas. Con todo, la consolidación de esta tendencia de doble lectura a finales de los 90

coincidió también con el progresivo abandono del musical animado, fórmula genérica que Disney había cultivado en sus filmes durante cinco décadas.

En este contexto, las producciones de Pixar Animation Studios han contribuido a fortalecer las bases de un nuevo modo de contar historias a través del medio animado, y han conseguido distinguirse por la solidez de sus guiones, por una cuidada y verosímil puesta en escena y, sobre todo, por un discurso sofisticado que favorece la conexión con todos los públicos.

El interés por tratar las estrategias narrativas dirigidas a la construcción de una doble lectura infantil-adulta en la animación surge, en primer lugar, del cambio notorio que experimentó el medio, especialmente las producciones de Disney. Algo especialmente significativo, si se considera la tradicional tipificación de estas producciones como *cine infantil*. Sin embargo, la atracción suscitada por este tema de investigación se incrementó tras advertirse la falta de estudios académicos que abordaran este asunto, desde el punto de vista de las cuestiones propias del guión.

Todo ello dio lugar a un trabajo de investigación DEA, titulado "De *La sirenita* a *El rey león*, germen de la animación *mainstream* estadounidense actual", que precede a la presente tesis doctoral. En él se concluyó, mediante el análisis de los largometrajes de Disney del período 1989-1994, que en esa etapa de la historia del cine animado se encuentran los rasgos distintivos que estas producciones presentan en la actualidad, y que la aportación decisiva a esta renovación del género consiste, precisamente, en la elaboración del guión para el desarrollo de sus historias.

Una vez finalizada esta investigación era preciso ahondar en el doble nivel de lectura infantil adulto del cine de animación actual. En principio, con el presente trabajo se pretendía realizar un estudio comparativo entre las producciones de DreamWorks y Pixar. Sin embargo, tras considerar la calidad de los relatos de Pixar, el interés de su temática y el original empleo de las estrategias narrativas para construir un doble nivel de lectura, se hizo evidente que sus guiones eran el mejor modelo a estudiar y que, en sí mismos, ofrecían un vasto e interesante objeto de análisis sobre un cine de calidad orientado a públicos heterogéneos.

Esta elección ha supuesto una amplia búsqueda bibliográfica que comenzaba por averiguar sobre el objeto de estudio. Las líneas de investigación en torno a Pixar se pueden agrupar en las siguientes tendencias: la representación cinematográfica a partir del tratamiento de imágenes por ordenador; su influencia en la historia del cine; el modelo de producción o de negocio y, finalmente, el análisis de la narrativa de sus películas, abordados

desde la filosofía, la sociología y los estudios culturales. A diferencia de la tesina, encontrar trabajos académicos que tuviesen como núcleo los guiones de Pixar no resultaba una tarea casi imposible. No porque abundasen, sino porque, al menos, existían.

En España se pueden destacar sendas tesis defendidas en 2009. La primera de ellas en la Universidad de Sevilla, por Francisco José Mariano Romero, bajo el título *La comunicación de los sentimientos a través del lenguaje audiovisual*, donde se estudia, desde una óptica sociológica de las emociones, la recepción infantil de las producciones de Pixar desde *Toy Story* hasta *Ratatouille* (Brad Bird, 2007)[1]. La segunda investigación fue presentada en lengua catalana, en la Universidad de Barcelona, por Jaume Durán Castell. *Narrativa audiovisual i cine d' animació per ordinador* aborda los mecanismos básicos de la dramaturgia de las películas producidas por Pixar entre 1995 y 2006, y en ella demuestra el carácter clásico de estas historias, a las que aplica *el viaje del escritor* tipificado por Christopher Vogler, así como las estrategias propias de la comedia, propuestas por John Vorhaus y Henri Bergson en *Cómo orquestar una comedia*[2].

Fuera del ámbito español, cabe destacar otra tesis presentada en 2008, en la Università Cattolica del Sacro Cuore de Milán, digna de mención por su estudio de estrategias narrativas: *Fra creativita' e industria: Structture narrative e coinvolgimento dello spettatore nei film prodotti da Pixar Animation Studios*. Su autora, Maria Chiara de Leonardis, realiza un análisis de las historias de Pixar desde *Toy Story* hasta *Ratatouille*, centrado en los contenidos de valor antropológico que se encuentran en estas cintas.

Pese a estos ejemplos que muestran el interés por los guiones de Pixar, no se ha hallado evidencia de estudios académicos ni bibliografía relacionada con la construcción de niveles de lectura infantil y adulta desde la perspectiva del guión, herramienta básica para el desarrollo de los proyectos audiovisuales[3]. Un hecho que resultaba singular si se considera que una de las características más destacadas de las historias de Pixar es, precisamente, su capacidad para atraer a niños y adultos.

---

[1] En 2010, este trabajo se convirtió en libro. Ver: MARIANO ROMERO, Francisco José, *Emoción, cine y memoria, análisis de las producciones de Walt Disney y Pixar Animation Studios*, Fundación Ecoem, Sevilla, 2010.

[2] Además, este autor, junto a David Fonseca, de la Universidad Ramón Llull, han presentado diversas ponencias sobre el tipo de personajes y metarreferencias en las películas de Pixar, aspectos de relieve dentro el estudio de las estrategias narrativas para la construcción de niveles de lectura (infantil-adulto).

[3] Respecto al modo en que el cine de animación se dirige a niños y adultos al mismo tiempo, Mónica Kirchheimer está por defender, en la Universidad de Buenos Aires, la tesis *Problemas de lectura; el dibujo animado y su relación con lo infantil y lo adulto*, que ha abordado desde el prisma semiológico, aunque no trata de manera exclusiva la producción de Pixar.

Por otro lado, los mencionados estudios suponían un estímulo para plantear un trabajo de investigación original, con el que ofrecer una aportación a los estudios del guión y de la animación, en el que se pudiera exponer, entre otros objetivos, el proceso creativo cultivado en Pixar, ahondar en la visión de sus guionistas y directores, y explorar las estrategias narrativas de sus guiones para entretener a públicos heterogéneos. De este modo, se obtendría una visión a un tiempo creativa y científica de los procesos y modos de trabajar en la elaboración de un buen guión.

La hipótesis de la que parte la presente tesis doctoral radica en comprobar si existe evidencia de una fórmula dramática única para orientar los contenidos a públicos heterogéneos en los guiones de Pixar desde 1995 hasta 2010, en cuyo caso se impondría determinar en qué consisten las estrategias narrativas que componen dicha fórmula y que constituirían el estilo peculiar de Pixar.

Para dilucidar esta cuestión se plantea un doble objetivo. El primero consiste en hacer un estudio comparado de los relatos y guionistas de este estudio cinematográfico, con el fin de deducir fórmulas comunes de producción, tanto en el ámbito de los argumentos como en el de las propuestas de reflexión. El segundo pretende determinar los criterios y herramientas dramáticas empleada en el desarrollo de los guiones de Pixar para diseñar un discurso orientado a niños y adultos.

Para alcanzar este doble propósito, se ha seguido la siguiente estrategia investigadora:

1. Establecer el concepto de *cine para todos los públicos* en el que se ubica la producción de Pixar, con el fin de conocer los aspectos característicos de este tipo de guión, así como contextualizar la evolución experimentada por esta modalidad en el ámbito del cine de animación. De este modo, podría establecerse una base conceptual y un referente histórico que enmarque las producciones de Pixar.

2. Explorar los factores que intervienen en la construcción de niveles de lectura desde los comienzos de Pixar como empresa: cultura creativa, métodos de trabajo para la creación de historias, equipos involucrados y artistas que encabezan estos equipos. Con ello, se pretende indagar en los aspectos corporativos y artísticos presente en el desarrollo de las historias.

3. Distinguir y analizar el estilo propio de los guionistas-directores más relevantes de Pixar, con el fin de conocer cómo se conjugan las distintas sensibilidades creativas de los autores de esta compañía.
4. Determinar las distintas estrategias narrativas utilizadas en la elaboración de un doble nivel de lectura, a partir de las técnicas de creación de personajes, diseño estructural de la historia y construcción de universos diegéticos.

La metodología empleada en el presente trabajo se articula en dos niveles de investigación, cuyos resultados se interrelacionarán finalmente para llegar a una mejor comprensión del fenómeno abordado desde sus dos facetas, producción y narración:

a) *Análisis del mensaje cinematográfico como proyecto de producción*, dentro de la empresa donde se origina, construye y difunde. Esta perspectiva permite estudiar las producciones de Pixar según la imagen, principios y valores sociales, humanos y familiares que se proyectan en unas historias dirigidas a una audiencia heterogénea, en la que coinciden niños y adultos. En segundo lugar, este enfoque de producción permitirá determinar las claves y rasgos característicos que configuran un modo de narrar y diseñar un tipo de producto, y que permiten hablar de un "sello Pixar".

b) *Análisis del discurso desde la óptica de las estrategias emocionales del guión*, mediante el estudio de las técnicas dramáticas empleadas por Pixar para la construcción de un doble nivel de lectura infantil y adulta. Este análisis parte de las categorías afectivas propuestas por Aristóteles en el libro II de *Retórica*, así como en los conceptos desarrollados por especialistas en el ámbito del guión que han subrayado, de manera particular, la importancia narrativa de los aspectos emocionales. En esta investigación se han combinado varios modelos de referencia, con objeto de obtener una herramienta analítica aquilatada. En concreto, los autores principales en los que se fundamenta este estudio son el profesor de UCLA Extension, Karl Iglesias, el guionista y ganador de un Emmy Peter Dunne y la profesora Christina Kallas de la Universidad de Tesalónica.

En lo referente a las *fuentes primarias* de estudio, se ha trabajado mayoritariamente con documentos cinematográficos accesibles en el mercado audiovisual. Asimismo, se han estudiado los guiones presentados anualmente por Pixar a la consideración de los miembros de la Academia de Hollywood para presentar su candidatura en la categoría de mejor guión, y al que se suele acceder en la página Web de la propia Academia de

Hollywood –una opción que parecía más adecuada que su obtención a través de medios menos fiables–. Es conocida la dificultad de acceder al tratamiento, borradores y guiones empleados durante el desarrollo de un filme, por su carácter de herramienta durante el proceso de producción, pues terminan por permanecer inéditos, o en ocasiones se reducen a meras transcripciones de la película, lo cual las invalida para cualquier uso científico.

Dentro de este campo bibliográfico, la principal dificultad ha consistido en el acceso a una fuente primaria de excepción, como son las entrevistas personales con los creativos y productores de Pixar. Ya en su página corporativa aclaran la imposibilidad de atender individualmente a todas las peticiones provenientes de personas que realizan un trabajo académico o de investigación sobre el estudio de animación[4]. Sin embargo, sí se ha podido conversar con dos animadores españoles de la casa, quienes respondieron a preguntas generales, dada la cláusula de confidencialidad profesional que deben respetar.

Las *fuentes secundarias* de este trabajo se apoyan en la bibliografía relacionada con Pixar, el cine de animación, el cine familiar y la teoría del guión, en donde destacan los autores reconocidos de este ámbito como Robert Mckee, Christopher Vogler, Linda Seger, Dara Marks, Antonio Sánchez-Escalonilla, Syd Field, John Truby o Yves Lavandier. Además, se ha contado con la colección completa de libros de arte de las 10 películas que comprenden el análisis de esta tesis. Del mismo modo, se han consultado entrevistas, artículos y reportajes de revistas especializadas en guión y animación como *Creative Screenwriting, Script, Written by, Animation Magazine*, *Animation World,* así como publicaciones del mundo académico en ambas áreas como *Journal of Popular Film and Television*, *Animation: an Interdiciplinary Journal* o *Animation Studios*, publicación de la Society Animation Studies.

La estructura del presente trabajo se articula en trece capítulos, divididos en cuatro partes claramente diferenciadas. La primera de ellas se orienta a la exposición de los conceptos relacionados con el cine familiar y su evolución. La segunda tiene un carácter histórico contextual, en el que se presentan los hechos más relevantes del segundo florecimiento de la animación y la historia de Pixar Animation Studios. En esta segunda parte se destaca el origen y las claves de su cultura creativa, y pretende aportar el contexto histórico de este trabajo.

La tercera parte, titulada "Escribir en Pixar", está compuesta por seis capítulos y un epílogo. En el primero de ellos se repasa el proceso de desarrollo que se sigue en el estudio de animación, y en los cinco restantes se expone la trayectoria personal y profesional de los directores objeto de análisis. A saber: John Lasseter, Andrew Stanton, Pete Docter, Brad

[4] Cfr. *Pixar.com*, http://www.pixar.com/companyinfo/faq/faq.htm

Bird y Lee Unkrich. Asimismo, se tratan las claves de sus obras. Finalmente, un breve epílogo recoge los rasgos comunes y distintivos de los mencionados cineastas. El contenido de esta parte del trabajo constituye una aportación que no se había atendido antes en ningún otro estudio académico sobre Pixar, y es el resultado de una extensa recopilación de declaraciones, de entrevistas ofrecidas por los realizadores a diversas publicaciones –orientadas tanto al público en general, como al especializado–, y de textos de referencia fundamentales sobre la historia de este estudio cinematográfico. Entre estos últimos se encuentran *The Pixar Touch* de David Price (2008), y *To infinity and Beyond*, de Karen Paik (2007).

Por último, la cuarta parte titulada "Estrategias narrativas para la construcción de niveles de lectura" está constituida por los capítulos más extensos de la tesis. En ella se aborda el análisis de las técnicas dramáticas empleadas en los guiones de Pixar para crear un doble nivel de lectura. Este segmento está compuesto por cuatro capítulos. En el primero se exponen las bases teóricas y metodológicas que sustentan el análisis de los capítulos posteriores, en los que se aborda la creación de personajes, el diseño estructural del relato a la luz de las estrategias emocionales, y la construcción de universos diegéticos, respectivamente. El estudio de cada uno de esos aspectos de los guiones de Pixar revela un uso de los recursos habituales para la creación de niveles de lectura, que responde a las necesidades narrativas particulares de cada historia.

Llegados a este punto, es indispensable agradecer a todas las personas que han colaborado en la realización de este trabajo. En primer lugar y de manera muy especial, a los directores de esta tesis. Al profesor Antonio Sánchez-Escalonilla, sin cuya orientación, aliento y publicaciones, esta investigación no hubiese sido posible. No hay palabras suficientes que puedan expresar la gratitud a su enorme generosidad, comprensión y paciencia. A la profesora Araceli Rodríguez Mateos, por su apoyo incondicional, su cariñosa exigencia y por sus observaciones siempre acertadas y sinceras.

Asimismo, es preciso manifestar palabras de gratitud a la Universidad Rey Juan Carlos y al Departamento de Ciencias de la Comunicación I. A la Universidad de Navarra, especialmente al Departamento de Cultura y Comunicación Audiovisual, cuyos profesores han estado siempre disponibles para resolver las dudas que surgían durante la realización de la tesis. A Guillermo Eiroa y María Calatayud, de Euroview, por facilitar su colección de libros de arte de Pixar mientras se redactaba este trabajo. Al profesor Paul Wells, de la Universidad de Loughborough, por sus recomendaciones al comienzo de este trabajo, y a Karl Iglesias, Sky Press y Cruz Delgado, por el material suministrado y por sus valiosas

sugerencias. A Jerónimo José Martín por facilitarme la entrevista con los animadores Juan Carlos Navarro y Eduardo Martín, de Pixar. Y, finalmente, a Ruth Gutiérrez por dar la clave que trajo esta investigación a Madrid.

CAPÍTULO 1. EL CINE FAMILIAR: ENTRE EL *MARKETING* Y LO CREATIVO

El presente capítulo tiene como finalidad presentar un marco conceptual que sitúe a los guiones de Pixar, que son objeto de estudio de esta investigación, dentro de la categoría de filmes a la que corresponden según el *target* o público específico al que se dirigen. De este modo, se pretende facilitar la comprensión de los asuntos que se estudiarán a lo largo de este trabajo. No se trata aquí de hablar sólo del género al que pertenecen estas historias, sino, sobre todo, de ubicarlas en el tipo de contenidos orientados a audiencias heterogéneas, y para los que resulta esencial la construcción de una doble lectura infantil y adulta: el cine familiar.

Para ello se impone, en primer lugar, definir en qué consiste el término cine familiar y distinguirlo de otras tipologías que han servido como sinónimo para designarlo. A continuación se abordará el concepto de *four quadrant films*, un término proveniente del *marketing* audiovisual para designar a las producciones destinadas a todos los públicos, que ha influido en las tendencias actuales del cine familiar, hasta el punto de que muchos los consideran equivalentes. Finalmente, se expondrán las características más destacadas de las historias del cine familiar de aventura, en el que se inscriben los guiones de Pixar.

Cabe apuntar que estos conceptos son fruto de la evolución de las audiencias y del modo en que algunos estudiosos y actores del mundo de los negocios cinematográficos entienden las tendencias dentro de este segmento del mercado. Por tanto y, pese al carácter teórico de este capítulo, será inevitable hacer mención a aspectos de orden histórico y de producción que arrojen cierta luz sobre las peculiaridades de lo que hoy se conoce por cine familiar o contenidos para todos los públicos.

1.1. Hacia un concepto de cine familiar

Hablar de un concepto de cine familiar no resulta sencillo, dado que tanto en los ámbitos académicos como profesionales no hay un consenso respecto a una fórmula que

defina a este tipo de producciones de manera satisfactoria[1]. La dificultad de la que aquí se habla estriba, en primer lugar, en que no se trata de un género, sino de una categoría de filmes determinada por su audiencia.

La primera consecuencia de este hecho es que el *target* al que se hace referencia está compuesto por una porción de audiencia que comprende un amplio espectro de edades. Circunstancia que supone, por una parte, un segmento muy lucrativo desde el punto de vista de la industria y, por la otra, una variedad de requerimientos relativos a lo que se cuenta y a cómo se cuenta. La segunda derivación alude a que las tendencias y estrategias empleadas para orientar los contenidos a los espectadores no han sido ajenas a la evolución de los públicos ni del cine en general, de manera que los rasgos que identifican sus contenidos resultan hasta cierto punto esquivos.

En este apartado se expondrán algunas de las razones que han dificultado la consecución de un concepto de cine familiar. Entre ellas se destaca la asociación entre las nociones de cine infantil y películas familiares, así como la influencia que han tenido las estrategias adoptadas por estas producciones para alcanzar al público general.

1.1.1. El cine familiar y su vínculo con las películas infantiles

Desde su origen, el cine familiar estadounidense ha estado marcado por la presencia del sector infantil que incluye su audiencia. Los niños constituyen un factor determinante en lo relativo al diseño de sus contenidos, puesto que se trata de un público con necesidades muy concretas y representan un elemento clave del negocio de este tipo de entretenimiento. Por otra parte, las estrategias que Hollywood ha empleado para adecuarse a un grupo tan heterogéneo de espectadores han influido de manera especial en el malentendido que equipara a las películas para niños con los filmes orientados a una audiencia general[2]. Pero ¿en qué consiste el cine infantil y en qué se diferencia del cine

[1] Cfr. BROWN, Noel, *Hollywood, The Family Audience and the Family Films, 1930-2010*, tesis doctoral en filosofía, Escuela Literatura, Lenguaje y Lingüistica, Universidad de Newcastle, junio, 2010, p. 6. [Enero 2011]. https://theses.ncl.ac.uk/dspace/bitstream/10443/954/1/Brown,Noel10.pdf

[2] Esta confusión se produce en el público en general, pero también en algunos estudiosos que aseguran no observar diferencia alguna entre el cine infantil y el familiar, así como en listas de títulos de una categoría o de otra, en donde no parecen muy claros los parámetros para identificar unas u otras. Sobre un estudio del concepto cine infantil, ver: RODRÍGUEZ ROSELL, María del Mar, MELGAREJO MORENO, Irene, "Cine infantil: aproximación a una definición", en: *Doxa, Comunicación*, *revista interdiciplinar de estudios de comunicación y Ciencias sociales*, nº10, Universidad San Pablo CEU, Madrid, pp. 167-181.

familiar? Y si hay realmente una diferencia, ¿por qué estos términos siguen estando asociados?

De acuerdo con Cary Bazalgette y Terry Staples, una película infantil trata los intereses, miedos, malentendidos y preocupaciones de los niños en sus propios términos[3]. Normalmente se trata de filmes de entretenimiento orientados a personas menores de 12 años, que se centran en asuntos relacionados con la amistad, la familia y los problemas propios del proceso de maduración en que los pequeños se hayan inmersos. Las tramas de estas producciones procuran enseñar alguna lección moral en la que se demuestra que el bien puede triunfar sobre el mal. Sus contenidos se caracterizan por no ser ofensivos. De ahí que no incluyan escenas violentas ni vocabulario soez, y se eviten los temas religiosos o la sexualidad gratuita[4].

Las producciones para niños abarcan una amplia gama de géneros: comedia, aventura, fantasía, musicales, drama, subgéneros como los filmes deportivos, etc. De hecho, en sus historias se mezclan, habitualmente, elementos de unos y de otros, como por ejemplo, *El mago de Oz* (Victor Fleming, 1939) o *Marry Poppins* (Robert Stevenson, 1964), donde se combina el musical y la fantasía.

Es frecuente que las tramas del cine para niños incluyan a un personaje infantil de relevancia, normalmente protagonista, que suele estar interpretado por un actor famoso de cada tiempo, con independencia de si se trata de una película de acción real o de animación. Sin embargo, también es habitual encontrar seres inanimados como figuras centrales de los relatos. Es el caso, por ejemplo, de *La tostadora valiente* (Jerry Ress, 1987) o *Raggedy Ann and Andy* (Richard Williams, 1997). Los animales también suelen liderar estas historias o ser co-protagonistas, como ocurre en *La cadena invisible* (Fred M. Wilkox, 1943), *101 Dálmatas* (Clyde Geronimi, Hamilton Luske, Wolfgan Reitherman, 1961), *Los rescatadores* (John Lounsbery, 1977), ¡*Liberad a Willy*! (Simon Wincer, 1993) o *Stuart Little* (Robert Minkoff, 1999) entre otros. Del mismo modo, los argumentos orientados a los pequeños pueden ser protagonizados por seres fantásticos o extraordinarios como *Los Pitufos* (Raja Gosnell, 2011), por ejemplo.

El cine familiar, por su parte, es aquel que está diseñado para el disfrute del núcleo familiar en su conjunto, así como por la mayor cantidad posible de espectadores de todas las edades, por lo que en ellas se procuran incluir elementos atractivos para los

[3] BAZALGETTE, Cary, STAPLES, Terry, "Unshirinking the Kids: Children's Cinema and the Family Film", en: BAZALGETTE, Cary, BUCKINGHAM, David (ed.) *In front of the Children: Screen Entertainment and Young Audience*, British Film Institute, Londres, 1995, p. 96.
[4] Cfr. DIRKS, Tim, *Film Site. org,* [septiembre, 2006]. http://www.filmsite.org/childrensfilms.html

adolescentes, jóvenes adultos y mayores. Razón por la que se espera que estos contenidos entretengan de igual forma, por ejemplo, a un niño y a su abuelo[5]. Concepto que los equipara a las producciones para todos los públicos.

En este sentido, no hay que perder de vista que, como Pilar Yébenes advierte, hablar gratuitamente del *target* familiar es peligroso, puesto que toda la familia incluye un abanico de edades, desde la más temprana hasta la más prolongada, de manera que muchas producciones se quedan en la intención de ofrecer un contenido para esta audiencia o de conectar efectivamente con ella, pese a que usan la etiqueta familiar como reclamo publicitario con el fin de que los más pequeños acudan en masa con sus tutores o público maduro, quienes en definitiva, pagan el canon[6].

Los argumentos de estas producciones son mayoritariamente amables. Por eso, sus tramas se desarrollan habitualmente dentro de géneros como el musical, la aventura, la comedia y, en menor medida, el drama. Asimismo, sus historias contienen habitualmente algún rasgo mágico o fantástico, aunque no sea una condición *sine qua non* de los filmes para la familia. En lo que respecta a los temas, se abordan diversidad de asuntos en los que la amistad y la familia tienden a estar presentes.

Aunque muchas de estas películas tocan asuntos propios de las relaciones familiares o que implican a sus miembros (hijos, padres, abuelos, etc.), hay que distinguirlas de filmes que abordan, con más o menos profundidad, los problemas que pueden ocurrir en el seno de una familia y cuyo tratamiento no son aptos para la audiencia infantil. Es el caso de dramas como *Kramer contra Kramer* (Robert Benton, 1979), *Gente Corriente* (Robert Reford, 1980) o *Mi familia* (Gregory Nava, 1995), entre otros títulos.

Como puede verse, a pesar de los rasgos que de hecho vinculan al cine familiar con el infantil, en lo temático y lo formal, este trabajo no los considera una misma cosa, ya que ambas categorías difieren en asuntos esenciales para un estudio de contenido. Si se consideran los conceptos aquí expuestos, no se puede pasar por alto un factor crucial a la hora de distinguirlas: su audiencia.

Las películas para niños están orientadas a personas menores de 12 años. Esto supone que la temática que abordan y el modo en que lo hacen deban adaptarse a los requerimientos propios de sus espectadores, que se encuentran en pleno desarrollo físico y cognitivo. Por su parte, el cine familiar, aunque cuenta a este sector del público dentro de

[5] Cfr. *Op. Cit.*, BROWN, Noel, p. 6.
[6] YÉBENES, Pilar, "La democratización de la animación: Generación Pixar", en: VIDALES, Nereida (ed.), *Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento*: *un futuro conectado*, Laertes, Barcelona, 2008, p. 171.

su audiencia, debe combinar las preocupaciones de los adultos con la imaginación e inquietudes propias de los pequeños: tratar de conjugar elementos temáticos y formales atractivos para un amplio rango de edades[7].

Pese a este importante contraste, la realidad ha puesto en evidencia la influencia que han tenido factores externos a las historias y que han contribuido a que los límites que distinguen el cine infantil del cine familiar sean siempre difusos. Se habla, concretamente de las estrategias empleadas dentro de los guiones para atraer al público y a la importancia que tienen los niños dentro de las labores de *marketing*, tema que se retomará en el siguiente capítulo de este trabajo.

A pesar de que el cine familiar ha pasado por distintos momentos de popularidad y tendencias de producción a lo largo de su historia, el vínculo entre éste y las películas para niños se ha mantenido. Pero si se hace una comparación entre las primeras producciones de la historia de ambas categorías y las que se realizan en la actualidad, es posible percatarse de que se ha invertido el criterio de adecuación de los contenidos: en el pasado, los títulos destinados a la familia tendían a parecerse a los dirigidos a niños[8]. En el presente, las cintas orientadas a los pequeños atienden cada vez más al entretenimiento de sus acompañantes

[7] Cfr. KRÄMER, Peter, "The best, Disney Film Never Made: Children's Films and the Family Audience in American Cinema Since the 1960s", en: NEALE, Steve (ed.), *Genre and Contemporary Hollywood*, British Film Institute, Londres, 2002, p. 186. Cfr. FIELD, Syd, comunicación personal vía electrónica del 13 de septiembre de 2011. Ver anexos de este capítulo; Cfr., MENDELSHON, Aaron, "Writing Family Films", en: *Script*, nº2, Forum, Baldwin, marzo-abril, 2001, p. 58.

[8] Cuando comenzaron a proyectarse las primeras producciones para la familia, sus títulos se asociaban a historias propias de la audiencia infantil, debido al ánimo de adecuar sus relatos a unas expectativas de orden moral y de calidad, entendidas como valor cultural o educativo. Por esos años, todos los filmes fueron objeto de un cierto escrutinio en estos aspectos, por parte de la propia industria y de algunos sectores de la sociedad. Se hace referencia a medidas de autorregulación como, por ejemplo, el Código de producción de Hollywood que se implantó durante la década de los 30, la intervención de las ligas culturales ya constituidas desde las época de Will H. Hays, como General Federation on Women's Club o National Congress of Parents and Teachers, o algunas reformas educativas en las que cine podía ser de ayuda en las escuelas, entre otros. En los años que siguieron, algunas producciones abordaron cuestiones más cercanas a la familia, en donde sus protagonistas eran personajes que encarnaban el papel de un padre, una madre o un hijo y que se adaptaban a espectadores de distintas edades. Algunas de ellas se han convertido en auténticos clásicos, como por ejemplo: *Que bello es vivir* (Frank Capra, 1946) o *Cita en San Luis* (Vicente Minelli, 1944). Sin embargo, no fueron la norma. En cambio, las adaptaciones de clásicos de la literatura infantil y juvenil de todos los tiempos constituyeron una fuente abundante de entretenimiento adecudado a niños y adultos, que, a su vez, aportaba a estos filmes un barniz asociado a la calidad. Es más, a lo largo de la historia del cine familiar, ésta ha sido una estrategia adecuada y recurrida, más allá de las modas y tendencias del cine. Así se pueden citar: *Mujercitas* (George Cukor, 1933 o la de Mervin Leroy, 1949), *La isla del tesoro* (Byron Haskin, 1950), o *Los Robinsones de los mares del sur* (Ken Annakin, 1960), *Parque Jurásico* (Steven Spielberg, 1993), *Matilda* (Dani de Vito, 1996), *La princesita* (Alfonso Quaron, 1995), *El jardín secreto* (Anieska Holland, 1993), la saga de *Harry Potter*, *Shrek* (Andrew Adamson y Vicky Jonson, 2001), *Una serie de catastróficas desdichas* (Brad Sirberlin, 2004), *Cómo entrenar a tu dragón* (Dean Deablois y Chris Sander, 2010), *Las Crónicas de Narnia* en cualquiera de sus entregas, *Alicia en el país de las maravillas* (Tim Burton, 2010) o *Gnomeo y Julieta* (Kelly Asbury, 2011), entre otros.

adultos. Como afirma Addison en "Children's Films in the 1990's", "la mayoría de las películas infantiles contemporáneas son en realidad filmes familiares"[9].

1.1.2. Cine familiar actual: cine para todos los públicos

El término cine familiar, dentro de la industria de Hollywood, no es más que un descriptor de un tipo de producto. Como afirma Noel Brown en *The Family Audience and the Family Films, 1930-2010*, se trata de una etiqueta y un formato desde el punto de vista comercial, de crítica y de público, cuyo significado alude a una marca muy lucrativa del mundo cinematográfico, sinónimo de entretenimiento de alta calidad para todos[10]. Asimismo, la audiencia familiar supone en la actualidad una masa crítica de espectadores de todas las edades y a escala global. Este simple hecho no convierte a estos filmes en éxitos de taquilla. Sin embargo, es una realidad que la lista de películas con mayor recaudación de la historia esté encabezada en su gran mayoría por títulos orientados al público general, una razón que ha contribuido a la configuración de las estrategias narrativas de sus guiones[11].

De acuerdo con Brown, el cine familiar actual responde a dos tipos de tácticas a la hora de dirigirse a su público: "algunas (la minoría) están orientadas exclusivamente a la familia, con la creencia de que un amplio espectro del publico las seguirá, mientras que otras, la mayoría, se dirigen a una audiencia masiva a nivel mundial, en donde la familia es un componente de gran atractivo comercial"[12]. De este modo, el término cine para todos los públicos y cine familiar se convierten en conceptos equivalentes.

Cualquiera de estas denominaciones refleja la falta de definición del fenómeno del cine familiar tanto en el ámbito de la industria como del académico[13]. En el terreno

---

[9] HEATHER, Addison, "Children's Films in the 1990s", en: DIXON, Wheeler Winston (ed), *Film Genre 2000, New Critical Essays*, Universidad de Nueva York, Albany, 2000, p. 177. Opinión que también comparte Peter Karmer. Cfr. KRÄMER, Peter, " Would you take your child to see this film?, the cultural and social work of the family-adventure movie", en: NEALE, Steve, SMITH, Murray (ed.), en: *Contemporary Hollywood*, Routledge, Nueva York, 1998, p. 294.

[10] Cfr. *Op. Cit.*, BROWN, Noel, pp.8-10.

[11] En la lista de las diez películas más taquilleras de la historia sólo *Titanic* (#2) y *El caballero oscuro* (#10) no corresponden a la categoría de filmes orientados a todos los públicos. Ver: *Box Office Mojo*: http://boxofficemojo.com/alltime/world/

[12] *Op. Cit.*, BROWN, Noel, pp. 8-10. Si bien los filmes de Pixar corresponden a un cine familiar, en su página corporativa en Internet, la empresa define sus producciones como "filmes orientados a audiencias todas las edades". "Corporate overview", en: *Pixar.com*. [septiembre 2011].
http://www.pixar.com/companyinfo/about_us/overview.htm

[13] Las audiencias familiar e infantil son los segmentos de mercado menos valorado por algunos profesionales del área audiovisual. Cfr. HABER, Joel, "Kid Stuff, writing for The Family Film Market", en: *Script*, nº4, Forun, Baldwin, 2005, p. 24.

empresarial, la familia es un factor de amplio alcance, en donde pareciera que, en lo que atañe a los contenidos, lo de menos es la familia[14]. Esto no es necesariamente un rasgo negativo, si se entiende como síntoma de diversidad temática, en la que tienen cabida asuntos que no se habían tratado antes en el cine familiar o no con mucha frecuencia. En el caso de las historias de Pixar, por ejemplo, la mayoría de ellas abordan temas poco frecuentes en estas producciones como la vejez o la muerte, pero desde una óptica adecuada para niños y adultos.

En lo que respecta a los estudios sobre cine, varios autores, entre los que se cuentan los citados en este capítulo, han abordado las tendencias del cine familiar desde una perspectiva más social que narrativa. Como consecuencia, no hay una noción que indique el tipo de asuntos y rasgos comunes que permitan catalogar a un filme como contenido familiar. Es más, tampoco hay un mínimo de conexiones formales entre las producciones que ostentan la etiqueta de cine familiar. Dentro de esta categoría se encuentran gran variedad de géneros como musicales, comedias, fantasía, ciencia ficción, épica y *westerns*, pero también se incluyen otras subcategorías, como las que Brown recopila y que se enuncian a continuación[15]:

1. Cine familiar de aventuras: *Toy Story*, *Piratas del Caribe* (Gore Verbinski, 2003).
2. Cinta familiares de fantasía: *Willow* (Ron Howard, 1988).
3. Filmes familiares sobre ciencia, entre los que se cuentan títulos de John Badham *Juegos de guerra* (1983) o *Cortocircuito* (1986).
4. Películas familiares para adolescente (*family-freendly teen pic*) como *Gremlins* (Joe Dante, 1984), *Regreso al futuro* (trilogía, 1985,1989, 1990).
5. Producciones de espada y brujería *Lady Halcón* (Rochar Donner, 1985), *El caldero mágico* (Ted Beran y Richard Rich 1985), *Leyenda* (Ridley Scott, 1985),

[14] Con esta aseveración se alude al hecho de que el término cine familiar no implica el tratamiento de temas relativos a la familia y que, en algunos casos, pareciera que lo que más interesa es que los guiones contengan los elementos que se saben interesantes para el público, sin prestar mayor atención a la calidad de las historias o cuidar de manera especial el tipo de humor o contenido que emplean. Por eso, algunos como Mónica Kirchheimer afirman injustamente que las películas infantiles y familiares del presente alejan doblemente a la audiencia infantil porque "ni enseñan ni entretienen a lo niños". Cfr. KIRCHHEIMER, Mónica, "Partidos poéticos en la animación contemporánea: una aproximación a sus estrategias enunciativas", en: ZABALA, Lauro (coord.), *Reflexiones teóricas sobre el cine contemporáneo*, Programa editorial Compromiso, Gobierno de México, México, 2010 p. 171.

[15] Cfr. *Op. Cit*., BROWN, Noel, pp. 224-225.

6. Películas sobre intercambio de cuerpos como *De tal palo tal astilla* (Rod Daniel, 1987), *Viceversa* (Brian Gilbert, 1988), *Big* (Penny Marshall, 1988), *Ponte en mi lugar* (2003), *17 otra vez* (Burr Steers, 2009).
7. Historias protagonizadas por adultos y centradas en cuestiones familiares: *El padre de la novia*, (Charles Shyer, 1991), *Hook* (Steven Spielberg, 1991), *La señora Doutfire* (Chris Columbus, 1993), *Quédate a mi lado* (Chris Columbus, 1998).
8. Comedia familiar con predominio del *slapstick* como *Poli de guardería* (Ivan Reitman, 1990), *Beethoven* (Barry Levant, 1992), *Mano a mano con papá* (Howard Deutch, 1994).
9. Adaptaciones de clásicos como *Mujercitas* (Gilliam Amstrong, 1994), *Oliver Twist* (Roman Polanski, 2005)
10. Películas navideñas para toda la familia como *Un padre en apuros* (Brian Levant, 1996) o *El Grinch* (Ron Howard, 2000).

Por otra parte, destaca el hecho de que las estrategias narrativas del cine familiar en busca de un amplio público parecen coincidir con las que emplean filmes que a simple vista no encajan en todos los parámetros del cine familiar que se expusieron en el apartado anterior y que, sin embargo, han sido muy bien acogidas en todos los segmentos de esta audiencia. *Titanic* (James Cameron, 1997) es un buen ejemplo de esto. En apariencia, nadie diría que este *blockbuster* es una película orientada al público familiar. No obstante, su éxito se produjo en todos los sectores del público, especialmente entre los niños[16].

Dado este contexto, queda en evidencia que el término cine familiar es un sinónimo de cine para todos los públicos, en donde el énfasis está marcado sobre el alcance demográfico de las producciones, mas no en el tipo de contenidos que los distingue. El asunto es llegar a un mayor número de espectadores y de distintas edades.

Aunque en el subapartado anterior se señalaron algunas de las características del cine familiar en el que se apuntaban a tipos de argumentos, etc., lo cierto es que los cambios en este tipo de contenidos han variado a lo largo de la historia. Por eso, aquí se ha visto pertinente decantarse por un término más amplio para aludir al cine familiar, emplear

[16] Cfr. HABER, Joel, "Kid Stuff, Writing for The Family Film Market", en: *Script*, nº4, Forun, Baldwin, 2005, p. 24. PRESS, Skip, *What Moviegoers Want and Hollywood Often Ignores*, Skip Press, 2003. Skip Press apunta algunas estrategias narrativas interesantes que explican este hecho como, por ejemplo, que la historia de amor tuviera cierta semejanza a un cuento de hadas, lo que, en su opinión, podría atraer las niñas. Asimismo, este autor añade otros elementos como el tipo de protagonista juvenil, que suele atraer a audiencia menos maduras. Cfr. CIRILE, Jim, "Meet the Four Quadrants", en: *Creative Screenwriting,* Creative Screenwriting, Hollywood, nº 2, marzo-abril, 2005, p. 42.

una expresión que considere las tendencias de producción que inciden de manera decisiva en el tipo de historias que requieren la construcción de un doble nivel de lectura, como es el caso de las producciones designadas como *four quadrant films*[17].

1.2. *Four quadrant films* o "películas de los cuatro cuadrantes"

En Hollywood se suele clasificar al público dentro de cuatro compartimentos simples, a los que se les conocen típicamente como cuadrantes. Cada indicador hace referencia al siguiente grupo de personas, de acuerdo a su sexo y edad:

- Primer cuadrante: hombres menores de 25 años.
- Segundo cuadrante: hombres mayores de 25 años.
- Tercer cuadrante: mujeres mayores de 25 años.
- Cuarto cuadrante: mujeres por debajo de los 25 años.

Las películas que consiguen alcanzar a todos estos segmentos de la audiencia se consideran *four quadrant films* o películas de los cuatro cuadrantes, las cuales, en palabras de Jeffrey Hirchberg, son "el último generador de taquilla simplemente porque atrae a la mayor parte de los espectadores"[18]. En este sentido, algunos autores como Skip Press consideran a esta categoría como un sinónimo de cine familiar, pues en sus palabras, "lo pueden ver y disfrutar cuatro generaciones: niños, adolescentes y adultos jóvenes, padres y profesionales entre los veinte, treinta y cuarenta años, así como abuelos… padres y niños, hombres y mujeres"[19].

Si bien Press tiene razón en cuanto los objetivos comerciales de estas producciones, en el presente trabajo se comparte la opinión de otras personalidades de la industria como Oren Aviv, jefe de la oficina de *marketing* de Fox, que matiza esta postura. Para Aviv no todas las películas familiares son *four quadrant films*, un hecho comprobable en la taquilla. Por ejemplo, títulos como *La búsqueda* (John Turteltaub, 2004) o la ya mencionada *Titanic*

[17] La producción tiende a identificarse por las características textuales del film como por la historia, la iconografía así por como los rasgos extra textuales como el *target*, los patrones de lanzamiento, presupuestos, estatus cultural y personal clave. Cfr. BALIO, Tino, *Grand Desing, Hollywood as a Modern Business* 1930-1939, Charles Scribner's Sons, Nueva York, 1993, pp. 179-312.

[18] Cfr. HIRSCHBERG, Jeffrey, *Reflection of the Shadow. Creating Memorable Heroes and Villians for Film*, Michael Wiese Production, Studio City, 2009, p. 240.

[19] PRESS, Skip, comunicación personal vía correo electrónico, 11 de septiembre de 2011. Ver anexos de este capítulo.

han conseguido hacerse con el aprecio del público de todas las edades, pese a que originalmente se habían orientado hacia un *target* más bien adulto. Por su parte, un título como *Los Increíbles* (Brad Bird, 2004) representa un modelo de película familiar de éxito en todos los cuadrantes[20].

Por otra parte, la noción del cine familiar, entendido como *four quadrant film* que aquí se sostiene, responde a un tipo de contenido que busca, en palabras del productor William Fay, "un sólido centro moral, una lección moral con la que los padres del auditorio se sientan a gusto"[21], y que les permita disfrutar del filme en la misma medida que lo hacen sus hijos. No en vano, en términos de *marketing* y recepción, el visionado de las películas orientadas a todos los públicos constituyen una experiencia familiar.

1.2.1. La popularización del término y sus antecedentes más importantes

El término *four quadrant films* se originó en los departamentos de *marketing* de los estudios y de seguimiento de películas interesados en trazar un mapa de los intereses de la audiencia y sus reacciones ante sus producciones[22]. La razón para que este vocablo se haya popularizado se debe al auge de algunas cintas recientes que han logrado conectar con todos los segmentos del público. Tal es el caso de, por ejemplo, *Piratas del Caribe*, la saga de *Harry Potter*, *Shrek* (Andrew Adamson y Vicky Jenson, 2001) o *Buscando a Nemo* (Andrew Stanton, 2003).

Lo que resulta más complicado es determinar el año en el que se comenzó a popularizar el término. Algunos, como Paul Dergarabedian, expresidente de Exhibitor Relation Co, (oficina de seguimiento y análisis de taquilla para el mundo del entretenimiento)[23], apunta a *Shrek* como el título que consiguió llamar la atención de la industria al lograr un gran impacto en los cuatro cuadrantes y romper definitivamente la falsa creencia de que la animación era sinónimo de cine infantil: "fue la primera película animadas calificada con las siglas PG, es decir, para todos los públicos, lo que significó toda

[20] Cfr. SPECTOR, Josh, "The Craft of Writing the Four Quadrant Film", en: *Creative Screenwriting*, nº3, Creative Screenwriting, Hollywood, mayo-junio 2005, p. 71.
[21] CLINCH, Catherine, "The State of the Market",en: *Creative Screenwiting*, Creative Screenwriting, Hollywood, nº 1, enero-febrero, 2006, p. 62. William Fay es el productor de títulos como *Independence Day*, (Roland Emmerich 1996) o *El patriota*, (Roland Emmerich, 2000).
[22] Para la mayoría de los estudios, el objetivo es obtener los datos suficientes para ampliar la base de su audiencia. Así, muchos diseñan sus contenidos familiares dentro del marco de las superproducciones o de las películas de los cuatro cuadrantes. Cfr. *Five Sprockets, Your Virtual Production Studios*, [septiembre 2011]. http://www.fivesprockets.com/resources/content/four-quadrant-picture
[23] Ver página corporativa de Exhibition Relation Co: http://www.ercboxoffice.com/

una novedad (…) Esto inició una tendencia y abrió la puerta a una nueva ola de filmes"[24]. Sin embargo, ha sido más notable la cadena de *blockb]usters* producidos por Pixar desde su primer largometraje. Todos ellos se citan como auténticos *four quadrant films*.

Los antecedentes fílmicos de este tipo de producciones se hallan a mediados de la década de los 70, gracias a la influencia de los cambios experimentados por el sector cinematográfico y al surgimiento del fenómeno *blockbuster*. Estas condiciones crearon el caldo de cultivo para que surgieran algunas cintas que consiguieron un gran impacto en todos los cuadrantes, y que contribuyeron de manera decisiva a la configuración de los actuales *four quadrant films*. La primera y paradigmática de estas obras es *Star Wars* (George Lucas, 1977).

La obra de Lucas significó un hito dentro del cine orientado a todos los públicos, pues trascendió las fronteras de la idoneidad y del atractivo en cada segmento de la audiencia[25]. En palabras de Brown, esta película puede ser vista como el filme que reintegró demográficamente a los adolescentes dentro de la audiencia masiva, superó estrategias de *marketing* como la de American International Pictures (AIP) denominada *Sindrome de Peter Pan*, o los grupos catalogados como *kitdult*[26]. Asimismo, sacó a las producciones destinada a la familia de una relativa oscuridad y las actualizó, de manera que su contenido conectara con la audiencia mayorítaria de las producciones de Hollywood[27]. El año de su estreno, la

---

[24] Según este mismo experto, la calificación PG es por naturaleza equivalente a *four quadrant film* porque las películas clasificada con la letra G tienden a olvidar al adulto y PG13 puede descuidar el entretenimiento de los niños. *Op. Cit.*, SPECTOR, Josh, p. 70. El sistema de calificación de las películas comprende cuatro categorías de idoneidad según las audiencia: G (todas las audiencia) M (sugerido para personas maduras, adultos o jóvenes adultos, que se modificó posteriormente por PG que hace referencia a la necesidad de la guía de los padres), PG13 (que advierte a los padres que el film contiene algunas cuestiones inadecuadas a niños menores de 13 años), R (restringido para menores de 17 años, requiere la compañía y guía de un adulto) y NC17 (prohibido a los menores de 17 años). Ver: *Motion Picture Association of America*. Web institucional. http://www.mpaa.org/ratings/what-each-rating-means

[25] Cfr. KRÄMER, Peter, "It's aimed at kids – the kid in everybody": George Lucas, *Star Wars* and Children's Entertainment", en: *Scope online journal on film and tv studies*, nº20, Universidad de Notiingham, junio 2011. http://www.scope.nottingham.ac.uk/reader/chapter.php?id=9 Texto que se encuentra también en: *Op. Cit.*, TASKER, Ivonne (Ed.), *Action and Adventure*, Routledge, Nueva York, 2004, p. 366.

[26] American International Pictures es una compañía de producción cinematográfica formada en abril de 1956, especializada en películas independientes o de bajo presupuestos y contenidos orientados especialmente a los adolescentes. Ver: http://www.imdb.com/company/co0022781/

[27] *Op. Cit,* BROWN, Noel, p. 208. La estrategia de denominada "El síndrome de Peter Pan" partía de los siguientes presupuestos: a) un niño pequeño va a ver cualquier cosa que uno mayor vea; b) un pequeño de más edad no verá todo lo que uno menor vería; c) una chica verá cualquier cosa que un niño vea y d) un niño no va a ver cualquier cosa a una chica vea. Por tanto, para recuperar el mayor número de espectadores había que concentrarse en el hombre de 19 años. Cfr. BEAN, Robin, AUSTEN, David "U.S.A. Confidential", *Films and Filming* nº 215, Londres, Brevet Publishing, noviembre, 1968, p. 157. Cit., en: *Op. Cit.* KRÄMER, Peter (2002), p. 190. Por otra parte, el término *kidult* es una contracción entre las palabras "kid" (niño en inglés) y adulto y designa el fin de la brecha generacional en la industria cultural, pues libros, música, películas y videojuegos se crean y consumen al mismo tiempo por grandes y pequeños. Cfr. HAX, Andrés, "XXI Palabras claves de la cultura del nuevo siglo", en: *El Clarín.com*, Grupo Clarín, Buenos Aires, 26 de junio de 2005, [enero2009].

revista *Time* no sólo declaraba a *Star Wars* como la mejor película del año, sino también llamaba la atención sobre la clave de su éxito: "está dirigido a niños, al niño que hay en todos"[28].

La sencilla trama de esta película bebía de los cómics, de la ciencia ficción, la aventura cinematográfica, los seriales televisivos y de la literatura épica de distintas épocas y culturas. Y es que como señala Antonio Sánchez-Escalonilla: "Lucas intentaba construir su historia mientras se sentía invadido de un sentimiento de nostalgia hacia unos géneros populares de acción que parecían olvidados para siempre"[29].

Además de su manera original de combinar las fuentes de su premisa narrativa, su trama apelaba a cada uno de los segmentos del público. Así, el carácter mítico y las cualidades épicas de la película, su fantasía y su romanticismo vencían la resistencia de las mujeres y de las personas mayores al elemento de ciencia ficción que tradicionalmente atraían en especial a los hombres. Asimismo, el personaje de la princesa Leia era lo suficientemente fuerte como suscitar la simpatía del componente femenino de la audiencia. Otro tanto ocurría con Luke Skywalker, que atraía a los adolescentes, mientras que Han Solo representaba una especie de hermano mayor muy atrayente en todos sectores de la audiencia y los robots C3PO y R2D2 conformaban uno de los elementos infantiles del relato[30].

Además de la saga de Lucas, otras cintas han ido allanando el camino de los f*our quadrant films* actuales, especialmente aquellos dirigidos por Steven Spielberg, cuya influencia en el cine ha sido notable en todos los sentidos, especialmente en la manera de llegar a públicos heterogéneos[31]. Sus obras se han creado sobre la base de la existencia de un lugar común en el que se reúnen los intereses de los niños y de los adultos, a pesar de las grandes diferencias que existen entre su experiencia, educación y capacidad de

---

http://www.clarin.com/diario/2005/06/26/sociedad/s-04802.htm. Asimismo, esta categoría hace referencia a un estilo de vida que se define por la infantilización del adulto, especialmente por el espacio dedicado a las actividades lúdicas, la colección de *merchandising*, etc., al tiempo que lo niños sufren de una "adultización", especialmente asociado al mundo de la moda. Cfr. KIRCHEIMER, Mónica S., *Nuevas apariciones del dibujo animado cinematográfico*, ponencia presentada en IV Jornadas de jóvenes investigadores, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Instituto de investigaciones Gino German, Buenos Aires 19, 20 y 21 de septiembre de 2007 [enero de 2008].
http://www.iigg.fsoc.uba.ar/jovenes_investigadores/4jornadasjovenes/EJES/Eje%204%20Objetos%20culturales%20Arte%20Estetica/Ponencias%20eje%204/KIRCHHEIMER%20MONICA.pdf

[28] "Star Wars : The Year's Best Movie", en: *Time*, 30 de mayo de 1977 [septiembre de 2011].
http://www.time.com/time/printout/0,8816,914964,00.html

[29] SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, "La Guerra de las Galaxias", (en prensa).

[30] Cfr. *Op. Cit.*, KRÄMER, Peter, (2004), p. 367. Cfr. EARNEST, Olen J., "Star Wars: A case of study of motion picture marketing", en: *Current Research in Film*, vol 1, 1985, pp. 1-18.

[31] Cfr. WOOD, ROBIN, *Hollywood from Vietnam to Reagan*, Columbia University Press, Nueva York, 1986, pp. 162-163. Ver también: SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, *Steven Spielberg, entre Ulises y Peter Pan*, CIE Dossat 2000, Madrid, 2004.

entendimiento[32]. En ellas, el director ha demostrado una cierta cualidad de conjugar la magia con los asuntos de la vida mundana. Tal es el caso de *E.T.* (1982), otro relevante antecedente de las películas que aquí se estudian. De hecho, este título es uno de los modelos de producción que se siguen para alcanzar a una amplia audiencia, gracias a la clave de su atractivo: la dialectica entre realidad y fantasía[33].

Un realismo que se entiende más bien en términos emocionales, pues su argumento alude a asuntos y sentimientos que forman parte de la vida de cualquiera y que son difíciles de tratar: preocupaciones como el divorcio, la ruptura familiar, la intrucción de extraños, el valor de la amistad y, en medio de todo esto, se permite la irrupción de la fantasía y la magia. La unión de estos aspectos constituye el núcleo de la narrativa orientada a todos los públicos, un balance dialectico del interés por las necesidades de los niños y de los adultos, lo que contribuye desde el prisma empresarial a mantener los beneficios.

Otros filmes como *Encuentros cercanos de la tercera fase* (Steven Spielberg, 1977) o *¿Quién engañó a Roger Rabbit?* (Robert Zemeckis, 1988) emplearon estas mismas estrategias, de manera que en el momento de sus respectivos estrenos el cine familiar era mucho más que producciones orientadas a niños, pues atendían cada vez más a los requerimientos de los adultos que acompañaban a los menores a las salas, sin descuidar el entretenimiento de los pequeños. El ámbito de las producciones animadas, que son en la actualidad buenos exponentes de los *four quadrant films*, se pude decir que uno de sus antecedentes más relevante es *El rey león* (Robert Mickoff y Roger Allers, 1994). Su alcance, se tratará en el siguiente capítulo, así como el proceso que contribuyó a que estas películas trascendieran las concepciones erróneas que equiparaban a los dibujos animados con un género y al cine infantil.

1.2.2. Características de los *four quadrant films*

Al hablar de un *four quadrant film*, se hace referencia a un largometraje que contiene los suficientes elementos de interés para atraer a cada sector de la audiencia y que, de dichos elementos, se pueda realizar una campaña de *marketing* orientada a todos los públicos. Como ocurre con el resto de producciones cinematográficas, si no hay un mínimo de calidad en ellas, ninguna estrategia de promoción conseguiría que la gente las

[32] Cfr. CANBY, Vincent, "Die Hard calls to the Kidults", en: *New Yor Time*, 31 de julio de 1988. [agosto, 2010]. http://www.nytimes.com/1988/07/31/movies/film-view-die-hard-calls-t
[33] *Op. Cit.,* Cfr. BROWN, Noel, pp. 234-235.

respalde. Uno de los factores por lo que se mide el éxito de un *four quadrant film* radica en que a los espectadores no les importa repetir el visionado de la película[34]. Además, los adultos acuden a las salas interesados por estas películas, sin que para ello tengan que acompañar a un menor. Este espectador se sabe parte del *target* al que se orientan estos contenidos.

Los *four quadrant film* suelen ofrecer una mezcla de familiaridad y novedad, de ahí que estén realizadas según los paradigmas estructurales habituales en Hollywood y desde el punto de vista temático, tratan cuestiones universales. De este modo, todos los miembros del auditorio pueden comprender su historia y sentirse interpelados por ella. Por otra parte, la sencillez argumental prima en los relatos[35]. Rasgo indispensable a la hora de apelar a públicos heterogéneos.

Walt Disney aseguraba que para captar una audiencia internacional y de todas las edades, "la naturaleza y tratamiento del cuento de hadas, la leyenda, el mito tiene que ser elemental, simple: la lucha entre el bien y mal. El antagonista debe ser caracterizado de manera creíble. Las ideas morales, comunes a toda la humanidad, deben ser confirmadas. La victoria no debe ser demasiado fácil y los conflictos para probar el valor del protagonista siempre serán el ingrediente básico de los relatos animados, y de todas la historias para la pantalla" [36].

En palabras del guionista David N. Weiss (*Todos los perros van al cielo*, 1989 y *Shrek* II, 2004), el mayor desafío de este tipo de producciones es, desde el punto de vista creativo, "encontrar los puntos de la historia y su conexión emocional en dos niveles de edades diferentes"[37]. De hecho, se escribe para más de un nivel. Por ejemplo, este autor apunta también a la dificultad que entraña encontrar un tipo de acción que sea realmente excitante para los niños mayores, pero que no asuste a los más pequeños.

Al reto que supone comunicar ideas en niveles de lectura distintos, se añade que, al menos en teoría, lo asuntos abordados se presenten de manera sugestiva y original que aporte una manera fresca de enfocar cuestiones familiares al público. En consecuencia, como en toda tarea de expresión artística, debe destacarse la singularidad creativa del

---

[34] *Op. Cit.,* Cfr. SPECTOR, Josh, p. 71. A este respecto Press comenta: "si escribes un guión que pueda gustarle a un niño, tienes las oportunidad de que los vean muchas veces". SKIP Press, *The Complete Idiot Guide to Screenwriting*, Alpha Books, Indianapolis 2001, p. 117. Además, la importancia de los niños dentro del público también supone que si el filme resulta popular, los pequeños querrán verlo. A ellos les gusta ser respectado y admirados por sus compañeros, y esto incluye haber visto los estrenos de los que más se habla.

[35] STEFANIK, Richard Michaels, "The Mega Hit Movies of 2003", en: *Script,* nº 1, Forum, Baldwin, enero-febrero, 2004, p. 75.

[36] SURREL, Jason, *Screenplay by Disney, tips and techniques to bring magic to your moviemaking*, Disney editions, Nueva York, 2004, p. 16.

[37] *Op. Cit.*, HABER, Joel, p. 24.

guionista como elemento esencial en el éxito de un filme orientado a públicos heterogéneos.

Otra de las características más evidentes de este tipo de producciones es que sus protagonistas suelen ser adultos, aunque puedan compartir el papel principal con otro personaje infantil o adulto. La razón de esta tendencia se debe al hecho de que los pequeños se interesan por todo y son capaces de identificarse con cierto tipo de personajes mayores que le resultan cercanos. Sin embargo, pocas veces se captará la imaginación de un adulto con asuntos y problemas ya superados, o en los que los mayores nos tengan una intervención importante. De ahí que en estos guiones cada personaje tenga un rol activo dentro de la trama para apelar a la atención del auditorio. En muchas ocasiones, estas historias son *buddy movies,* en las que las figuras centrales del relato permiten mostrar "dos abordajes diferentes hacia la vida y dos variedades de talentos"[38]. En algunos casos se puede dar una visión más adulta y otra más infantil, o en la que uno de los compañeros pueda ejercer el rol de alivio cómico. Asimismo, permiten resaltar el valor de la amistad[39].

Desde el punto de vista de las tramas es usual encontrarse con aquellas que tratan la búsqueda, la madurez y el descubrimiento, ya que facilitan abordar los temas de un modo en que puedan conectar tanto niños como con adultos. Entre ellos destaca la búsqueda de un lugar en el mundo o dentro de las relaciones personales más próximas y significativas. En todas las películas orientadas a los cuatro cuadrantes hay dos elementos que siempre están presentes para bien o para mal: el humor y la emoción.

Las películas de los cuatro cuadrantes, especialmente aquellas orientadas al núcleo familiar, evitan el humor ofensivo y obsceno y apelan al tipo de comedia que funciona en todos los públicos. El humor es un excelente ecualizador del contenido. Por ejemplo, es sabido que el *slapstick* funciona muy bien con la audiencia infantil, pero esto no excluye al adulto, como se pude comprobar en la obra de pioneros del género como Chaplin, Keaton o en las mismas producciones actuales para toda la familia. Si el *gag* está bien construido se suscita una risa general.

Pero la risa no sólo se provoca a partir de golpes y acciones alocadas. Aunque la comedia verbal no es muy eficaz en los más pequeños, en las producciones que buscan a un auditorio heterogéneo se detecta un uso frecuente de la ironía dramática, la sátira, el doble sentido y la parodia, en distintas formas y proporciones dentro de la narración, para

[38] TRUBY, John, *Anatomía del guión, el arte de narrar en 22 pasos*, Alba, Barcelona, 2007, p. 86.
[39] Por otra parte, las películas de amistad son el resultado de la combinación de tres géneros: acción, amor y comedia. Cfr. *Ibid.*, p.84. Géneros, por cierto, muy adecuados para públicos jóvenes.

dirigirse a los adultos y adolescentes de la audiencia, aunque en ocasiones se emplee para abarcar a los espectadores infantiles.

En cuanto a la emoción, cobran relevancia aquellos asuntos que tienen que ver con lo que afecta a toda persona sin importar su edad. Cuando se habla de la envidia, del amor fraternal o de la supervivencia se acude a la condición humana y eso es algo que poco tiene que ver con la edad. El asunto siempre consiste en el modo de presentar la acción desde un punto de vista en el que todos se puedan sentir identificados. Películas como *Toy Story*, por ejemplo, plantean conflictos para los que la edad resulta irrelevante: un niño reconoce los sentimientos de Woody frente a la llegada de Buzz, puesto que tiene una experiencia de relaciones significativas con su familia y amigos en la que los intrusos son, en ocasiones, una "amenaza". Los padres, entienden la preocupación del vaquero por Andy y su necesidad de recuperar su afecto, lo mismo que una persona que haya vivido alguna vez una situación de celos.

Las películas de los cuatro cuadrantes requieren del guionista cierta pericia tramando el argumento, estructurando la historia para comunicar su idea en dos niveles de comprensión, según la edad de los espectadores, lo que supone talento y preparación, elaborar, depurar cada punto de acción y *beats* de la historia. En este sentido, la audiencia es un factor clave, por cuanto a ella se dirige el discurso.

Jeff Kitchen sostiene que el trabajo del guionista consiste en satisfacer las expectativas de la audiencia, pues el poder del filme reside en la respuesta del público[40]. Por eso, si se pretende escribir una película orientada a todos los públicos, el guión debe contener, al menos, los rasgos propios de estas producciones. Las convenciones de este orden hacen que el espectador mantenga unas expectativas concretas respecto al contenido de un filme. Sin embargo, no existe una receta que indique las proporciones en que estos elementos deben aparecer dentro de la narración para conseguir captar una amplia audiencia. De modo que el guionista no debe más que seguir los dictados de su intuición creadora. Creativos cuyas historias han tenido éxito en los cuatro cuadrantes, como Andrew Stanton o David N. Wess, así como agentes como Marty Bowen o expertos del guión como Syd Field coinciden en aconsejar a los autores noveles que lo más importante no es sólo cumplir con una serie de requisitos formales, sino escribir una buena historia[41].

[40] Cfr. KITCHEN, Jeff, *Writing a great movie, four advanced tools for dramatist,* Sheri Smith, 2003, p. 2.
[41] Cfr. *Op. Cit.*, HABER, Joel, pp. 24-28; *Op. Cit.,* Cfr. SPECTOR, Josh, pp. 70-73; *Op. Cit.*, CIRILE, Jim, pp. 42-43. *Op. Cit.*, FIELD, Syd, comunicación personal vía Internet, 15 de septiembre de 2011.

No en vano, como asegura el cineasta independiente Paul Sirmons "la gente no invierte en tu guión o historia, sino en ti"[42].

1.3. Cine familiar de aventuras: un modelo de *four quadrant film*

Las producciones que triunfan en los cuatro cuadrantes y que se orientan a la familia han cultivado gran variedad de géneros a lo largo de los años y según las tendencias de cada época. A ellos se ha hecho referencia en párrafos anteriores al hablar del cine familiar y los antecedentes de los *four quadrant films*: musical, comedia, fantasía, drama, ciencia ficción... y aventuras. Éste último es el género que cuenta con más películas de este tipo y en el que Pixar ha desarrollado toda su filmografía.

El género de aventuras se presenta como uno de los más versátiles a la hora de apelar al público familiar, puesto que admite variadas combinaciones y toma rasgos de otros géneros como la comedia, el musical, la fantasía, la ciencia ficción… además, presenta el carácter épico del mito y su sentido universal.

Los mitos son las historias comunes que tienen su raíz en la existencia humana. Se encuentran en todas las culturas y en todas las literaturas. Se definen como historias más que verdaderas porque reflejan –a determinado nivel– algo que viven todas las personas. Es una historia que conectan a todo y habla a todos. En ellas se refleja el viaje del héroe, el viaje del ser humano por la vida y las interrogantes fundamentales que se plantea. Y es que como Walt Disney sostenía, "a través del tiempo –aún entre nuestros antepasados aborígenes– todas las razas del hombre han estado dramatizando esas búsquedas eternas e intentando conquistar las mentes y corazones al rededor de fuegos tribales, en templos y teatros. Los modos de entretenimiento han cambiado a través de centurias, pero el contenido muy poco"[43].

De acuerdo con John Cawelti, la fantasía central de la historias de aventuras es aquella en la que el héroe individual y grupal, se sobrepone a los obstáculos y peligro, y lleva a cabo una importante misión moral. Usualmente, aunque no siempre, la prueba del héroe es el resultado de las maquinaciones del villano y además el héroe recibe algún tipo de beneficio, que en ocasiones el amor de una atractiva chica, aunque el verdadero foco de la aventura se centra en el personaje y el tipo de obstáculos que debe vencer. Quizás la

[42] *Op. Cit.*, CLINCH, Catherine, p. 62.
[43] *Op. Cit.*, SURREL, Jason, p. 9.

fantasía moral básica que implica este tipo de historias –continua este autor– es la victoria sobre la muerte, a través de las cuales hay un gran número de triunfos subsidiarios como vencer la injusticia[44]. Por eso, para efectos de la audiencia de todas las edades, la aventura es un género que permite desarrollar de manera atractiva el argumento moral de la historia[45].

El cine familiar de aventura que se ha venido cultivando en los últimos años está imbuido de sentimentalismo, espectáculo y sentido de la maravilla. De acuerdo con Krämer, cuenta historias sobre el dolor y la nostalgia causada por una familia incompleta o disfuncional. Sobre los deseos infantiles y pesadillas que se convierten en realidad y la responsabilidad que eso conlleva. Asimismo, pone de relevancia el poder que otorga compartir la aventura con otros miembros de la familia o la comunidad y sobre la irrevocable separación y, en esa medida tratan sobre la búsqueda del hogar perdido. Llama la atención a algunos autores que en los últimos quince años, las producciones de este tipo de relatos han tendido a ignorar o marginar los conflictos proporcionados por el amor romántico y el cortejo, dos de los elementos más importantes del cine orientado a adolescentes y adultos. Sin embargo, mantiene el interés de este público con su espectacularidad e impacto emocional[46].

La aventura familiar ofrece, según Wood y otros autores, la experiencia de la recepción: el deleite del niño y la autoconciencia y nostalgia del adulto frente al argumento[47]. En otras palabras, el adulto se retrotrae a sus experiencias infantiles, al tiempo que las entiende desde su madurez actual. Pero desde el punto de vista de este trabajo y, de acuerdo con Krämer, las películas familiares de aventura y todas las cintas que entran dentro de la categoría de todos los públicos, abren canales de comunicación para la familia y le proporcionan la oportunidad de compartir una experiencia de entretenerse juntos[48]. Asistir a un espectáculo en compañía de los padres y familiares, así como compartir con otros niños las emociones del filme, es una experiencia irremplazable en la vida de todo pequeño y de los recuerdos de todo adulto. En este sentido, cabe citar a Walt Disney cuando afirmaba que "el entretenimiento familiar no es un lujo, sino una necesidad"[49].

---

44 Cfr. CAWELTI, John G., *Adventure, mystery and romance: formula stories as art and formal culture*, University of Chicago Press, 1977, pp. 39-40.
45 Cfr. *Ibid.*
46 *Op. Cit.,* KRÄMER, Peter, (1998), pp. 304-305; Cfr. *Op. Cit.,* ADDISON, Heather, p. 180.
47 Cfr. *Op. Cit.,* WOOD, Robin, pp. 162-163.
48 Cfr. *Op. Cit*., KRÄMER, Peter (1998), p. 295. Tarea que es una de las funciones por las que John Lasseter ha querido que las películas de Pixar entretengan por igual a niños y a adultos.
49 Cfr. *Op. Cit*., SURREL, Jason, p. 7.

CAPÍTULO 2. EL SEGUNDO FLORECIMIENTO DEL CINE DE ANIMACIÓN (1989-1994)

Entre finales de los años 80 y la primera década de siglo XXI, surgió en Estados Unidos un gran interés por la animación *mainstream* o comercial en un modo que no se había experimentado desde 1940[1]. Durante este período aumentaron las producciones animadas tanto en cine como en televisión con gran éxito de audiencia. En ellas destacaban las innovaciones estéticas, narrativas y tecnológicas, por lo que los expertos comenzaron a hablar de un renacimiento de los dibujos animados[2]. Desde la perspectiva de la narración, la animación comenzó a buscar una audiencia más madura y relatos orientados para un público heterogéneo. Por otra parte, se comenzó a implementar la tecnología digital para optimizar la imagen, ámbito en el que Pixar y sus fundadores tuvieron un papel decisivo[3]. El segundo florecimiento del cine de animación sirvió así de pista de despegue a otra transformación del medio encabezada por Pixar, no sólo en lo técnico, sino también, y principalmente, en los guiones.

Los párrafos siguientes tienen como objetivo hacer una breve panorámica de esa etapa del cine de animación, con el fin de exponer el marco en el que surgen las propuestas de Pixar y de conocer, hasta cierto punto, lo que supuso la incursión de este estudio en el cine de dibujos animados.

---

[1] Cfr. SITO, Tom, "The Late, Great, 2D Animation Renaissence_ Part 1", en: *Animation World Magazine*, AWN inc., Hollywood, febrero 13 de 2006, [junio 2007].
http://mag.awn.com/index.php?article_no=2786&page=1; CORLISS, Richard, COLE, Patrick y SMILGIS, Martha, "Alladin's Magic", en: *TIME*, 9 de noviembre de 1992, [enero 2009].
http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,976941,00.html. Prueba de ello es que en 1992, la Academia de cine de Hollywood incluyó entre los nominados a mejor película del premio Óscar a un filme de animación por primera vez en su historia. Para 2002 estos galardones tenían una categoría específica al mejor largometraje de animación.

[2] Cfr. CLARKE, James, *Animated Films*, Londres, Virgin Books, 2004, p. 7; SÁNCHEZ NORIEGA, José Luís, *Historia del cine en películas 1990-1999*, Mensajero, Bilbao, 2007, p. 16; JONES, Angie, OLLIFF, Jamie, *Thinking Animation: Building the gap between 2D and CGI*, Thompson Course Technology, Boston, 2007, pp. 8-9; SITO, Tom, "Disney's The Fox and the Hound: The Coming of the Next Generation", en: *Animation World Magazine*, número 3.8, AWN inc., Hollywood, noviembre 1998, [junio 2007].
http://www.awn.com/mag/issue3.8/3.8pages/3.8sitofox.html

[3] En lo que respecta al liderazgo de Pixar, como afirma Pilar Yébenes, "es atribuible el mérito a la autoría a John Lasseter (director creativo de Walt Disney Animation Studios y Pixar Animation Studios". *Op. Cit.*, YÉBENES, Pilar, p. 169.

Para lograr este cometido, se abordará, en primer lugar la situación del mercado audiovisual estadounidense en el que se produce el segundo florecimiento del cine de animación. A continuación se abordarán las innovaciones tecnológicas e influencias creativas que contribuyeron a impulsar las películas animadas tal y como se les conoce hoy. Se destacará el caso de Disney, cuyas producciones impulsaron el comienzo de esta etapa de auge de los largometrajes de animación y la introducción del guión como elemento fundamental para el desarrollo visual de las historias. Finalmente, se describirán brevemente los rasgos que distinguían a las películas de entonces.

2.1. Cambios en el ámbito del mercado audiovisual (1980-1994)

El renacimiento del cine *mainstream* de dibujos animados en Estados Unidos surge en un momento especialmente importante para el sector audiovisual de aquel país. A principios de la década de los 80, la industria del cine y la televisión estadounidense comenzó a experimentar transformaciones estructurales y económicas que dieron un vuelco a su configuración. No es, por tanto, una mera coincidencia que la producción de animación recibiera el impulso que entonces la llevó a dar los giros narrativos y estéticos que empezó a mostrar a partir de 1989.

2.1.1. Antecedentes

Desde su nacimiento, la industria cinematográfica ha sostenido una lucha constante para mantenerse o mejorar su situación[4]. Por eso, los cambios sufridos en el sector durante la década de los 80 no significaron una ruptura respecto a momentos anteriores[5]. Sin embargo, es innegable que las estrategias económicas implementadas a mediados de esa década hicieron que las leyes más crudas del mercado comenzaran a marcar de manera inédita al sector[6]. Por eso, se puede aseverar con John Belton que en este período, la

[4] Cfr. HILLIER, Jim, *The New Hollywood*, Studio Vista, Londres, 1993, p. 18.
[5] Cfr. BALIO, Tino, "A major presence in all of the world's important markets: la globalization of Hollywood in the 1990s", en: *Op. Cit.*, NEALE, Steve, SMITH, Murray (eds.), p. 61.
[6] Cfr. COMAS, Ángel, "Hollywood ha muerto. ¡Viva Hollywood!", en: *La Vanguardia*, 10 de mayo de 1987, pp. 22-25. Suplemento "Hollywood: 100 años". *Op. Cit.*, en: CAPARRÓS LERA, José María, *Breve historia del cine americano, de Edison a Spielberg*, Littera, Barcelona, 2002, p. 85.

continuidad de la tradición de Hollywood empezó a quedar atrás, debido a que cada nueva película era pensada para competir con la recaudación de su predecesora[7].

El origen de este proceso se produjo después de la crisis de los estudios en el trienio 1969-1971[8]. Entonces, las empresas del área comprenden que la única manera de que las industrias del cine y la televisión compartan los beneficios a gran escala y de manera continuada, consistía en constituirse en una *major*[9]. Aunque para la década de los 80 el cine había demostrado ser un negocio rentable, los cambios operados en el sector obligaban a diversificar el riesgo de inversión en cada película, ya que sus costos se habían elevado de manera exorbitante. El poder que actores y representantes habían ido adquiriendo en el marco del nuevo *star system* era una de las principales causas de ese encarecimiento[10]. Por otra parte, la necesidad de explotar el valor de los *blockbusters* de éxito impulsó a los estudios a la búsqueda de sinergias que, a su vez, eran fruto de las fusiones que se estaban produciendo en el seno de la industria del entretenimiento. Razón que contribuyó, además, al crecimiento notable, durante esa misma década, de la televisión por cable y del mercado del vídeo. Así, el sector audiovisual se hizo más complejo[11].

Los estudios aprovecharon las políticas económicas no restrictivas de los gobiernos de esos tiempos para unirse entre sí y, después, a grupos que tenían poco o mucho que ver con el negocio del cine[12]. Esto facilitó que se convirtieran en corporaciones más eficientes y polifacéticas que aprovechaban los nuevos sistemas de distribución y las nuevas fuentes de ganancias que fueron surgiendo entonces y en adelante[13]. Para el año 1989, cuando se

---

[7] Cfr. BELTON, John, *American Cinema, American Culture*, McGraw Hill, Nueva York, 2005, p. 371.
[8] Cfr. *Op. Cit.,* CAPARRÓS LERA, José María, p. 85.
[9] Cfr. *Op. Cit.* Hiller, Jim, p. 15.
[10] Cfr. *Ib.*, p. 17, *Op. Cit.*, SCHATZ, Tom, SCHATZ, Tom, "The Studio System and Conglomerate Hollywood" en: Mc DONALD, Paul, WASKO, Janet (eds.), *The Contemporary Hollywood Film Industry*, Blackwell, Malden, 2008, p. 13. Este dato afectó también a los presupuestos del cine de animación, pues desde la década de los 90 se recurrió a actores famosos para el doblaje de los personajes.
[11] Cfr. LARSON, Allen, "Re-Drawing the Bottom Line", en: STABILE, Carol, HARRISON, Mark (eds.), *Prime Time Animation*, Routledge, Nueva York, 2003, p. 56.
[12] Por ejemplo, "Coca-Cola compró Columbia Pictures en 1982, MGM –fusionada con United Artist (que fue adquirida por Transamerica Co., un grupo de compañías aseguradoras y de servicios financieros)- perteneció a Tracinda Corporation, (que poseía también una cadena de hoteles) antes de pasar al magnate Ted Turner, propietario la compañía televisiva Cable News Network. Por otra parte, Fox fue comprada por un magnate de la prensa, el australiano Rubert Murdoch (News Corporation); mientras Paramount ya era una empresa más de la compañía Gulf & Western, un *holding* que abarca desde la construcción a sociedades petrolíferas, mineras y financieras, pasando por el tabaco, los parques de atracciones y cadenas de supermercados. Universal y Warner Bros. eran propiedad de importantes empresas multimedia: MCA y Time Warner Communication, respectivamente; este último grupo –al que se incorporó después el referido Turner– incluía asimismo un equipo de béisbol (Pittsburg Pirates) y la empresa pioneros de videojuegos Atari". *Op. Cit.*, CAPARRÓS LERÁ, José María, pp. 86-87.
[13] La televisión por cable, la tecnología satelital y el vídeo experimentaron, a partir de los años 80 un rápido crecimiento que los hizo un negocio muy atractivo para la industria del cine. Al comienzo de esa década, los estudios obtenían el 80% de los mercados subsidiarios, videos y televisión, pero al final de ella, el porcentaje

estrena *La sirenita* (John Musker y Ron Clements), película que inaugura la segunda edad de oro del cine de dibujos animados, Hollywood era el Hollywood de los conglomerados, "como un nuevo linaje de medios gigantes tomando las riendas de la industria de la televisión, que se convirtió en el poder dominante en la industria global del entretenimiento"[14].

2.1.2. Fox TV y el incremento de la animación televisiva

A mediados de la década de los 80, la industria televisiva ya no podía disociarse de la del cine[15]. En 1985, 20th Century Fox entró en el sector de la pantalla pequeña con la creación de la cuarta cadena nacional: Fox Broadcasting Company[16]. Esta incorporación modificó el panorama de la televisión estadounidense y contribuyó, hasta cierto punto, a la transformación de la animación *mainstream* de Estados Unidos. Para la televisión, la entrada de Fox representó el ingreso del primer consorcio internacional de comunicaciones, incluso más allá de los límites legales que existían en ese momento para realizar esta operación por parte de una empresa extranjera, como el grupo de Murdoch[17]. Su estrategia de mercado, en la que destaca su imagen de marca, mostró una gran habilidad al unirse con los canales afiliados para ampliar al máximo la recepción de su señal pudiendo competir así con las cadenas tradicionales[18].

---

de exhibición de las salas había descendido al 30%, mientras que en 1987 la venta y alquiler de vídeo superó los 7 billones de dólares, de los que 2 se revirtieron directamente a los estudios, es decir el doble de la recaudación en las salas. Cfr. GUARNER, José Luís, *Historia del cine americano: muerte y transfiguración (Hollywood 1960-1992)*, Laertes, Barcelona, 1993, pp. 232-233.

[14] *Op. Cit.* SCHATZ, Tom, pp. 25-26. Ese mismo año se produce la llamada "fusión de la década" entre dos gigantes de la comunicación estadounidense Time Inc. y Warner Communication. Algunos autores como Prince señalan que una de las causas para la aprobación gubernamental de este proyecto, se debió a un despertar del sentimiento nacional provocado por el hecho de que muchas empresas importantes de la comunicación estaban siendo adquiridas por capital extranjero. Cfr. PRINCE, Stephen, *A New Pot of Gold: Hollywood Under the Electronic Rainbow*, 1980-1989, Berkeley, University of California Press, 2002, pp. 67-68

[15] Antes de estos años, los estudios veían en la televisión una competencia en el mercado, por lo que, pese a que realizaban producciones para este medio, eran reacios a venderles sus películas más clásicas. Algunos estudios, sin embargo, consiguieron sacarle mucho provecho a su relación con el sector televisivo. Disney, por ejemplo, desarrolló durante la década de los 60, una estrategia en la que su programa de televisión con la cadena ABC servía para promocionar sus parques, así como los largometrajes que iba a estrenar en cine. *Op. Cit.*, HILLIER, Jim, pp. 11-12.

[16] Las cadenas tradicionales de la televisión estadounidense eran ABC, CBS y NBC.

[17] Cfr. *Op. Cit.*, BALIO, Tino, (1998), p. 67. Ver sobre la polémica entrada de Fox a la televisión estadounidense: http://www.museum.tv/archives/etv/F/htmlF/foxbroadcast/foxbroadcast.htm y también KUNZ, William, *Culture Conglomerates: Consolidation in the Motion Picture and Televisión Industries*, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, 2007, p. 76.

[18] Para entender el sistema de cadenas afiliadas e independientes, cable y satélite en la industria televisiva estadounidense, ver: BERTRAND, Claude- Jean, *La televisión en Estados Unidos ¿qué nos puede enseñar?*, Rialp, Madrid, 1992, pp. 59 -76.

Para el mundo de la animación *mainstream*, la incursión de Fox dentro del panorama de la televisión de Estados Unidos tuvo una repercusión decisiva. En primer lugar, porque con la inclusión de *Los Simpsons* (James Brook, Matt Groening y Sam Simon, 1989) dentro de su parrilla de programación se retoma la animación para adultos[19]. Un tipo de contenido que será muy apreciado en el futuro, tanto por el cine como por la televisión. En segundo lugar, porque devuelve a las *sitcom* animadas al *prime time*. Desde mediados de los años 70 ninguna serie de animación había ocupado esta franja horaria[20]. De este modo, se inicia la tendencia adoptada por otros canales de televisión de emitir en este horario contenidos de dibujos animados para adultos como: *El Crítico* (ABC/FOX)[21], *Capitol Critter* (ABC)[22], entre otras.

Al ingreso de una nueva cadena se unieron otras razones económicas que impulsaron el interés por los dibujos animados en el seno de la industria. Una de ellas es la segmentación de la audiencia, como resultado de la proliferación de los mercados dentro del sector de la comunicación y del entretenimiento: venta y alquiler de vídeo, videojuegos, Internet, así como el desarrollo de la televisión por cable y satélite. Este aumento de la oferta de ocio e información produjo una merma del público que cada medio tenía para compartir. Por eso, una de las estrategias adoptadas por la industria fue la de maximizar el público principal al que se dirigían las producciones mediante una programación especializada.

Así, nacieron nuevas cadenas destinadas a un segmento de la audiencia, lo que permitió que se creara un mayor mercado para las series de animación, ya que muchos canales, por la naturaleza de su programación, requerían este tipo de contenidos. Es el caso de aquellos dedicados al público infantil[23] y a las producciones realizadas en animación[24].

---

19 Cuando FOX entra en la escena televisiva en 1986 desarrolló una estrategia de programación que era la de ser una alternativa frente a las otras tres grandes cadenas del sector. Así, se dirigió a un rango de espectadores entre 18 y 49 años. Cfr. HILTON-MORROW, Wendy, McMaham, David T., "The Flintstones to Futurama: Networks and Prime Time Animation", en *Op. Cit*., STABILE, Carol y MARK**,** Harrison (eds.), p. 82.

20 BROOKEN, Keith, *Drawn to Television: Prime Time Animation from The Flinststones to Family Guy*, Praeger, Westport, 2006, p. 48. Aunque la principal referencia de serie animada para el *prime time* ha sido siempre la serie de los años 60, *Los Picapiedra*, no se puede dejar de lado *Wait Till Your Father Gets Home*, de Hanna Barbera, que entre 1972 y 1974 ocupó este horario, aunque sin la fama mundial de la familia de Piedradura.

21 Emitida entre enero 1994 y mayo 1995.

22 Emitida entre enero y marzo de 1992.

23 Hay que recordar que para aquel momento existían cadenas temáticas como Nickelodeon, fundada en 1977, en el marco de la plataforma interactiva Qube, bajo el nombre de Pinwheel. Más tarde, en 1981, adoptaría el nombre con el que se le conoce en la actualidad. Otro canal fue Fox Kids (1990-2002).

24 La principal cadena de animación 24 horas es Cartoon Network (1992), nacida de la productora Hanna Barbera, en sus inicios, basaba su programación en las producciones clásicas de esta casa. Posteriormente, desarrolló contenidos originales y dirigidos a todos los públicos, aunque los niños y adolescentes entre 2 y 17 años ocupan el 68% de sus televidentes. Cfr. SANDLER, Kevin, "Sinergy Nirvana: Brans equity, television animation, and Cartoon Network", en: *Op. Cit.* SATABILE, Carol, HARRISON, Mark (eds.), p. 97. Años

Algunas de estas cadenas pertenecían a estudios cinematográficos como por ejemplo Disney[25]. Asimismo, el auge de los dibujos animados entre la audiencia de todas las edades hizo que algunas cadenas no generalistas y especializadas en un campo distinto al infantil o al de dibujos emitieran este tipo de programas, como por ejemplo MTV y sus series: *Liquid TV* (Stephen Colman, John Dilworth y George Evelyn, 1991) y *Beavis and Butt-Head* (Mike Judge, 1993)[26].

El desarrollo de canales temáticos como Cartoon Network o Disney Channel, compitiendo con las *majors* de la televisión en el mercado infantil, trajo consecuencias un tanto paradójicas para todas las cadenas. Por un lado, el alto grado de competencia entre ellas implicó una necesaria reducción de los costos de licencias y presupuestos de producción parar realizar trabajos actuales. A la vez, eran necesarios nuevos acuerdos de pre-venta y distribución, con la finalidad de mantener el estatus de sus compañías y su posición competitiva en un mercado boyante, pero tremendamente cambiante. Por otro lado, todo esto significó un aumento prominente de la animación en el contexto de las cadenas y creó una mezcla ecléctica: producciones clásicas de animación realizadas en Estados Unidos con producciones extranjeras, especialmente japonesas y, en menor medida, inglesas, junto a nuevos trabajos hechos en el país[27].

2.1.3. El negocio del cine de animación en el período 1989-1994

El cine de dibujos animados comenzó a manifestar la influencia de los cambios del sector audiovisual y del entretenimiento un poco antes que la televisión, cuyas producciones inician el renacimiento de la animación. La entrada de ejecutivos formados en

---

más tarde, en 2001, se crea una cadena hermana, Adultswim, cuya programación animada esta dirigida exclusivamente a los adultos.

[25] Según Concepción Cascajosa, Disney "fue la primera compañía cinematográfica de relevancia que entró en el negocio de la televisión utilizando su propia marca". En 1954 estrenó *Disneylandia* en la cadena ABC y en 1983 su propio canal de cable, Disney Channel. Cfr. CASCAJOSA VIRINO, Concepción, "Pequeña/Gran pantalla: La relación entre el cine y la televisión en los Estados Unidos", en: *Revista Historia y Comunicación Social* nº 11. Departamento de historia de la Comunicación Social, Universidad Complutense, Madrid, 2006, p. 28.

[26] Desde su nacimiento en 1981, MTV contribuyó al nacimiento un nuevo mercado para el medio que, en un primer momento, alcanzaba los 2 millones de hogares. Asimismo, introdujo una nueva estética dentro de la animación. Una de las más recordadas es *I want my MTV* realizada por Perpetual Motion. Cfr. COHEN, Karl, "Milenstones of the Animation Industry in the 20th Century", en: *Animation World Magazine*, [julio 2008]. http://mag.aun.com/?article_no=1079

[27] Cfr. WELLS, Paul, *Animation and America*, Edimburgh University Press, Edimburgo, 2002, p. 4. La importación de animación japonesa, por parte de las cadenas tradicionales de Estados Unidos, es una práctica que data desde finales de la década de los 60. Cfr. KANFER; Stefan, *Serious Business:The Art and Comerce of Animation in America from Betty Boop to "Toy Story"*, Dacapo press, Nueva York, 1997, p. 194.

las reglas del nuevo Hollywood en Disney supuso importantes cambios que se reflejaron en la pantalla. No hay que olvidar que las producciones de este estudio no sólo son las que inauguran el segundo florecimiento de la animación, sino que su influencia es crucial en la producción de largometrajes animados *mainstream*.

En 1988 se estrenó con éxito de recaudación *¿Quien engañó a Roger Rabbit?* de Robert Zemeckis, la primer largometraje animado de esta época que se orientó a una audiencia adulta[28]. Sin embargo, el filme que, combinaba animación y acción real, no originó una tendencia tan clara como las películas del período 1989-994, o las producidas por Pixar a partir de 1995. La razón es más o menos sencilla: los dibujos animados eran un contenido asociado al público infantil, de manera que las empresas tradicionales de animación no podían arriesgarse a empañar su imagen de marca por incluir en sus películas rasgos dirigidos a mayores, sin antes determinar cuál sería la reacción del público[29]. *¿Quien engañó a Roger Rabbit?* ilustra esta afirmación: su historia y personajes no corresponden al tipo que se identificaría con una producción de Disney. Por eso, el estudio decidió producirla a través de su filial Touchstone Pictures, en asociación con Amblin Entertainment, disociando así el contenido de la película de la marca Disney.

Por otra parte, las películas del período del renacimiento de la animación combinan las características clásicas de dibujos animados, nuevas tecnologías y una mayor complejidad en sus historias. De este modo, la innovación era notoria, pero su inclusión dentro del esquema tradicional no resultaba chocante. Ante el éxito en taquilla de estos títulos, los estudios decidieron seguir un esquema narrativo similar y se probaron fórmulas para crear un *blockbuster* en animación[30].

---

[28] En palabras de Don Hahn, productor asociado de este título, *¿Quién engañó a Roger Rabbit?* "recordó a la audiencia lo mucho que le gustaba la buena animación, especialmente los grandes animaciones de Tex Avery y Chuck Jones". FARAGO, Andrew y DESOWITZ, Bill, "Roger Rabbit Turns 20", en: *Animation World Magazine*, [diciembre de 2008]. http://mag.awn.com/?article_no=3840 Después de esta película se lanzaron otros filmes que combinaban la animación con actores reales, como *El guardián de las palabras* (Joe Johnston, 1994) y *Cool World. Una rubia entre dos mundos* (Ralph Bakshi, 1992). La animación cinematográfica había contado con atisbos de modificación del *target*, como el temprano ejemplo de Betty Bo en los años 20, *Caperucita Roja y el lobo* de Tex Avery. En los años 60 se pude destacar *The Beatles Yellow Submarine* (George Dunning, 1968) y en los 70 *El gato caliente* (Ralph Bakshi, 1972).

[29] En el caso de la televisión, la imagen de marca es un aspecto importante que ha llevado a retirar contenidos que atentan contra ella. Un ejemplo muy interesante es el caso de las dos cadenas de VIACOM, Nickelodeon y MTV con dos series de animación irreverentes. Nickelodeon protagonizó una gran polémica con el autor de *Ren y Stimpy,* debido a rasgos ofensivos de la serie, que contravenían su lema de contenidos libres de violencia para los niños y que llevaron a la cadena a tomar el control de ésta hasta que tuvo que sacarla de la parrilla de programación por no mantener los niveles de audiencia de sus inicios. En cambio, MTV decidió mantener *Beavis and Butt-Head* pese al revuelo que se levantó cuando se dijo que la serie había influido de manera directa en la muerte de algunos niños que imitaron los comportamientos arriesgados que los protagonistas mostraban en cada capítulo.

[30] Muestra de esta tendencia son títulos posteriores a 1994, como *Pocahontas* (Mike Gabriel, Eric Goldberg, 1995), *El jorobado de Notre Dame (*Wise y Trousdale, 1996), *El príncipe de Egipto* (Brenda Shapman, 1998) y *La*

Los resultados económicos de los largometrajes de animación durante el período comprendido entre 1989 y 1994 fueron formidables. Por ejemplo, para finales de ese último año, el 55% de las ganancias de Disney provenían de la división de animación, al contrario que en los años 70, cuando este porcentaje de los beneficios correspondían a los parques temáticos[31]. Su división de animación para televisión había realizado para ese momento producciones de gran rendimiento económico como *El retorno de Jafar* (Toby Shelton, Tad Stones, Alan Zaslove, 1994), que gracias a las ventajas de la globalización, pudieron tener unos costes bajos debido a que el bruto del metraje se realizó fuera de Estados Unidos: Tokio, Canadá y Taiwán. Asimismo, Warner Bros. y Paramount reactivaron sus divisiones de animación en esos años, avivando la competencia dentro el sector.

En este marco, comenzaron a destacar nombres entre los animadores a un nivel similar al de las estrellas de Hollywood. Las nuevas celebridades de la animación eran, por supuesto, los animadores que habían intervenido en grandes éxitos como por ejemplo: Glen Keane, Eric Goldberg, Andreas Deja, Will Finn, Mark Henn o Kathy Zielinski. Los estudios querían para sí los grandes talentos del sector. Sus departamentos de publicidad tuvieron que afrontar el reto de promocionar a estos profesionales, para lo que se siguió el modelo usado en Disney para dar a conocer a los veteranos de la casa: Frank Thomas, Ollie Johnston y los Nueve Ancianos[32]. Las revistas especializadas en la industria empezaron también a fijarse en la tarea de los animadores y con ello, la profesión se hizo muy popular[33]. En consecuencia, los animadores, ante tanta atención sobre su trabajo, empezaron a contratar agentes y a negociar sus contratos.

Las estrategias de promoción de las películas de animación y los contenidos de éstas presentaban una cierta contradicción. Sus historias tenían una doble lectura (infantil-adulta) afianzadas en el uso de la ironía y la parodia para llegar al espectador más maduro. Sin embargo, los pequeños seguían siendo el objeto principal de las acciones de *marketing* de los

---

espada mágica: en busca de Camelot (Frederick Du Chau, 1998). También, después de 1995 se comenzaron a estrenar películas de las series de animación de la televisión como, por ejemplo, *Beavis y Butt-head recorren América* (Mike Judge, 1996), *Los Rugrats: la película* (Norton Virgien, 1998) y *South Park: Más grande, más largo y sin cortes* (Trey Parker, 1999).

31 SITO, Tom, *Drawing the Line, The Untold Story of the Animation Unions from Bosko to Bart Simpson*, The University Press of Kentucky, Lexington, 2006, p. 303.

32 Se conoce así al núcleo principal de supervisores de animación de Disney, integrado por Woolie Reitherman, Les Clark, Ward Kimball, John Lounsbery, Milt Kahl, Marc Davis, Frank Thomas, Eric Larson y Ollie Johnston. Sobre su experiencia se cimentó el estilo clásico del estudio. Sus trabajos se hallan en los títulos desde *Blancanieves* hasta *Los Rescatadores*. Ver: THOMAS, Frank, JOHNSTON, Ollie, *Disney Animation*: *The illusion of Life*, Abbeville Press, Nueva York, 1981, pp. 159- 182.

33 Cfr. *Op. Cit.* SITO, Tom, p. 304.

largometrajes de dibujos animados. Contrasentido que se explica gracias a la conexión que desde antaño se hace entre animación y niños, así como el valor estratégico de este vínculo en el ámbito audiovisual. El mercado infantil ha sido un terreno muy fértil para la industria de la televisión y del cine en lo que se refiere a la explotación de sus producciones en otros formatos y productos, una de las estrategias fundamentales en el nuevo panorama del sector del entretenimiento[34]. De ahí que se pueda entender que "la relación entre licencias y la industria de la animación es crucial"[35].

En la década de los 90 "la concentración sobre el mercado infantil se convirtió verdaderamente en la piedra angular de la nueva era de los conglomerados" [36]. El hecho de que la animación elimine ciertos conflictos sobre derechos de imagen, tan comunes en los personajes interpretados por actores, quienes suelen ser los dueños de sus propios derechos de imagen, hacen que se convierta en una opción inmejorable[37]. Asimismo, las producciones animadas son contenidos más flexibles para el negocio audiovisual en el panorama de la globalización. Por ejemplo, el doblaje de estas películas es más efectivo que los de las películas de acción real desde el punto de vista publicitario, debido a que puede ser realizado por estrellas locales de cada país[38]. Al mismo tiempo, los fondos que contienen información escrita pueden ser traducidos al idioma del lugar en el que se comercialice, lo que hace que su contenido resulte más cercano al público. Además, con el desarrollo de la tecnología digital, la producción es un poco más barata porque se pueden reutilizar imágenes y fondos para la realización de *spin-off*, secuelas directas a vídeo, etc.

La animación era un medio ideal para la nueva industria del entretenimiento y los ejecutivos de la industria vieron claramente la oportunidad que significaba su valor en el mercado para públicos de todas las edades. Esto supuso un cambio en su manera de contar historias, pero también recicló contenidos antiguos de dibujos animados. De este modo la animación hizo valer su presencia en las nuevas plataformas y medios de difusión.

---

34 Cfr. GARNHAM, Nicholas, *Capitalism y Communication: Global Culture and Economics of Information*, SAGE, Londres, 1990, p. 202. Cit. En: AUSTIN, Thomas, *Hollywood, hype and Audiences, selling and watching film in the 1990s*, Manchester University Press, Manchester, 2002, p.29.

35 BEYER, Heidi, "Licensing Remains key to Big Deals", *Daily Variety*, 22 de marzo 1996, citado en: *Op. Cit*, LARSON, Allen, p. 64.

36 Cfr. LARSON, Allen, "Re-Drawing the Bottom Line", en: *Op. Cit.* STABILE, Carol, HARRISON, Mark (eds.), p. 56.

37 Cfr. *Ibid.*, p 115. Sobre las licencias de personajes animados ver: CRAWFORD, Ben, "Intertextual Personae: Character Licensing in Practice and Theory", en: CHOLODENKO, Alan (ed.), *The Illusion of Life II, More seáis on Animation*, Power Publications, Sídney, 2007, pp. 402-422.

38 Cfr. HUBKA, David, "Globalization of Cultural Production, The Transformation of Children's Animated Televisión, 1980 to 1995", en: CRANE, Diana, KAWASHIMA, Nobuko, KAWASAKI, Ken'ichi, *Global Culture: Media, Arts, Policy, and Globalization*, Routledge, Nueva York, 2002, p. 245,

2.2. Influencias creativas del cine de animación *mainstream* (1989-1994)

Si un rasgo caracteriza a la cultura popular de los últimos años del siglo XX es su cualidad audiovisual[39]. El imaginario de las generaciones que nacieron al abrigo de esos años encuentra sus referentes en el lenguaje del cine, de la televisión, la publicidad, los *videoclips* y los videojuegos. Lenguajes que durante ese tiempo y en el futuro se influyeron recíprocamente. El trasvase de profesionales: directores, actores y técnicos comenzó a ser continuo, lo que generó una serie de consecuencias de naturaleza estética, temática y narrativas en las películas[40]: aceleración del ritmo narrativo, protagonismo de los efectos especiales[41], inclusión de referencias a otras películas o elementos de la cultura audiovisual y reformulación de los géneros[42].

"Cuando la nueva generación de directores hizo un homenaje al pasado, tendió a hacerlo a las fuentes de inspiración de su trabajo, que, en general, eran *sitcoms* más que los clásicos del cine"[43]. En el caso de la animación de mediados de los 80 y los 90, tanto el cine de dibujos animados como el de acción real dieron muestra de su admiración por las producciones de la primera edad dorada del medio, especialmente, los cortometrajes producidos por Warner y MGM para el cine y que después fueron popularizados por la televisión. Así, series como *Looney Tunes* y *Merrie Melodies*, en los que destaca la labor de animadores como Chuck Jones o Tex Avery, fueron la inspiración para películas como: *¿Quién engañó a Roger Rabbit?, Rover Dangerfiel, nuestro amigo favorito* (Jim George, 1991) o *La máscara* (Check Russell, 1994). Del mismo modo, fueron la referencia primordial de series televisivas como *Animaniacs* (Tom Ruegger, 1993).

Los directores de cine contemporáneo, especialmente, aquellos dedicados también a la producción como Steven Spielberg o George Lucas, fueron determinantes para impulsar la animación durante la década de los 80. Su interés por el género de fantasía facilitó que otros creadores con su misma inquietud pudieran desarrollar sus proyectos en el ámbito de

---

39 Para ahondar en este tema ver: MANOVICH, Lev, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación, la imagen en la era digital*, Paidós, Barcelona, 2005.

40 El influjo de las innovaciones tecnológicas se hizo presente en el cine de entonces, en el que comienzan a estrenarse películas cuya narrativa se entrelaza como un hipertexto y el protagonismo es coral, como *Vidas cruzadas* (Robert Altman, 1993). Las producciones de animación tanto en cine como televisión no mostraron esta complejidad, debido a que estas producciones se dirigen a toda la familia y los niños podrían confundirse con este tipo de trama.

41 *Op. Cit*., VIYUELA ILLERA, Esther.

42 Cfr. TASKER, Yvonne, *Aproximación al nuevo Hollywood*, Estudios culturales, Madrid, 1998, p. 50.

43 *Op. Cit*., BELTON, John, p. 370.

los efectos especiales y de la animación propiamente dicha. El nombre de Spielberg está vinculado a series animadas como *TinyToon Adventure* (Tim Ruegger, 1990)*, Animaniacs* o el capítulo *Perro de familia* (1993), de la serie *Historias asombrosas*, dirigida por Brad Bird, de quien se hablará posteriormente en este trabajo. Asimismo, Spielberg invirtió en los largometrajes de dibujos del ex animador de Disney Don Bluth, *Fievel y el nuevo mundo* (1986) y *En busca del valle encantado* (1988). También, produjo *¿Quién engañó a Roger Rabbit?* Por su parte, George Lucas sólo produjo un filme de animación poco comercial, *Twice Upon a Time* (John Korty, 1983), pero su aporte es vital para la animación de los 90 en el terreno tecnológico como se verá más adelante. Por último, se puede mencionar el trabajo como productor y guionista de Tim Burton, en las cintas de *stop-motion* de Henry Selik, *Pesadilla antes de Navidad* (1993) y *James y el melocotón gigante* (1996), así como la dirección junto a Mike Johnson de *La novia cadáver* (2005).

Un último aspecto que ha contribuido al desarrollo de la animación, desde el punto de vista de la creatividad, son los festivales de animación. Muchas producciones independientes han podido darse a conocer, tanto en técnicas tradicionales como en las digitales a través de estos eventos. Asimismo, han servido de plataforma para la difusión del trabajo de muchos talentos, como ha sido el caso de los cortometrajes de John Lasseter, y para impulsar contenidos en animación dirigida a adultos[44].

Durante el período que se viene estudiando, la influencia de la programación televisiva del sábado por la mañana fue fundamental para el segundo florecimiento de la animación. Esta franja horaria, dedicada al público infantil, dio a conocer las producciones de la primera edad dorada de los dibujos animados a las generaciones que nacieron después de esa etapa. De allí que su alcance llegue hasta creativos y técnicos de la industria audiovisual que, junto de los directores citados, también han apoyado las iniciativas que contribuyeron al resurgimiento del medio[45].

[44] Cfr. LASSETER, John, "You are now only limited by your own imagination", en: ZAHED, Ramin (ed.), *Animation Magazine 20 years Collection*, Animation Magazine, Westlake Village, 2007, p. 15.

[45] Del mismo modo los ejecutivos de las cadenas y los estudios como señalan Hilton-Morrow y McMahan. Cfr. HILTON-MORROW, Wendy, McMAHAN, David, "The Flinstones to Futurama, Netwoks and Prime Time Animation", en: *Op. Cit.*, STABILE, Carol, HARRISON, Mark (eds.), p. 80. Cfr. "The Toon That Changed My Life", en: *Animation Magazine*, nº1, febrero 2010, pp. 22-25.

2.3. La innovación tecnológica: digitalización del cine y sistemas CGI

La digitalización del cine consiste en el desarrollo de la tecnología digital aplicada a los dispositivos de producción, proyección y distribución de películas. Esto significa, entre otras cosas, un incremento en la calidad de imagen y sonido y en los efectos especiales, así como algunos cambios en el proceso de producción[46]. En el terreno de la animación, la introducción de sistemas computarizados para la creación de imágenes ha transformado la estética y la producción de los dibujos animados y la ha llevado, como medio, a un primer nivel en el contexto del cine en general a través de los efectos especiales.

2.3.1. Desarrollo de los sistemas CGI aplicados a la animación *mainstream*

La introducción de sistemas de generación de imágenes por ordenador, o sistemas CGI (Computer Generated Imagery), aplicados a la animación es el resultado de la investigación multidisciplinar que comenzó a mediados del siglo XX con la finalidad de aprovechar el potencial informático para la creación gráfica. Curiosamente, las áreas interesadas en el desarrollo de esta tecnología tenían muy poco que ver entre sí y casi nada con el cine de animación. Sin embargo, todos estos proyectos buscaban un mayor realismo en la imagen para que sus aplicaciones pudieran cumplir de manera adecuada sus objetivos.

Los trabajos que sentaron las bases para el perfeccionamiento de estos sistemas se pueden hallar en el Departamento de Defensa para la mejora de simuladores de vuelo, en la obra de artistas abstractos como Mary Ellen Bute, Phillippe Bergeron y John y James Whitney, entre otros[47]. Asimismo, en los laboratorios de investigación de algunas universidades. En la Universidad de Utah, por ejemplo, Ed Catmull descubrió el potencial de la tecnología gráfica de los ordenadores para aplicarla a la animación en el área de modelado en tres dimensiones. Más tarde en New York Institute Technology (NYIT), Catmull formó un grupo de trabajo dedicado a la creación de una herramienta informática

[46] Para el año en que comienza el período que es objeto de este estudio, los avances en este sentido eran los relativos al sonido, (Dolby Digital, DTS/Digital Theater System, SDDS). La edición no lineal comenzó a sustituir al sistema de edición lineal de video para la posproducción en Hollywood. A finales de los 90, George Lucas ya había empezado a usar cámaras digitales, y con el lanzamiento de *La amenaza fantasma* en 1999, impulsó la proyección digital en los teatros. Cfr. *Op. Cit,* BELTON, John, p. 376.

[47] John Whitney es considerado el padre del arte generativo y pionero de las imágenes generadas por ordenador. Dentro de sus trabajos, se puede mencionar la realización de los créditos de la película *Vértigo* (1958) de Alfred Hitchcock, la cual hizo en colaboración con el prestigioso autor de cabeceras, Saul Bass.

que facilitaría la labor de los animadores. El resultado es Paint, una primera versión del *software* CAPS que se hizo años más tarde para Disney.

El mundo del cine no se interesó por esta área hasta mediados de los años 70, pues la capacidad de los ordenadores no era suficiente para dar la calidad de imagen necesaria para una película. Además, el proceso era demasiado caro y lento como para realizar una inversión importante en esta tecnología. Esto no impidió que los pioneros cesaran en su empeño por conseguir el desarrollo de las posibilidades gráficas de los ordenadores. Entre estos trabajos se pueden destacar los experimentos de Loren Carpenter, *Vol libre*, y de Ed Catmull, quien realizó una versión en 3D de su propia mano izquierda que fue incluida en el filme *Futureworld* (Richard T. Heffron, 1976)[48].

La década de los 80 fue la década de los pioneros de las imágenes generadas por ordenador. En su transcurso se encuentran los grandes hitos del sistema CGI para el mundo del entretenimiento. Entonces, la televisión comenzó a demandar imágenes computarizadas para conseguir *logos* movibles y *flashes*. No obstante, los primeros avances asociados a sus emisiones se encuentran entre 1987 y 1988. En 1987 Bob Abel's creo un anuncio para Canned Food Council llamado *Brilliance* que se transmitió durante la *Super bowl* de ese año[49]. Su protagonista, conocida como *Sexy Robot,* despertó el interés al mostrar una nueva apreciación del personaje de animación. En 1988, en *La hora de Jim Henson*, se presentó el primer personaje creado con la técnica de captura de movimiento, llamado Waldo C. Graphic. En 1993 se emitió *Reboot* (Pearson, Gavin Blair y Phin Mitchell), la primera serie realizada totalmente en ordenador, cuya historia se basaba en el mundo de las computadoras: la historia se ubicaba en la ciudad ficticia Main Frame, donde Enzo y su amigo Dot Matriz luchan contra los virus Megabite y Hexadecimal.

El terreno del *videoclip* experimentó con imágenes generadas por ordenador obteniendo algunos trabajos dignos de mención como el vídeo de animación 3D *Money for Nothing* (Steve Barron, 1984) para el grupo británico Dire Strait o el de *Hard Woman* (1985), del ex animador de Disney Bill Kroyen para Mick Jagger. A comienzos de los 90, Brett Leonard dirigió *Kiss That Frog* para Peter Gabriel[50] y en 1991, Steve Godberg firmó el vídeo de *Black and White* para Michael Jackson[51]. Como contraparte, en la década de los 80

[48] La primera parte de este filme, llamado *Westworld* (Michael Chrishton, 1973), utilizó también la tecnología informática en algunos de sus efectos especiales.
[49] Ver: http://www.youtube.com/watch?v=hl2lhtBIt2E
[50] Éste no es el primer vídeo de Gabriel en el que usa la animación. Es famoso el video *Sledgehammner* (1986) bajo la técnica de *stop motion*.
[51] También realizó el corto *Locomotion* (1990).

también se vio el auge y caída de los primeros videojuegos que usaban la animación simple como Pac Man, Paw-Paws, Atari, entre otros.

Los grandes adelantos aplicados al cine llegaron de la mano de George Lucas, quien creó los primeros equipos de profesionales que formarían el capital humano de Industrial Light and Magic (ILM) y Pixar[52]. Los proyectos de ILM aspiraban a ir más allá del uso de la informática gráfica para realizar efectos especiales. Su deseo era crear una herramienta para el lenguaje cinematográfico mediante la tecnología. Curiosamente esto dio lugar a un tipo de cine postfotográfico. Pixar, por su parte, aspiraba a conjugar los principios básicos de animación y los sistemas CGI para desarrollar largometrajes de animación 3D. También, Robert Abel, pionero en las técnicas de *motion control* se unió al equipo de Lucas y, además de participar en la realización de *Star Wars*, empezó a investigar con Evans & Sutherland las aplicaciones de animación por ordenador de la industria del espectáculo[53].

En 1982 había surgido la primera aplicación realmente convincente del sistema CGI con el estreno de *Tron* de Steven Lisberger y con la secuencia del *Génesis* en *Star Trek II: la ira de Khan* de Nicholas Meyer ese mismo año[54]. En 1983, Disney hizo un ensayo de la combinación de sistemas digitales con animación tradicional, mediante la creación en 3D de una versión del cuento de Maurice Sendark *Where The Wild Thing Are*. Sin embargo, esta prueba realizada por John Lasseter y Glen Keane no tuvo la aprobación de Sendak y el trabajo fue abandonado.

En 1984 John Whitney Jr. incluyó más de 25 minutos de imágenes digitalizadas en *Starfighter: La aventura comienza* (Nick Castle), aunque no consiguió despejar algunas dudas sobre la viabilidad estética y comercial de esta técnica. Por fortuna, con el cortometraje *Las aventuras de André y Wally B*, realizado por John Lasseter en ILM, se puso fin a estas vacilaciones. En 1985, otro cortometraje, *Tony de Peltrie*, Daniel Langlois y sus compañeros crean el primer personaje creíble generado por ordenador. Y ese mismo año, el grupo de computación gráfica y efectos especiales de Lucasfilm, liderado por Ed Catmull, realizó el primer personaje totalmente digital que aparecía en un largometraje, el caballero de la

---

52 Industrial Light and Magic, fundada en 1975, ha realizado efectos especiales para películas como: *Indiana Jones* (tetralogía 1981, 84, 89 y 2008), *Regreso al futuro*, *La lista de Schindler* (Steven Spielberg, 1993)*, Tucker el hombre y su sueño* (1988), *¿Quien engañó a Roger Rabbit?* o *Star Wars* (trilogía 1977, 1982, 1983).

53 En la industria del cine y vídeo, control de movimiento o *motion control* se refiere al uso de mecanismos controlados por tecnología informática. En un estudio de control del movimiento, la cámara de cine o vídeo se monta en un mecanismo accionado por motores controlados por un sistema informático. Este mecanismo se conoce como 'plataforma de control del movimiento'. Además, el sistema informático puede controlar el zoom y el enfoque de la lente de la cámara, el circuito de iluminación con interruptores de resistencia regulable y mecanismos extra para mover los accesorios, conocidos como 'movedores de modelos'.

54 WEISHAR, Peter, *Blue Sky The Art of Computer Animation, Feacturing Ice Age and Bunny*, Harry Abrams INC. Nueva York, 2002.

cristalera en *El secreto de la pirámide* (Barry Levinson), nuevamente de manos de John Lasseter.

En palabras de Oliff y Jones, el anuncio de *Brilliance* y su *Sexy Robot*, *Las aventuras de André y Wally B y* el caballero de la cristalera en *El secreto de la pirámide* constituyen tres grandes momentos para la tecnología CGI. "Fueron los pequeños primeros pasos de un niño –que pronto sería un gigante– llamado animación por ordenador. Esto tomó mucho tiempo y ayuda de la investigación destinada a realizar efectos especiales, por no mencionar un divertido conejo (Roger Rabbit) que hizo que este bebé, (que era la computación gráfica) se levantara y corriera"[55].

En lo relativo a los efectos especiales, películas como *Terminator II: El juicio final* (James Cameron, 1991) y, sobre todo, *Parque Jurásico* (Steven Spielberg, 1993) demostraron que la tecnología digital se podía usar con buenos resultados estéticos y narrativos. A esto se unió la estandarización creciente del *software* para convertir los sistemas de CGI en una herramienta intrínseca de expresión dentro del sector comercial y del ocio, no sólo para películas, sino para videojuegos y aplicaciones multimedia durante los 90 y años siguientes[56].

2.3.2. Sistemas CGI en el renacimiento del cine de animación *mainstream*

El interés por las nuevas tecnologías irrumpió en la nueva edad dorada de los dibujos animados, cuando Roy Disney, Michel Eisner y Jeffrey Katzenberg tomaron el control de Disney en 1984 e intentaron combinar lo mejor de los estilos digital y tradicional. Desde el comienzo de su andadura en el estudio se experimentaron las posibilidades que ofrecía la informática. El resultado se puede apreciar en la escena del Big Ben en *Basil, el ratón súperdetective* (Ron Clement, John Musker, Burny Mattinson y David Michener, 1986), en los coches tridimensionales de *Oliver y su pandilla* (George Scribner, 1988) y en la escena final de *La sirenita*, la primera pintada digitalmente[57]. Pero no es hasta el siguiente largometraje, *Los rescatadores en Cangurolandia* (Hendel Butoy y Mike Gabriel,

[55] Roger Rabbit fue el primer personaje que usó la herramienta CAPS desarrollada por Ed Catmull y su quipo egresado de NYIT. Esta herramienta permitió aumentar el nivel de sombras del diseño del personaje. Este mismo sistema abrió las puertas a personajes animados combinados con personajes reales como *Casper* (Brad Silberling, 1995). Cfr. *Op. Cit.*, JONES; Angie, OLLIF, Jamie, pp. 10-12 y 20; *Op. Cit.*, SITO, Tom, p. 334.
[56] WELLS, Paul (a), *Fundamentos de la animación*, Madrid, Parramón, 2007.
[57] *Taron y el Caldero Mágico* (Richard Rich y Ted Berman, 1985) es la primera película de Disney en usar herramientas digitales para aumentar las imágenes dibujadas a mano, ya que este filme sería producido en 70 mm. Cfr. *Op. Cit.*, JONES, Angie, OLIFF, Jaime, p. 9; *Op. Cit.*, KERLOW, Isaac V., *The Art of 3D Computer Animation and Effects*, John y Wiley & Son, Nueva Jersey, 2004, p. 21.

1990), que no se procesa totalmente una película con un sistema de imagen por ordenador[58]. Las aplicaciones de esta herramienta fueron plasmadas, por ejemplo, en su rica paleta de colores y en los efectos especiales utilizados, como en la escena en la que Bernardo y Bianca cenan en un restaurante. El reflejo de la vela que ilumina la mesa en los ojos de ella y los copos de nieve que caen tras la ventana fueron efectos totalmente novedosos. Los títulos que le siguieron fueron enriquecidos gracias a las ventajas de los nuevos *softwares*: así se comprueba en la escena del baile en *La bella y la bestia* (Kirk Wise y Gary Trousdale, 1991), la cabeza del tigre que emerge en la escena de la cueva en *Aladdín* (John Musker y Ron Clements, 1992) y la estampida de ñus en *El rey león*. Cada uno de estos títulos mostraron los avances que se iban consiguiendo para crear imágenes de una calidad y realismo nunca vistos en las películas de animación.

La emergencia de estas tecnologías transformó el proceso de animación de un modo inédito, principalmente porque "las herramientas digitales han cambiado un arte que ha sido fundamentalmente durante gran parte de su existencia, un medio de papel y lápiz"[59]. Gran parte del arduo trabajo de la animación sobre acetatos pasó a realizarse con ordenadores. La composición digital y el sistema de *motion control* en las cámaras pronto se convirtieron en elementos estándar dentro de las películas y facilitaron la realización de los movimientos de cámara, que en animación siempre habían sido difíciles de hacer, con lo que se incrementó su rango de profundidad y dinamismo. Asimismo, supuso un nuevo estatus de la técnica dentro del cine en general.

2.4. El renacimiento de Disney Animation Studios

La historia de la segunda edad de oro del cine de animación es también la del resurgir de Disney, el estudio que produjo los títulos más importantes del período. Conocer el proceso de transformación por el que pasó esta casa durante ese momento de su historia, así como las implicaciones que supusieron para el sector, permitirá entender cómo esta época no sólo significó el relanzamiento del dibujo animado, sino también la fragua de la animación actual.

[58] El s*oftware* utilizado fue la primera versión de CAPS (Computer Animation Production System). Cfr. *Ibid.*, p. 25.
[59] *Op. Cit.*, JONES, Angie, OLIFF, Jamie, p. 7.

2.4.1. Alcanzando al presente y sobreviviendo al éxito

El renacimiento de Disney tiene su inicio en 1984, cuando Roy Disney, sobrino de Walt Disney, retomó el control del estudio y junto a su colega, Frank Wells contrataron a dos directivos provenientes de Paramount Picture: Michael Eisner y Jeffrey Katzenberg. La entrada de estos ejecutivos formados en el nuevo Hollywood, fue el comienzo de transformaciones profundas en todos los niveles de la empresa, que arrastraba una profunda crisis creativa desde la muerte de su fundador.

La situación de la división de animación no podía ser peor. Su estancamiento había conseguido que jóvenes animadores, formados en la empresa, tuvieran que abandonar Disney frustrados por no poder desarrollar sus ideas. Los resultados en taquilla de las producciones realizadas hasta ese momento no eran los mejores, por lo que se llegó a considerar la posibilidad de abandonar la realización de dibujos animados. Por fortuna, el nuevo equipo de directivos prefirió potenciar esta área del estudio mediante las transformaciones que fueran necesarias. Con este fin, Michael Eisner decidió, en septiembre de 1984, reabrir la división de animación para televisión y asignar a Jeffrey Katzenberg el cargo de director creativo de las producciones animadas del estudio, junto a Roy Disney, que mantenía el título de presidente de la división.

Los primeros estrenos de la era de estos directivos, conocidos como el "equipo Disney", dieron muestras de los cambios introducidos en la empresa, pese a que no fueron grandes éxitos en taquilla. *Taron y el caldero mágico* y *Basil, el ratón superdetective* sirvieron para experimentar con herramientas tecnológicas que, como se ha visto antes, serían muy útiles en el futuro. No es hasta 1998 que las producciones de Disney comienzan a hacer patente los frutos del cambio en la gestión y a dar visos de modernización. La costosa inversión que significó desarrollar el sistema CAPS, que entre otras cosas fue uno de los hechos que ayudó a relanzar la animación, consiguió dar otra apariencia a los dibujos, especialmente en lo referente a la profundidad de campo, los movimientos de cámara y la viveza de los colores.

El primer gran éxito de taquilla de la época del "Equipo Disney" fue *¿Quién engañó a Roger Rabbit?*, basada en la novela de Gary Wolf, *Who Censored Roger Rabbit?* (1976)[60]. Sólo en Estados Unidos, esta película recaudó 150 millones de dólares y fue galardonada con cuatro

[60] Disney tenía los derechos de esta obra pero no se había decido a llevarla a la gran pantalla, hasta que Steven Spielberg leyó la novela y quedó encantado con la historia, así que convenció a Katzenberg de coproducirla, acordando realizar la animación de la película en Londres, con un equipo de animadores liderado por Richard Williams.

premios Óscar[61]. Este triunfo hizo que animadores y demás miembros de la comunidad cinematográfica se preguntaran si esto era una aberración en el patrón habitual de los lanzamientos de animación y si, con el estilo creciente de Spielberg–Lucas en las fantasías de los chicos, los clásicos de *Looney Tunes* de los años 40 habían regresado al mundo de la animación.

El estreno de *Oliver y su pandilla* respondió rápidamente a estas preguntas con una recaudación de 46 millones, así que *Roger Rabbit* fue visto como un caso especial. La taquilla de *Oliver y su pandilla* era el doble de lo que conseguía una película de animación en aquel momento, pero estaba muy lejos de lo obtenido por *Roger Rabbit*. No obstante, esta adaptación de *Oliver Twist* involucró a un equipo de jóvenes talentos del estudio que más adelante integrarían los equipos de realización en la nueva edad de oro de la empresa. Además, este largometraje es el primero de muchos en dirigirse fundamentalmente a una audiencia infantil en edades mayores a las acostumbradas en las producciones Disney. Por eso, Katzenberg, contrató a Billy Joel y a Beth Midler para hacer las voces de los personajes protagonistas e incluyó en la banda sonora la música del propio Joel, de Barry Manilow, Ruth Poitner, entre otros cantantes del momento. Esta concepción de contratación también mostraba un cambio en el tratamiento de la animación: se empieza a emplear un elenco de voces conocidas y compositores de música pegadiza como reclamo comercial.

Pero la película que daría un vuelco total al cine de dibujos fue *La sirenita*. Planteada como un musical de Broadway, gracias a la alianza entre Katzenberg y profesionales de ese gremio, se consiguió un éxito sin precedentes con una recaudación de 110,7 millones de dólares sólo en Estados Unidos[62]. Este triunfo estimuló a la industria del cine y así, las siguientes producciones de Disney y sus competidores fueron musicales al estilo de Broadway, con excepción de *Los rescatadores en Cangurolandia*, que se lanzaría un año más tarde.

En otoño de 1991 se estrenó *La bella y la bestia*, producción que superó el nivel de su predecesora y se convirtió en la primera película de animación en abrir la noche inaugural del Festival de Cine de Nueva York y la primera en ser nominada al Óscar en la categoría de mejor película por la Academia de Hollywood. Las innovaciones estilísticas, tecnológicas y narrativas sirvieron para que sus beneficios en el mercado local fueran de 145 millones de dólares. Disney había recuperado la magia de los buenos tiempos de un

[61] Mejor montaje, mejores efectos visuales, mejor sonido y un Óscar especial a Richard William por la creación y dirección de personajes animados.
[62] SITO, Tom, 2006, p. 300.

modo sorprendente, y superarse era un verdadero reto. A comienzos de los 80 se producían largometrajes de animación con cuatro años de distancia. A finales de la década, se estrenaban cada año.

Aladdín fue otro logro indiscutible. Nuevamente, la fórmula que lideró las listas de recaudación durante las semanas que estuvo en cartelera incluía la música como factor fundamental en la narración, al que se unió la estética y la interpretación del Genio por parte de Robin Williams. El nivel parecía insuperable hasta el estreno de *El rey león*. Este proyecto, que se había iniciado al mismo tiempo que *Pocahontas*, rompió con muchos cánones de los clásicos Disney y logró un éxito sin precedentes.

La cadena de triunfos en la gran pantalla vino a acompañar una campaña de relanzamientos de los clásicos Disney en video y no en cine, como era la costumbre del estudio, que se había iniciado a comienzos de los 80. Pese a las dudas de algunos, como Roy Disney y Katzenberg, las reediciones no hicieron más que engrosar los beneficios con cada lanzamiento. En 1984 se lanzó *Pinocho*, en 1986 *La bella durmiente*, en 1988 *La cenicienta*, en 1991 *El libro de la selva* y *Fantasía* y, en 1992, *101 dálmatas*. Con la entrada de los nuevos dispositivos como el DVD, el estudio tuvo la oportunidad de ofrecer, por tiempo limitado, ediciones de los títulos de la época de Walt Disney.

Para producir una película anual, así como lanzamientos directos a vídeo, el estudio se vio obligado a hacer elevadas inversiones. En 1984 Disney tenía en plantilla 125 artistas. En 1989 eran 500, más la unidad de animación para televisión compuesta por 175 integrantes, que trabajaban en Sídney, Tokio y Taipei. Ese mismo año, se crean dos unidades para largometrajes de animación, una en Florida y otra en Paris. La presión de esta trayectoria se incrementó con la aceptación por parte del público de las producciones de ese momento. Así, Katzenberg instauró en Disney el mantra: "más grande, más rápido, más barato", aunque, en ocasiones, más grande no resultaba compatible con barato.

Pero el final de la edad dorada de Disney era inevitable y cuando Frank Wells, presidente de Disney, murió en un accidente de helicóptero el 2 de abril de 1994, la situación en la dirección de la empresa se volvió crítica. Todo parecía indicar que Jeffrey Katzenberg ocuparía el puesto de Wells, pero no fue así. Eisner asumió la presidencia de la empresa sin dejar de ocupar el cargo que ya tenía dentro del estudio. Katzenberg decidió abandonar Disney a finales de julio de ese año para afrontar una nueva aventura, la creación de una nueva productora. Entre tanto, Eisner intentó reemplazarlo con la contratación de ejecutivos como Michael Ovitz y Joe Roth, pero ninguno de los dos

permanecería por mucho tiempo en la casa. De allí en adelante, Disney mantuvo la misma línea de contenidos pero comenzó a descender en taquilla y en encanto.

Durante la etapa relatada en este epígrafe, Disney recobró la magia de los clásicos reinventando el estilo de sus películas, pero también fue una época que impulsó el interés en la animación como un elemento clave en la producción cinematográfica, al tiempo que permitió a jóvenes promesas del medio formar parte de proyectos innovadores. Por fortuna, el fin de este ciclo no afectó al ascenso de la animación, sino que significó el comienzo de una nueva etapa.

2.4.2. Nuevos actores en escena y nuevas vías de creación (1995-2001)

En 1995 Katzenberg se unió a Steven Spielberg y David Geffen para fundar un nuevo estudio, DreamWorks SKG. Esta empresa, que también tenía una división de animación, se convertiría en el rival más fuerte con el que Disney tendría que competir en los 90, empezando por el agresivo cortejo que Katzenberg hizo a los principales talentos en animación de Disney para que se fueran a trabajar con él.

Las producciones animadas de DreamWork mantenían algunos de los rasgos de los proyectos en los que Katzenberg se había involucrado en el pasado. Sin embargo, ahora sin la atadura de la marca Disney y con los deseos de convertirse en un rival temido, este directivo dejó muy claras sus intenciones respecto a la animación. En una entrevista concedida a Caroline Westbook, expresaba así su visión: "setenta años atrás, Walt Disney tomó una técnica llamada animación y contó el tipo de historias que quería contar: historias para niños y cuentos de hadas, lo cual era una idea adorable que informó todo cuanto hizo (...) Lo que yo quiero hacer es una película de Spielberg en animación o una de Barry Sonnefield, de Martin Scorsese o de David Lean"[63].

Esta manera de ver las cosas no era exclusiva de Katzenberg. Había más profesionales en el sector que pensaban como él. Después de 1995 surgió la necesidad de cambiar nuevamente. Las películas de animación habían disfrutado de una gran popularidad y necesitaban crecer. Algunos afirmaban que ese crecimiento tenía que ser acercándose más a las películas de acción real. La necesidad de cambio en las películas de

[63] WESTBROOK, Caroline, "Fine Tooning" en: *Empire* 115, enero de 1999, pp. 108-11. Katzenberg expresa esta misma idea con motivo del lanzamiento de *El príncipe de Egipto*, primer largometraje de animación de DreamWork. SALOMON, Charles; *The Prince of Egipt: A New Vision in Animation*, Thames and Hudson, Londres, 1998, p. 158

animación era una realidad. Sin embargo esto no era tan evidente[64]. El dominio de Disney en el panorama de los largometrajes de animación negaba la posibilidad de apreciar esta necesidad, debido a que comparativamente, sus rivales no ofrecían alternativas novedosas. Charles Salomon relata que "los artistas estaban dibujando héroes similares y cantando canciones parecidas"[65].

A medida que el fin del siglo XX se aproximaba, la audiencia se fue cansando de la fórmula del musical. Los estudios buscaron nuevas fórmulas para remontar el bache tratando de crear un anime a la americana o una aventura de acción similar a las japonesas, pero para el mercado masivo de Hollywood la animación nunca significaba la adultez, ni la sensualidad implícita de estos productos de Japón, por lo que el resultado no se acercó en realidad a estas producciones[66].

Mientras los estudios de animación tradicional fracasaban en su intento por recuperar el nivel anterior, los estudios de animación 3D cosechaban éxito tras éxito, por lo que muchos comenzaron a pensar que el problema estaba en la animación tradicional y cerraron las unidades dedicadas a esta técnica en favor de las animaciones generadas por ordenador. El primer éxito de la historia de los largometrajes realizados por ordenador fue el primero de ellos: *Toy Story*.

Los primeros filmes de Pixar constituyeron el contraste necesario para mostrar una manera efectiva de conectar con el público. Muchos creyeron que la clave consistía en su tecnología arrolladora, sin embargo, el tiempo demostró que sus logros se debían también y fundamentalmente a sus historias.

La revolución de la animación generada por ordenador llevó a la animación a niveles inimaginables en el pasado, pero la verdadera revolución de la que aquí se habla está más vinculada a los contenidos que habían comenzado a cambiar en 1989. Como es natural en la industria del cine estadounidense, una vez agotado el esquema con el que había triunfado la animación, la novedad de los sistemas CGI se convirtió en el principal reclamo del medio y en la técnica dominante de sus producciones. Así, los estudios tradicionales se asociaron a estudios dedicados al CGI, como Blue Sky, o crearon su propia división de animación bajo este sistema para poder competir entre sí, con lo que el panorama del sector se reconfiguró.

---

[64] Cfr. OSMOND, Andrew, "Cartoon Movies: Acting Their Age?", *Animation World Magazine*, 4.8 , noviembre 1999, [mayo 2006].
http://www.awn.com/mag/issue4.08/4.08pages/osmondfeatures.php3

[65] SALOMON, Charles, "Its Here: Why Aren't you Watching?" en *Los Ángeles Time*, 27 de agosto, de 1999.

[66] Se hace referencia a títulos como *Atlantis* (Musker y Clement, 2001), *El planeta del tesoro* (Musker y Clement, 2002), *Titan A. E.* (Don Bluth, 2000), entre otros.

2.5. El guión como elemento fundamental para el desarrollo visual de las historias

La entrada de la tecnología digital en el mundo de la animación supuso, como se ha visto, una verdadera revolución en el sector de la animación. Sin embargo, en la etapa del resurgir de los largometrajes de dibujos animados *mainstream* se produjo el comienzo de un cambio en las historias de este cine, que se afianzaría a partir de 1995. No se trató de su diseño compositivo, que continuaba siendo clásico, sino del uso del guión como pieza fundamental del desarrollo visual de los relatos. Esta modalidad fue implementada en Disney por Michael Eisner y Jeffrey Katzenberg en 1986, cuando los ejecutivos supieron que en el estudio se acostumbraba comenzar el desarrollo de las historias sin contar con un guión previo[67]. La medida provocó la profundización en los aspectos estructurales del guión y con ella, la entrada de guionistas en los equipos de producción. Es el caso de Ted Elliot y Terry Rossio (*Aladdín*), que venían de escribir para el cine de acción real en Hollywood Picture, y Linda Woolverton (*La bella y la bestia*), primera guionista en la historia de Disney[68].

Aunque la estructura de estos filmes conservan el modelo tradicional y el cultivo de tramas amorosas (*La bella y la bestia* y *Aladdín*), de aventuras y rescate (*Los rescatadores en Cangurolandia*) y de maduración (*El rey león*), en algunos de los títulos de la etapa se incorporan la tendencia de construir verdaderos *pastiches* de los guiones de películas de acción real de entonces[69]. En la animación esto se tradujo en la unión de las convenciones

[67] Cfr. EISNER, Michael, SCHWARTZ, Tony, *Work in Progress, Risking Failure, Surviving Success*, Hyperion, Nueva York, 1999, p.173. Cfr. THOMAS, Bob (1996), p. 129. Chirsty Marx explica que el rol de la guionista en animación es relativamente reciente ya que la historia entera era tarea de los artistas. Pero en la década de los 60, cuando se comienzan a emitir *sitcoms* animadas, las necesidades del negocio llevaron a contratar guionistas, gente que supiera que tipo de guión podía ayudar a los artistas que realizaban *storyboards*. Cfr. MARX, Christy, *Writing for Animation, Comic and Games*, Focal Press, 2007, p. 4. Para conocer el proceso empleado para la creación de historias en Disney, ver: STEMPEL, Tom, *Framework: A History of Screenwriting in the American Film*, Continuum Publishing Company, Nueva Yorl, 1998, pp. 111-113.

[68] Tedd Elliot y Terry Rossio han escrito los guiones de películas de animación como *Antz* (Eric Darnell, Tim Johnson,1998), *La ruta al dorado* (Eric Bibo Bergerson y Don Paul, 2000) y *Shrek* (Andrew Adamson y Vicky Jenson, 2001). Linda Woolverton ha escrito libros infantiles y dentro de las películas que ha participado como guionista están *El rey león*, *Mulan* (Barry Cook y Tony Bancroft, 1998) y *Alicia en el país de las maravillas* (Tim Burton, 2010).

[69] El *pastiche* consiste en "una obra original construida, sin embargo, a partir de la codificación de elementos estructurales tomados de otras obras. Tales elementos pueden ser lugares comunes formales o de contenido o de ambos a la vez, o bien fórmulas estilísticas características de un autor, de una corriente, de una época, etc, etc". BERISTÁIN, Helena, *Diccionario de retórica poética*, Editorial Porrúa, México, 2000, p. 394.

de la animación tradicional, con las de los géneros de las películas de acción real del momento[70].

Las historias comenzaron a tener un ritmo distinto al habitual en las producciones de dibujos, con un desarrollo de la acción mucho más directo que los largometrajes de la era clásica[71]. Las secuencias se alargaron sin perder su enfoque en el avance de la acción. Se actualizan los temas y los contenidos adquirieron otra dimensión buscando despertar el interés de una audiencia más amplia. En estas producciones también se percibía un ensayo en el tratamiento de materias más serias. Una tendencia que se mantendría a lo largo del período, y que se advierte en el dramatismo y complejidad de títulos como *La bella y la bestia* y *El rey león*.

En este sentido, este último título viene a constatar la necesidad del medio de explorar otro tipo de historias. *El rey león* es el primer largometraje Disney basado en un guión original que tiene sus referentes en diversas fuentes literarias y culturales para desarrollar la trama más compleja del período. Aunque no se puede decir que esta cinta haya dado lugar a una tendencia consistente en la realización de películas a partir de obras originales[72].

La utilización del guión también influyó en la riqueza comunicativa del relato y de la imagen animada. El diseño de los protagonistas se potencia con caracterizaciones que profundizan en el aspecto psicológico de su carácter, debido a que se buscaba representar de manera realista los matices de esta nueva dimensión del personaje animado, especialmente en las figuras masculinas, que adquieren una relevancia mayor que en el pasado. Asimismo, en las películas del período 1989-1994, se aprecia una propensión a las referencias visuales de películas y géneros, así como la inclusión de personajes famosos de

---

[70] *Op. Cit.*, WELLS, Paul (2002), p. 133; Cfr. BORDWELL, David, *The Way Hollywood Tell It. Story and Style in Modern Movies*, University of California Press, Berkeley, 2006, 51; Cfr. WASKO, Janet, *Understanding Disney*, Polity Press, Cambridge, 2001, pp. 112-121.

[71] A lo que también contribuyó las posibilidades tecnológicas que permiten nuevos encuadres (picados y contrapicados) y movimientos de cámara, que transmiten, junto al montaje, mayor dinamismo y contribuyen a una mayor implicación por parte del espectador.

[72] Las películas posteriores a 1994 abandonaron paulatinamente los cuentos de hadas para explorar las historias basadas en la literatura universal, como *El jorobado de Notre Dame,* (1996), adaptación de la novela homónima, escrita por Víctor Hugo en 1831, la que se incorporan elementos de comicidad para acercarlas al público infantil, aunque sin perder los asuntos que pudieran tener más interés para los adultos, como en su día hiciera *Aladdín*, aunque en menor medida. En esa misma línea, se adaptaron leyendas tradicionales como *Pocahontas* y *Mulan*, en las que sus heroínas siguen la estela de las protagonistas del segundo florecimiento de la animación. *Pocahontas* es una versión libre de la historia de la heroína indígena estadounidense del mismo nombre, que vivió entre (1580-1617). Asimismo, *Mulan* es una leyenda china muy conocida, cuyo origen data de los años del imperio chino entre 386 y 534 antes de Cristo y trata de las aventuras de una chica que se alista en el ejército para recuperar el honor de su familia. Asimismo, al igual que sucediera con *El rey león* comenzaron estrenarse filmes basados en guiones originales, que bebían de diversas fuentes, costumbre cultivada por Pixar, DreamWorks entre otros estudios desde sus primeros trabajos.

la vida real y animada. Esta característica lúdica de la animación clásica se actualizó para crear contenidos más elaborados, que requieren una lectura más profunda y que caracterizaron esta etapa.

CAPÍTULO 3. PIXAR ANIMATION STUDIOS:
HISTORIA Y CULTURA CREATIVA

"El maridaje entre arte y ciencia ha sido el sueño común de tres hombres: un científico creativo, Ed Catmull; un empresario visionario, Steve Jobs, y un artista con talento, John Lasseter"[1]. Juntos han revolucionado la industria, marcando un récord sin precedentes en la historia de Hollywood, con la materialización de su meta: Pixar Animation Studios. El presente capítulo tiene por objeto hacer un breve recorrido por la historia de este estudio y exponer algunas de las claves creativas de su cultura empresarial. La finalidad de este cometido se orienta a la conformación de un contexto histórico que siente las bases del posterior estudio sobre los procesos creativos y los directores-guionistas de Pixar, así como conocer el origen de la filosofía que sustenta su trabajo y comprender sus implicaciones creativas.

Para lograr esta tarea, se comenzará por los años en los que Pixar sólo era un sueño que podría llegar a ser posible gracias a la reunión de un equipo de científicos y un animador en Lucasfilm. A continuación se explorará la historia del estudio a través de las etapas empresariales más importantes por las que ha pasado en los últimos veinticinco años de existencia. A saber, un período en el que intenta sobrevivir y que corresponden a su primera alianza con Disney, y otro en el que se consolida dentro de la industria como uno de los grandes del mundo de la animación y el entretenimiento, con la compra de Pixar por parte de Disney. También se hará una breve panorámica de la producción de cortometrajes del estudio. En este punto, hay que advertir que no se darán mayores detalles de este tipo de producciones firmadas por John Lasseter, puesto que se abordarán en el capítulo dedicado a este director. Finamente se resumirán algunas de las claves más relevantes de la cultura de Pixar.

---

[1] Cfr. IWERKS, Leslie, "La historia de Pixar", en: *WALL-E*, disco 2 [DVD], Walt Disney Company Iberia, 2008.

3.1. La División informática de Lucasfilm, el germen de todo

El origen de Pixar se halla en el marco de una iniciativa asentada en la innovación y la investigación tecnológica al servicio del séptimo arte. Su impulsor fue George Lucas, quien tras el éxito de *Star Wars* y, en medio de la producción de *El Imperio contraataca. Episodio V* (Irving Kershner, 1980), pudo reconocer que las tecnologías de composición óptica disponibles entonces resultarían cada vez más incompatibles con la visión que tenía para el resto de la saga. Por eso, en 1979, el director y productor decidió crear una división informática para desarrollar herramientas de producción digital que abarcaba tres líneas de exploración: un sistema digital de vídeo, un sistema digital de audio y un sistema de impresión y escáner láser que permitiera la transferencia de las imágenes desde el celuloide al ordenador, donde se pudiera manipular el contenido sin perder calidad de imagen y retornarla luego al film[2].

Lucas buscó entre una serie de profesionales a uno, capaz de liderar y reunir a un equipo de ingenieros informáticos de alto nivel que le ayudaran a crear sus herramientas futuristas de producción. Entre las personas que entrevistó personalmente eligió a Ed Catmull, quien provenía del mundo académico.

Doctor por la Universidad de Utah y ex director del departamento de diseño gráfico de New York Institute of Technology, Catmull era la persona idónea, pues no sólo se trataba de alguien muy cualificado en el ámbito técnico, sino también en el terreno creativo. Desde sus primeros años de vida en Salt Lake City, donde creció, el joven Catmull mostró sus deseos de ser animador, pero como no era muy buen dibujante, decidió seguir otra de sus aficiones: la física y la ciencia informática. Una vez que comenzó sus estudios universitarios, comprobó que ambas inclinaciones podían ser compatibles, así que se planteó la posibilidad de hacer en el futuro una película de animación por ordenador.

A lo largo de su periodo formativo y primera etapa como profesional, Catmull no cejó en su idea. Durante sus años universitarios colaboró con pioneros de la computación gráfica. De hecho, su propia labor forma parte de los importantes adelantos que se habían dado en el terreno de la creación de imágenes por ordenador o tecnología CGI de

[2] Esta decisión del director y productor supuso un paso importante dentro del mundo de los efecto especiales y del cine en general. De hecho, era una acción poco corriente dentro de la industria, en palabras Ed Catmull, "en Hollywood, Lucas fue la única persona que realmente invertía en tecnología cinematográfica de una manera seria. Era un riesgo que los grandes estudios no querían asumir, pero él entendía el valor del cambio tecnológico. Él proveyó el soporte cuando nadie más lo hacía". PAIK, Karen, *To infinity and Beyond!*, *The story of Pixar Animation Studios*, Virgin Books, 2007, p. 19.

entonces. Entre sus trabajos más relevantes se puede mencionar su tesis doctoral, cuyos resultados constituyen el primer paso hacia la creación de superficies curvas, las texturas que cubren esas superficies y la eliminación de los bordes salientes de las líneas digitales, conocidas técnicamente como *jaggies*[3]. Durante esta etapa de su vida, Catmull también realizó una pieza de animación de su mano derecha que fue incluida dentro de una escena del filme *Futureworld*. Posteriormente, en el New York Institute of Technology tuvo ocasión de liderar un equipo que se proponía desarrollar herramientas que permitieran crear arte y animación a través de la informática. Allí crea una aplicación llamada Tween[4], que permitía al ordenador hacer los dibujos de intermedios o *inbetween*[5]. Permitía convertir la animación dibujada a mano en otra digital.

Para Catmull, Lucasfilm ofrecía la solución al obstáculo inamovible con el que siempre se había topado al perseguir su objetivo a largo plazo: la pieza necesaria que le permitiría hacer películas. Al mismo tiempo, el espíritu creativo aplicado a la investigación científica que el propio Catmull aportaba fue una ventaja para Lucas, ya que el científico comprendía sus ambiciosos planes y se unió al empeño de conseguir soluciones realmente útiles a los fines del cineasta[6].

Fiel a su creencia de que la clave del éxito está en las personas, en rodearse del mejor equipo posible, Catmull consiguió reunir un grupo de profesionales destacados, entre los que se contaban viejos conocidos suyos del New York Institute of Thechnology: Alvy Ray Smith, que compartía con él su deseo de realizar animación por ordenador, se incorporó como líder en el ámbito de la computación gráfica; el fotógrafo David DiFrancesco se dedicó a los asuntos concernientes a la impresión digital cinematográfica, Ralph Guggenheim asumió la tarea de sacar adelante el sistema de edición de video, que eventualmente se conocería con el nombre de Edit Droid, mientras Andy Moorer, de la Universidad de Stanford, se dedicó al sistema de edición de sonido, que más tarde se llamaría Sound Droid. Así, con solo dos ordenadores y ningún *software* gráfico, Catmull y su equipo crearon nuevas tecnologías que mejoraron la producción cinematográfica[7].

---

[3] Cfr. *Op. Cit.*, IWERKS, Leslie, [DVD], 0:14: 25 al 0:14:34.

[4] Posteriormente, Alvy Ray Smith, ex académico y compañero del NYT extendió este trabajo al color y desarrolló un sistema de pintura por ordenador, llamado Paint, que se ha mencionado en el capítulo anterior.

[5] Estos dibujos se intercalan entre los dibujos clave del movimiento del personaje a animar según la técnica de pose a pose. Los dibujos clave o extremos señalan las fases principales de la acción y muestran las características del movimiento. Una vez realizados los dibujos claves, estos pasan al departamento de *inbetweener* o de intercalado para que se dibujen las fases progresivas del movimiento entre una posición clave y otra.

[6] Cfr. *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 20.

[7] Cfr. BUCKLEY, A. M., *Pixar: Company and its Founders*, ABDO, Minnesota, 2011, p. 25.

A pesar de las ambiciones de Catmull y Smith de hacer animación por ordenador, el objetivo de la División informática era resolver retos técnicos, crear herramientas y no hacer películas. Para eso existía otra división de Lucasfilm: Industrial Light and Magic (ILM). Entre los asuntos prácticos que el equipo de imagen digital debía resolver se contaba la creación de un *software* que pudieran renderizar los millones de polígonos necesarios para la resolución del un filme, evitar los dientes de sierra que aparecen en algunas líneas que deberían verse lisas y crear un desenfoque naturalista del movimiento, a imitación del que ocurre cuando un objeto pasa rápidamente ante el lente de una cámara de cine, conocido técnicamente como *motion blur*[8]. Por eso, además de atender a estas cuestiones, el equipo se las ingenió para poder mostrar sus adelantos mediante piezas fílmicas.

Alvy Ray Smith convenció a sus colegas de ILM para realizar una de las escenas de *Star Trek II: The Wrath of Kahn*, ("The Genesis Effect"). La escena fue planteada como una roca explotando en un planeta y provocando una reacción en cadena hasta transformar el paisaje en un oasis. Para ello, se emplearon los últimos avances desarrollados por el departamento informático: un nuevo sistema de partículas para la explosión generado por Bill Reeves, el "fractal" de Loren Carpenter para generar los terrenos, el programa de pintar elaborado por Tom Porter para crear los mates digitales, y su nuevo *software* de composición. Pero Alvy Ray Smith sabía que lo que llamaría más la atención de George Lucas sería el movimiento de cámara. Por eso, Loren Carpenter programó un espectacular vuelo ininterrumpido que seguía a la aparición de la vida por toda la superficie del planeta. El plano era como un reclamo para Lucas. Tenía un perfecto sentido narrativo, no se trataba de un movimiento gratuito generado por ordenador, y era totalmente imposible de conseguir con una cámara de imagen real[9]. El resultado fue espectacular. El realismo de las

[8] Las soluciones a estos asuntos se concretaron en avances como REYES (Renders Everything You Ever Saw), que posteriormente evolucionaría en el RenderMan, un render programado por Loren Carpenter y Rob Cook, capaz de alcanzar una resolución similar al de una película. En marzo de 1983 el equipo usó REYES para generar la primera imagen con resolución de película: "The Road to Point Reyes", que puede verse en los anexo de este capítulo. Asimismo, en 1985 Tom Porter daría un paso más para resolver lo relacionado con el *motion blur* con el render de una escena en la que aparecían cinco bolas de billar en movimiento. Tanto técnicos como animadores pensaron que era una imagen real. En lo concerniente a la impresora óptica digital, ésta se estaba desarrollando en dos partes. Por un lado, David DiFrancesco se dedicaba a la parte de la "impresora" –el scanner láser que plasmaría la imagen en la película. Y, por otro, Adams Levinthal, Rodney Stock y Tom Porter desarrollaron un ordenador especialmente equipado para hacer frente a la difícil tarea de manipular y unir los componentes de una escena en una imagen lista para ser plasmada en la película. Esta computadora se convertiría en el Pixar Image Computer. Estas herramientas desarrolladas por el equipo de Catmull (especialmente la posibilidad de conseguir *motion blur* y profundidad de campo) supusieron el comienzo de la revolución digital en la industria del cine: nada volvería a ser lo mismo desde entonces.

[9] Cfr.*Op. Cit*., PAIK, Karen, p. 25.

imágenes sorprendía a todos, cuando la gente las veía no podía creer que habían sido generadas por una computadora[10].

Aunque que el equipo de Catmull se iba acercando al punto en el que la imagen generada por ordenador podía ser utilizada para hacer cine, todavía había gente –incluso dentro de ILM– que no estaba convencida del alcance de las metas que se estaban logrando. A pesar de todo ello, Alvy Ray Smith y Ed Catmull seguían trabajando en su objetivo de hacer películas de animación por ordenador.

Estos esfuerzos fueron recompensados en 1984 con la incorporación de John Lasseter al grupo. Lasseter, un joven animador formado en Disney, supuso el componente artístico que el equipo técnico había anhelado desde sus inicios. Entonces, la animación por ordenador era competencia de los propios ingenieros que hacían los programas, y los artistas veían a las computadoras como un obstáculo para la creatividad. Lasseter fue uno de los primeros animadores que mostraron interés en el medio y creyó que, a pesar de las dificultades, el ordenador podría tener el potencial para ser una herramienta de una increíble delicadeza, capacidad y control. Su colaboración y disposición a emplear esta nueva tecnología fue la oportunidad que la División informática esperaba y resultó en una dinámica que el animador resumió en su célebre frase: "el arte desafía a la tecnología y la tecnología inspira al arte".

Además de la excelente calidad y alta tecnología de las herramientas creadas en la División informática de Lucasfilm, y lo que supusieron para la historia del cine y de las imágenes generadas por ordenador, hay que destacar la filosofía de trabajo que sustentaba el ambiente laboral del equipo. Más tarde se mantendría en Pixar, como uno de sus rasgos distintivos, desde el punto de vista empresarial y creativo.

Uno de los aspectos principales que Catmull inculcó en el grupo era la importancia de que sus logros en investigación y desarrollo se mantuvieran accesibles y abiertos a la comunidad de informáticos gráficos. Según él, esto les ayudaría a alcanzar sus metas rápidamente. En sus palabras, "si participas en una comunidad más grande, estableces relaciones. Además, las mejores personas que salen de las universidades querrán venir a trabajar para ti. Pienso que cuando eres reservado, realmente lo que haces es impedirte avanzar"[11]. Por eso, el equipo encabezado por Smith y Catmull participó activamente en las

[10] El equipo de la División informática tuvo ocasión de participar también en la creación de algunos efectos especiales de *El retorno de Jedi* (Richard, Marquand, 1983), así como la elaboración del Caballero de la cristalera de *El secreto de la pirámide*

[11] Cfr. AMIDI, Amid, *The Art of Pixar Short Films*, Chronicle Book, San Francisco, 2009, p. 11.

convenciones SIGGRAPH, un acrónimo de Special Interest Group on Graphics, a cargo de la Association for Computing Machinery.

La reputación de Catmull y el atractivo de estar unido a la fuerza que George Lucas representaba en la industria del cine hizo que la División informática fuera un lugar atractivo para cualquiera que estuviese interesado en aplicar la ciencia de los ordenadores al cine. Tal es el caso de jóvenes pioneros como Loren Carpenter o Tom Porter, entre otros, que se fueron incorporando al grupo después de su fundación. Es en el marco de un SIGGRAPH donde el equipo de Catmull presenta el funcionamiento de sus herramientas mediante un primer cortometraje, fruto de su colaboración con John Lasseter: *Las aventuras de André y Wally B* (1984). Con esta cinta se dio un paso importante en el camino de la animación por ordenador y una mayor proyección del trabajo realizado por el grupo[12].

A pesar de este éxito, muchos de los proyectos que originalmente formaban parte de la División informática de Lucasfilm, como el EditDroid, el SoundDroit y un nuevo videojuego que se conocería como DroidWorks, fueron apartados de su competencia. De esta manera, el grupo terminó trabajando en una pequeña porción de sus metas iniciales, por lo que su fin se hacía cada vez más previsible. Catmull y Smith decidieron salvar a su equipo y su trabajo, así que diseñaron un plan de negocios con el fin de fundar una nueva compañía compuesta por cuarenta personas, el número de empleados que componía la División. Además, querían mantener intacta la identidad corporativa y la cultura de trabajo que habían cultivado hasta entonces. Asimismo, procuraron conservar el departamento de animación, que estaba integrado entonces por cuatro personas: John Lasseter, que era el único animador, y Bill Reeves, Eben Ostby y Sam Leffer, que realizaban las tareas técnicas.

Aunque el sueño de Smith y Catmull era fundar un estudio de animación por ordenador, por entonces el medio era lo suficientemente nuevo como para que su empresa lograra autofinanciarse. Por eso, decidieron basar su propuesta en un prometedor grupo de piezas tecnológicas. Para ello, usaron como producto principal el Pixar Image Computer, una potente herramienta informática, cuyos programas convertían imágenes de alta resolución a las tres dimensiones. Con ellas pretendían captar el interés de la comunidad médica y del sector oficial, pues su tecnología servía también para los satélites de vigilancia[13].

---

[12] Sobre los cortos realizados por John Lasseter se hablará en detalle en el capítulo dedicado a este director.

[13] El nombre de PIXAR fue el fruto de la unión de varios esfuerzos. "Siempre habíamos sido la División informática –cuenta Alvy Ray Smith–, pero había llegado el momento de poner un nombre a lo que habíamos hecho. Una noche estábamos reunidos Loren Carpenter, Rodney Stock y yo. Yo crecí en Nuevo México, donde el español es el segundo idioma. En español las formas infinitivas siempre acaban en –ar, -er o –ir. Yo

Lucas se mostraba satisfecho con la labor del grupo de Catmull y Smith, pese a que le había ocasionado pérdidas importantes de dinero. Al fin y al cabo, la tecnología que ellos habían creado puso a Lucasfilm a la cabeza en el negocio de los efectos especiales y le llevó donde quería cuando ideó su creación: ser capaz de contar la historia de *Star Wars* de la manera en que deseaba hacerlo[14]. No obstante, Lucas no podía seguir apoyando al equipo. El cineasta no veía la necesidad de comprar una empresa de ordenadores ni deseaba adquirir una nueva compañía cinematográfica. Él quería usar los ordenadores en el proceso de filmación, pero no hacer películas de animación por ordenador[15]. Por tanto, facilitó la separación de la División informática de su compañía para que Catmull y Smith comenzaran a buscar inversores.

3.2. Primeros años de Pixar, 1986-1996

El 3 de febrero de 1986, Steve Jobs compró Pixar a Lucas por 5 millones de dólares e invirtió otros 5 millones más en capital para lanzar la compañía. Jobs acababa de abandonar Appel Computer, la empresa que había fundado junto a Steve Wozniak y Ronald Wayne diez años antes. El potencial gráfico de la tecnología desarrollada por Catmull, Smith y el resto del grupo, así como el sueño de hacer el primer largometraje de animación por ordenador, fueron los aspectos que despertaron el interés de aquel empresario de 31 años.

Los términos de la compra contemplaban que Pixar se llevaría todo el *hardware* y *software* desarrollado, pero Lucasfilm conservaría una participación en los avances que la División informática había desarrollado antes de la venta. Esta prerrogativa suponía también la licencia perpetua sobre las futuras versiones del RenderMan[16]. Una posibilidad que, con el paso de los años, ha reportado más dinero que la venta de toda la División.

Así, Pixar nace como una empresa de *hardware* en el mundo del cine. Y, tal como se había previsto, se explotaron las bondades del Pixar Image Computer, mientras se desarrollaban nuevas técnicas que permitieran producir un largometraje de animación por

---

sugerí 'Pixer' un verbo español inventado que quería significa "hacer dibujos". Creo que fue Loren el que dijo que radar acababa en –ar y que eso podría asociar al nombre a la alta tecnología. ¿Por qué no usar –ar en vez de –er? Así surgió el nombre de Pixar. Además, el nombre tiene otros sentidos, provenientes de las acertadas combinaciones de 'pixel+art' y 'pixel arranger"'. *Op. Cit.* PAIK, Karen, p. 44.

[14] Cfr. *Ibid*, p. 52.

[15] Cfr. *Op. Cit.* BUCKLEY, A. M., p. 24.

[16] Para conocer más sobre RenderMan, ver: *Op. Cit.* PAIK, Karen, pp.126-127, y "Renderman, the thecnology behind the art", en: *Pixar. com.* https://renderman.pixar.com/products/index/renderman.html

ordenador. Catmull, Lasseter y Jobs tuvieron que crear todo: la tecnología, el equipo creativo y la oportunidad de hacer cine. Ninguna de esas cosas existía, así que supuso un esfuerzo enorme para sus cofundadores.

En el caso Steve Jobs esta realidad exigió grandes cuotas de paciencia y dinero. Durante los primeros cinco años de la empresa, Jobs perdió un millón de dólares anuales. "Si en 1986 hubiese sabido cuánto me iba costar mantener Pixar a flote, dudo si habría comprado la compañía", reconocería años más tarde[17]. Durante muchos años el problema fue el costo que requerían las computadoras para hacer animación, lo que a su vez encarecía el precio con el Pixar podría comercializarlas en el mercado. Solo hasta hace pocos años los precios bajaron a un punto en que el negocio podría tener sentido. Por eso, Jobs insistió a Ed Catmull en que pospusiera su objetivo final –hacer películas de animación– y se desarrollaran productos vendibles en el sector técnico.

El primero de estos productos fue un *software* desarrollado en parte durante la época de Lucasfilm llamado RenderMan, que permitía a los artistas gráficos por ordenador aplicar texturas y colores para las superficies de los objetos 3-D en la pantalla. De hecho, las estaciones de trabajo Silicon Graphics que generaron los dinosaurios de *Parque Jurásico*, se basaron en RenderMan para crear la piel de las criaturas escamosas y sus dientes de marfil. Durante un tiempo, la venta de este programa fue la principal fuente de ingresos de Pixar. Además, constituyó un factor de prestigio para la empresa, pues suponía un importante adelanto tecnológico en mundo del cine que en 1993 fue reconocido con el primer Óscar concedido a un *software* para animación.

Disney fue la segunda fuente de ventas. Pixar se unió a su equipo técnico para crear un sistema de *software* llamado CAPS, que ayudó a los animadores de Disney a agilizar el proceso de la animación convencional y ampliar las posibilidades de sus efectos especiales. El resultado fue el brillante éxito de las imágenes de la escena del baile de *La bella y la bestia* y las espectaculares imágenes de *Los rescatadores en Cangurolandia*.

Pese a estos logros, a finales de la década de los 80 y comienzos de los 90 quedó claro que RenderMan, CAPS y otras empresas –como la fabricación de *hardware* de gráficos por ordenador– no iban a pagar las cuentas de Pixar. Jobs había sobreestimado su mercado y, por eso, decidió junto a Lasseter y Catmull que la empresa debía concentrarse en el desarrollo de contenidos: cortometrajes y anuncios de televisión. Así, en abril de 1990, Jobs

[17] SCHLENDER, Brent y FURTH, Jane, "Steve Jobs' Amazing Movie Adventure Disney is Betting on Computerdom's Ex-boy Wonder To Deliver This Year's Animated Christmas Blockbuster. Can He di for Hollywood What the Did for Silicon Valley?", en: *Fortune Magazine*, 18 de septiembre de 1995, [septiembre 2011] http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/1995/09/18/206099/index.htm

vendía la división de *hardware* para convertir a Pixar en una productora de animación. La plantilla de 80 empleados pasó a ser de 50 en una semana y se trasladaron de San Rafael a Point Richmond, también en California.

Los cortos realizados por Lasseter hasta ese momento no aportaban ingresos, pero eran una excelente manera de proyectarse y darse a conocer. Cada uno de ellos, presentados en festivales y convenciones de especialistas, fue ganando para Lasseter y para Pixar un prestigio indiscutible. Tal como pensaba Catmull, la presentación del trabajo a una gran comunidad hizo que buenos profesionales vieran en Pixar un lugar atractivo para trabajar.

La División de anuncios de Pixar comenzó su andadura en 1989 y cerró en julio de 1996. Sin embargo, el estudio realizaría un par más de ellos para McDonals, en 1998 y 2000, ya que estaban protagonizados por los personajes de *Bichos* y *Toy Story* 2[18]. En total se produjeron 79 anuncios para importantes clientes como la Lotería del Estado, Trident y Volkswagen, entre otros. Algunos de estos anuncios son memorables, como la serie realizada para Lifesaver, en donde los caramelos se convierten en expertos bailarines o en niños que juegan en las arena de la playa[19]. Asimismo, son dignos de recordar los producidos para Listerine, como por ejemplo, aquel en el que un envase caracteriza a Robin Hood o Patton[20]. La calidad de estas producciones fue reconocida por prestigiosos galardones del medio publicitario como el premio Clio o el Telly. En ellos ya se apreciaban los rasgos distintivos de Pixar: calidad técnica, el interés por contar buenas historias y, sobre todo, la habilidad de crear personajes animados por ordenador, capaces de comunicar ideas.

Estas piezas publicitarias contribuyeron a incorporar nuevo talento artístico, ya que Lasseter era, hasta ese momento, el único animador de la empresa; pero lo más importante, es que fueron un medio idóneo que los entrenaría en aspectos propios de la producción cinematográfica. En palabras de Catmull, "los anuncios son como historias cortas, y haciéndolos podríamos acostumbrarnos a trabajar con fechas de entrega y presiones con las

[18] Ver : anuncios para McDonals protagonizados por los personajes de *Bichos* http://www.youtube.com/watch?v=2wfqm4bBpNI&feature=player_embedded y http://www.youtube.com/watch?v=IzpV-70_Jo8&feature=player_embedded
[19] Life Saver http://www.youtube.com/watch?v=G-Lx0ibHCiU&feature=player_embedded
[20] Ver anuncios para Listerine: *La selva* (1992) http://www.youtube.com/watch?v=lDU5KSMeDAs&feature=player_embedded , o Listerine *boxeador* (1991) http://www.youtube.com/watch?v=mFjvu3rFysA&feature=related

que te encuentras cuando haces películas. Las restricciones forman también parte del arte"[21].

Entre los empleados de Pixar que dirigieron anuncios se encuentran John Lasseter, Andrew Stanton, Pete Docter, Jan Pinkava, Bud Luckey, Glenn McQueen, Craig Good, Scott Clark, Shawn Krause, Galyn Susman, Roger Gould and Andrew Schmidt. Y entre sus productores figuran algunos de los más reconocidos por su labor en largometrajes de la casa como Ralph Guggenheim, Darla K. Anderson, entre otros.

Una vez más, pese a los logros tecnológicos y artísticos, los fundadores de Pixar se encontraron nuevamente con que su éxito no era suficiente para mantener a flote la compañía. Jobs estaba dispuesto a vender Pixar a otras empresas, como Microsoft. Por fortuna, el camino andado no había sido inútil y surgió una propuesta de Disney para hacer películas con ellos.

3.3. El despegue del estudio: primer acuerdo con Disney (1991-2005)

Los estudios Disney siempre habían sido una de las opciones consideradas por Smith y Catmull para la realización de una película. Desde los tiempos en Lucasfilm, los científicos habían buscado una oportunidad de trabajar con este estudio, pero la calidad de resolución que permitía entonces la tecnología y el poco interés mostrados por sus ejecutivos hicieron que no fuera posible conseguir ese objetivo. Pero todo esto cambió con la entrada de la nueva directiva de Disney, encabezada por Frank Wells, Michael Eisner y Jeffrey Katzenberg. Estos hombres se mostraron interesados en recuperar el talento artístico perdido durante los años anteriores y en las posibilidades que brindaban los ordenadores a la animación. En este momento surge la colaboración entre Pixar y el equipo técnico de Disney para crear el CAPS. Una oportunidad que, sin duda, acercó posturas.

Por otra parte, había otro criterio que había impedido, hasta cierto punto, que ambas empresas se unieran para realizar una película. En el pasado, Disney se negaba a estrenar un filme con su nombre si no la había producido el propio estudio. Pero en 1990, la revitalización de la animación de este estudio iba por buen camino. El año anterior *La sirenita* había sido un éxito de crítica y de taquilla y había una gran expectación por el inminente estreno de *La bella y la bestia*. Entonces, surgió un proyecto que les hizo

[21] *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 64.

reconsiderar su negativa a la posibilidad de asociarse con otro estudio para realizar un filme. Se trataba del acuerdo alcanzado con Tim Burton, un antiguo animador de la casa.

Burton había abandonado Disney en 1984 para dedicarse a la imagen real, dejando atrás un corto (*Vincent*) y una idea para un largometraje (*Pesadilla antes de Navidad*). Después del enorme éxito que tuvo con *Batman* (1989), el director acudió a Disney para recuperar *Pesadilla antes de Navidad* y se ofreció a hacerla. Los ejecutivos del estudio, antes que perderlo nuevamente, aceptaron hacer la película en *stop motion* tal y como Burton deseaba; además, se comprometieron con él a distribuir el filme. Derribada esta barrera, Disney podría emplear ese mismo método para llevar a cabo proyectos con otras compañías.

A comienzos del verano de 1990, Peter Schneider, presidente de Walt Disney Feature Animation, se mostró interesado en hacer una película con Pixar. Esta era la noticia que Catmull y Smith habían esperado desde hacía una década y media. Lasseter, el talento creativo más visible de Pixar, se convirtió en un pieza clave del convenio. El director propuso a Disney un especial de media hora para Navidad. El día del *pitch* Lasseter presentó una idea principal que dio lugar a *Toy Story*, pero también llevaba otros dos conceptos más por si no funcionaba el de los juguetes: una adaptación de *James y el melocotón gigante* de Roald Dahl, y *El dragón* de William Joyce. Finalmente, los ejecutivos de Disney se mostraron complacidos con la presentación y cambiaron los planes de Pixar al proponer un largometraje, en lugar del especial de media hora.

En la primavera de 1991, Pixar y Disney firmaron un acuerdo para hacer tres películas. Pixar produciría los largometrajes, y Disney los financiaría y distribuiría. Aunque Steve Jobs había conseguido un buen acuerdo con Jefffrey Katzenberg, los términos finales no eran del total agrado de Pixar: Disney se quedaba con los derechos de los largometrajes y el *merchandising* y, por tanto, era libre de hacer o no secuelas, *remakes*, *spin-off*, programas de televisión y producciones directas a vídeo de los personajes, etc. Pixar podría retener los derechos de las secuelas realizadas para video y compartir algunos de los beneficios basados en las ganancias de las distribución y productos relacionados con lo filmes. En otras palabras, el reparto era de 85-15% a favor de Disney… No obstante, en palabras de Jobs "era lo mejor que le había pasado nunca a Pixar, era la dirección hacia la que siempre habíamos querido dirigirnos como empresa, y no había mejor socio para hacerlo, ningún otro del que pudiésemos aprender más que de Disney" [22].

[22] *Ibid.* p. 71.

Poco antes de que se firmase el acuerdo, Alvy Ray Smith abandonó Pixar para comenzar su nueva empresa de tecnología gráfica, Altamira. Desde 1989, las relaciones entre él y Jobs no habían sido muy buenas, debido a diferencias profesionales. Por eso, Smith decidió apartarse de la empresa que había cofundado con él y con Catmull. Pero antes de irse vio el logro del sueño de Pixar en el horizonte.

3.3.1. Pixar intenta mantener el vuelo: de *Toy Story* a *Bichos*

La producción de *Toy Story*, el primer largometraje de animación realizado íntegramente por ordenador, fue un reto de grandes proporciones que sus creadores abordaron con cierta ingenuidad debido a su inexperiencia. Casi todos los miembros del equipo creativo de *Toy Story* eran principiantes en el oficio de producir largometrajes. A excepción de Joe Ranft, que había realizado el trabajo de *storyboards* para varios filmes de Disney y había dado clases sobre esta técnica en CalArts, el resto del grupo no había escrito ningún guión y, en sus trabajos previos las historias carecían de diálogos. Sin embargo, el entusiasmo del grupo y su deseo de hacer una buena película los impulsó durante todo el proceso a superar las dificultades[23]. Su éxito fue tan inesperado como contundente.

A pesar del logro que significó *Toy Story*, los asuntos financieros de Pixar no marchaban tan bien como se podría esperar. El contrato con Disney les dejaba con la menor parte de los beneficios, hasta el punto de que se hubieran arruinado si alguna película hubiera resultado un fracaso. Por eso, amparado en el éxito alcanzado con *Toy Story*, Steve Job decidió vender parte de las acciones de Pixar. Fue una operación altamente rentable: en una semana consiguió recaudar 132 millones de dólares. Asimismo, el ejecutivo intentó renegociar los términos del acuerdo con Disney. Su demanda básica era obtener la mitad de los beneficios sobre sus largometrajes, pero Disney no estaba de acuerdo. Las conversaciones fueron duras y revelaron la primera confrontación entre Eisner y Jobs.

En 1997, Disney y Pixar alcanzaron un acuerdo por el que ambas empresas compartirían los beneficios a partes iguales, después de deducir una cuota del 12% por concepto de distribución a favor de Disney. Asimismo, el trato amplió el número de largometrajes de los tres iniciales a cinco a partir del siguiente estreno, que sería *Bichos*[24].

---

[23] Cfr. "Los creadores reflexionan", en: *Toy Story*, LASSETER, John, *Toy Story*, *edición 10mo Aniversario* [DVD], Buena Vista Home Entertainment, 2005.

[24] *Toy Story* 2, al ser una secuela no contaba como una de los filmes que contemplaba el acuerdo.

En 1998, Pixar estrena su segunda película con gran expectación por parte de todo el equipo. Durante la producción, ejecutivos y creativos del estudio querían evitar el síndrome del segundo producto. Un fenómeno que afecta a muchas empresas que han tenido un gran éxito con su primer trabajo y que, al presentar el siguiente, se han visto abocadas al fracaso. Pixar sabía que una de las razones que llevaban a esas compañías a fallar consistía en la repetición de fórmulas que habían triunfado en el pasado. Además, al crecer corporativamente se hacían más aparatosas y su organización complicada. Esto último era un riesgo que Pixar veía cercano por su propia situación. Para cumplir con los compromisos adquiridos con Disney, Pixar tenía que empezar a producir varias películas a la vez y debían encontrar una manera de evitar que no se perdiera el espíritu de comunicación y colaboración que había reinado siempre en sus instalaciones y grupos de trabajo.

Así, la producción de *Bichos* fue una experiencia totalmente nueva para el núcleo creativo que había producido *Toy Story*. Una vez más, se buscó una historia que tuviera humanidad, que no recordara en nada a su predecesora por el uso de estrategias narrativas similares y que supusiera un reto técnico. Esa filosofía se ha mantenido a lo largo de los años y ha llevado a que el estudio proyecte películas que, si bien se mantienen en el "estilo Pixar", son distintas entre sí.

3.3.2. Consolidación de la identidad corporativa: *Toy Story* 2

Sin duda, una de las experiencias creativas que contribuyeron a consolidar la identidad corporativa de Pixar fue *Toy Story* 2. Esta película llegó en un momento clave de para la compañía, pues fue cuando sus fundadores definieron quién era Pixar realmente. Estos ejecutivos aprendieron que lo importante no es la idea sino la gente, cómo se trabaja en equipo y quiénes son los que trabajan[25].

Durante la realización de *Toy Story* 2, el núcleo creativo del que había nacido la primera película se encontraba ocupado en otros proyectos, de manera que la secuela estaba en manos de diferentes profesionales. Sin embargo, las cosas no iban tan bien en la historia como ellos esperaban. Cuando Lasseter y su equipo se dieron cuanta de esto, el director decidió rehacer la totalidad del filme en muy poco tiempo, pues la fecha de su estreno ya estaba anunciada. El grupo artístico y técnico de Pixar trabajó durante largas

[25] Cfr. *Op. Cit.*, IWERKS, Leslie, [DVD], 00:57:18 hasta 00:57:35.

horas para poder llegar a tiempo. Como resultado, la salud de algunos empleados se vio perjudicada debido al estrés. Incluso algunos tardaron más de un año en recuperarse del esfuerzo[26].

Como consecuencia de todo esto, Catmull, Jobs y Lasseter se pusieron como meta que, en adelante, habría horarios. Nunca más se trabajaría del modo en que se hizo durante la producción de *Toy Story* 2. Además, se creó un programa para prevenir los daños debidos al estrés. Trajeron a un equipo médico y de fisioterapia para que asistiera a los trabajadores y los orientara en la adopción de medidas ergonómicas para trabajar sin perjuicio contra la salud. Asimismo, se adquirió el mobiliario más adecuado para que los empleados estuviesen confortables. Se aseguraron de tener un gimnasio en el edificio y ofrecer clases de yoga y Tai Chi.

Esta iniciativa se sumó a Pixar University, que se había fundado en 1995, con el fin de mejorar la formación del personal del estudio, así como facilitar la relación entre ellos. En PU no solo se enseñan herramientas tecnológicas que podrían necesitarse en un futuro, también se aprende desde dibujo hasta improvisación, interpretación, danza, programación informática, entre otras disciplinas. Además, se reciben clases magistrales, a cargo de reconocidos profesionales de cada área. En la actualidad imparten alrededor de 110 cursos. Los estudios que ofrecen son equivalente a una licenciatura en Bellas artes[27]. Asimismo, constituye un espacio para conocer lo que otros compañeros hacen.

Otra de las lecciones aprendidas de *Toy Story* 2 fue la de darle la misma importancia a todos los proyectos. Es decir, la finalidad de una producción destinada a vídeo debe ser la misma que la de un largometraje: hacer un trabajo genial[28]. Este punto hizo que otros aspectos relativos a la empresa resultaran claros: la contratación de personal, la creación de los grupos y la elección de sus líderes creativos. Asimismo, la misión del Departamento de desarrollo se convirtió en la de ayudar al director a hacer una buena película y encontrar

---

[26] Uno de los incidentes más graves que indicaban los efectos del duro trabajo en la plantilla fue el que protagonizó uno de los animadores del equipo. El hombre tenía un acuerdo con su esposa de llevar diariamente a su bebé a la guardería, pero un día olvidó su encargo y, accidentalmente, dejó al niño encerrado dentro de su coche. Afortunadamente, su mujer le llamó esa misma mañana y le preguntó casualmente por el hijo: esto permitió se pudiera llegar a tiempo y hallar al pequeño sano y salvo dentro del vehículo aparcado en el garaje del estudio. Cfr. PRICE, David, *The Pixar Touch*, *the Making of a Company*, Alfred A. Knopf, Nueva York, 2008. p. 184.

[27] Ver: *Op. Cit*, PAIK, Karen, pp. 162-163; HEMPEL, Jessi, "Pixar University: Thinking Outside the Mouse", en: *SFGate.com*, 4 de junio de 2003, [julio 2011]. http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/gate/archive/2003/06/04/pixar.DTL ; TAYLOR, William, "Pixar's Blockbuster Secrets Wall-E is just the latest No. 1 movie for the animation giant, whose success owes more to its corporate culture than its movies' content", en: *Harvard Business Online*, 10 Julio de 2008, [mayo 2009] http://www.businessweek.com/print/managing/content/jul2008/ca20080710_173268.htm

[28] Cfr. CATMULL, Edwin, "How PIXAR Fosters Colletive Creativity", en: *Harvard Business Review*, Harvard Business School, Cambridge, septiembre 2008, p. 6.

individuos que trabajen bien juntos. Los jefes de Pixar se daban cuenta de que para ellos sobrevivir o estar relativamente cómodos en el negocio no era suficiente. La decisión de reiniciar el proceso de *Toy Story* 2, por no cumplir las expectativas de calidad a pocos meses de su externo, fue una muestra de su madurez creativa y la confirmación de su compromiso con la calidad.

Pero las enseñazas no terminaban ahí. Jobs, Catmull y Lasseter se dieron cuenta de que para mantener viva su cultura creativa necesitaban un lugar adecuado para trabajar. Las instalaciones de Point Richmond no era ese lugar, pues muchos de los miembros de un departamento que deberían trabajar en un mismo lugar estaban separados y parecía que la comunidad de artistas que Lasseter había soñado comenzaba a fragmentarse. Por eso, cuando se planteo edificar una nueva sede en Emeryville, los ejecutivos del estudio, especialmente Steve Jobs, procuraron que el diseño del edificio facilitara la colaboración y la comunicación entre todos los miembros de estudio y en el que sus usuarios se sintieran "como en casa"[29]. Durante el período de construcción y traslado a las nuevas instalaciones se produjo *Monstruos S. A.* y *Buscando a Nemo,* que se concluyó en Emervylle.

3.3.3. *Los Increíbles* y *Ratatouille*: el fin de una etapa y el comienzo de otra

En 2000, Pixar había revalidado su excelencia como un estudio de animación por ordenador. Sus producciones encabezaban siempre la lista anual de filmes con mayor recaudación. Sin embargo, ese año Pixar manifestó su voluntad de renovarse con la contratación de un nuevo director formado fuera de sus filas: Brad Bird. A partir de entonces es posible ver cambios no muy radicales, pero sí significativos, en su filmografía.

Los Increíbles (2004) supuso, como es habitual en la producción de Pixar, la superación de un nuevo reto técnico, pero también un mayor grado de complejidad psicológica en los personajes que componían la historia. La cinta se consideró un verdadero *four quadrant film*, que trataba la crisis de la mediana edad y de las responsabilidades familiares, al tiempo que ofrecía un relato interesante para niños y jóvenes. Pero la entrada de Bird en Pixar significó también la contratación de una serie de profesionales que había colaborado con el director en su primer largometraje y que vinieron a enriquecer la ya talentosa plantilla del estudio. Así, nuevas ideas y maneras de trabajar han contribuido a que Pixar mejorara lo que ya hacía bien.

[29] Cfr. *Ibid.*, p. 10.

Con estas afirmaciones no se pretende decir que la incorporación de Bird en Pixar fuera la causa de los cambios que muestran las películas posteriores a *Los Increíbles*, puesto que hay otros factores que han incidido en el progreso narrativo y tecnológico de la producción del estudio. De hecho, la entrada de Bird en las filas de Pixar es consecuencia de una política de renovación y apertura hacia profesionales excelentes, tanto novatos como veteranos[30]. No obstante, sí se señala a *Los Increíbles* como un punto de inflexión a partir del cual se comenzó a ver síntomas de evolución narrativa en sus directores, que se manifestaron como tendencia a partir de *Ratatouille*, también dirigida por Brad Bird.

En las películas *Ratatouille*, *WALL-E*, *Up* y *Toy Story* 3 comenzó a mostrarse un mayor interés por asuntos un poco más difíciles de tratar de cara al mercado familiar, y en ellas también se muestra una visión más madura que la ofrecida por los primeros directores de la casa. De hecho, Andrew Stanton y Lee Unkrich comienzan a firmar sus proyectos en solitario, en lugar de apelar a las co-direcciones, tan frecuentes en los títulos anteriores a *Los Increíbles*[31]. Es cierto que *Up* sería la excepción a esta tendencia[32]. No obstante, *Up* ahonda en las cuestiones que caracterizan esta etapa del estudio: la muerte, el paso del tiempo, la aceptación, la culpa[33]. Como ocurriera con *WALL-E*, su predecesora, el primer acto de *Up* sorprendió al público tanto por el realismo emocional del relato y su hondura temática, como por el manejo del lenguaje cinematográfico.

Por otra parte, las producciones posteriores a 2004 manifestaron con contundencia la madurez vital y creativa de los cineastas de Pixar. Sus historias representaban un nivel superior, no sólo más adulto, sino más refinado en su manera de llegar a adultos y niños, y en el modo de abordar la temática de sus argumentos, aunque cabe añadir que sus fantasías seguían estando enraizadas en la realidad y en los asuntos que anidan en el corazón humano.

De acuerdo con Tim Hauser, la filmografía de Pixar hasta 2010 puede ser vista como los capítulos en serie de toda una vida: de la rivalidad entre hermanos, los apegos tempranos (*Toy Story*) y la socialización (*Bichos*), a la maduración (*Monstruos S.A.*); la

[30] Entre los grandes nombres que se han incorporado a Pixar se pueden mencionar a Jim Morris, que encabezó ILM por años, antes de convertirse en el productor de *WALL-E* y en vicepresidente ejecutivo de de producción o Richard Hollader ex ejecutivo de efectos especiales en Rhythm & Hues.

[31] *Cars*, la cinta que siguió a *Los Increíbles* es el resultado de una codirección. Sin embargo, aquí no se menciona este filme porque es a partir de la historia de la familia de superhéroes que se comienza a abandonar las codirecciones.

[32] *Ratatouille*, que también está codirigida, presenta un caso especial, que se tratará en el capítulo sobre Brad Bird.

[33] Estos temas se trata en las primeras producciones de Pixar sin ser el tema principal, a excepción de *Toy Story* 2.

separación y la paternidad (*Toy Story* 2 y *Buscando a Nemo*): desde proteger la familia nuclear (*Los Increíbles*), el cambio de velocidad a la que se vive (*Cars*) y reavivar la pasión (*Ratatouille*), a planear el futuro de las generaciones futuras (*WALL-E*) y finalmente aceptar la muerte (*Up Toy Story* 3)[34].

El antes y el después que aquí se ha marcado con las obras de Bird en Pixar, no solo abarca los aspectos creativos, también representan la transición a otro momento en el ámbito de los negocios. Hay que tener en cuenta que *Los Increíbles* fue una de las películas que completaría el número de filmes pactados con Disney, junto con *Cars*. La fecha de su estreno, 2004, constituye un año decisivo para la empresa. Es entonces cuando Jobs comienza a buscar socios distintos a Disney. Por su parte, *Ratatouille* es el proyecto que produjo Pixar como compañía independiente, aunque la fecha de su lanzamiento se incluya en un nuevo período empresarial en el que Pixar pasa a formar parte de su socio habitual.

3.4. Disney compra a Pixar (2006-2010)

En 2003 los éxitos consecutivos conseguidos por los filmes de Pixar situaban al estudio en una posición adecuada para negociar un nuevo acuerdo con Disney, que le permitiera compartir un margen de beneficios superior al 40% que ya disfrutaba. Después de estrenar *Buscando a Nemo* comenzaron las conversaciones. No obstante, el resultado de esta negociación no era del todo agradable para Jobs, puesto que sobre la mesa había asuntos de indiscutible importancia que Eisner se negaba a conceder. En primer lugar, la posibilidad de retener los beneficios de sus largometrajes y pagar un 10% a Disney por la distribución. En segundo lugar, conservar las licencias y *merchandising* de las dos producciones siguientes: *Los Increíbles* y *Cars*.

Las posturas parecían irreconciliables, puesto que los ingresos que Disney percibía de las producciones de Pixar eran fantásticos y no querían renunciar a ellos. Por otra parte, las condiciones del trato para Pixar no eran del todo justas, sobre todo si se tenía en cuenta que ellos aportaban la historia, el talento, la tecnología y la producción. La situación llegó a un punto en que se preveía la necesidad de buscar otros socios dentro de la industria, como Warner, Fox, Universal o Sony. Pero esto supondría pagar un alto precio, no tangible, para los creativos de Pixar: tendrían que renunciar a sus personajes.

[34] HAUSER, Tim, *The art of Up*, Chronicle Books, San Francisco, 2009, p. 152.

Como ya se ha dicho, el acuerdo entre estos estudios otorgaba a Disney los derechos para hacer secuelas de los personajes de Pixar sin contar con la productora, lo que suponía una dura condición para los artistas de Pixar. Ellos entendían que, como creadores de los personajes, lo más lógico era que fueran los únicos autorizados para desarrollar cualquier tipo de producción derivada de sus historias.

La situación no era fácil porque, aunque no se llevara a cabo una separación entre las empresas y Pixar aceptara la realización de un proyecto anual de esos personajes, el futuro creativo sí quedaba comprometido. Para atender una demanda tan grande, lo más probable es que Pixar tendría que verse obligado a crear grupos de trabajo a y b que tanto habían repudiado durante la producción de *Toy Story* 2, debido a que suponían un diferenciación entre la calidad de las producciones de uno y otro equipo. Lasseter y el resto de sus compañeros de Pixar odiaban pensar que tendrían que dejar sus personajes atrás, pero también era claro que tenían que comenzar una nueva etapa.

En enero de 2004 Jobs anuncia el cese de las conversaciones con Disney y la búsqueda de un nuevo convenio de distribución con otros estudios. El ambiente dentro de Pixar se llenó de ansiedad ante la perspectiva de que un nuevo socio quisiera cambiar la cultura creativa y el espíritu de cooperación reinante hasta ese momento en las instalaciones de Emeryville. No obstante, a medida que avanzaba el año, parecía más claro que Michael Eisner no seguiría al frente de Disney. En marzo, en un hecho sin precedentes, el 40% de los accionistas de esa empresa se negaron a reelegir a Eisner. En septiembre de ese mismo año, el ejecutivo anunció que abandonaría el estudio a finales de septiembre del 2005, cuando finalizara su contrato. A partir de ese momento empezaron a surgir nombres de posibles sustitutos. Finalmente, Bob Iger, ex jefe de ABC, se convirtió en el elegido. Pixar pospuso el lanzamiento de *Cars* para 2006, con lo que surgieron los primeros rumores sobre una nueva alianza con Disney.

En 2005, Iger recuperó las relaciones con Pixar y se comprometió a respetar el talento y la cultura de Pixar ante Lasseter, Jobs y Catmull. Como cuenta Lasseter, "lo único que queríamos era no tener que renunciar a la forma en que solemos hacer las cosas; por cierto, algo que suele cambiar tras operaciones de este tipo (…) Nosotros impusimos la idea de dejar al director que exprese sus ideas y de que todos le ayuden a hacerlo de la mejor manera posible. Casi como una orquesta que suena bien. Hasta ahora hemos funcionado así y creo que no nos ha ido mal"[35].

[35] ESTRADA, Javier, "John Lasseter: en animación no hay que dar nunca nada por sentado", en: *Metrópoli*, 1 de agosto de 2007, [junio 2010]. http://www.elmundo.es/metrópoli/2004/02/10/cine/1076367605.html

Las conversaciones entre estos ejecutivos trajeron como resultado la compra de Pixar por parte de Disney, por 7.400 millones de dólares. Sin embargo, esto no significaba el fin de la independencia de Pixar ni una situación de desventaja para el estudio, puesto que el acuerdo se basaba en otros negocios relacionados con la tecnología de Apple. Así, la operación, que se cerró en mayo de 2006, proporcionó a Steve Jobs un asiento en la junta directiva de la empresa como mayor accionista de Disney, colocó a John Lasseter en el cargo de director general creativo y a Ed Catmull como presidente de Disney y de los estudios de animación Pixar. En palabras de Alejandro Pardo, para Pixar "es como si Nemo se hubiese comido a la ballena"[36].

Al mirar con perspectiva el camino recorrido por los ejecutivos y creativos de Pixar, parece casi lógico y natural que al final terminaran formando parte de Disney. La formación de los artistas que trabajan en Pixar ha pasado, de un modo u otro, por las enseñanzas de Disney, como se verá en los capítulos siguientes. Por otra parte, en Pixar se ha vivido, desde su fundación, una cultura corporativa cuyas raíces tienen grandes similitudes con la visión empresarial y artística de Walt Disney: su espíritu pionero, su interés en la ciencia y la tecnología, el afán por hacer un entretenimiento de calidad para la familia y la gestión de equipos creativos a los que les enseñó a cuidar la humanidad de los personajes y la historia[37].

3.5. Los cortometrajes

Para Pixar, "el cortometraje nunca ha sido un formato menor, pues ha estado valorado como lo que efectivamente es: una forma narrativa completa, con un potencial experimental superior al del largometraje"[38]. Desde los inicios de Lucasfilm, los cortos han

---

[36] PARDO, Alejandro, "The Disney-Pixar Partnership: Did The Big Mickey Eat the Small Nemo or the Other Way Around?", caso de estudio, Institute of Entertainment & Media Management (UCLA Anderson School of Management), Los Ángeles, 31 julio 2006. Cabe apuntar, que la adquisición de Pixar por parte de Disney no significó, bajo ningún término, una operación desventajosa para Disney. Para conocer más a cerca de esta venta. Ver también, entre otros: La MONICA, Paul, "Disney Buys Pixar", *CNN Money*, 25 de enero de 2006 [septiembre 2011]. http://money.cnn.com/2006/01/24/news/companies/disney_pixar_deal/; "On Disney's Pixar Acquisition: Pricey, but Worth it", en: *Seeking Alpha*, 2 de julio de 2007, [septiembre 2011]. http://seekingalpha.com/article/39888-on-disney-s-pixar-acquisition-pricey-but-worth-it

[37] Entre las innovaciones implementadas por Disney se puede citar: la primera animación sonora, la primera animación a color, el primer largometraje animado de Estados Unidos, la primera composición que combina acción real y animación, el uso de la cámara multiplano, la utilización de la xerografía en la producción de animación, entre otros.

[38] "*Día y Noche* de Teddy Newton", en: *Animaholic.org.*, [mayo 2011]. http://blog.animaholic.org/2010/07/dia-y-noche-de-teddy-newton.html

sido un elemento esencial de la imagen de la empresa, así como un factor de importancia vital en el desarrollo del talento artístico y técnico que llevaría al primer largometraje.

El corto *Las aventuras de André y Wally B.* permitió mostrar a los asistentes al SIGGRAPH de 1984 los sistemas de partículas del Bill Reeves y el desdibujado, una de las tecnologías más revolucionarias creadas por Pixar. Con *El sueño de Red* (1987) se quería mostrar un nuevo sistema de renderización para Pixar Image Computer. Con *Tin Toy* (1988) se uso por primera vez Menv y RenderMan. Sin embargo, desde 1989, cuando estrenaron *Knick Knack*, el estudio dejó de lado la realización de cortos. Su producción no se retomó hasta 1997. Lasseter y Catmull repararon en la importancia que habían tenido estas películas en el desarrollo del talento y la tecnología del estudio, y reactivaron su realización[39].

Lasseter, en concreto, deseaba que otros artistas de la compañía tuvieran la oportunidad de dirigir sus propias obras en este formato, pero también de ejercer otras funciones diferentes a las que habitualmente se dedicaban. Por su parte, Catmull entendía esta reactivación como parte de la filosofía que había impuesto en la empresa desde sus inicios: "nos gusta cuando otros estudios hacen cortos y nos gusta cuando todos esos artistas muestran sus cortos en Annecy… Nosotros formamos parte de una comunidad más grande y queremos ser miembros responsables de esa comunidad"[40].

Más allá de estas nobles motivaciones, los cortos han servido también a propósitos más prácticos: desarrollar el talento y continuar con la investigación y el desarrollo dentro del estudio. Los ejecutivos de Pixar han visto en ellos la oportunidad de experimentar sin asumir el riego y altos costos de un largometraje. Además, al preceder la proyección de sus películas y presentar el trabajo de los creativos ante el público, se estableció una costumbre que ha contribuido a la fidelización de la audiencia: no en vano representa un valor añadido que los espectadores han aprendido a apreciar y a esperar en cada estreno.

El primer cortometraje que se produjo después de *Toy Story* se tituló *El juego de Geri*, bajo la dirección de Jan Pinkava. Contratado como supervisor de comerciales en 1993, Pinkava se confesaba un ferviente admirador de los cortos del estudio, así que pidió dirigir uno[41]. Catmull le dio la oportunidad con la condición de que tuviese un personaje humano, así que Pinkava decidió hacerlo solo con un protagonista que pareciera tan vivo como fuera

[39] Estos trabajos incluyen también, pequeñas historias sobre los personajes de los largometrajes como *Tu amiga la rata* (Jim Capobianco, 2007), *Jack Jack ataca* (Brad Bird, 2005) o *La misión secreta de Dug* (Ronnie del Carmen, 2009), que no se ha incluido en este apartado porque no han precedido a los estrenos, sino que se han dado a conocer dentro de los contenidos extras de algunos DVD's.
[40] *Op. Cit.*, AMIDI, Amid, p. 27.
[41] Pinkava es el codirector de *Ratatouille* (2007), junto a Brad Bird.

posible. Lasseter ya había animado un bebé en *Tin Toy*, así que Pinkava decidió avanzar unas cuantas generaciones más y eligió a un anciano como figura principal de su relato.

En esta ocasión, el reto era realizar un personaje creíble y dotar a la animación de expresiones orgánicas. Desde el punto de vista tecnológico supuso la creación de una nueva matemática para el modelado de superficies llamada *subdivisión de superficies*, que había sido utilizada a mediados de lo 80 por su creador Tony DeRose. Por otra parte, la elaboración de la ropa que viste el personaje fue un reto para Michael Kass, director técnico, y para el propio Pinkava. Una experiencia que resultó de gran utilidad a Brad Bird cuando comenzó a desarrollar *Los Increíbles*. El éxito de esta producción fue extraordinario. Geri, el protagonista, desprendía encanto y, pese a ser un anciano, resultó atractivo no sólo para los adultos sino también para los niños[42]. En 1998 recibió un Óscar como mejor corto animado.

En 2001, junto a *Monstruos S. A.*, se estrenó *Pajaritos*, dirigido por Ralph Eggleston[43]. Según el experto en animación Amid Amidi, –y aquí se suscribe esa opinión–, Eggleston ofreció tres características esenciales de la poética del cortometraje animado: brevedad, claridad y sinceridad[44]. La historia consistía en una anécdota muy sencilla: un pájaro de grandes proporciones quiere entablar amistad con otros más pequeños, pero éstos se burlan de él por su enorme tamaño e intentan echarlo de la cuerda en la que todos están posados. En ese intento, los pajaritos terminan saltando por los aires y perdiendo sus plumas, mientras el protagonista ríe ante la desnudez de los que antes le rechazaban. La producción es uno de los pocos cortos de Pixar que no se realizó para el I+D de la compañía. Eggleston afirma que su intención era divertir a la audiencia: "no estoy tratando de resolver los problemas del mundo, sólo trato de que algunos rían"[45]. No sólo consiguió su propósito, sino también un Óscar como mejor corto animado de ese año.

El siguiente cortometraje, *El coche nuevo de Mike* (Pete Docter y Roger Gould, 2003), siguió ese mismo objetivo e inauguró una serie de *Toons*, cortos protagonizados por los personajes principales de los largometrajes. En esta ocasión Mike prueba su nuevo coche con su amigo Sulley, pero la experiencia resulta tremendamente complicada, por lo que se generan divertidos gags de *slapstick* y, al final, el pequeño monstruo termina extrañando su antiguo vehículo.

---

42 *Op. Cit.*, AMIDI, Amid, p. 29.
43 Ralph Eggleston comenzó a trabajar en Pixar en 1993 como animador, pero pronto pasó a la dirección de arte. De hecho, Eggleston es más conocido por despeñar esta función en filmes como *Buscando a Nemo* o *WALL-E* (Andrew Stanton, 2008)
44 Cfr. *Op. Cit.*, AMIDI, Amid, p. 30.
45 *Ibid.* 31.

En 2004, se presentó junto a *Los Increíbles* una nueva producción: *Saltando*. Su autor Bud Luckey era el animador más veterano de Pixar hasta entonces. Nacido en 1934 en Montana, se unió a Pixar en 1992. Luckey tuvo un papel importante en el diseño de Woody, pues fue quien sugirió que usara un traje de vaquero. Pero el aporte más importante de este artista a la casa fue una vida de experiencia en el terreno de la animación. Durante treinta años, Luckey se desempeñó como especialista gráfico, se formó como animador bajo la tutoría de Art Babbitt y fue animador de algunos segmentos de *Barrio Sésamo* como el de LadyBug "Picnic", entre otros muchos trabajos. Roger Gould colaboró con Luckey en la tarea de codirección.

La historia del corto tiene como origen una imagen triste que se quedó grabada en la mente de Luckey en su Montana natal: una oveja esquilada bajo la lluvia. Sin embargo, el director prefirió darle un tono alegre a su película, pues la protagonista del relato es una oveja saltarina que, al ser esquilada por sorpresa, se deprime al punto de avergonzarse de sí misma. Gracias a la ayuda de un conejo algo especial, comprende que si mantiene el optimismo podrá llevar mejor los malos tiempos. Luckey también fue el compositor de la música y la letra, así como el intérprete vocal de la canción que sirve como motivo al relato.

En 2006, el supervisor de historias, Mark Andrews, y el director de fotografía y artista encargado de construir animáticas digitales, Andy Jiménez, se convirtieron en los autores de *El hombre orquesta*. La historia está basada en la aparente rivalidad de los coautores de la cinta cuando desarrollan ideas. En el relato se narra la competencia que establecen Trebles y Bass, dos artistas callejeros para ganar la moneda que una niña quiere lanzar a la fuente de la plaza en la que actúan. Pero Tippy, la pequeña, les dará una lección que los obligará a colaborar entre ellos. Michael Giacchino participó en su banda sonora. Aunque la melodía de los créditos finales, *Zigeunerweisen*, pertenece al músico navarro Pablo Sarasate. El corto se estrenó en el Festival de Animación de Annecy, en Francia. Ganó el Gran Premio de Platino en el Festival de Cine de Futuro en Bolonia, y fue nominado para un Óscar en la categoría de Mejor cortometraje animado.

El siguiente corto fue dirigido por Gary Rysdstrom, uno de los diseñadores de sonido más reconocidos y respetados de Hollywood. Entre sus trabajos más destacados se cuentan: *Terminator* 2 (James Cameron, 1991)*, Jurassic Park*, *Titanic, Salvar al soldado Ryan* (Steven Spielberg, 1997). Asimismo ha diseñado el sonido para varios cortos de Pixar, como *Luxo* Jr., por lo que no resultó raro que presentara un idea para desarrollar un corto. Su obra se titula *Abducido*, y narra las dificultades de Stu, un joven extraterrestre en prácticas, para identificar las clavijas de la consola que controla la abdución de Ernie, un

sufrido terrícola. La película se lanzó el 29 de diciembre en el 42th Festival internacional de Chicago, se estrenó al gran público junto a *Ratatouille* en junio de 2007 y fue nominado a un Óscar al mejor corto del año.

Presto, dirigido por el animador Doug Sweetland, es el corto que se estrenó en 2008. Sweetland fue supervisor de animación en *Ratatouille* y ha animado a Woody en *Toy Story* 2 y a Sulley en la escena del compactador de basura en *Monstruos* S. A., con lo que demostró su dominio del *acting*[46]. La historia, que se estrenó junto con *WALL-E,* es un triunfante homenaje a los clásicos animados de Warner Bros y MGM, aunque el creativo cita también a la serie *Tom y Jerry* de Hanna Barbera como influencias principales. La historia cuenta la lucha del conejo Alec para que Presto, el mago para el que trabaja, lo alimente, aunque esté en marcha la función. La colección *gags* provocados por las artimañas de Alec para conseguir su zanahoria le valieron una nominación al Óscar como mejor corto de 2008.

En 2009, para preceder al siguiente largometraje de Pixar, *Up*, se eligió un corto dirigido por uno de sus animadores veteranos, Peter Sohn, cuyo título *Parcialmente nublado*, cuenta la historia de un mal entendido entre Perk, una cigüeña que debe entregar cachorros peligrosos a sus padres, y Gus, una nube encargada de crear a estos retoños difíciles. En la cinta se perciben ecos de *Dumbo*, aunque el origen de su concepto se halla en la experiencia personal de Sohn con su madre. El director nació en el seno de una familia coreana, pero al estar escolarizado en la enseñanza en inglés, tuvo varios malentendidos graciosos con su madre, que no hablaba bien este idioma y no terminaba de comprenderle. Desde el punto de vista técnico, el corto supuso un reto porque los personajes eran de origen gaseoso y fue necesario reproducir partículas de una manera novedosa.

Por último, la cinta que cierra este repaso a los cortos de Pixar hasta 2010 es *Día y Noche*, dirigida por Teddy Newton. Se trata del concepto más abstracto de la compañía hasta el momento. Cuenta la historia de dos personajes tan opuestos como la noche y el día, y por tanto incompatibles a la vez que complementarios. "Es una declaración de intenciones: una relectura de la historia del cine de animación en clave conciliadora. Dos dibujos planos, sin relieve, sacados de las primeras viñetas animadas, sobre un fondo negro infinito, descubren que esconden en su interior todo un mundo entre dimensiones con

[46] El animador realiza un trabajo similar al de los actores al comunicar emociones y pensamientos a través del movimientos y los gestos de los personajes que anima. Sobre este tema, ver: HOOKS, Ed*, Acting for Animators, a Complete Guide to performance Animation,* Heinneman, Portsmouth, 2003. Y para una visión analítica del *acting*, en donde se incluye una película de Pixar como *Monstruos S.A.*, ver: HOOKS, Ed, *Acting in Animation, A Look at 12 films*, Heinneman, Portsmouth, 2005.

perspectivas infinitas y colores y dibujos luminosos. Una lucha entre deseo y realidad, un combate hilarante en el que pasado y futuro terminan dándose la mano"[47].

La puesta en escena ofrece la mezcla de 2D con 3D estereoscópico, justo el aspecto más complicado de hacer de toda la producción. El diseño de los personajes y del filme en general, revela el aprecio por el estilo desarrollado por UPA y estudios como Hanna Barbera. Se estrenó el 18 de junio de 2010 junto con *Toy Story* 3. Obtuvo un Óscar y un Annie como mejor corto animado de ese año.

3.6. Filosofía creativa

La historia de Pixar es el producto de la búsqueda de una meta, de la reunión de ciencia, arte y visión de negocio. Una combinación perfecta de talentos que se ha concretado en cada uno de sus fundadores. La experiencia técnica de Catmull ayudó a traer grandes mentes del mundo de la computación gráfica a la empresa, gente comprometida por el constante avance del medio. La formación de Lasseter y su espíritu de colaboración permitieron que la mezcla de arte y técnica tuvieran un resultado brillante y con alma. El punto de vista empresarial de Jobs ha sostenido al estudio y lo ha ayudado a convertirse en unos gigantes dentro de la industria[48].

Estos tres hombres forman la clave de Pixar, que se ha traducido en una cultura creativa única dentro del ambiente del Hollywood actual, en donde lo primero es proteger la historia y la creatividad, porque como Catmull señala "el problema no es si la tecnología es más importante que el arte o si el arte es más importante que la tecnología. Ambos están al servicio de la historia. Después de todo, si la historia no es buena, ninguno de los dos tendrá importancia[49]

La cultura creativa de Pixar ha sido resumida por Catmull en "How Pixar Fosters Colletive Creativity", un ensayo en el que el científico aporta algunos de los elementos principales de su política de gestión de grupos creativos, y que se mencionan a continuación:

---

[47] DE PEDRO AMATRIA, Gonzalo, "Utopía en plástico, *Toy Story* 3, de Lee Unkrich", *Cahier du Cinéma España*, nº 36, Caimán, Madrid, julio-agosto, 2010, p. 24.

[48] Cfr. Los cortos de Pixar: una pequeña historia, en: *Cortos de Pixar*, en: VV. AA. *Los mejores cortos de PIXAR, volumen 1*, [DVD] Disney Studios Home Entertainment, 2007, 00:22:06 hasta 00:22:07.

[49] ROMANELLO, Linda, "Pixar Follow the Road to Gold: The Wizar the CGI", en: *Videographic*, 1 de julio de 2002, cit en: Di LEONARDIS, Chiara, *Fra Creativita' e Industria: Structture Narrative e Coinvolgimento dello Spettatore nei Film prodotti da Pixar Animation Studios,* tesis doctoral, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milán, 2008, p. 77.

- Estar cerca de las innovaciones provenientes de la comunidad académica: en Pixar se anima a los empleados y ejecutivos a presentar comunicaciones en congresos de especialistas. Asimismo, sus animadores participan en festivales con sus cortometrajes.
- Fortalecer a los creativos: permitir que el director de cada proyecto tenga un control real en cada etapa del desarrollo.
- Crear una cultura de pares: Pixar tiene cuatro pilares sobre los que se sostiene: creatividad, técnica, gestión de la producción y gestión de negocios. Los departamentos que corresponden a estos ámbitos se tratan por igual y se piden consejo entre ellos. Por ejemplo, el área creativa y el área de producción piden opinión al área de negocios y asimismo el área técnica para el desarrollo de las historias[50].
- Comunicación libre, para que todos puedan manifestar su parecer al director y jefes de proyectos. Eso los hace más eficientes y hace más sencilla la solución de problemas. El ambiente de trabajo entre compañeros es fundamental para hacer un buen trabajo.
- Aprender de los errores, hacer un balance de los positivo y lo negativo. En Pixar se pide a los empleados hacer un análisis de su labor tras cada proyecto y hacer una lista de las cinco cosas que volverían a hacer y cuales no, para realizar un balance que permita mejorar lo que sea necesario.

Por último, el núcleo de los valores empresariales de Pixar se puede resumir en las siguientes notas: a) Invertir en el talento de las personas más que en las ideas, b) recuperarse rápidamente de los fracasos y asumir riesgos, y c) no caer en la autocomplacencia y buscar nuevos desafíos. Aunque también cabría añadir otra nota creativa, que afecta al negocio: hacer cosas novedosas con un patrón clásico. Un consejo que Lasseter adoptó de su fallecido hermano Jim, quien fuera diseñador: "si creas de esa manera, hay algo familiar con lo que la gente se podrá familiarizar. Si, por el contrario tomas una fabricación alocada y haces cosas con un patrón desconocido, la gente no le encontrará ningún sentido"[51].

[50] DRURY, Jack, "Collaboration-To infinity and Beyond: The Pixar Model", en: PHIPPS, Maurice y HAYASHI, Aya, *Proceeding of 2008-2009 National Conference on Outdoor Leadership, Connecting with Nature,* WEA, National Office, Bloomington, pp. 51.
[51] Cfr. SCHLENDER, Brent, "Pixar's magic man", en: *CNNMoney*, 17 de mato de 2006, [noviembre 2010]. http://money.cnn.com/2006/05/15/magazines/fortune/pixar_futureof_fortune_052906/index.html

CAPÍTULO 4. ESCRIBIR EN PIXAR

La filosofía creativa cultivada en Pixar es la base de lo que ellos denominan *El proceso*. Es decir, la manera peculiar que tienen en la empresa de afrontar la producción de un filme. Un estilo que consiste en el esfuerzo colectivo orientado a asegurarse de que cada estreno del estudio esté a la altura del anterior. Aunque esto incluye todos los aspectos que abarca una película, el eje fundamental siempre es la historia. No en balde, como asegura Andrew Stanton, "las prioridades de Pixar son dramáticas y no técnicas"[1].

Dado que el interés de este trabajo se centra en los asuntos del guión, el presente capítulo tiene como objetivo principal describir el proceso de elaboración de las historias en Pixar, con la finalidad de comprobar su incidencia en la escritura del guión y en la construcción de niveles de lectura infantil y adulto en su filmografía. Para ello, se expondrá en primer lugar en qué consiste "el proceso" de Pixar y los grupos que intervienen en él. A continuación se estudiará la labor de los guionistas dentro de este sistema de creación de historias, así como algunos elementos comunes a los filmes de Pixar que responden a algunas normas editoriales. Por último, se abordará brevemente el cometido del *Brain Trust*, un estamento que se nombra frecuentemente en relación a la metodología de Pixar[2].

4.1. "El proceso" y los departamentos implicados

En este apartado se pretende mostrar en qué consiste la singularidad del proceso creativo de Pixar, con la finalidad de sentar las bases que permitan una mejor comprensión del papel de los guionistas dentro de la creación de un filme en esta empresa. Para ello, se describirán las fases de la producción que repercuten directamente en la escritura de historias. A saber, las etapas comprendidas entre la concepción de la idea hasta el diseño

---

1 SALVÁ, Nando, "Pixar el estudio que borró a Disney del lápiz", en: *Cinemanía*, nº 143, Progresa, Madrid, agosto 2007, p. 78.

2 Es preciso advertir que los datos que se presentarán en los párrafos siguientes se han compuesto a partir de las declaraciones de los propios creativos de Pixar a distintos medios de comunicación, así como del material impreso y audiovisual que ellos mismos producen. En la actualidad es realmente complicado para un investigador acceder directamente a esta compañía, a pesar de la existencia de varios estudios sobre su política empresarial y en especial, sobre su cultura creativa.

visual de la película. Asimismo, se señalará la labor de los departamentos implicados en el proceso[3].

El proceso creativo de Pixar atraviesa cinco fases: La idea, el desarrollo narrativo, el *storyboard*, la animática o *story reel*, la creación de la apariencia (ambientación). Es importante subrayar que, pese al orden expositivo de este epígrafe, al contrario de lo que ocurre en el cine de acción real, en animación, la escritura del guión y el desarrollo visual van de la mano, ya que aseguran la canalización de los contenidos hacia las etapas siguientes de la producción[4].

4.1.1. La idea

El origen de cualquier historia es la idea o *story line*[5]. En el caso de Pixar ésta es presentada por los empleados del estudio al *Brain Trust* o comité de expertos del que se hablará más adelante y a sus compañeros del departamento de desarrollo, el cual está integrado por un pequeño número de guionistas, artistas visuales y un productor. Ellos conforman el equipo que inicialmente investiga el potencial de una historia. La dinámica de estas reuniones es muy parecida a la de un *pitch*, donde el mayor reto consiste en convencer de las posibilidades del concepto que se ha expuesto. De este modo, "la mejor idea gana".

La preparación del *pitch* es el momento más personal y, en ocasiones, más solitario para los creativos. Es, por ejemplo, el caso de Andrew Stanton, quien necesita trabajar solo antes de salir a enseñar sus ideas[6]. No obstante, esta manera de actuar no tiene por qué ser una regla. Todo depende de la persona que se prepara para convencer a sus compañeros de que merece la pena desarrollar su propuesta. Pete Docter y Bob Peterson, por ejemplo, trabajaron juntos cuando comenzaron a pensar en lo que terminó siendo *Up*, y de la reunión del núcleo original de cineastas de Pixar nació *Toy Story*.

---

[3] Quedan fuera de este estudio lo pasos más técnicos de la producción como el modelado, el articulado de los modelos, la cinematografía, la animación, el *shading*, la iluminación y el renderizado de la película. Asimismo, se obvia la creación de *layout* y la edición por referirse más a la narrativa audiovisual. Para conocer más acerca del proceso de producción en animación ver: WINDER, Catherine, DOWLATABADI, Zahra, *Producing Animation*, Elsevier Focal Press, Boston, 2001; RAUGUST, Karen, *The Animation Business*, St. Martin's Press, Nueva York, 2004.

[4] En el caso de Pixar la preproducción puede llegar a durar hasta dos años.

[5] Una idea o *story line* es un argumento dramático completo que sintetiza planteamiento, nudo y desenlace en un párrafo. SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, *Estrategia de guión cinematográfico*, Ariel, Madrid, 2007, p. 82. Es decir, se trata de un resumen del argumento en un breve párrafo, donde quede claro el *high concept* o atractivo peculiar del futuro guión.

[6] Cfr. McGRATH, Declan, MACDERMONTT, Felim, *Guionistas*, Océano, Barcelona, 2003, p. 114.

El hecho de que las *story lines* que se seleccionan provengan de los propios creativos de la casa hace que Pixar se diferencie de otros estudios conducidos por ejecutivos. Como explica John Lasseter, lo normal es que, en este tipo de empresas, sean los productores ejecutivos quienes elijan la idea u obra que se va hacer y luego contratan a un director para que la realice. En cambio, el sistema de Pixar promueve que cada quien vuelque sus propios intereses y motivaciones en los proyectos que proponga y tenga la posibilidad de sacarlo adelante con la colaboración del resto del equipo[7]. Por eso, puede decirse que cada película de Pixar es una obra muy personal de sus directores y que allí se hacen las cintas que quieren hacer los cineastas[8]. Esta manera de funcionar es fruto de una cultura empresarial en la que se fomenta la creatividad y el respeto por la figura del director, que es visto como el líder al que hay que ayudar para que su filme sea muy bueno, que es el fin primordial de la compañía.

El ambiente de sana competencia en el que se llevan a cabo las presentaciones en el departamento de desarrollo, en cuanto a que las ideas deben ser realmente buenas, hace que se evite la repetición de conceptos y que éstos sean realmente frescos, con lo que se huye de caer en la reiteración de fórmulas de éxito. En este sentido, cabe destacar dos aspectos distintivos de Pixar dentro de la industria de la animación estadounidense. Por una parte, sus películas están basadas en ideas originales de sus propios directores. Hasta el momento Pixar no ha realizado ninguna adaptación ni se ha basado en una idea proveniente de fuera del estudio. Y por otro lado, sus filmes parten de verdaderos *high concepts*[9].

4.1.2. El desarrollo

Una vez que se elige una idea es necesario desarrollar sus posibilidades dramáticas. En *Production Animation*, Catherine Zinder y Zahra Dowlatabadi definen la fase de desarrollo como "el momento en el se establecen los fundamentos creativos para un proyecto a través de materiales visuales y escritos"[10]. Durante este paso, los creativos involucrados en el desarrollo de una idea deben analizar constantemente las historias y los

[7] BROC, David, "Estos coches hablan", en: *Fotogramas & DVD*, nº 1953, Comunicación y publicaciones, s.a., Barcelona, julio de 2006, p. 98.
[8] Cfr. ROBINSON, Tasha, "Interview Andrew Stanton", en: *AV club*, 25 de junio de 2008, [noviembre 2010]. http://www.avclub.com/articles/andrew-statnont,14263/
[9] Un *High Concept* es una historia altamente comercial con un gancho que se puede comunicar con unas pocas frases. WRITGHT, Jean Ann, *Guionización y desarrollo de la animación*, Focal Press, Ámsterdam, 2005 p. 329. Linda Seger añade a estas características la singularidad del enfoque, un conflicto claro y personajes identificables. Cfr. SEGER, Linda, *Cómo crear personajes inolvidables*, Paidós, Barcelona, 2000, p. 17.
[10] *Op. Cit.*, WINDER, Catherine, DOWLATABADI, Zahra, p. 91.

personajes. Es decir, el quién, el qué, cuándo, dónde, por qué y el cómo de una idea para que sea escrita, dibujada y debatida. Además, exploran el elemento que hace que un filme pueda ser entretenido y adecuado para ser narrado mediante animación digital. Después de establecer un sólido concepto, el grupo de desarrollo profundiza en el personaje para que tenga una personalidad única. No hay que olvidar que la historia es sobre un personaje y su viaje emocional[11].

En Pixar se procura que el proceso de desarrollo sea enriquecedor y confortable para los creativos, según han declarado algunos de ellos en el congreso *Screenwriting Expo 5*. La empresa entiende que si se anima a alguien a atreverse a pensar cosas nuevas, esas ideas quizás necesiten mejoras[12]. Por tanto, es fundamental la confianza entre los escritores, cineastas y artistas que conforman el equipo para conseguir un ambiente creativo propicio que invite a estos profesionales a pensar como niños[13]. Es decir, que estén dispuestos a explorar y a divertirse mientras lo hacen, para poder llevar las ideas hacia un nivel superior. Como afirma el guionista y codirector, Bob Peterson, el desarrollo "es un proceso orgánico y una experiencia compartida"[14].

La exploración colectiva de las posibilidades de un concepto hace que se mejore notablemente los planteamientos iniciales para su desarrollo en forma de varias tramas básicas. En Pixar, cuando la historia está perfilada se realiza un primer tratamiento de unas 30 páginas. Algunas veces se hacen varios tratamientos de una misma propuesta hasta encontrar el balance adecuado entre una idea sólida y sus posibilidades. A partir de ahí se escribe el guión, que por lo general tiene más de dos versiones[15]. De todas formas, el trabajo de discusión y desarrollo de la historia no finaliza con los primeros borradores del guión.

4.1.3. El *storyboard*

El *storyboard* depende del departamento de historias y consiste en la primera visualización del filme. En ella se muestran los planos de cada secuencia. Su carácter

---

11 Entre los títulos que pueden servir de referencia a este proceso ver: *Computer Graphics*, *focus: Concept development for computer animation*, nº 2 , ACM SIGRAPH, Broadway, mayo 2001.
12 Cfr. SINGER, Greg, "The Secret of Pixar Storytelling", en: *Animation World Magazine*, marzo 2007, [marzo 2007]. http://www.awn.com/articles/secret-pixar-storytelling
13 Cfr. CAPODAGLI, Bill, JACKSON, Lynn, *Innovate the Pixar Way, Business Lessons from the World's Most Creative Corporate Playground*, McGraw Hill, Nueva York, 2009, pp. 1-5.
14 COTTA VAZ, Mark, *The Art of Finding Nemo*, Chronicle Books, San Francisco, 2003, p. 10.
15 Cfr. MARTÍN, Jerónimo José, "El Walt Disney del siglo XXI", en: FIJO, Alberto, *Breve encuentro: estudio sobre 20 directores de cine contemporáneo*, Cine Dossat 2000, Madrid, 2004, p. 206.

eminentemente gráfico lo convierte en el instrumento idóneo para seguir el progreso de la historia, y permite una comunicación más efectiva entre el director y el resto del equipo[16]. Durante su elaboración, los dibujantes de historias interpretan visualmente el guión. De hecho, estos artistas representan el único talento formado para dibujar y contar historias de un modo que aprovechen las posibilidades del medio para trasladar a sus viñetas la visión del director[17].

Hay que hacer notar que en otras productoras, así como en el pasado de la historia de la animación, la fase de *storyboards* precedía a la escritura del guión[18]. Como afirma Brad Bird, el trabajo de los artistas de historias es el fundamento sobre el que descansa la totalidad del filme[19]. Por eso, guionistas y directores trabajan muy de cerca con los artistas de storyboard. En Pixar, sin embargo, donde se tratan las historias de un modo similar al cine de imagen real, es fundamental tener un guión antes de este paso, para poder centrarse en la estructura narrativa y en los demás aspectos dramáticos.

No obstante, mientras se desarrolla la historia también se va preparando la fase de *storyboard*. En un tablón dispuesto para este fin se van colocando algunas ideas básicas referentes a los fondos, así como algunas imágenes y acciones. A lo largo del desarrollo se organiza estos conceptos hasta obtener la trama básica. A veces utilizan tarjetas azules para resaltar algunos puntos o rasgos de los personajes. Entre tanto, van tomando nota y elaborando el guión tal y como se hace en las películas de imagen real[20].

El proceso de *storyboard* en Pixar se lleva a cabo mediante la asignación de una secuencia a cada artista de historia, y para lo que se le entregan las páginas del guión correspondientes al momento del filme que debe dibujar. También se le entrega un mapa de los cambios emocionales del personaje (*beats outline*), que necesitan ser vistos a través de la acción. Una vez dibujadas las secuencias, se procede a su presentación frente al director

16 Cfr. SIMON, Mark, *Storyboards, cómo dibujar el movimiento,* Omega, Barcelona, 2009, p. 3.

17 Cfr. HAHN, Don, *The Alchemy of Animation, making an animated film in the Modern Age*, Disney Editions, Nueva York, 2008, p. 19.

18 *Op. Cit.*, MARX, Christy, p. 4. En el caso de algunas empresas de la actualidad el tratamiento o el guión para un largometraje es simplemente el *springboard* o premisa breve que cuenta lo básico de cada historia, que incluye los personajes principales, sus metas y el tema, mientras los cambios son realizados por los dibujantes de historias o la gente de desarrollo visual. Cfr. *Op. Cit.* WRIGHT, Jean Ann, p. 153. DreamWorks Animation comparte este criterio con Pixar y su ejecutivo principal Jeffrey Katzenberg se implica personalmente en la labor de escritura de los guiones con sus sugerencias. Para conocer el papel de los guionistas en la animación clásica ver: HURWITZ, Matt, "I'm The Hero in this Picture", en: *Written By*, nº5, WGA, Los Ángeles, mayo 2003, pp. 35-45.

19 *Op. Cit.*, SINGER, Greg.

20 Clase magistral de Pixar Animation celebrada en el marco del Festival de Cine de Londres, National Film Theatre, en noviembre de 2001, citado en: *Op. Cit.*, WELLS, Paul, (2007a), pp. 36-37. Furniss explica que ningún guión puede darse por concluido si no se ha terminado el proceso de *storyboard,* pero como se verá más delante, en Pixar esto se extiende incluso hasta el diseño del ambiente. Cfr. FURNISS, Maureen, *The Animation Bible*, Laurence King, Londres, 2008, p. 73.

de la película y el resto del equipo de historias, para discutir los cambios que sean necesarios tanto en el guión como en las viñetas del *storyboard*.

En estas sesiones del departamento de historias, el director se puede encontrar a veces con unas imágenes esplendidas que surgen de lo que parecía una frase descartable en el guión. Asimismo, se pueden hallar maneras más adecuadas de narrar, como por ejemplo la secuencia *Vida de casados*, de la película *Up*. Durante su desarrollo visual, el equipo encabezado por Ronnie del Carmen sugirió a los directores Docter y Peterson hacer este pasaje del relato sin diálogo. De esta manera, se pudo aprovechar la fuerza de la imagen para transmitir una amplia gama de sentimientos y vivencias en sólo cuatro minutos de metraje que se convirtieron en uno de los momentos más impactantes del filme.

4.1.4. La animática o *story reel*

Una vez que cada secuencia funciona de modo adecuado, se pasa a la realización de la animática o *story reel*, que no es otra cosa que la película realizada a partir de la filmación de las viñetas del *storyboard*. Su finalidad consiste en contar con un relato animado rudimentario que permite comprobar la eficacia de la historia y su *timing* o ritmo narrativo. Es también el punto de la producción en el que comienza la edición de la película. La animática ofrece una aproximación a la duración y a la futura composición de planos y secuencias del futuro filme. En lo que respecta a la escritura del guión, la animática también supone una gran ayuda para la reescritura, ya que durante este procedimiento se detectan los momentos carentes de ritmo o los instantes en los que la película pierde interés, con el fin de analizarlos y encontrar soluciones. Durante las presentaciones de los *storyboards* al director, muchas secuencias pueden parecer interesantes porque el narrador es especialmente bueno, pero en la animática la historia habla por sí sola, de ahí que esta fase sea tan importante dentro del proceso creativo.

Antes de la animática es preciso realizar la grabación provisional de las pistas de audio, preparar los efectos sonoros y la banda sonora a partir de música de archivo, con la idea de que estos elementos apoyen el tono que requiere la historia. Asimismo, es necesario grabar las voces que temporalmente corresponderán a sus personajes. En este punto, Pixar suele acudir al talento de la propia compañía o *Pixar Players* como paso previo a la contratación de actores profesionales. La calidad del trabajo vocal de los empleados del estudio es tan bueno que en ocasiones se ha decidido no sustituirlos en la versión final.

Entre los ejemplos más conocidos se pueden citar las voces de Heimlish (*Bichos*) y Wheezy (*Toy Story* 2), interpretado por el supervisor de historias Joe Ranft, la de la animadora Brook Parker en su papel de Kari, la niñera parlanchina de Jack Jack en *Los Increíbles* y la actuación de Brad Bird como Edna Mode en la misma cinta. Para efectos del guión, la grabación de las voces es una fuente de inspiración adicional que provee nuevas líneas a los diálogos de los filmes de animación.

"Para mí –explica Lasseter al crítico Jerónimo José Martín–, si algo no funciona en la animática, jamás podrá ser salvado en producción. De hecho, ponemos el máximo esfuerzo es esta fase. A veces, rehacemos una secuencia treinta veces para hacerla funcionar como deseamos"[21]. En otras palabras, ninguna película de Pixar pasa a producción si su *story reel* no cumple con las expectativas de calidad. Por ejemplo, la escena en la caverna del Yeti en *Monstruos S.A.* pasó por el *storyboard* y el *story reel* veinticinco veces en cada una de estas etapas antes alcanzar su versión definitiva. El costo de repetir este trabajo es mucho menor que el de la animación de una escena.

4.1.5. Creación de la apariencia del filme

En la medida en que se construya mundos y personajes creíbles se podrá mantener una conexión emocional con la audiencia y esto da una idea de la relevancia de esta fase de la ambientación[22]. Como afirma Nancy Beiman "las localizaciones y el decorado pueden influir en la acción del personaje y apoyar el tema de la historia"[23]. Por eso, el director del proyecto debe estimular a los integrantes del equipo que trabajan en este departamento para que introduzcan detalles pequeños pero significativos que den credibilidad al universo diegético de la producción. Las localizaciones y la ambientación deben tener sentido de historia.

Para conseguir este objetivo, el director de la película, el director de arte y el diseñador de producción se encargan de comandar los grupos involucrados en la creación de la apariencia del filme. Este trabajo abarca desde la apariencia de los personajes hasta la construcción del mundo de la diégesis. Es decir: el conjunto de localizaciones, el atrezzo, la apariencia de las superficies, los colores y el guión de colores o *color script*[24].

---

[21] *Op. Cit.*, MARTÍN, Jerónimo José, p. 207.
[22] Cfr. WELLINS, Mike, *Storytelling Through Animation*, Charles River Media, Himghan, 2005, p. 58.
[23] BEIMAN, Nancy*, Prepare to board!*, Focal Press, Oxford, 2007, p. 103.
[24] El *Color Script* es la representación de la atmósfera emocional de cada escena a través del color, como se pueden apreciar en los ejemplos de *Toy Story* 3 ofrecidos en los anexos.

El desarrollo visual del arte de un filme animado avanza con independencia del guión y el *storyboard*, por lo que se crean imágenes que puedan inspiran nuevas ideas. No obstante, es importante señalar que se produce al mismo tiempo que la fase de *storyboard*. Por su parte, el diseñador de personajes tiene que ponerle cara a la personalidad que ha creado los profesionales del departamento de historias. Al fin y al cabo, la narración trata sobre esos personajes, sus sueños, sus esperanzas y también sus debilidades. En este sentido, un diseñador debe tener un entendimiento total del personaje, capturar su esencia y trasladarla al papel. En el departamento de "arte –explica Peter Sohn, artista de historias y diseñador de Pixar– pasas semanas de trabajo en cada detalle de una pieza de ropa debe lucir. En el departamento de historia trabajas constantemente en problemas y cambios como la relación de Nemo y la pandilla de la pecera, o imaginando como [Marlin] y Dory entran en el pico de Nigel [el pelícano] para respirar fuera del agua, y escapar de una horda de gaviotas para sobrevivir"[25].

El proceso descrito a lo largo de este apartado es muy laborioso, no sólo en Pixar, sino también en toda producción de animación. En el caso que aquí ocupa, la realización de un filme tiene una duración aproximada de unos cuatro años. Sin embargo, esta es una de las bazas de su efectividad. "No hay que correr con al arte", dice el restaurador que remoza a Woody en *Toy Story* 2. Por eso en Pixar aprovechan al máximo este tiempo para perfeccionar su trabajo y conseguir una alta calidad en cada producción. La mayor parte del tiempo señalado para la realización de un filme se emplea en desarrollar la historia y sólo se dedica un año y medio a la animación.

La cultura creativa de Pixar se asienta en una larga tradición de técnicas de escritura creativa en literatura, el teatro y el cine. En ellas se procura el perfeccionamiento gradual, el sentido de equipo, el aprovechamiento de las destrezas del escritor y un ambiente que propicie cierto margen para la improvisación, la experimentación y la diversión de los creativos[26]. Pero para que este sistema funcione es fundamental la confianza en el propio

[25] COTTA VAZ, Mark, p. 9. Peter Sohn es el director del corto de Pixar, *Parcialmente nublado* (2009).

[26] En el prologo de su libro *Creative Screenwriting*, Christina Kallas señala algunas escuelas y movimientos literarios que cultivaban la creatividad individual a partir de la cooperación colectiva, como las novelas colectivas de Los Románticos de Berlín, el *Story Circle* de los expresionistas, así como movimientos cinematográficos y corrientes de diversa índole relacionados con el fomento de la creatividad. Cfr. KALLAS. Christina. *Creative Screenwriting, Undestanding Emotional Structure*, Palgrave Macmillan, Nueva York, 2010, pp. 1-16. Por otra parte, la exploración colectiva de una idea por los miembros del equipo de producción, así como en el tratamiento visual y narrativo de una historia a través de viñeta son elementos en los que se puede identificar una clara influencia del procedimiento creativo que Walt Disney instauró en su empresa, como se puede ver en *Illusion of Life* de Thomas y Johnston. Cfr. *Op. Cit.*, THOMAS, Frank, JOHNSTON, Ollie, p. 185. Asimismo, la producción de ideas originales, nacidas y desarrolladas en el seno del propio estudio es un sistema que practicaban Selznick, Thalberg or Zanuck en el pasado.

proceso, algo que se consigue con la reunión de un conjunto de profesionales de gran intuición creativa que se fían unos de otros y que no temen dar su aportación en la solución de problemas.

4.2. La escritura del guión dentro del sistema de creación de Pixar

La política corporativa de Pixar podría resumirse en el objetivo de crear "personajes memorables e historias conmovedoras que sean atractivas a audiencias de todas las edades"[27] y que se desarrollen en mundos creíbles. Los guionistas se convierten así en un colectivo de suma importancia para su proceso creativo, porque tienen como misión establecer cimientos firmes para la creación de esas historias y la construcción de esos personajes.

Durante todo el proceso creativo, la tarea de los guionistas está orientada a la creación de la historia y a su consolidación mediante los elementos dramáticos y estrategias propias del guión, aspecto indispensable para poder trabajar en profundidad la estructura del relato, los personajes y sus conflictos. Pero la escritura es también la reescritura, fase que, como se señaló en párrafos anteriores, se realiza conjuntamente con los artistas de *storyboard* y de animática.

La reescritura es la etapa creativa en la que los equipos de historias de Pixar descubren sus guiones. Es un proceso de revisión y de perfeccionamiento gradual de historias que Stanton define como "muy desordenado, de continua colaboración y una labor muy intensa"[28]. "Desordenado" por la cultura de pares que se practica durante las reuniones en el departamento de historias y el *Brain Trust*. En ellas no existen las jerarquías, todos aportan ideas para mejorar el guión y hacen sus observaciones sin ningún tipo de temor a ser juzgados o herir susceptibilidades, ya que el principal objetivo de esta etapa consiste en solucionar los problemas que impiden que la narración funcione correctamente y mantenga el interés. De hecho, "gran parte de la reescritura se dedica a llenar ese vacío fundamental"[29].

Que el proceso creativo se distinga por su carácter colectivo no significa que la labor de escritura, y especialmente la de reescritura, sea una tarea interrumpida

[27] "Pixar Coporate Overview", en: *Pixar.com*, http://www.pixar.com/companyinfo/about_us/overview.htm
[28] WOOD, Jennifer, "Creating the Pixar Phenomenon: Screenwriter/Genius Andrew Staton on Family Films ans Fish", en: *MovieMaker, The Art and Business of Making Movies*, 2 de marzo de 2007, [junio 2010]. http://www.moviemaker.com/screenwriting/article/creating_the_pixar_phenomenon_2672/
[29] *Op. Cit.,* McGRATH, Declan, MACDERMONTT, Felim, p. 123.

incesantemente. Durante su transcurso se invita a los departamentos de *storyboard* y editorial al despacho de los guionistas, pues son una herramienta del desarrollo, pero como explica Stanton, "el guión se asfixiaría si el grupo se inmiscuyera en cada fase de la escritura (…) el guión debe tener su ritmo, como una pieza musical. Una vez dado con él, lo que quieres es que avance"[30].

El equilibrio que Pixar ha encontrado entre la labor de los guionistas y el resto de personal involucrado en el proyecto puede resumirse del siguiente modo: primero se escribe, luego se dibuja, se comenta, se hace la animática, se comenta y, efectuados los cambios, se reinicia esta dinámica. Para Brad Bird, escribir guiones según esta mecánica es como ensayar una obra de teatro: "tienes el texto que ya has escrito, tienes el escenario y los personajes, sólo hay que empezar a ver cómo funciona el conjunto"[31].

Por lo general, las causas de los problemas que se detectan en la reescritura tienen que ver con algo que no se ha planteado correctamente, con una información que no se ha dado o con una emoción que se ha supuesto que sentiría el público. La claridad, por tanto, es crucial para cualquier guión, pero en el caso de Pixar resulta doblemente importante. En primer lugar porque en animación las descripciones deben ser muy precisas, ya que a partir de las páginas del guión los artistas tienen que desarrollar visualmente la historia y por eso, se toman al pie de la letra lo que hay en el texto[32]. En segundo lugar, porque el hecho de que Pixar oriente sus contenidos a la audiencia familiar obliga a que sus guiones sean doblemente comprensibles para niños y adultos, tanto en la trama como en el nivel emocional. De ese modo, la acción podrá afectar al conjunto de los espectadores, incluso a un niño sin experiencia de la vida[33].

En este sentido, se deben cuidar tanto los aspectos dramáticos como los visuales. Aunque un niño no entienda lo que dicen los personajes, sí es capaz de comprender lo que ocurre en la trama por las acciones y la manera que éstas se presentan en la historia. Por ejemplo, cuando Ellie y Carl ven frustrados sus deseos de ser padres en *Up*, es probable

---

30 *Ibid.*, p. 117.

31 "Process Makes Perfect: How Pixar Masteres Their Unique Brand of Storytelling", en: *Creative Screenwriting*, nº1, Creative Screenwriting, Hollywood, enero- febrero, 2007, p. 44.

32 En el caso de otras empresas de animación. Sobre todo aquellas que encargan la animación a otros países, deben ser más cuidadosos aún, ya que las posibilidades de ser mal interpretados aumentan. Por ejemplo, en una productora en la que se encargaba la animación a Japón, pasó lo siguiente: el guionista escribió "los árboles explotaban de pájaros". Cuando llegó la animación desde Asia, los árboles explotaban matando a los pájaros que estaban en sus ramas. ARGY, Stephanie, "EToon's time! Animation Writer Draw New Frontier in Television", en: *Written by*, nº 11, WGA, Los Ángeles, noviembre 1998, pp. 23-24.

33 *Op. Cit.,* McGRATH, Declan, MACDERMONTT, Felim, p. 123.

que los niños más pequeños no alcancen a comprender exactamente lo que pasa a estos personajes, pero sí lograrán captar que es algo muy triste para la pareja.

Para los creadores de Pixar todo lo concerniente al subtexto de sus películas es de vital importancia, ya que por norma procuran hacer filmes que puedan ver con sus propios hijos. Así, evitan temas y diálogos no apropiados para niños o que presenten una moral dudosa, y eliminan del guión todo aquello que ponga en riesgo la comprensión de la historia por parte del público infantil[34]. Y, al mismo tiempo, pretenden que sus contenidos sean interesantes para los adultos. Sin duda, todo esto exige un gran manejo de la sutileza narrativa por parte de guionistas y artistas visuales, así como un cuidado especial de las estrategias emocionales del guión.

4.3. Guionistas externos

La política de Pixar respecto a la contratación de guionistas es que participen del proceso, lo que supone que trabajen con el equipo del proyecto en las instalaciones del estudio en Emeryville. Ese ha sido el caso de Michael Arendt, que tuvo que trasladarse desde Nueva York a San Francisco, o el de Bob Shaw y Don McEnery que también tuvieron que dejar Los Ángeles para colaborar en una de las versiones del guión de *Bichos*. La razón de esta medida radica, en parte, en la confianza en la efectividad del *proceso* que reúne a los creativos en un mismo local y les permite ayudarse entre sí[35].

La incorporación de guionistas externos tiene diversas modalidades, muchas veces se les contrata para que trabajen en un borrador de la historia, que generalmente se reescribe. Otros escritores que prestan su colaboración de manera ocasional, incluso sin tener que trasladarse al estudio, como por ejemplo, Dave Reynols durante la reescritura de *Buscando a Nemo*. La mayoría de las veces, los creativos de Pixar buscan a alguien concreto que va a aportar algo especial a la historia, y que trabaja a lo largo de todo el desarrollo de la historia. La procedencia de los guionistas que han escrito en Pixar es muy variada. No importa si el guionista en cuestión procede del cine de imagen real (Michael Arendt), de la animación (Bob Shaw y Don McEnery) o si ha trabajado en la industria de la televisión (Joss Whedon). Lo que interesa es el talento concreto que, a juicio del director, puede contribuir a mejorar su historia.

---

[34] Cfr. *Op. Cit.*, MARTÍN, José Jerónimo, p. 209.

[35] Cfr. SGAROW, Michael, "Writer Michael Arndt learn the Pixar way for 'Toy Story 3'", en: *The Baltimore Sun*, 17 de junio de 2010, [junio de 2010]. www.baltimoresun.com/entertainment/movies/bs-ae-film-sragow-0618-20100617,0,4094208.sttory

Según explica un ejecutivo creativo de la casa a Tschang y Goldstein, el director de una película de Pixar tiene un fuerte control del proyecto, incluso sobre la contratación de guionistas que trabajan directamente con ellos[36]. No en vano es el creador de la cinta quien toma todas las decisiones respecto al filme. En tal sentido, Brenda Chapman afirma que "cuando viene un guionista a un proyecto es porque el director de la película realmente lo quiere"[37]. La elección de estos profesionales está influida por el tipo de historia y el gusto personal del cineasta. No resulta extraño, por ejemplo, que Michael Arendt pudiera colaborar con un director como Unkrich, que gusta de películas un tanto extravagantes pero emocionalmente profundas, o que Docter y Peterson eligieran a Tom McCarthy, cuyo estilo se identifica con la combinación de poesía y realidad de *Up*[38].

Así, el tipo de aportación de los guionistas procedentes del exterior del estudio va a depender de su identificación con la sensibilidad del director y el resto del equipo, pero también del estadio en el que se encuentre la historia. No es lo mismo participar del nacimiento y desarrollo de una idea que escribir una única versión o prestar una colaboración esporádica. No obstante, en palabras de Docter, "el filme es una reflexión de la gente que trabaja en él y de ese modo, siempre que entra un nuevo escritor, su visión se reflejará de un modo o de otro en la pantalla" [39].

Como se ha repetido a lo largo de este capítulo, la misión del director consiste en dar forma a todas las aportaciones que se reúnen en su filme. En el caso de Pixar, este rasgo se une además a la circunstancia de que la mayoría de los directores de la casa son también guionistas. De este modo, pueden implicarse en la escritura del guión de sus propios proyectos, aunque acudan a profesionales del área para mejorar sus obras. Este apunte no es baladí porque representa una clave de la originalidad y estilo de las películas del estudio, que combina el carácter personal de los proyectos con el sello particular de Pixar. Asimismo, es un hecho que distingue a la empresa de otras productoras del sector donde los directores trabajan sobre un guión ya elaborado[40]. Asimismo, la política de Pixar pone mayor acento en la figura del director como visionario del proyecto que en el hecho

---

[36] TSCHANG, Ted, GOLDSTEIN, Andrea, "Production and Political Economy in the Animation Industry: Why Insourcing and Outinsurcing Occur", ponencia presentado en DRUID Summer Conference, sobre Industrial Dymanic, Innovation and Development, Elsinore, del 14 al 16 de junio de 2004, p. 10. [septiembre 2006]. http://www.druid.dk/conferences/summer2004/papers/ds2004-92.pdf

[37] *Op. Cit,* "Process Makes Perfect: How Pixar Masteres Their Unique Brand of Storytelling", p. 43.

[38] Arendt se incorporó a Pixar antes del estreno de *Pequeña Miss Sunshine*

[39] GILCHRIST, Todd, "A Chat with Pixar's Pete Docter", en: *Cinematical.com*, 20 de abril de 2010, [octubre 2010]. http://www.cinematical.com/2010/04/20/a-chat-with-pixar-pete-docter/

[40] A propósito de este procedimiento, Wright realiza la siguiente reflexión: "la falta de un bagaje sólido de escritura es palpable en toda la industria". *Op. Cit.,*WRIGHT, Jean Ann, p. X.

mismo de ser guionistas. De este modo, los cineastas que no se dediquen a escribir el guión de sus películas, por la naturaleza del proceso creativo del estudio, deben implicarse igualmente en la confección del mismo para contribuir con su visión personal de la historia, ya que la *story line* debe nacer de los propios directores.

Por otra parte, el sistema de escritura y reescritura descrito anteriormente favorece el tono y el estilo de cine que se hace en Pixar. "En nuestros guiones –dice Stanton– intentamos captar y reflejar lo maravilloso, lo divertido, la comedia y eso necesita energía, vida y espontaneidad. Tener gente alrededor refuerza y mantiene esa energía. En nuestro negocio, resulta especialmente importante, porque la realización de una película de animación requiere años"[41].

4.4. Rasgos generales de las películas de Pixar: temas, ambientación y valores[42]

Además de lo expuesto hasta ahora, en Pixar –como explica Brad Bird– están interesados en probar una serie de temas bajo su *marca*, y hay asuntos con las que la gente quiere conectar siempre con Pixar[43]. Por eso, merece la pena comentar algunos aspectos comunes en las películas del estudio que tiene que ver con su cultura empresarial, ya que afectan de un modo o de otro a todas sus historias.

---

[41] Cfr. *Op. Cit.*, McGRATH, Declan, MACDERMONTT, Felim, p. 114.

[42] Aquí se entiende por valores como "los distintos modos de concretar o determinar la verdad y el bien que constituyen los fines naturales del hombre. Los valores son la verdad y el bien tomados, no en abstracto, sino en concreto (…) Los valores tienen una jerarquía. Algunos están clavados en lo más hondo de la persona y otros son más bajos y periféricos; nos afectan menos, porque están en la superficie de la vida personal". YEPES STORK, Ricardo, *Fundamentos de antropología*, Eunsa, Pamplona, 1996, p. 37. En el caso de las películas de Pixar, sus historias apelan a los valores más altos del hombre, por cuanto se relacionan con su dignidad, como se puede colegir de los objetivos y carácter de sus protagonistas. Como explica Beatriz Peña Acuña en su tesis doctoral es "a través de la actuación ética los personajes (…) que el espectador capta el valor ético representado". PEÑA ACUÑA, Beatriz, *Humanismo y cine: el tratamiento de la dignidad humana en la obra de Steven Spielberg*, tesis doctoral, Departamento de Filología española, Lingüística general y Teoría de la literatura, Universidad de Alicante, Alicante 2009, p. 37. Para un estudio centrado en los valores y virtudes presentes en la filmografía de Pixar ver: VELARDE, Robert, *The Wisdom of Pixar, An Animated Look at Virtud*, InterVarsityPress, Downers Grove, 2010.

[43] Cfr. TYLER, Joshua, "Interview: Brad Bird", en: *Cinema Blend.com*. 11 de marzo de 2004, [junio 2010]. http://www.cinemablend.com/new/Interview-Brad-Bird-498.html La palabra que usa Bird es *umbrella*, palabra que sugiere el tipo de productos que una empresa abarca con una marca específica, en el caso de Pixar sus películas y *merchandising* están asociados a la imagen de excelencia y valores familiares. Para ahondar en el concepto de *Umbrella branding* ver: HELDER, Jørn; BREDENLÖW, Torben; LAUTRUP NØRGAARD, Jens, "*Kommunikationsteori – en grundbog"*, Hans Reitzels Forlag, København, pp. 243-245, cit., en: RISUM JESEN, María, *Disney/Pixar short films in relation to branding, including branding through storytelling*, tesis de licenciatura en Administración, Aarhus Business School, Aarhus, 5 de mayo de 2010, p. 7.

Pixar abunda en influencias de otros artistas, géneros y estilos de ahí que las premisas creativas muestren una variedad de referentes literarios como, por ejemplo, cuentos de hadas (*Toy Story*, *Monstruos S.A.*), relatos de ciencia ficción (*WALL-E*) y aventuras en lugares ignotos (*Up*). Asimismo, las historias de Pixar aluden a la cultura popular en general (*Los Increíbles*) y al cine de todos los tiempos (*Bichos, Cars, Los Increíbles*). En orden a esta última idea, hay que señalar que en Pixar se entiende que la animación no es un género y por tanto, sus producciones son películas como cualquier otra[44]. Así, se intenta cuidar la narrativa audiovisual y enriquecerla con referencias fílmicas en clave culta y no sólo lúdica, como suele hacerse de manera recurrente en otras producciones de la industria[45].

Por otra parte, en Pixar se procura que sus filmes soporten el paso del tiempo y en consecuencia, todos sus guiones se desarrollan en ambientes intemporales; además, el humor presente en sus historias evita los tópicos o ser muy contextualizado. Las narraciones de Pixar son imposibles de ubicar en un momento exacto de la historia, a pesar de que el diseño de producción de algunas de sus películas contiene referencias a modas y estéticas de épocas pasadas. Es el caso, por ejemplo, de *Los Increíbles*, cuyos escenarios remiten al modo en que se imaginaba el futuro en las década de los sesenta y comienzos de los setenta o el de *Up* que se sitúa en un momento contemporáneo (uso de GPS, móviles, etc.), si bien la época de la acción queda indeterminada.

La intemporalidad de estos filmes se conjuga con la universalidad de los temas que suelen abordar. Sus personajes tienen metas claras y experimentan conflictos y sentimientos identificables. Todos los protagonistas de Pixar tienen puntos de vista, creencias, valores y actitudes positivas[46]. Sus motivaciones son convincentes y susceptibles de empatía. Asimismo, sus objetivos son realmente importantes y loables desde un punto de vista ético, aunque esto no excluya que los conflictos internos de estos personajes revelen debilidades, como se verá en el análisis de personajes. Generalmente, los conflictos que presentan su lucha entre necesidad y deseo incrementan la emoción del argumento de cada película. En suma, el nivel emocional de un filme de Pixar responde al criterio de la casa, que sigue la máxima de Walt Disney: "por cada carcajada debe haber una lágrima" –lo que obliga a los

[44] La mayoría de los cineastas de Pixar tiene una sólida formación en el arte de la animación. Factor que no es esencial para la escritura del guión de una película animada, ya que los fundamentos dramáticos son iguales para cualquier obra cinematográfica. Sin embargo, no está de más que los guionistas entiendan cómo se produce la animación y puedan sacar partido a la libertad creativa que facilita el medio.

[45] Ver anexo en el que puede verse las distintas referencias literarios y fílmicas de las películas Pixar.

[46] Hasta el momento ninguna película de Pixar ha sido protagonizada por un antihéroe al estilo de *Shrek*, *Gru, mi villano favorito* (Pierre Coffin, Chris Renaud, 2010) o *Megamind* (Tom McGrath, 2010).

creativos a cuidar de manera especial las estrategias emocionales del guión, como se verá en la parte analítica de este trabajo–. Además, a todo esto se suma el tipo de valores presentes en las películas de Pixar, que se abordan desde un prisma positivo y esperanzador.

Los valores que destacan en la filmografía de Pixar están relacionados principalmente con los vínculos fraterno-filiales (*Ratatouille, Los increíbles*) y los de amistad (*Toy Story* 2 y 3). Asimismo, se resalta la importancia de la lealtad, la justicia (*Monstruos S.A.*), la fidelidad a la palabra dada (*Toy Story 3*, *Ratatouille, Up*), la esperanza basada en la confianza (*Buscando a Nemo*), la generosidad (*WALL-E*), la compasión (*Toy Story* 2 y 3), la autorrealización a través del servicio a los demás (*Cars*, *Toy Story*, *Bichos*), dentro de lo que cabe la ambición bien entendida y el fomento del talento propio al servicio de los demás (*Ratatouille*), tema donde se pone de relieve la idea de la vida como vocación y el reconocimiento y aprecio por la propia identidad (*Toy Story* 1, 2, y 3, *Los increíbles*, *Ratatouille, Bichos, Cars*).

El núcleo de valores expuesto tiene conexión con la cultura empresarial de Pixar, especialmente cuando trata el tema de la solidaridad. Como ha reconocido el propio Lasseter: "en casi todas nuestras películas hay un momento de clímax dramático que funciona a modo de metáfora de nuestra forma de entender el cine: la unión de fuerzas contra la amenaza externa"[47]. Tras una simple observación de la filmografía del estudio se podría decir que su filosofía creativa está presente no sólo en este tipo de escenas, sino también es otros momentos a través de diálogos y acciones. Asimismo, se puede apuntar a otras cuestiones como la honestidad y la familia. Valores que en Pixar se promueven dentro de la labor creativa y que es tema dentro todos sus filmes. Este hecho tiene cierta relevancia, ya que la coherencia entre identidad corporativa y líneas temáticas aporta un cariz de sinceridad a los contenidos del estudio[48].

Se puede deducir de todo lo anterior que en Pixar hay una conciencia clara de la responsabilidad que tienen los profesionales dedicado al entretenimiento familiar. La diversión de niños y adultos exige un trabajo profundo de todos los elementos que constituyen una historia, donde el guión es la base sólida sobre la que construyen un relato capaz de trasladar temas y emociones a dos niveles de comprensión sin buscar fórmula o salidas simplistas, que es lo que permite el proceso de creación colectivo. En el sistema expuesto en este apartado se muestra cómo todo contribuye a arropar la labor creativa de los guionistas y a procurar herramientas para hacer un trabajo que funcione luego en

[47] *Op. Cit.*, SALVÁ, Nando, p. 78.
[48] Cualidad que genera confianza en los seguidores de los filmes de Pixar.

pantalla. El cuidado que prestan en Pixar a los elementos fundamentales de un guión, así como a la contratación de guionistas capaces de contribuir con su labor al objetivo del director, hace que sea justo parafrasear a Brad Bird cuando afirma que Pixar no es sólo un estudio de artistas, sino es más bien un estudio de narradores[49].

4.5. *Brain Trust*

Hay un elemento fundamental para el éxito de las películas de Pixar y es el *Brain Trust*. Con este nombre se denomina a un grupo de líderes creativos del estudio que contribuyen con su aportación creativa al desarrollo de las películas de la casa en distintos momentos del proceso de creación de la historia[50]. Algunas veces, se trata de los primeros borradores del guión, en otras, de partes del *storyboard* o la animática. El número de personas que integra este comité ha ido creciendo con los años. Pero el núcleo original se ha mantenido a lo largo del tiempo[51]. Entre ellos se pueden nombrar a John Lasseter, Pete Docter, Brad Bird, Lee Unkrich, Andrew Stanton, Brenda Chapman, Bob Peterson, Brad Lewis y el diseñador de sonido Gary Rydstrom.

La dinámica de las reuniones con este grupo consiste en que uno de sus miembros expone una idea y a continuación otro la amplia o la completa. El resultado es que se mejora realmente las propuestas[52]. Y dado que los miembros de este comité son cineastas y conocen las dificultades de crear una historia, las anotaciones que hacen a los directores son más asequibles de entender y de conseguir que algunas observaciones escritas por ejecutivos, en las que se pide, por ejemplo, "hacer un 10% más graciosa una escena"[53]. En este sentido, un director tan personal como Brad Bird, que firma en solitario la dirección y los guiones de sus filmes, apunta que "el *Brain Trust* es el mejor instrumento de aportaciones para un narrador"[54]. Asimismo, Docter ha rescatado la seguridad que le brinda el apoyo de estos líderes, ya que como afirma Peterson, cuando hay problemas en el

---

[49] Cfr. *Op. Cit.*, SINGER, Greg. Como dice Paul Dini, autor de la serie *Batman Beyond*, "La mejor creación de historias en animación viene de que tanto artistas visuales y escritores compartan una única visión del filme y el trabajar cada uno a partir de sus fortalezas. NEUWIRTH, Allan, *Makin' Toons, Inside the Most Popular Animated TV Shows and Movies*, Allworth Press, Nueva York, 2003, p. 95.

[50] *El Brain trust* es un activo de Pixar. Por eso, asesora a Disney en sus producciones.

[51] Con excepción del fallecido Joe Ranft.

[52] Cfr. MUNSO, Dany, "Inside Pixar's Toy Chest", en: *CreativeScreenwriting*, nº 3, Creative Screen Writing, Hollywood, mayo-junio de 2010, p. 27.

[53] Cfr. *Op. Cit.*, TYLER, Joshua.

[54] DALY, Steve, ""Ratatouille" mastermind Brad Bird discusses his recipe for success: a big handful of comedy, two dashes of sweetness - and a million cups of fun", en: *Entertainment Weekly*, 25 de junio de 2007, [junio 2010]. http://www.ew.com/ew/article/0,,20043277,00.html

desarrollo "el *Brain Trust* está allí para ayudar a solucionarlos"[55]. No obstante, aún con las indicaciones provenientes de esta instancia, es el director quien da la forma final al filme con la ayuda de su equipo. Él es quien decide si incorpora o no las notas que le trasladan sus colegas.

Pese a la atmósfera de colaboración que propicia la filosofía empresarial de Pixar, es posible ver la sensibilidad del director detrás de cada filme, los rasgos que reflejan realmente quién es y qué aspectos de la vida estima importantes. Por otra parte, ningún comité interviene en el diseño de la película, de modo que el director puede volcar mucho de sus intereses [56]. Además, al final del día el realizador se reúne con su equipo y revisa el trabajo realizado por éstos a diario. Sin embargo, la aportación de todos se reúne en un mismo punto: en palabras de Docter, "la historia tiene su propia lógica y hay que seguirla (…) cada uno está al servicio de la filme, incluso el director"[57].

Respecto a este asunto es pertinente señalar que la calidad de las películas es un fin para Pixar, así que las necesidades de la historia priman sobre otras consideraciones, como ha demostrado la experiencia. Piénsese, por ejemplo, cuando se detuvo el proceso de producción de *Toy Story* 2 al no cumplir las expectativas requeridas. Del mismo modo, se ha visto cómo algún director ha tenido que ser sustituido por esta razón. Tal fue el caso de Jan Pinkava, autor de la premisa argumental de *Ratatouille*, quien fue relegado al puesto de codirector de esta cinta durante su producción, como se verá en el capítulo sobre Brad Bird.

Al revisar el proceso de creación de los filmes de Pixar es evidente que la creación de sus historias se identifica plenamente con los valores y filosofía creativa del estudio que se expusieron en el capítulo anterior. Su manera de enfrentar la producción de un filme y la claridad de su objetivo empresarial e identidad corporativa hacen que cada fase de la producción esté orientada al único objetivo de ofrecer buenas películas a la audiencia familiar, a partir de dos ejes fundamentales: las historias y los personajes. Podría decirse que en la medida en que se protege la calidad de las producciones se protege también al estudio y se preserva su cultura.

Del mismo modo, es posible afirmar que el *proceso* que se emplea en Pixar para la creación de historias incide en la construcción de niveles de lectura infantil-adulto. La

---

[55] FRIEDMAN, Jake, "Flying High at Pixar", en: *Animation Mentor Newsletter*, nº51, noviembre 2009, [enero 2010]. http://www.animationmentor.com/newsletter/1109/feature_feature.html
[56] Cfr. *Op. Cit.,* Lerman, Gabriel, p. 45.
[57] *Op. Cit*., GILCHRIST, Todd.

elaboración del guión en una atmósfera creativa de trabajo paciente, concienzudo y colectivo, es la mejor manera de lograr la sutileza y profundidad que requieren los contenidos orientados a todos los públicos. En Pixar, como afirma el propio Lasseter, están interesados en que "en sus historias haya cosas que pasen en lo más profundo de sus personajes y que el espectador pueda sentirlas", por lo que se busca que el subtexto sea el correcto[58]. Este nivel de lectura claramente adulto es compensado con el cuidado de la creación de mundos que se inspiran en la imaginación infantil y en la claridad de sus tramas, que pueden ser entendidas también por lo más pequeños. Para ello, la revisión, la colaboración y el cuidado de una escritura sólida del guión favorece la posibilidad de obtener el subtexto que una producción de estas características necesita.

Aún así, el esmero, la paciencia de un artesano, el perfeccionamiento gradual y la cooperación que se han subrayado en este capítulo no son suficientes para la realización de un filme de calidad. El factor clave del éxito de Pixar son las personas. Como explica Ed Catmull, "si tienes una buena idea y un equipo mediocre, entonces arruinarán la idea. Pero si en cambio, das a un buen equipo una idea mediocre, ellos la arreglarán o harán algo más para mejorarla" [59]. De ahí la importancia de encontrar a la gente adecuada, pero también, de procurarles un buen ambiente para hacer su trabajo.

[58] Cfr. FRENCH, Laurence, "A interview with Lasseter", [enero 2011].
http://www.fortunecity.com/skyscraper/pointone/581/interview3.html
[59] COHEN, David, "Shaping Up, Pixar's unique approach to story and screenwriting", en: *Script*, nº 3, Forum, Bardwin, mayo-junio de 2009, p. 42.

CAPÍTULO 5. JOHN LASSETER

(*Toy Story* 1 y 2, *Bichos* y *Cars*)

Primer director en firmar las películas de la casa, pionero de la animación por ordenador y líder de empresas del entretenimiento. Lasseter es el alma artística de Pixar y la figura clave para entender la cultura creativa que se fomenta en la empresa. Por eso, en el presente capítulo se expondrá su recorrido profesional y los aspectos que han influido en su obra, a fin de determinar los rasgos que definen su filmografía, así como sus ideas sobre la conducción de equipos creativos. Para ello, se abordarán sus datos biográficos, teniendo como punto de partida sus años formativos. Se hablará sobre su primer trabajo en Disney, donde halla nuevas posibilidades técnicas en el ámbito de la animación. A continuación, será preciso detenerse en el tiempo en que trabajó en Lucasfilms, junto a Ed Catmull y su equipo, con los que realiza sus primeras aportaciones a la animación por ordenador o sistemas CGI. Posteriormente, se hablará de las historias y evolución de los guiones de sus cuatro primeros largometrajes, *Toy Story* 1 y 2, *Bichos* y *Cars*. Finalmente, se hará una síntesis de los rasgos más característicos de sus filmes y de los principios que rigen su desempeño como cabeza de un estudio cinematográfico.

5.1. La formación de un visionario

John Allan Lasseter, John Lasseter, nació el 12 de enero de 1957, en Hollywood, pero se crió en Whittier, California, a media hora de distancia de Disneyland. Sus padres, Paul y Jewell Lasseter le proporcionaron el ambiente idóneo para fomentar sus inclinaciones vocacionales, al influir de manera decisiva en dos de sus pasiones: los coches y las bellas artes. Un conveniente bagaje para desarrollar su camino como artista que busca en la tecnología una herramienta útil para encontrar nuevas vías para la creación.

La afición de Lasseter por las máquinas y en concreto, por los automóviles, se manifestó desde muy temprano. Su madre se los dibujaba para decorar su habitación y

entre sus juguetes preferidos se contaba la colección de *Hot Weels*[1]. Pero esta afición se debe sobre todo a su padre, que era jefe de repuestos en un concesionario de Chevrolet, en el que el joven Lasseter trabajaría algunos veranos. De allí que no resulte raro su interés también por la tecnología, los artilugios y las herramientas que permiten un mejor rendimiento de algunos aparatos.

En lo que se refiere a sus inclinaciones artísticas éstas fueron fomentadas por su madre, que trabajaba como profesora de arte en un instituto de secundaria. Ella rodeaba al director y a sus hermanos, Jim y Johana, de materiales para hacer pequeños proyectos en todo momento[2]. Incluso en la iglesia, les daba papel y lápiz para que se mantuvieran callados. En esas ocasiones, Lasseter llegó a usar las esquinas de los libros de los cantos para dibujar, actividad en la que demostró tener un talento especial. A los cinco años de edad ganó el primer premio en un concurso de dibujo auspiciado por una tienda de su localidad, con una representación del *Jinete sin cabeza*.

De niño, su imaginación era muy fértil y le gustaba fantasear constantemente. Soñaba con dar vida a objetos inanimados y creaba mundos que se plasmaban en sus pinturas. Le encantaban los cómics, especialmente *Carlitos* de Charles M. Schulz (1950) y *Daniel el travieso* de Hank Ketcham, Marcus Hamilton y Ron Ferdinand, (1951), pero lo que más le gustaba era los dibujos animados. Tanto así, que en sus años de adolescente, cuando asistía a Whittier High School, no se perdía la programación de animación de la cadena de televisión de su ciudad.

Durante el primer curso de Lasseter en el instituto, cayó en sus manos un ejemplar del libro de Bob Thomas, *The Art of Animation*, en el que se explicaba la producción de *La bella durmiente*. Gracias a este texto, el futuro director creativo de Pixar pudo descubrir la profesión a la que se quería dedicar en el futuro, al constatar que existían personas que se ganaban la vida haciendo dibujos animados. Poco tiempo después, su asistencia a un reestreno de *Merlín el encantador* (Wolfgang Reitherman, 1963) le confirmó su pasión por el arte de la animación cinematográfica y le impulsó a querer trabajar en Disney.

A partir de ese momento, Lasseter comenzó a mantener correspondencia con Ed Hansen, el jefe del departamento de animación de este estudio, quien le invitó a conocer las instalaciones de la empresa y le alentó a cultivar sus habilidades artísticas. En su último año

[1] Lasseter conserva intactos estos coches y otros juguetes desde su infancia. A algunos los ha incluido entre los personajes de *Toy Story*.

[2] Está influencia también hizo mella en los hermanos de Lasseter, quienes se decantaron por carreras creativas: su gemela, Johanna, es repostera profesional y se dedica a hacer tartas de bodas, mientras que Jim, quien falleció en 2000, fue diseñador de interiores. Cfr. *Op. Cit.*, PAIK, Karen, 2007, p. 28.

del colegio, recibió una carta de parte de Disney en la que se anunciaba la apertura de la primera edición del Programa de animación de personajes de CalArts (California Institute of Arts), en la localidad de Valencia (California), y se le exhortaba a enviar su portafolio. Lasseter fue la segunda persona en ser admitida.

Ese verano, el joven Lasseter se desempeñó como alumno ayudante del director del Programa, Jack Hannah, en la tarea de preparación del material de clases del curso[3]. Este trabajo supuso una oportunidad decisiva para él, pues accedió a gran cantidad de material del estudio y conoció con detalle el trabajo de los maestros de la edad dorada de Disney. Además, en este tiempo, trabó amistad con Glen Keane, un joven animador que también comenzaría estudios en CalArts y que, con los años, le acompañaría en uno de sus primeros experimentos de animación con la tecnología de imágenes generadas por ordenador[4].

El profesorado de CalArts estaba integrado por grandes personalidades de la animación como el director de arte y artista de *storyboards* Elmer Plummer[5], artistas de *layouts* como Ken O'Connor[6], así como de profesionales de prestigio como Bill More, que había sido profesor de diseño en Chouinard Art Institute. La generación de estudiantes que asistían entonces a estas aulas son ahora grandes nombres de la animación como Brad Bird, Tim Burton, Henry Selick, John Musker, Jerry Rees, Chris Back, Darrell Van Citter entre otros. El programa era riguroso y exigía largas horas en el campus. Sin embargo, el hecho de que éste estuviese localizado en medio de la nada, hacía más sencillo que los alumnos se centrasen en sus estudios. Incluso al finalizar el horario de clases, los estudiantes permanecían en las instalaciones del centro para seguir trabajando, para aprender unos de otros y ayudarse mutuamente. Según recuerda Lasseter, se esforzaban realmente, pero también se divertían mucho y eso se notaba en el resultado final de sus proyectos: "Nos reíamos, hacíamos el tonto, trabajábamos juntos y dábamos nuestra opinión sobre las cosas de los otros, y así la creatividad desbordaba"[7]. Por eso, años más tarde, el director californiano quiso cultivar este espíritu de colaboración creativa en Pixar.

El plan docente de CalArts dedicaba los dos primeros años al aprendizaje clásico del arte y los dos últimos, a clases en el estudio y a la producción de cortos. Durante estos últimos cursos, Lasseter realizó dos cortometrajes: *Lady and the Lamp* (1979), en el que

[3] Hannah fue director de la mayoría de los cortos del Pato Donald.
[4] Glen Keane es animador, autor y director. Es conocido especialmente por la animación de Ariel en *La Sirenita*, la Bestia, en *La bella y la bestia* y del protagonista de *Tarzán*, entre otros personajes. Ver: http://www.imdb.com/name/nm0443855/
[5] Diseñador de personajes en *Dumbo*.
[6] Fue director de arte de *Blancanieves y los siete enanitos* (William Cottrell, 1937)
[7] *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 32.

cuenta la historia de una lámpara que se embriaga al sustituirse una botella de ginebra por una bombilla rota, y *Nightmare* (1980), donde narra el miedo de un niño que ve monstruos al apagar la luz de su habitación. Con ambas películas obtuvo el Premio de Animación para Estudiantes que otorga anualmente la Academia de Hollywood.

Durante esta etapa, Lasseter también tuvo la oportunidad de comprender aspectos fundamentales de la animación fuera de la escuela, que han incidido de manera notable su trabajo como hombre del entretenimiento. Una de esas ocasiones fue la proyección de *Star Wars* en mayo de 1977, cuando quedó impresionado al ver cómo este filme conseguía deleitar del mismo modo a jóvenes y adultos. Esto le hizo pensar que la animación, como un medio de expresión cinematográfica, también podía contar historias interesantes para todas las edades y aspirar a conseguir una mayor audiencia, idea que, en adelante, se convirtió en una de sus ambiciones profesionales.

Por otra parte, la experiencia adquirida durante sus veranos como empleado de Disneylandia le ayudó a conocer las preferencias de las personas en materia de entretenimiento y a adquirir un mayor sentido de la narración y del *acting*. En su primer oficio como barrendero pudo aprender sobre lo que más les divertía a la gente, a partir de sus conversaciones con los que acudían a los espectáculos. Luego, como guía del *Crucero de la Jungla*, al tener que hacer bromas dentro de su discurso al público asistente, logró hacerse con el sentido del *timing* de la comedia, a captar el ánimo de la audiencia, a animarla cuando no estaba lo suficientemente atenta a sus bromas y a sacar el mejor provecho del material que repetía cientos de veces. Descubrió que hasta el peor de los chistes puede ser divertido si se cuenta bien.

De esta forma, al terminar sus años formativos, Lasseter había conseguido una sólida formación artística y narrativa, reconocida por la Academia de Hollywood, así como una visión de largo alcance sobre las posibilidades de la animación dentro del mundo del entretenimiento. Asimismo, comprendió que la colaboración entre personas creativas, en un ambiente idóneo para su labor eleva el nivel de sus trabajos.

5.2. Años en Disney, la transición hacia nuevos caminos

Al obtener su diploma en Bellas Artes, Lasseter fue contratado como animador júnior en Disney. El prestigio obtenido durante su tiempo de estudiante le auguraba un futuro brillante en la empresa. Sin embargo, el estudio distaba mucho de lo que había

soñado. Algunos animadores veteranos eran escépticos sobre las cosas que él podría hacer allí. Creían que debía conseguir méritos en la propia compañía, antes de tener ocasión de realizar proyectos propios. Además, los directivos no tenían esa voluntad innovadora que había caracterizado a Disney a lo largo de su historia y que tanto atraía al joven artista. Desde *101 dálmatas* (Clyde Geronimi, 1961) se hacían el mismo tipo de cosas. Lasseter sabía que la animación necesitaba algo que la ayudara a evolucionar y había pocas oportunidades para plantear nuevas ideas, así que se marchó por breve tiempo de las instalaciones de Burbank para trabajar en Richard William Animation Studios, la empresa que realizaría en 1988 la animación para la película *¿Quién engañó a Roger Rabbit?* (Robert Zemeckis).

En 1981, tras regresar a Disney, entró en el equipo de animadores de *Cuento de Navidad* (Burny Mattison, 1983). Entonces, Jerry Rees y Bill Kroyer, le invitaron a ver un fragmento de *Tron* (Steven Lisberger, 1982), una nueva película que incorporaba unos minutos de animación por ordenador. Las imágenes que le enseñaron correspondían a una de las carreras de motos que se desarrollaban dentro de un videojuego, denominado *Motocicletas de luz*. En ellas no había personajes animados y sus gráficos eran todavía un tanto rudimentarios. Sin embargo, la tridimensionalidad de las escenas era algo que no se había visto hasta ese momento. Lasseter pensó que si esta tecnología se mezclaba con la animación de Disney, revolucionarían el medio, ya que a diferencia del efecto conseguido con la cámara multiplano, los gráficos generados por ordenador permitían dar profundidad visual a la audiencia, como si se moviera dentro del espacio con un *steadycam*.

En 1983, Lasseter consiguió hacer una prueba de treinta segundos de película, en la que se combinaban fondos generados por ordenador y personajes animados a mano por Glen Keane, con quien había trabajado como animador en *Tod y Tobby* (Ted Bergman, Richar Rich y Art Steven, 1981). El filme, basado en *Where The Wild Things Are* de Maurice Sendak, se centraba en una intricada toma en la que los espectadores siguen a un pequeño perro que corre a través de una casa, mientras un chico lo persigue[8]. Pese a tratarse sólo de un experimento, Lasseter consiguió ese mismo año la oportunidad de dirigir su primer largometraje, *La tostadora valiente*, donde planeaba implementar la tecnología informática[9]. Sin embargo, los sistemas de imágenes generadas por ordenador de aquel momento no contribuían a hacer las cosas de un modo más rápido o más barato que el proceso

[8] Este experimento está disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=LvIDRoO8KnM
[9] Para el desarrollo de la historia de proyecto, Lasseter contó con la colaboración de Brian McEntee y Joe Ranft, quien trabajaría con él en Pixar hasta su muerte en 2005.

tradicional de dibujos animados. Por estos motivos, los directivos del estudio rechazaron la propuesta de Lasseter y dieron por terminado su contrato con Disney.

5.3. Lucasfilm

Poco tiempo después de su salida de Disney, a finales de 1983, Lasseter coincidió con Ed Catmull en una conferencia sobre computación gráfica. Ambos se habían conocido durante el tiempo que el director desarrollaba *La tostadora valiente*. Al saber lo ocurrido con esta película, Catmull le ofreció un trabajo *freelance* en la División informática de Lucasfilm. Este momento significó el principio de la realización de una meta común: producir películas de animación por ordenador.

En 1984, Lasseter fue contratado como diseñador de interfaz, en la división informática de Lucasfilm, título que Ed Catmull y Alvy Ray Smith consideraron apropiado para justificar a los directivos de esta empresa, la incorporación de un animador dentro de su equipo tecnológico[10]. Sin embargo, la función real de Lasseter era trabajar en un corto de Smith, denominado *My breakfast with André*, en alusión al filme de Louise Malle *My dinner with André* (1981). Este proyecto consistía en nueve viñetas que describían una sencilla acción: un androide se despierta en medio del bosque, bosteza, se estira y se pone de pie para admirar la belleza del escenario. Según Smith, la historia simbolizaba la idea de la animación por ordenador en sí misma, ya que para ese momento esta tecnología comenzaba a despertar para el mundo[11]. En el planteamiento de la película primaban las consideraciones técnicas más que las narrativas, por lo que el diseño del único personaje del relato fue pensado en función de las limitaciones que ofrecían los ordenadores en el terreno del modelado. Su figura era un conjunto de cilindros, esferas y conos.

El trabajo en Lucasfilm fue tremendamente inspirador para Lasseter por las posibilidades que presentaba la tecnología informática aplicada a la animación. Pero, al mismo tiempo, le resultaba algo intimidante estar rodeado de científicos con doctorados, que prácticamente habían inventado la animación digital, mientras él no tenía noción alguna de programación. No obstante, pronto comprendió que la importancia de su aportación a

[10] La interfaz es un campo visual y funcional que permite al usuario acceder a los servicios y programas que ofrece cualquier sistema digital. Es decir, son los gráficos que posibilitan la relación entre el usuario y la máquina. Cfr. VanTASSEL, Joan, *Digital TV over Broadband*, Focal Press, Boston, 2001, p. 426; Cfr. HERVÁS ICARS, Christian*, El diseño gráfico en la televisión*, Cátedra, Madrid, 2002, p. 234.
[11] Cfr. *Op. Cit.*, AMIDI, Amid, p. 12.

la empresa eran sus conocimientos sobre la animación de personajes al estilo de Disney. Por su parte, el equipo informático de Lucasfilm siempre había intentado que su tecnología pudiese ser usada para crear arte, así que tener a Lasseter entre ellos fue una buena oportunidad para desarrollar herramientas a partir de las necesidades de un artista. En este sentido, el joven animador actuó como catalizador de su entusiasmo por la animación y les enseñó a apreciar el proceso de filmación, así como la concepción de personajes y el diseño. Lasseter no temía a los ordenadores, como les ocurría a muchos de sus colegas en esa época, así que Catmull le convenció para animar al personaje de *My breakfast with André* por ordenador y no de manera tradicional, como le había propuesto en el momento de su contratación.

La capacidad de Lasseter como animador de dar personalidad a los objetos inanimados resultaba muy conveniente, ya que los ordenadores de entonces procesaban mejor este tipo de cosas, especialmente si poseían formas geométricas y superficies simples. Más aún, Lasseter superó todas las expectativas. Su visión como cineasta confirió al cortometraje una dimensión narrativa y de entretenimiento que no poseía la idea original de Smith. Además, esta formación artística también fue esencial para crear un diseño más atractivo del personaje y una apariencia más cuidada a los fondos del filme.

En el terreno del diseño y de la animación, Lasseter buscó inspiración en el esquema geométrico que Ub Iwerks había empleado para la creación de Mickey Mouse, con la idea de poder utilizar las figuras disponibles en el ordenador para el modelado del protagonista del corto. Sin embargo, el cono que formaba su torso le restaba la plasticidad necesaria para que sus movimientos pudieran expresar sentimientos y pensamientos, cualidad indispensable en la animación de personajes. Ed Catmull atendió a esta preocupación del animador y creó la figura de una lágrima, forma que era mucho más flexible que el cono y que funcionó perfectamente para animar la acción de André, como se puede ver en los anexos correspondientes a este capítulo.

Solucionado este asunto surgía otro más por resolver: los movimientos de André necesitaban una motivación. Por eso, Lasseter añadió un pequeño conflicto al relato, incluyó un personaje secundario, una abeja llamada Wally B., cuyo objetivo era picar al protagonista con su gran aguijón[12]. Así, se desarrolla una breve trama de persecución por parte del insecto a André, quien intenta despistarle de manera fallida. Finalmente, el título de la película cambiaría de *My breakfast with André* al de *Las Aventuras de André y Wally B.*

[12] El nombre de la abeja es un homenaje al personaje secundario de la película de Malle en la que se basó el corto, Wallace Shawn.

Este cortometraje se lanzó en la convención de SIGGRAPH de 1984, donde sorprendió a los asistentes, de manera que Lasseter pudo constatar con satisfacción que la historia y el personaje de *Las aventuras de André & Wally B* habían conseguido llamar la atención del público, más allá del simple hecho de haber sido realizados en una computadora[13]. Aspecto que parecía ser lo más importante en este tipo de reuniones tecnológicas. Para Lasseter, en cambio, la animación por ordenador necesitaba que sus producciones fueran juzgadas en base a lo buenas que eran contando una historia y no sólo por la técnica utilizada en su realización[14]. Por eso, la acogida que tuvo el corto fue un indicio de que su trabajo iba en la dirección correcta[15].

Asimismo, el director se daba cuenta de que en el sector de la animación informática nadie había considerado aún la investigación ni el trabajo realizado por los animadores tradicionales a lo largo historia, de modo que no se habían beneficiado de nociones elementales para la animación de personajes. En ese sentido, *Las aventura de André & Wallie B.* fue "la primera animación real hecha con ordenadores"[16], pues presentaba personajes animados por la técnica digital, cuyos movimientos eran creíbles y su apariencia atractiva, siguiendo los principios básicos de los dibujos animados al estilo de Disney. En consecuencia, John Lasseter se convirtió en el primero en trasladar los fundamentos de la animación tradicional a la animación por ordenador[17].

Poco después de terminar *Las Aventuras de André y Wallie B.*, Lasseter recibió la llamada de Tom Wilhite, quien años antes le había apoyado para hacer *Where The Wild Thing Are* y *La tostadora valiente* en Disney. En esta ocasión le ofrecía dirigir el último título mencionado de manera independiente. Pero la oportunidad no se llegó a materializar, así

---

[13] De hecho, una persona que trabajaba en otra empresa de computación gráfica se acercó a Lasseter para preguntarle el nombre del *software* que había usado, pues la cinta le había resultado realmente divertida. Su sorpresa fue enorme cuando el director le explicó que había usado las mismas herramientas que todos los que se dedicaban a la animación con sistemas CGI.

[14] Cfr. ROSS, Jonathan, "Regus London Film Festival interview 2001, John Lasseter I", en: *The Guardian*, 19 de noviembre de 2001, [septiembre 2010].
http://www.guardian.co.uk/film/2001/nov/19/londonfestival2001.londonfilmfestival1

[15] No obstante, la estética del filme no terminó por convencer a cineastas como George Lucas, que había asistido al estreno, ni a los veteranos animadores de Disney Frank Thomas y Ollie Johnston.

[16] DAY, Aubrey, "Interview woth John Lasseter, The Pixar/Disney Boss on 'Toy Story 3', 'Up', 3D and more...", en: *Total Film.com*. 3 de junio de 2009, [septiembre 2010].
http://www.totalfilm.com/feacture/interview-john-lasseter

[17] En 1987, Lasseter vertió sus reflexiones sobre este tema en un artículo presentado en SIGGRAPH, siendo uno de los textos de referencia para los profesionales de la animación por ordenador en la actualidad. Ver: LASSETER, John, "Principles of Traditional Animation Applied to 3D Computer Animation", en: *AM, Computer Graphic*, Volumen 21, nº 4, Julio, 1987, pp. 35-44. Y, en 1994, volvió a recordar la importancia de estos fundamentos de la animación. Ver: LASSETER, John, "Thricks to Animation Characters with a Computer", en: *Computer Graphics* , mayo 2001, pp. 45 - 47.

que en octubre de 1984, Lasseter volvió a Lucasfilm para incorporarse al equipo que digitalizaba el caballero de la vidriera de *El secreto de la pirámide*.

Durante ese tiempo tuvo ocasión de trabajar con Dennis Muren, supervisor de efectos especiales de Industrial Light and Magic (ILM), cuyo estilo de gestión influyó de manera especial en el modo de trabajo que Lasseter adoptó como director. Muren les guiaba con claridad, les daba su opinión sobre el trabajo de cada uno y les explicaba cuidadosamente por qué estaba pidiendo cualquier cambio. De ese modo, creó a su alrededor una atmósfera de confianza y de solución colectiva de problemas, rasgo que se convertiría en una de las características principales de la cultura creativa de Pixar[18].

5.4. Pixar: sus cortometrajes

A pesar del éxito de los trabajos de la División informática de Lucasfilm, los ejecutivos de esta compañía pensaron en suprimirla para reducir costos. El grupo encabezado por Catmull y Smith era a todas luces un grupo de investigación que no era muy rentable para la empresa y ya no respondía a las necesidades para las que había sido creada. La pareja de científicos decidió salvar al equipo y comenzaron a buscar un inversor con la idea de formar un negocio independiente.

Mientras esta iniciativa empresarial se materializaba, Catmull encargó a Lasseter idear un nuevo corto para SIGGRAPH, una pieza que mostrara al sector la visión particular de Pixar. Lasseter realizó un estudio de movimiento con un flexo, durante su aprendizaje de modelado por ordenador que presentó en un festival de animación en Bélgica. Al finalizar la proyección, el animador Raoul Servais alabó el trabajo de Lasseter y le preguntó intrigado sobre el proyecto de la historia. Lasseter le contestó que sólo era un estudio de personaje y que no tenía historia. Entonces, Sevais le recordó que cualquier pieza de animación, sin importar cuán corta sea, debía tener un principio, un nudo y un desenlace. Lasseter sabía que su colega tenía razón y al volver a las instalaciones de Pixar, comenzó a trabajar en un relato para esta lámpara.

La inspiración para el argumento del corto llegó con el nombre de Spencer Poter, hijo menor de Tom Poter, director técnico de Pixar, a quien habían llevado a visitar a su padre al trabajo. Lasseter empezó a mirarlo y se fijó en las graciosas proporciones del pequeño, comparadas con las de un adulto. Al finalizar la visita del bebé, el director

[18] Cfr. *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 46.

comenzó a imaginar cómo luciría un flexo más pequeño que el que había hecho antes para el estudio de movimiento. Una vez diseñada la lámpara pequeña la comparó con la de mayor tamaño y supo la relación que debería haber entre los dos personajes. La historia es bastante sencilla: un padre y un hijo que juegan con una pelota. El pequeño comete errores y el padre se muestra indulgente. Para la realización de este corto, Lasseter contó con la colaboración técnica de Bill Revees y Eben Ostby[19]

Luxo Jr. fue presentado en la convención de SIGGRAPH de 1986, siendo el primer corto de Pixar como empresa independiente. A pesar de la simplicidad de su historia y de la sobriedad en el diseño, los profesionales del sector quedaron asombrados por las posibilidades del medio y la capacidad del director para captar los altos y bajos de una típica relación paternofilial, la paciente exasperación de Luxo padre, retratado por los movimientos de su "cabeza", así como la alegría juguetona y la curiosidad de su retoño[20]. La exageración de las proporciones, combinado con el realismo del ambiente recreado, en el que destaca que ambas lámparas son alimentadas por electricidad, ofrecía un conjunto verosímil tanto en la imagen como en la historia[21]. Además, pese al aparente "realismo" en la animación de los protagonistas, Lasseter les añadió movimientos que no hacen los flexos reales, con el fin de conferirles una mayor expresividad[22]. *Luxo Jr.* fue el primer cortometraje realizado íntegramente por ordenador en ser nominado a un Óscar en 1986. Asimismo, significó una prueba irrefutable de los avances de la tecnología informática aplicada a la animación, que puso de manifiesto los estándares que definen a Pixar desde sus inicios: calidad, creatividad e innovación.

En 1987, un año después de que Steve Jobs comprara Pixar, Lasseter estrenó *El sueño de Red*, un corto que trataba sobre un monociclo que se encuentra en una tienda de bicicletas, mientras sueña con participar en un espectáculo circense. El resultado no pudo ser mejor en SIGGRAPH, donde se proyecto por primera vez. Lasseter consiguió

---

19 Ambos profesionales habían realizados sus propios experimentos con la computación gráfica. Revees hizo *Flags and Waves* (1986), en el que se podía ver olas que chocan contra la playa mientras reflejan el atardecer. Ostby, por su parte, creo ese mismo año, *Beach Chair*, protagonizado por una silla de playa, que camina sobre la arena y se aproxima nerviosamente al agua.

20 *Op. Cit*., AMID, Amidi, p. 17.

21 Generalmente, las lámparas animadas se representaban como generadoras de su propia luz, así que el hecho de Luxo y su hijo exhibieran los cables eléctricos significaba también una novedad.

22 Cfr. LASSETER, John, LINDER, James, PRICE, Tina y ROSENDAHL, Carl, " Computers, New Technnology and Animation", en: CANEMAKER, John (ed), *Storytelling in Animación: the Art of the Animated Image,* volume 2, The American Film Institute, Los Ángeles, 1988, p. 69. Este texto también se recoge en: FURNISS, Maureen, (ed.), *Animation- Art and Industry*, John Libbey, New Barnet, 2009, p. 205. Jim Blim, uno de los asistentes al SIGGRAPH de 1986 y ex compañero de Catmull en la facultad, se acercó a Lasseter después de la proyección de *Luxo Jr.* para preguntarle si la lámpara de mayor tamaño era la madre o el padre del pequeño flexo. Lasseter se sintió complacido una vez más con la respuesta del público hacía su trabajo, ya que ratificaba su intención de conseguir que la animación por ordenador pudiera conmover.

representar con el payaso que maneja el monociclo, el primer rostro orgánico de la historia del estudio[23]. Pero, probablemente, su mayor reconocimiento vino de parte de sus antiguos mentores, Ollie Johnston y Frank Thomas, dos de los más celebres miembros de los Nueve ancianos. Al ver la producción de su antiguo discípulo, ambas leyendas de Disney exclamaron rotundamente "¡los has conseguido!". Palabras que adquieren mayor sentido si se tiene en cuenta que estos animadores habían afirmado en un ensayo escrito en 1984, que la animación por ordenador sólo alcanzaría el mismo nivel de la animación tradicional, cuando sus artistas fueran capaces de provocar emociones con sus personajes[24].

El siguiente corto del realizador se titula *Tin Toy* y cuenta la historia de Tiny, un hombre orquesta de juguete que llama la atención de un bebé que comienza a dar sus primeros pasos. Al principio, el muñeco huye asustado porque a sus ojos el niño es un ser inmenso que quiere cogerlo. El chiquillo se hace daño en la persecución y comienza a llorar. Tiny se conmueve y decide consolarlo con sus ruidos y gracias. Pero para cuando el juguete sale de su escondite, otro objeto ha despertado la curiosidad del pequeño y Tiny ya no consigue recuperar la mirada de la criatura.

Además de animar una figura humana, el lenguaje cinematográfico empleado en la cinta permite ver una perspectiva de la acción que no se había hecho antes, como por ejemplo, la representación de las actitudes del personaje infantil desde el prisma diminuto del protagonista, el punto de vista de Tiny a través del celofán de su caja, que ofrece la figura deforme del bebé y un grupo de muñecos asustados que se esconden debajo de los muebles de la habitación. "El filme reúne *suspense* e imaginación en cinco minutos, sin sugerir que los misterios de este mundo peculiar ha sido agotado"[25]. En 1989 *Tiny Toy* se convierte en la primera producción animada por ordenador en recibir el Óscar en la categoría de mejor corto animado y su premisa sería el germen de la historia de *Toy Story*[26].

El siguiente proyecto del director cambió de tono respecto a sus anteriores trabajos. Esta vez, quería seguir el estilo clásico de Warner Bros basado en *gags*. Para ello tomó como referencia el trabajo de Chuck Jones y para la elección de los personajes de la historia se

---

[23] Como se dijo en el capítulo 2, el primer personaje creíble generado por ordenador es de Daniel Langlois y sus compañeros de la Universidad de Montreal, realizadores del corto *Tony de Peltrie*.

[24] Cfr. THOMAS, Frank, "Can Classic Disney Animation Be Duplicates on the Computer?", en: *Computer Picture*, julio-agosto, 1984, pp. 20-26 [junio 2009].. http://www.pixartouchbook.com/storage/FrankThomasArticle.pdf

[25] GILBEY, Ryan, "Short and Sweet", en *New Stateman*, 3 de abril de 2006, New Stateman Limited, Blackfriars, p. 45. *Tin Toy* fue la inspiración para el primer largometraje dirigido por Lasseter, *Toy Story*.

[26] Con este galardón la Academia de Hollywood reconocía a la animación por ordenador como una técnica más dentro del rico medio de la animación. En el pasado, grandes nombres de la animación recibieron este mismo premio: Walt Disney, Chuck Jones, William Hanna y Joseph Babera, entre otros.

basó en la extensa colección de bolas de nieve y souvenirs de todas partes del mundo que posee junto a su esposa Nancy. El cortometraje, de estética retro y titulado *Knick Knack*, relata los intentos de escape de un muñeco de nieve, que vive frustrado dentro de un globo de cristal porque no puede interactuar con otros personajes como él, que provienen de sitios más cálidos, especialmente, una explosiva bañista que representa un recuerdo de Miami, que le saluda del otro lado de la estantería.

La realización de este cortometraje también difería en algunos aspectos de las producciones anteriores del estudio. En esos cortos, Lasseter escribía y animaba casi todo el material. En esta ocasión, cada miembro del equipo contribuyó en la creación de la historia. El personal de Pixar tuvo que animar los personajes secundarios que cada uno había modelado. Esta autoría comunitaria se refleja en los nombres del grupo que acompañan a Lasseter en los créditos de dirección al final del filme. Otro rasgo distintivo de *Knick Knack* es que se realizó para ser proyectado en sistema estereoscópico y que su final es un tanto más cruel que el de otras historias precedentes de la casa, incluso si se compara con *El sueño de Red,* pues se trata de humor negro. La cinta se estrenó en la convención de SIGGRAPH de 1989[27].

Los logros tecnológicos conseguidos con cada corto y el éxito de éstos como filmes, contribuyeron a cimentar la reputación de Lasseter como uno de los hombres más importantes en el ámbito de la animación por ordenador[28]. A pesar de este hecho, el grupo de animación de Pixar necesitaba encontrar fuentes de financiación que le permitiera ser rentable y seguir existiendo. En esa época, la nueva directiva de Disney, encabezada por Michael Eisner, había intentado recuperar a Lasseter como director de sus películas de animación, pero el cineasta había preferido quedarse en Pixar, aunque siempre mantuvo buenas relaciones con Disney.

En está situación, un acuerdo entre Pixar y Disney fue la mejor alternativa para ayudar a solucionar los problemas financieros del grupo de animadores informáticos. Al principio, se trataba sólo de la producción de un especial de media hora titulado *Tin Toy Christmas*, pero terminó siendo un contrato, firmado en julio de 1991, que contemplaba la realización del primer largometraje realizado totalmente por ordenador y el primero, dirigido por John Lasseter, *Toy Story*. A partir de entonces, Lasseter ha seguido impulsando

[27] En 2006, se relanzó una versión del corto junto a la proyección en 3D de *Pesadilla antes de Navidad* y en 2007, se incluyó en el primer volumen del DVD que reúne los cortos realizados por Pixar hasta ese año. Estas versiones no estuvieron exentas de cierta polémica, debido a que en estos reestrenos se redujo el volumen del pecho de la sirena y de la bañista de Miami que aparecen en la cinta. Esta disminución fue una decisión de Lasseter, por no considerarlo adecuado para público masivo de las salas. Cfr. *Op. Cit.*, AMID, Amidi, p. 26.
[28] WOOG, Adam, *John Lasseter, Pixar Animator*, Gale, Cengage Learning, Detroit, 2009, p. 19.

el espíritu de innovación técnica y narrativa que ha promovido desde los comienzos de Pixar. Una cultura empresarial que está en consonancia con sus búsquedas estéticas desde sus primeros cortos: conseguir personajes expresivos y escenarios que transmitan el sentido de la historia.

5.5. *Toy Story*: su debut como director de largometrajes

La premisa de *Toy Story* tiene como referentes creativos el tipo de narraciones en las que objetos inanimados cobran vida cuando los humanos nos los ven. Antonio Sánchez-Escalonilla señala a *El Soldadito de plomo* de Hans Christian Andersen como uno de estos referentes provenientes de la literatura, Paul Wells apunta a algunos cortos de animación de la década de los años 30 como *A Great Big Bunch of You* (1932) o *The Beauty and the Beast* (1935) de Warner Bros o *Midnight in a Toy Shop* (1930) de Disney, y David Price recuerda al film de Richard Williams, *Raggedy Ann & Andy: A musical Adventure*[29]. De lo que se deduce la riqueza de fuentes de las que bebe la premisa de *Toy Story* y se reafirma el interés de Lasseter en conjugar la tradición narrativa a través de medios modernos.

En la primera versión de la historia, elaborada por John Lasseter, Andrew Stanton y Pete Docter, se establecieron dos aspectos fundamentales de la narración que estos creativos querían contar. El primero de ellos es que se trataba de una película de compañeros (*buddy movie*) y el segundo, que los juguetes amaban profundamente a los niños que jugaban con ellos, y que ese afecto era la motivación de sus acciones y la raíz de sus miedos y esperanzas. La premisa argumental partió de la hipótesis que se preguntaba ¿qué pasaría si se abandonara un juguete en un área de descanso de una carretera? ¿Cómo se sentiría un niño al saber que ese juguete lo ha buscando con la misma desesperación que la suya?[30]. La historia tenía como protagonistas a Tinny, el hombre orquesta de *Tin Toy* y al títere de un ventrílocuo, que imita a un vaquero. Ambos se conocen en la parte trasera del camión de un hombre que subasta objetos después de que Tinny se pierde accidentalmente en una gasolinera. La pareja de juguetes comienzan a vivir una gran odisea que los lleva por distintos escenarios: un camión de basura, una venta de garaje, un par de casas y,

[29] Cfr. *Op. Cit.*, WELLS, Paul, (2002), p. 152; SÁCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, *Fantasía de aventuras*, Ariel, Barcelona, 2009, p. 28; *Op. Cit.*, PRICE, David, p. 203.
[30] Cfr., *Op. Cit.* McGRATH, Declan, MACDERMONTT, Feliz, p. 123.

finalmente, al patio de recreo de un preescolar, en donde los personajes "encuentran su cielo y su final feliz"[31].

Cuando Jeffrey Katzenberg leyó el tratamiento vio que era preciso añadir un poco más de tensión entre los protagonistas, pues ambos querían lo mismo y por el mismo motivo, así que sugirió a Lasseter tomar como modelos los guiones de filmes como *48 horas* (Walter Hill, 1982) y *Fugitivos* (Stanley Kramer, 1958) en cuyas historias, las circunstancias obligan a dos hombres a mantenerse juntos y a cooperar entre sí a pesar de su hostilidad y al final, cada uno se gana el respeto del otro. El equipo de Lasseter no sólo tomó como referencia los títulos sugeridos por el ejecutivo, también estudiaron la estructura de otras películas como: *Huida a medianoche* (Martin Brest, 1988), *Thelma y Louise* (Ridley Scott, 1991) y *El castillo de Cagliostro* (Hayao Miyazaki, 1979).

El resultado fue un borrador bastante más parecido a la versión final del guión. En él, Tinny es el nuevo juguete de un par de niños que de inmediato se encariñan con él. El títere del ventrílocuo era el muñeco preferido de los pequeños, de manera que comienza a sentir celos de Tinny y a competir con él para conseguir la atención de sus dueños. La familia de los chiquillos anuncia que se mudarán a otro pueblo y después de pasar el día empaquetando, deciden comer fuera. Los chavales se llevan a la pareja de juguetes que se cae fuera del coche por accidente. Así, ambos personajes deben encontrar juntos el camino a casa, pero en ese periplo terminan siendo los prisioneros de un chico que le gusta torturar a sus juguetes. Finalmente, consiguen liberarse gracias a la colaboración que se prestan mutuamente y a la intervención de sus dueños.

Lasseter también hizo cambios en el diseño y caracterización de los personajes. Tinnny era un juguete un tanto anticuado, que no tenía una apariencia lo suficientemente atractiva como para que un niño dejara a otro muñeco por él. Por eso, este personaje dejó de ser un hombre orquesta para convertirse en una figura de acción al estilo G.I. Joe y luego en un héroe espacial al que llamó Tempos y posteriormente, Lunar Larry. El títere del ventrílocuo también fue modificado, aunque seguía siendo un títere. En esta versión representaría a un vaquero de nombre Woody[32]. La idea era que las figuras protagonistas

[31] *Op. Cit.*, PRICE, David. pp. 121-122. Como se puede notar, estos escenarios están presente en los momentos más emocionantes de las películas que integran la trilogía de *Toy Story*.

[32] Se eligió este nombre en honor a Woody Strode, un actor afroamericano que aparecía en las películas de John Ford y Sergio Leone.

fueran contrastantes como corresponde a una *buddy movie*. Y según Lasseter, no había nada más opuesto a un astronauta que un vaquero[33].

En junio de 1992, Pixar envió una prueba del proyecto a Disney y consiguieron los mejores comentarios por parte de los directivos de ese estudio respecto a los avances de la historia. Sin embargo, el diseño de marioneta de Woody no les gustó en absoluto. Entonces, Lasseter se inspiró en su muñeco de Casper, que conserva desde la infancia, y transformó al títere en juguete de trapo que dice frases al tirar de una cuerda.

Pero la historia original no estuvo totalmente en manos de la gente de Pixar. Disney ejerció el derecho que le daba su convenio con Pixar de incorporar guionistas profesionales al equipo, así que contrató a Joel Cohen y Alec Sokolow para añadir al relato una comedia, que a su juicio, fuera más adulta. Después de siete borradores, la pareja de escritores abandonó el trabajo. Entonces, Joss Whedon tomó el relevo en las labores de reescritura de un proyecto que estaba muy bien estructurado, pero cuya historia no terminaba de funcionar[34]. El 19 de enero de 1993 se aprobó el borrador de Whedon, en el que destaca la inclusión de Rex, el dinosaurio inseguro.

Diez meses más tarde, los planes de Lasseter estuvieron a punto de frustrarse. Los ejecutivos de Disney decidieron detener la producción de *Toy Story* tras ver la animática del filme. La historia no funcionaba. El problema principal del guión radicaba en la falta de atractivo de Woody. El vaquero era un personaje muy egoísta y muchas de sus líneas eran realmente antipáticas, gritaba al resto de juguetes y se aprovechaba de Slinky, su perro fiel. Además, en esta versión, Woody lanzaba intencionadamente a Buzz por la ventana. Como no podía ser de otro modo, era difícil que la audiencia se identificara con él.

Lasseter y su equipo, compuesto por Joe Ranft, Pete Docter y Andrew Stanton, se pusieron manos a la obra para realizar una nueva versión del guión que convenciera a Disney[35]. Hasta ese momento el equipo de Pixar estaba intentando seguir las indicaciones que habían recibido de Disney para conseguir un filme que en su criterio se orientara a un

---

33 "Uno simbolizaba las fronteras del espacio y el otro, era un icono de las fronteras del *Western*". CANEMAKER, John, *Two Guys Named Joe*, Disney Editions, Nueva York, 2010, p. 65.

34 Joss Whedon es el creador de Buffy, la caza vampiros (1997-2003). Ha sido guionista de series como *Roseanne* (Matt Williams, 1988-1997) y filmes como *Titan A. E.* Además, Whedom pertenece a una familia de guionistas de la televisión de Estados Unidos. Su abuelo John Whedon trabajó en series como el *Show de Dick Van Dyke* (Carl Reiner, 1961-1966) y su padre, Tom Whedon fue uno de los primeros guionistas de *Las chicas de oro* (Susan Harris, 1985-1992). Cfr. TOLEDANO, Gonzalo, VERDE, Nuria, *Cómo crear una serie de televisión*, T&B, Madrid, 2007, p. 40.

35 Una de las principales preocupaciones de Lasseter y del equipo de historias a cargo de *Toy Story* era la escritura del guión. Hasta ese momento, las producciones que habían realizado en Pixar no tenían diálogo. Por eso, Lasseter y Pete Docter asistieron a seminarios sobre guión. Las enseñanzas de Robert Mckee se convirtieron en ley en Pixar. Cfr. *Op. Cit.*, PRICE, David, p. 127.

público más maduro. El equipo no estaba realmente cómodo, lo cual se reflejaba en su trabajo. En esta situación decidieron escribir el guión de la película que realmente querían hacer. La personalidad de estos creativos quedo impresa en muchos de los detalles de la película, especialmente en los personajes infantiles. Lasseter y Docter se identificaban con Andy, el cariñoso dueño de los juguetes. Stanton y Ranft por su parte, se veían reflejados en Sid, el chico malo que hace juguetes mutantes y juega con fuego[36]. En febrero de 1994, los creativos de Pixar obtuvieron la aprobación de Disney y en abril comenzaron la producción del filme.

Toy Story se estrenó el 22 de noviembre de 1995 y, más allá de ser el primer filme realizado por ordenador, obtuvo elogios de parte de los críticos y entendidos gracias a la profundidad de su temática, la humanidad de sus personajes, la originalidad en el tratamiento de la historia y su deslumbrante factura técnica[37]. No es de extrañar que se convirtiera en el filme más taquillero de ese año[38]. Obtuvo el premio Annie como mejor película y fue el primer largometraje de animación en ser nominado al Óscar en la categoría de mejor guión original.

Con *Toy Story*, Lasseter demostró su pulso como director. Era la primera vez que se enfrentaba a una situación parecida, por las dimensiones del proyecto. Su habilidad para manejar el conjunto de una producción y atender a cada detalle que componía el filme mostraba su talento para contar historias y su perfeccionismo en el trabajo, especialmente en el terreno visual. Asimismo, quedaban patentes sus dotes como líder de equipos creativos. En las circunstancias más adversas, mantuvo la moral alta de su equipo y no perdió la fe en los profesionales a su cargo ni en las posibilidades de la película que tenía entre manos. Experiencia que le ayudaría a enfrentarse a sus siguientes trabajos.

En 1996, el creador de *Toy Story* recibió un Óscar por los logros alcanzados en la animación por ordenador. Lasseter no sólo había revolucionado una forma de arte, sino

---

[36] Cfr. *Op. Cit.*, CANEMAKER, John, p. 65. Durante las reuniones para crear la historia, Stanton intentaba ver hasta dónde podían llegar y proponía acciones como aquella en la que el Señor Patata se besa el trasero con sus propios labios. Cfr. ARGENT, Daniel, "*Monster Inc.* Andrew Stanton on Writing for Pixar", en: *Creative Screenwriting*, Hollywood, noviembre-diciembre, 2001 p. 22.

[37] MARTÍN, Jerónimo José, ARESTÉ, José María, URBINA, Antonio, *Cine 96*, Palabra, Madrid, 1997, p. 343-345; EBERT, Roger, "Toy Story", 22 de noviembre de 1995, [mayo 2009]. http://rogerebert.suntimes.com/apps/pbcs.dll/article?AID=/19951122/REVIEWS/50208001/1023&template=printart ; *Rotten tomatoes* http://www.rottentomatoes.com/m/toy_story/ [septiembre 2010]; "Toy Story (juguetes) Cine Cibernético", en *Fotogramas y Vídeo*, nº 1829, Comunicación y Publicaciones, Barcelona, marzo de 1996, pp. 110-111; *Rotten tomatoes* [septiembre 2010]. http://www.rottentomatoes.com/m/toy_story/.; *Op. Cit.*, CANEMAKER, John, p. 75; Cfr. FERNÁNDEZ VALENTÍ, Tomás, "Toy Story, la revolución digital", en: *Dirigido*, nº245, Dirido por S.L., Barcelona, abril 1996. p. 9.

[38] Cfr. MARTÍN, Jaime, "Toy Story", en: *InterFilm*, nº 250, Diversidad informativa, Madrid, 2010, p. 102. "Toy Story", en: *Box Office Mojo* [septiembre 2010].
http://boxofficemojo.com/movies/?id=toystory.htm

que además le devolvió su voz al conciliar aspectos aparentemente antitéticos y complejos de la expresión, como los principios del dibujo y la computación gráfica[39].

5.6. *Bichos, Toy Story 2* y *Cars*

Después del esfuerzo que significó dirigir esta cinta, Lasseter decidió codirigir sus trabajos con algunos de los talentos jóvenes que le habían acompañado en los inicios de Pixar y así brindarles una plataforma para desarrollar sus habilidades como cineastas. De este modo, se podría hacer realidad su deseo de hacer de Pixar un estudio de directores más que de productores.

Bichos (1998) es su segundo largometraje, en el que compartió la autoría con Andrew Stanton, quien se encargó también de la elaboración del guión[40]. En esta cinta, Lasseter expuso algunas reflexiones sobre el sentido de comunidad y la buena fe en la ayuda de los demás. Asimismo, puso de relieve el valor individual de cada uno y su impronta en la vida de los que le rodean, a partir de un planteamiento argumental basado en *Los siete samuráis* (Akira Kurosawa, 1954)[41]. A pesar de estos datos, *Bichos* terminó siendo una producción considerada menor respecto a *Toy Story*, pues no alcanzaba la hondura ni la fuerza emocional de la historia de Woody y Buzz[42]. Por tanto, los entendidos y el público en general la consideraron más como una amena película orientada principalmente a la audiencia infantil. Su asombrosa factura técnica planteaba la historia en proporciones épicas, para lo que el uso del CinemaScope fue esencial.

En este filme se pueden identificar algunas estrategias narrativas poco frecuentes en Lasseter para alcanzar un público amplio. En primer lugar, el uso de una cierta violencia, similar a dibujos animados del pasado de Warner o Hanna Barbera, como el que algunos personajes exploten, se quemen o sean comidos por otros más grandes que ellos, con el fin de causar hilaridad[43]. En segundo lugar, en *Bichos* se apela a un recurso del todo inusual en

---

[39] Cfr. *Op. Cit.*, WELLS, Paul, (2002), p. 149.

[40] Por eso, los asuntos relativos a la evolución de la historia de este film serán tratados en el capítulo dedicado a Stanton.

[41] En consecuencia, el argumento de *Bichos* sigue la estela de *Los siete magníficos* (John Sturges, 1960) y *Tres Amigos* (JohLandis, 1986). Pero también, de la amplia tradición de animación de insectos, como *Mr. Bug Goes to Town* (1934), *The Grasshopper and Antz* (Lotte Reiniger, 1953), entre otros.

[42] SOLOMON, Charles, "A Bug'sLife: Pixar Does Again", en: *Animation World Magazine*, diciembre 1998, [septiembre de 2006]. http://www.awn.com/mag/issue3.9/3.9pages/3.9solomonbug.html

[43] Es cierto que en *Toy Story* se asiste a la tortura y a las explosiones de juguetes. Sin embargo, en *Bichos* hay una cierta dosis de humor negro. Este tipo de acciones, a las que se aluden aquí, no tienen que ver con las escenas en las que Hopper pisa la cabeza de Flik o mata a uno de sus secuaces en un momento en el que debe mostrar la raíz de su poder.

las películas de la casa, como basar algunas bromas de doble sentido en la orientación sexual de un personaje, que en este caso es la mariquita Francis[44]. No obstante, no se puede afirmar que el humor empleado en esta cinta fuera estridente o poco adecuado para los más pequeños.

Durante la producción de *Bichos* se conoció la noticia de que Dreamworks, el estudio creado por Jeffrey Katzenberg después de su salida de Disney, estrenaría *Antz,* un film muy similar al que se estaba produciendo en Pixar. Todo parecía indicar que había habido una filtración de la historia de *Bichos*[45]. Sin embargo, Lasseter mantuvo la idea de que si realizaban una película entretenida, no tendrían nada que temer, y así fue. *Bichos* resultó mucho más rentable que la cinta de Dreamworks[46]. Además, las diferencias entre ambos largometrajes eran mayores que su similitud argumental. El humor de *Bichos* se basaba en los *gags* visuales, mientras que el de *Antz* descansaba más en la gracia de sus diálogos y en referencias que sólo los adultos podrían entender. La trama de *Bichos* incluía a importantes personajes infantiles, cuya ternura era acentuada por un atractivo diseño de todos los personajes del filme que contrastaban con el de las hormigas rojas de la producción de DreamWorks. Sin duda, *Bichos* se convirtió en otro éxito de Pixar.

El siguiente trabajo de Lasseter fue la secuela de *Toy Story* 2, que contó con la codirección de Ash Brannon y Lee Unkrich. Inicialmente, este filme era una producción directa a vídeo que Disney había propuesto a Pixar después del éxito de la primera entrega de esta historia, por lo que Lasseter no intervendría como director. Pero el inmenso potencial que mostraban las pruebas del proyecto hizo que los de Disney pensaran en la conveniencia de estrenarlo en las salas. Este cambio de planes transformó también los requerimientos de realización de la cinta, pues se hizo necesario añadir doce minutos más al relato y darle mayor fuerza a lo realizado hasta ese momento.

El grupo original que había creado la historia no pudo asistir a los encargados de sacarla adelante, por lo que el resultado no alcanzó las expectativas de calidad, así que Lasseter tuvo que tomar las riendas de la producción. Para ello, el director comenzó por reunir nuevamente a los autores de la saga con el fin de pensar en un modo de resolver los problemas del guión. Andrew Stanton se encargaría de escribir el nuevo borrador, mientras

---

[44] Esta estrategia vuelve a verse en *Toy Story* 3*,* donde las ambiguas actitudes de Ken son causa de hilaridad.

[45] *Antz*, la película de DreamWorks, trataba sobre una hormiga cuya iniciativa y espíritu independiente le impiden adaptarse a una sociedad conformista. Al final consigue el amor de la princesa de su colonia al salvar a su comunidad del villano opresor de la cinta.

[46] *Bichos* recaudó 163 millones y *Antz*, 90 millones. Cfr. *Box Office Mojo*, [septiembre 2010]. http://boxofficemojo.com/movies/?id=bugslife.htm y http://boxofficemojo.com/movies/?id=antz.htm

Docter –atareado con la producción de *Monstruos S.A.*– ayudaría en el desarrollo de la historia[47].

La idea que había dado pie al argumento de la secuela que se estrenaría en vídeo partió de John Lasseter y Pete Docter, quien también escribió el tratamiento. La premisa consistía en abordar una de las peores pesadillas para un juguete: que nadie juegue con él. Según Docter, siguieron la lógica de la primera película, donde se mostraba el cielo y el infierno para un muñeco, representado en la habitación de Andy y en la de Sid, respectivamente. Para la secuela, se preguntaron cómo sería "el purgatorio" de los juguetes, así que se les ocurrió que sería como estar protegido del deterioro, pero sin tener lo fundamental, lo que lo hace que los muñecos sean quien son: un niño que juegue con ellos[48]. Por su parte, Lasseter se inspiró en él mismo para dar forma a su creación cuando se vio alejando a sus cinco hijos de la gran colección de juguetes que tiene en su oficina. Así, surgió la idea de que un coleccionista robara a Woody para venderlo a un museo, ya que era una pieza valiosa del conjunto de figuras basadas en los personajes de un programa ficticio de televisión de los años 50 titulado *Woody's Roundup*. Al final, el vaquero protagonista tiene que decidir entre volver con su dueño o ser preservado sin que nadie juegue con él.

Como puede verse, los fundamentos de la historia –la estructura básica y los puntos de giros– estaban allí. Sin embargo, era preciso que el filme ofreciera más tensión. Por eso, la estrategia elegida por los creativos de Pixar fue introducir dos personajes para potenciar la línea argumental en la que Woody se cuestiona su permanencia junto a Andy. Primero, se añadió a Wheezy, el pingüino roto al que se destina a una venta de garaje y que da lugar a la pesadilla de Woody en la que Andy se deshace de él debido a un desperfecto. Y, en segundo lugar, se crea a Jessie, la vaquera, un personaje esencial en la trama, pues da argumentos reales a Woody para temer el abandono por parte de Andy. Además, añadieron algunos toques de humor como el ideado por Andrew Stanton, que consistió en el cambio del auténtico Buzz por un nuevo Buzz Lightyear de la tienda de juguetes de Al.

El guión se reescribió y se pasó a la fase de *storyboard* en un mes. Ocho meses más tarde, la película estaba terminada. El 24 de noviembre de 1999, *Toy Story* 2 se estrenaba en Estados Unidos y conseguía un gran éxito. Muchos críticos y expertos coincidían al afirmar que era tan buena, incluso tal vez mejor, que su predecesora[49]. El equilibrio entre humor,

[47] Siguiendo el consejo de Steve Jobs, Lasseter se rodeo de las personas en las que más confiaba.
[48] Cfr. *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 144.
[49] *Op. Cit.* PRICE, David, p. 185; *Op. Cit.*, PAIK, Karen, pp. 156-157; *Op. Cit.*, CLARKE, James, p. 192-94.

suspense, acción y drama se conjugó para conseguir un gran impacto emocional, que revelaba un tema tan sensible como el paso de la vida y la aceptación de la propia muerte.

Luego del tremendo esfuerzo que supuso *Toy Story* 2, Lasseter se marchó de vacaciones con su familia, tal como les había prometido. Fruto de la experiencia recogida en este viaje a bordo de una caravana por las carreteras de su país, nació su película más personal hasta la fecha, *Cars*. Este filme, codirigido con Joe Ranft, es una reflexión sobre la modernidad y la necesidad que tiene la sociedad actual de desechar las prisas que impiden a las personas disfrutar más la vida. En él se plasma el amor de Lasseter por los coches y su fascinación por las carreras automovilísticas[50].

El argumento de la cinta se centra en Rayo McQueen, una joven promesa de las carreras de coches, que en su camino a la competición en la que demostrará su supremacía, termina atrapado por accidente en un pueblo abandonado, llamado Radiator Springs: un lugar en el que sus pobladores viven con la esperaza de volver a tener visitantes que devuelvan a su ciudad la vitalidad y brillo que tenía antaño. La forzada convivencia con los personajes de Radiator transformará la perspectiva vital del protagonista, que se hallaba antes obsesionado con el éxito y la fama[51].

El guión fue escrito por Dan Fogelman, Phil Lorin, Kiel Murria, Jon Lasseter y Don Lake, según un argumento creado por Joe Ranft y Jorgen Klubien. Entre las referencia narrativas de su planteamiento se encuentran títulos como *Dr. Hollywood* (Michael Caton Jones, 1991) y *Brigadoon* (Vicente Minnelli, 1954). Según el crítico Toni Vall, *Cars* es una cinta "reflexiva y sostenida sobre un manto de melancolía [en el que] como le gustaba hacer a John Ford, Lasseter frena el relato cuando está en su punto álgido, encierra la narración en la ciudad fantasma donde nunca pasa nada y desarrolla allí el corazón de su historia"[52].

La película fue un éxito de taquilla, aunque no logró superar a sus predecesoras. La altísima calidad de las imágenes, la riqueza del mundo recreado en Radiator Springs, así como el aprovechamiento de la animación para dar verosimilitud al ambiente y, sobre todo, a sus personajes, confirmó el genio de Lasseter y su habilidad para infundir vida a objetos

[50] Cfr. VALL, Toni (c), "John Lasseter: 'Me fascina Frank Capra'", en: *Cinerama*, nº 130, Progresa, Madrid, julio 2006, p. 59. Lasseter soñaba desde los tiempos de *Toy Story* con hacer una película sobre coches, idea que compartía con el diseñador de personajes Bob Pauley y de manera muy especial, con Joe Ranft, codirector de la cinta. Ranft pasó cerca de cinco años colaborando con Lasseter para dar forma a la historia. La maestría de Ranft y su especial sentido del humor están reflejados en Mate, uno de los personajes de *Cars*. Ranft murió el 15 de agosto de 2005, un año antes del estreno de la película.

[51] El nombre protagonista se puso en honor a Glenn McQueen, supervisor de animación de Pixar, quien falleciera a causa de la leucemia años antes y que era otro apasionado de los coches.

[52] VALL, Toni, "Cars", en: *Cinemania*, nº 130, Progresa, Madrid, julio 2006, p.100

inanimados. Sin duda, la factura de esta película opacó a la historia, cuyo argumento resultó algo tópico y sin el nivel de sus anteriores producciones[53]. Pareciera que el aumento de las responsabilidades de Lasseter en la empresa afectó la producción de este filme. De hecho, su estreno se retrasó un año. Aún así, *Cars* recibió el Globo de Oro al mejor largometraje animado de ese año.

Con la compra de Pixar por parte de Disney en 2006, la tarea de Lasseter se ha triplicado. Además de su puesto en Pixar, ejerce el cargo de Director creativo de Walt Disney Animation Studios y el de Consultor creativo para Walt Disney Imagineering, la compañía que diseña las atracciones de los parques. Su objetivo allí ha sido reestablecer la calidad de Disney y promover la realización de cortometrajes que se exhibirán antes de cada filme, como se hacía antaño. Desde entonces, su nombre ha estado vinculado a películas como *Conociendo a los Robinson* (Stephen Anderson, 2007), *Bolt* (Chris Williams y Byron Howards, 2008), *Tiana y el sapo* (John Musker y Ron Clement, 2009) y la nueva entrega de la película que le descubrió la animación por ordenador, *Tron Legacy* (Joseph Kosinski, 2010). Además de las actividades reseñadas, es importante destacar la labor de Lasseter en la promoción del trabajo de aquellos a quienes admira, como es el caso del veterano director de animación japonés Hayao Miyazaki[54], así como su impulso a nuevos talentos dentro y fuera de Pixar, como demuestra su apoyo a festivales de cine como el del Valle de Sonoma, zona en la que reside junto a su familia.

5.7. Claves del trabajo de John Lasseter

En este apartado se abordarán las características principales de la obra de John Lasseter como cineasta y como líder de equipos artísticos. Para ello se atenderá a la temática presente en sus películas y a las influencias cinematográficas y personales que nutren su visión del cine y del entretenimiento. Asimismo, se expondrán siete principios creativos que resumen las normas que sigue como gestor de empresas creativas.

---

[53] Cfr. RIEDEMAN VON, Dominique, "Cars", en: *Suite101*, 9 de junio de 2006. [marzo 2010]. http://animatedfilms.suite101.com/article.cfm/movie_review_cars#ixzz0n2XNzLHK; Cfr. BARRIER, Michael, "The Golden Touch" en: *Michael Barrier.com*, 20 de junio de 2006. [junio de 2009]. http://www.michaelbarrier.com/Commentary/Cars/Cars.htm; FIJO, Alberto, "Cars", en: *Fila Siete*, [enero 2010]. http://www.filasiete.com/criticas/criticas/cars

[54] Lasseter se ha implicado personalmente dar a conocer su obra en Estados Unidos mediante la promoción, distribución y doblaje de sus películas.

5.7.1 Lasseter como cineasta

John Lasseter es un director cinematográfico que ha demostrado ser también un animador que ha sabido utilizar la más alta tecnología al servicio de sus principales focos de interés: la historia y los personajes[55]. Como narrador, su objetivo es hacer un cine que, sobre todo, busca divertir y emocionar, sin que esto esté reñido con plantear temas de entidad y abordarlos con cierta hondura.

En sus películas se exponen temas relacionados con el sentido de la propia existencia (*Toy Story* 1), la fugacidad de la vida y la necesidad de disfrutarla (*Toy Story* 2 y *Cars*), así como la importancia de emplear los propios talentos en el servicio a los demás (*Toy Story* 1 y 2, *Bichos* y *Cars*). En la primera parte de la trilogía de *Toy Story* destaca su reflexión sobre el sentido de la vida y del valor de las cualidades de cada quien, sean o no extraordinarias[56]. En esta línea, la escena más significativa es aquella en la que Woody hace reconocer a Buzz que su grandeza radica en ser un juguete y no un guardián espacial, pues como señala Sánchez-Escalonilla, en esta escena se manifiesta el tema central del guión: "la felicidad consiste en buscar siempre la felicidad del otro"[57]. En *Toy Story* 2 estos pensamientos se tornan hacia el paso inexorable del tiempo y los cambios que esto conlleva. La muerte se contempla como una realidad futura, pero segura. En ambas tramas, la amistad, el amor, la fidelidad, el sacrificio, la honestidad y el servicio a los demás son valores que permiten resolver los conflictos planteados de manera optimista y esperanzadora.

Estos mismos valores sustentan la línea temática de *Cars* en la que se invita al espectador a reorganizar sus prioridades: bajar la velocidad, disfrutar del viaje y valorar las cosas importantes de la vida como la amistad y el amor. Este último asunto es tratado en *Bichos* desde una perspectiva en la que la responsabilidad y el compromiso hacen que su protagonista se sobreponga a su propia torpeza y saque lo mejor de sus cualidades para ser el verdadero héroe que su comunidad necesita.

---

[55] Cfr. COSTA, Jordi, "La épica a vista de hormiga", en: *Fotogramas & video*, nº 1864, Comunicación y publicaciones, Barcelona, febrero 1999, 118.

[56] Los juguetes son diversos, pero sin importar cuan sofisticados sean, en las manos infantiles se convierten en seres más atractivos, poderosos e interesantes de lo que realmente son. Por ejemplo, Rex es en realidad un dinosaurio inseguro, pero en la imaginación de Andy es un fiero animal y Slinky, el perro muelle, es un personaje con superpoderes. La felicidad de los juguetes radica en hacer feliz a los pequeños, para quienes son objetos muy especiales y a los que transfieren toda la riqueza de su imaginación y cariño.

[57] Cfr. *Op. Cit.*, SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, 2007, p. 65. En esta misma línea, ver: MUÑOZ GARCÍA, Juan José, *Cine y misterio humano*, Rialp, Madrid, 2003, p. 36 y 181.

La influencia del individuo en el cambio de su entorno es una cuestión que interesa a este director de una manera especial. "En tu propia vida –dice Lasseter– no te das cuenta el modo en que tu conducta afecta a la gente con la que tratas: tus amigos y seres queridos. Esto es un núcleo emocional que realmente se adapta a cada uno en su vida ordinaria"[58]. Por eso, en los guiones de sus películas, Lasseter procura que el arco de transformación de sus personajes lleve al cambio de otros. Así, las lecciones aprendidas por Woody y Buzz en su aventura camino a casa de Andy tienen un efecto positivo en el resto de los juguetes. En *Cars*, cuando Rayo McQueen cambia de actitud y comienza a ayudar a los habitantes de Radiator Springs, la comunidad entera cambia junto con él.

Como se puede colegir de lo expuesto hasta ahora hay un cierto dejo de nostalgia en la obra de Lasseter, un amante de la innovación al que le interesa conservar los valores del pasado. La ambientación de sus películas, aunque intemporales, tienen un cariz que recuerda épocas pasadas y su discurso apunta a una necesidad de recuperar cierta inocencia y confianza en los demás[59]. Por esta razón y con cierto prejuicio, algunos han querido ver en sus posturas algún tipo de concesión contractual a Disney o le han señalado por su pensamiento conservador[60]. Pero como quiera que se le entienda, es claro que la obra de Lasseter evita el cinismo y apunta a temas de interés desde una perspectiva hondamente antropológica que, como señala Martín, "refleja con nitidez ética, cercanía y sutileza las grandezas y miserias más intimas del ser humano"[61].

Las influencias fílmicas presentes en la obra de Lasseter son muy variadas en estilos, épocas y géneros[62]. La riqueza de referencias cinematográficas empleadas en sus películas no quita mérito a la labor de planificación o decisiones del director ni se apunta como un defecto. La creatividad y el genio con el que utiliza estas referencias calzan a la perfección con sus historias, realzan sus producciones y actualiza a sus referentes. Es el caso, por ejemplo de *Toy Story*, cuando Woody y Buzz son recibidos por los juguetes de Sid, cuya

---

[58] LYONS, Mike, "Toon Story: John Lasseter's Animated Life" en: *Animation World Magazine*, noviembre 1998, nº3.8 [septiembre 2010].
http://www.awn.com/mag/issue3.8/3.8pages/3.8lyonslasseter.html Idea que se refleja en *¡Que bello es vivir!* (Frank Capra, 1946).

[59] Durante la promoción de *Cars*, este director manifestó estar en contra de cierto pensamiento surgido después de la Segunda Guerra Mundial en el que lo bueno era lo nuevo y la viejo era malo porque contribuyó a muchos errores, que aún sufre la sociedad actual. *Op. Cit* VALL, Toni (c), p. 59.

[60] Cfr. SÁNCHEZ, Sergi, "Críticas. Cars: en contra", en: *Fotogramas & DVD*, nº 1953, Comunicación y publicaciones, Barcelona, 2006, p. 13; Cfr. CÁCERES, José David, "Pixar, el arte de los bits", en: *Miradas.net.* [octubre de 2008]. http://www.miradas.net/0204/articulos/2004/0411_pixar.html; Cfr. FERNÁNDEZ VALENTÍ, Tomás, pp. 8-9.

[61] *Op. Cit.*, MARTIN, Jerónimo José, p. 210.

[62] De hecho, los guiones de Lasseter suelen combinar secuencias que se podrían asociar a diferentes géneros clásicos del cine.

inspiración se encuentra en *La parada de los monstruos* (Tod Browning, 1932). O en *Bichos*, cuando un mosquito se toma un *Boody Mary*, homenaje al corto *How a Mosquito Operates* (1912) del pionero de la animación Winsor McCay[63].

Entre el cine de animación que ha marcado su trabajo, la producción de Disney es su influencia primordial. La importancia que Walt Disney daba a los personajes y a la puesta en escena son rasgos que el director reconoce como una fuente de inspiración[64]. Como animador, su concepción de la animación de personajes encuentra sus referentes en el trabajo de artistas como Frank Thomas y Ollie Johnston. No hay que olvidar que su formación proviene de la vieja escuela de Disney y que los principios seguidos por este estudio para consolidar su estilo de animación son los que Lasseter trasladó al terreno de animación generada por ordenador.

En las películas de este director californiano hay innumerables y claros homenajes a la filmografía de Disney. Por ejemplo, es difícil no pensar en *Pinocho* (Norman Ferguson, 1940) al ver la escena en la que se restaura a Woody en *Toy Story* 2. La similitud de la acción evoca el momento de la creación de la marioneta en la mirada fija del vaquero de trapo, mientras un paciente anciano lo remoza con esmero. En ese mismo filme, en la escena en la Woody intenta recuperar su brazo del bolsillo de Al, es casi imposible no recordar la secuencia de *Mickey Mouse y la habichuelas mágicas* (Hamilton Luske, 1947), en la que el ratón Mickey trata de coger la llave que liberará al arpa mágica, o aquella en la que el mismo personaje lucha contra un gigante en *El sastrecillo valiente* (Bill Roberts, 1938). Asimismo, es innegable la referencia a *Little Blue Coupe* (Clyde Geronimi, 1952) en el diseño de los coches de *Cars*[65].

Otras influencias presentes en el trabajo de Lasseter como animador, se encuentran en los maestros del humor y de la animación directa, Tex Avery (*Bichos*) y Chuck Jones (*Knick Nack*) [66]. En el caso de este último, Lasseter ha manifestado deudor de su manejo del *timing* cómico y la construcción de *gags*[67]. Además, Lasseter confiesa que la serie de cortos

---

[63] Este corto esta disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=yvzAJouHh7k

[64] Cfr. McCRACKEN, Harry, "Luxo Sr. An Interview with John Lasseter", en: *Animato*, nº 19, invierno de 1990. http://www.harrymccracken.com/luxo.htm [mayo 2010].

[65] Trabajo de diseño de Bill Peets. Para el diseño de los personajes de *Bichos* se siguió el mismo criterio de Disney, cuando crearon el personaje de Pepito grillo: hacer atractivo su aspecto, eliminando los elementos desagradables de un insecto. Además, es posible ver una cierta influencia de Blancanieves en Jessie, quien como la heroína de Disney puede convocar a los animales con su voz.

[66] Técnica de dibujos animados que consiste en que el animador dibuje desde el comienzo hasta el final una acción continua, mientras experimenta sobre el desarrollo del movimiento del personaje. Cfr. FURNNIS, Maureen, *Art in Motion: Animation Aesthetics*, John Libbeey, Londres, 1998, p.76.

[67] Cfr. *Op. Cit.*, McCRACKEN, Harry.

producidos a finales de la década de los 70 por Norman McLaren, *Animated Motion*, han sido para él una herramienta de aprendizaje muy útil en el uso del color[68].

El cine de acción real también ha dejado su huella en Lasseter. El espectro es amplio en esta materia, ya que cada una de sus películas encuentra en su planificación, y en ocasiones, en su planteamiento, alguna referencia a películas clásicas. En *Cars*, algunos críticos han identificado alusiones a películas como *Cazador de forajidos* (Anthony Mann, 1957) o *Sólo los ángeles tienen alas* (Howard, Hawks, 1939), entre otras[69]. Pero también se pueden señalar filmes más recientes. La secuencia en la que los protagonistas de *Toy Story* quieren alcanzar el camión de la mudanza, tiene referencias a momentos de persecución de *Contra el imperio de la droga* (William Friedkin, 1971) y *Bullit* (Peter, Yates, 1968). En las escenas de rescate de Jessie en *Toy Story* 2 hay claras alusiones a *Regreso al Futuro III* (Robert Zemeckis, 1990) y cuando Rex corre tras el coche conducido por Barbie en la juguetería hace referencia a *Parque Jurásico*. Además, en el trabajo de Lasseter como animador son fundamentales las películas de Buster Keaton, a quien considera el ser humano más cercano a un personaje de animación. Su sentido del *timing* cómico y su sofisticación le han ayudado en la confección de algunos pasajes de sus historias, así como la utilización del silencio en las cintas de Laurel y Hardy[70].

Entre los directores favoritos de Lasseter se encuentran autores como Hitchcock o Hawk, aunque reconoce tener predilección por Frank Capra[71]. Sus historias vitalistas y conmovedoras calzan con el tipo de películas que más le gusta hacer y que siguen la máxima de Walt Disney: "por una risa debe haber una lágrima". Es decir, un cine optimista, con alto impacto emocional. Entre los géneros clásicos del cine, la comedia es su preferido y *Los viajes de Sullivan* (Preston Sturges, 1941) es uno de sus filmes favoritos, en especial por la escena en que los presos se ríen histéricamente al ver *Playful Pluto* (Burt Gillett, 1934), ya que este momento le hizo recordar la necesidad que tiene la gente de reír y la capacidad de la animación para conseguirlo. Al igual que Docter, Lasseter procura que el humor de sus historias provenga de sus personajes y no que estos momentos aparezcan en el relato por el simple hecho de que corresponde incluir un chiste en esa escena.

Una cualidad de los filmes de Lasseter es que logran entusiasmar a niños y adultos en igual medida. Sus historias están llenas de acción y de ingeniosos *gags* para todas las

[68] Lasseter admira también el trabajo de Paul Driessen, Bill Condie, Cordell Barrer, entre otros.
[69] Cfr. VALL, Toni, "Cars", en: *Cinerama*, nº 130, Progresa, Madrid, julio 2006, p. 100.
[70] Cfr. *Op. Cit.* DAY, Aubrey.
[71] Cfr. *Op. Cit.*, VALL, Toni (c), p.59. No en vano, coinciden en intereses temáticos como el valor de una persona en la mejora de su entorno.

edades. Los diálogos de los guiones sobre los que trabaja están construidos de manera inteligente y los contenidos para los mayores están en un subtexto, lo que hace que sean interesantes también desde el punto de vista de su elaboración en la que cada elemento juega un papel de interés en dos niveles, el infantil y el adulto. En general, apuesta por recursos similares al de producciones de otros estudios para atender al público más maduro, como hacer referencias a filmes populares, tanto en la recreación de escenas como en la de diálogos, pero siempre evitando el cinismo y los contenidos que, a su juicio, no son apropiados para los más pequeños. Sin embargo, la hondura de sus temas propone asuntos nada pueriles. Así, en *Toy Story*, por ejemplo, los niños disfrutan con la idea de que los juguetes cobren vida y se pueden reconocer en las actitudes de los personajes infantiles y con la historia de la pareja de muñecos protagonistas. Por su parte, los adultos recuerdan su infancia al identificar algunos artilugios de su niñez, las referencias a otros filmes y, principalmente, comprenden los profundos conflictos de Woody y Buzz.

No se puede concluir el apartado sobre los rasgos que definen el cine de Lasseter como director sin mencionar, al menos, la influencia de su familia y especialmente, de su esposa, Nancy. Titulada en informática y ex empleada del área de ingeniería gráfica de Apple, ella posee un gran sentido común y una acusada intuición para las historias. Aunque no trabaja en Pixar, Nacy se mantiene al corriente de los proyectos de su marido y da su parecer siempre que puede. De hecho, se le atribuye que el director mantenga la perspectiva de una audiencia amplia en sus creaciones. Su óptica es siempre muy cercana a la realidad del público. Por ejemplo, durante la producción de *Cars*, Lasseter estaba tan emocionado con compartir el mundo de las carreras y su amor por los coches, que ella le sugirió que hiciera la película para todas las personas, incluso para aquellas que, como ella, no se siente atraídas por las carreras de coches. Desde entonces, en Pixar se ha denominado a sus sugerencias como el "factor Nancy"[72].

[72] *Op. Cit*, WOOG, Adam, p. 27. "John Lasseter, Darla Anderson Interview", en: *Futuremovies*, 24 de julio de 2006, [septiembre 2010]. http://www.futuremovies.co.uk/filmmaking.asp?ID=182
Al buen criterio de Nancy Lasseter se deben aciertos como la elección de Joe Ranft como la voz de Heimlich en *Bichos* y la inclusión de Jessie en *Toy Story 2*. Además, como madre de los cinco hijos del matrimonio, es consciente de que cuando a un niño le gusta un filme, suele verlo muchas veces, así que dice a su esposo: "asegúrate de hacer esas películas no para la primera vez que alguien las ve, sino para las centésima vez que un padre debe sufrirla". ADAM, Jason, "INT: John Lasseter", en: *JoBlo.com*, 7 de noviembre de 2008, [agosto 2010]. http://www.joblo.com/Index.php?id=13476. Además, Lasseter cuenta con la opinión de sus hijos, pues como comenta a Martín, enriquecen su trabajo con la variada perspectiva que permiten sus edades. "Siempre he valorado mucho la reacción de mis hijos ante mis comentarios o ante las escenas que les ponía en casa, porque a veces, los que hacemos cine nos olvidamos de las cosas que hacen reír a los niños". *Op. Cit.,* MARTÍN, Jerónimo José, p. 209.

5.7.2 Gestión de personas creativas: compromiso con la calidad y la gente

A juicio de John Lasseter los estudios de cine son más que edificios, son un grupo de personas que trabajan juntas con el objetivo de hacer buenas películas[73]. Entiende que su cometido al frente del equipo creativo de Pixar entraña un profundo compromiso con la calidad de las producciones que allí se realizan por una doble razón: la audiencia que acude a las salas de cine para ver su trabajo y los profesionales implicados en cada uno de sus proyectos. A Lasseter lo que más le interesa es que sus cintas, tengan éxito o no, sean motivo de orgullo para sus creadores, para el equipo que ha participado en su realización y para sus seres más cercanos[74]. Por eso, no resulta raro que la excelencia del trabajo y el respeto a las personas sean aspectos sobre los que se basan los principios que este director ha seguido a lo largo de su trayectoria como líder creativo[75].

Para este director, en cualquier industria creativa la calidad es un gran plan de negocios, el único que debe prevalecer a lo largo del proceso. Es decir, no hay ningún compromiso que prime sobre la excelencia, no importa si se trata de reducir costes o de una fecha límite. Si hay una idea mejor y eso significa que se debe comenzar desde cero, entonces eso es lo que hay que hacer. Este objetivo de alcanzar los mejores resultados comienza con la idea que da origen a cada proyecto hasta su culminación. Por eso, Lasseter tiene por norma rodearse de personas creativas en las que confía**.** Esta práctica que el director aprendió de Ed Catmull y de Steve Jobs consiste en incluir en el equipo a profesionales que sean al menos tan creativos como la persona que los dirige y en cuyo criterio se pueda confiar. Seguir este método le ayudó a rehacer con éxito la segunda parte de *Toy Story*.

La confianza en el talento de los directores y empleados del estudio se refleja también en la seguridad que estos profesionales tienen en el proceso creativo cultivado por la compañía. Como Lasseter ha asegurado, cada película de Pixar en un momento u otro de

---

[73] Cfr. LUCHINI, Alberto, "John Lasseter y su visión de la animación", 10 de febrero de 2010, [septiembre 2010]. http://es.paperblog.com/john-lasseter-y-su-vision-de-la-animacion-42389/

[74] ESTRADA, Javier. "John Lasseter: 'En animación no hay que dar nada por sentado'", en*: Metrópolis*, 1 de agosto de 2007, [septiembre 2010]. http://www.elmundo.es/metropoli/2004/02/10/cine/1076367605.html Otros creativos de la empresa, como Lee Unkrich han expresado mantener esta filosofía de empresa. Cfr. LUSCOMBE, Belinda, "Why Adults Cry So Easily in Animated Kids Movies", en: *Time*, Time Inc., 11 de octubre de 2010, [noviembre 2010]. http://healthland.time.com/2010/10/11/why-adult-cry-so-easily-in-animated-kid-movies/

[75] Estos principios fueron publicados por la revista alemana *German News Magazine*. Posteriormente el Dr. Detlef Reis, de la Universidad de Mahidol, lo tradujo para Bangkok Post y la sección School Guide de *Animation Magazine*. Cfr. REIS, Detlef (trad.), "John Lasseter's Seven Creative Principles", en: *Animation Magazine*, nº2, Animation Magazine Inc., Westlake Village, febrero 2009, pp. A6-A8.

su producción, ha sido el peor filme que han hecho. Sin embargo, esto no ha sido impedimento para seguir intentando hacerlas mejor[76]. Estas certezas son la base para crear un ambiente laboral óptimo.

En este sentido, Lasseter es de la idea de que la producción creativa siempre refleja a la persona a cargo. Un gerente con mal humor, que impide divertirse a sus empleados, perjudica su creatividad porque, según el director, la diversión invoca a la inventiva y no a la competición. Por eso es conveniente, según su criterio, que el líder proponga desafíos que estimulen la imaginación de los profesionales a su cargo y siempre desde una perspectiva positiva. A cada miembro del grupo tiene que gustarle aquello en lo que está trabajando y debe estar orgulloso de tomar parte en el proyecto para poder implicarse en él. De este modo se fomenta en ellos el sentido de equipo y la claridad en la meta del proyecto, lo que llevará a cada uno a ser honesto, directo y a hacer un esfuerzo para ayudar sinceramente al director al frente del proyecto, que es quien toma las últimas decisiones para que la película funcione mejor, sin importar quien haya aportado las ideas.

Lasseter no suscribe el método de fábrica para hacer películas, donde el director es un empleado sólo para hacer el filme. En cambio, considera al director como el visionario del proyecto, pues es la persona que tiene la película en la cabeza[77]. Como jefe creativo de Pixar y Disney, su mayor punto de intervención y de trabajo con los realizadores se concentra en el momento de perfilar la idea que se llevará a cabo y al comienzo del desarrollo de la dirección de arte, aspecto en el que es bastante exigente. Cuando la película entra en la fase de producción, mantiene el contacto y pasa algunas notas, pero sin olvidar que el filme es del director[78].

Para este cineasta, la historia y los personajes son la columna vertebral de todas sus películas. En sus palabras, "lo que hace que un proyecto de animación sea genial son personajes fuertes e historias convincentes"[79]. Son de estos elementos de los que debe surgir, a su juicio, la conexión emocional con el público. Temas universales y personajes caracterizados de manera que importen al público es lo que hace que las películas perduren en el tiempo. "Un montón de buena animación nunca salvará una mala historia"[80].

---

[76] Cfr. WLOSZCZYNA, Susan, "Pixar whiz reanimates Disney", en: *USA Today*, [septiembre 2010]. http://www.usatoday.com/life/movies/news/2006-03-08-cars-main_x.htm

[77] Cfr. *Op. Cit.* ROSS, Jonathan.

[78] Cfr. AYUSO, Rocío, "Entrevista con John Lasseter: Por un cine adulto", en: *Cahiers Du Cinéma España,* nº 25, julio-agosto, Caimán, Madrid, 2009, p. 33.

[79] PINTOFF, Ernest, *Animation 101*, Michael Wiese Produtions, Studio City, 1999, p. 39.

[80] *Op. Cit.* DAY, Aubrey.

Por eso, recomienda a sus creativos que cuando vayan a presentar una propuesta, no se limiten a hacerlo con una sola idea, sino con tres. No dos buenas y una mala o una buena y dos malas. Es necesario que las tres sean tan buenas que no se sepa cuál es la mejor y que su autor pueda defender cada una de ellas. La finalidad de seguir esta práctica consiste en ganar perspectiva, puesto que al pensar en cómo se va a desarrollar un tema, comenzarán a surgir cosas que no se habían considerado antes, y las ideas se podrán llevar al límite[81]. Asimismo, aconseja que cuando estén en el proceso de reescritura del guión recuerden la primera risa o a la primera reacción ante una idea y cojan nota de ello. Aunque sabe que resulta algo molesto tomarse este trabajo, termina siendo una gran ayuda recordar lo que se sintió al escuchar por primera vez un diálogo o un *gag* y así poder valorar si conviene conservarlo en la historia o no. De lo contrario se correría el riesgo de perder buenas ideas a causa de la repetición.

En el terreno visual, Lasseter busca que sus filmes sean creíbles, que tengan matices y detalles. Que los elementos que la integran en este ámbito revelen su sentido de la historia. Por eso, la verosimilitud se impone sobre el deseo de hacer un calco de la realidad, puesto que los objetos y personajes deben trasmitir un contenido que apoye lo que se cuenta. Esta es una de las razones que sustenta la estética de la casa, en la que los personajes tienden más a la caricatura, mientras los fondos y la ambientación transmiten mayor realismo. Asimismo, este objetivo sustenta la constante experimentación tecnológica que promueve el estudio, a fin de explorar las posibilidades de la animación por ordenador y ofrecer entretenimiento del más alto nivel. El resultado, en palabras de Martín es "una portentosa animación tridimensional, con una gran riqueza gestual, una planificación muy audaz, un esmerado tratamiento de texturas, los colores y la luz"[82].

John Lasseter es fundamentalmente un artista con visión, un animador inspirado por la necesidad de divertir, que ha sabido conjugar la más alta tecnología con una narrativa clásica. En ese sentido, es un pionero y un hombre del entretenimiento, que también es un gestor creativo, cuyo ideario se basa en las personas y en el compromiso con la calidad.

[81] Una de las personas que influyeron en Lasseter para que tratara siempre de llevar sus ideas al límite fue su hermano Jim, quien tenía una empresa de diseño. Cfr. *Op. Cit.*, SCHLENDER, Brent.
[82] *Op. Cit.*, MARTÍN, Jerónimo José, p. 206.

CAPÍTULO 6. ANDREW STANTON

(*Buscando a Nemo, Wall-E*)

Andrew Stanton es el segundo animador contratado por Pixar y el noveno empleado en incorporarse a esta empresa. Su influjo se ha hecho patente en la mayoría de las producciones de la casa gracias a sus facetas como guionistas, director, productor y actor. Por sus manos han pasado gran cantidad de éxitos del estudio: colaboró en las historias de *Toy Story* 1, 2 y 3, codirigió *Bichos* con John Lasseter y *Buscando a Nemo* con Lee Unkrich. Fue uno de los productores ejecutivos de *Monstruos S. A.* y de *Ratatouille*, ha prestado su voz a personajes de algunos de estos títulos y es el autor de *WALL-E*. En este capítulo se expondrá, una síntesis de su trayectoria profesional, así como los elementos que le distinguen como director y guionista. Para ello, será preciso detenerse en sus datos biográficos subrayando su etapa formativa, sus primeros años de vida laboral y su trabajo en las películas de Pixar. Finalmente, se describirá el estilo de su obra y se expondrán sus reflexiones sobre la escritura de guión.

6.1. Años de formación académica y primeros trabajos

Andrew Christopher Stanton Jr. nació el 3 de diciembre de 1965 en Rockport, Massachussets. Desde muy niño manifestó una fecunda imaginación que expresaba a través de la creación de historias y personajes que interpretaba frente a su familia. Esta pasión por los escenarios se mantendría a lo largo de su etapa escolar, especialmente durante sus años de secundaria, cuando encontró en el Programa de teatro de Rockport High School, un espacio creativo donde desarrollar sus inquietudes artísticas[1]. Durante este tiempo participó en varios musicales: *El violinista en el tejado*, *Guys and Dolls*, *Godspell* y *Hello Dolly!*, en el que interpretó el papel de Bernabé, que años más tarde, serviría de inspiración en la creación del guión de *WALL-E*.

[1] Stanton incluyó a Phill Perry, su profesor de teatro de esos años, en los agradecimientos de su discurso al recibir el Óscar por *WALL-E*. Cfr. L'ECUYER, Jonathan, "An Oscar Shout-out", en: *Gloucester Time.com*, 23 de febrero de 2009. [octubre 2010]. http://www.gloucestertimes.com/local/x645319966/An-Oscar-shout-outt

Durante su adolescencia, Stanton también mostró interés por actividades como la producción de vídeo Súper 8, la música y el cine. Le encantaba ver películas de todo tipo, afición que se le facilitó al trabajar eventualmente como acomodador en Rockport's Little Art Cinema. Asimismo, era un lector empedernido, le gustaban los cómics y seguía con entusiasmo los dibujos animados que emitían en la televisión, sobre todo, los de Warner Bros. Pero además, tenía una gran habilidad para hacer bosquejos, lo que le ganó la fama en su colegio de "chico que podría dibujar". Casualmente, esta destreza es la que cambió su rumbo profesional al acercarse el final de sus estudios de bachillerato.

Al llegar ese momento, disfrutaba tanto en los escenarios, que desechó la posibilidad de dedicarse profesionalmente a ellos. Esta curiosa lógica respondía a su deseo de no asociar el mundo de las tablas con un deber. De ese modo, en sus palabras, el teatro siempre le gustaría, "siempre sería especial y nunca tendría una connotación negativa. En cambio, sabía que podría dibujar por dinero"[2]. Por eso, se acercó a la oficina del consejero escolar para comentar sus inquietudes y allí se encontró con un prospecto de CalArts. Al conocer que en esta escuela se enseñaba a animar siguiendo el estilo de Disney, su fundador, se propuso entrar en ella[3].

En 1983, cuando Stanton comenzó a estudiar en CalArts, muchos de los profesores que habían dado clases a John Lasseter o Brad Bird ya se habían jubilado. Sin embargo, aún permanecían allí docentes que provenían de la vieja escuela de Disney como Hal Hambro o Bob McCrea y el ambiente de trabajo seguía siendo excelente[4]. A medida que avanzaba en sus estudios descubrió que la animación englobaba todo lo que realmente le gustaba: realización cinematográfica, música, ritmo, interpretación, poses, dibujo y toda una serie de conocimientos que le fascinaban y que le hicieron comprender que había acertado en su elección.

Sus trabajos más importantes como director y guionista durante los años de universidad son dos cortos: *A Story* (1987), donde narra las aventuras de un chico llamado Melvin y un dinosaurio llamado Tedy en una pandilla de personajes algo estúpidos liderados por un payaso asesino llamado Randy. En palabras del propio Stanton "esa fue su respuesta irreverente a crecer con *H. R. Pufnstuf*", una serie infantil con personajes similares

[2] *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 206.
[3] Cfr. FEENET, Mark, "WALL-E World", en: *Globe Newspaper*, junio 22, 2008, [octubre 2010]. http://www.boston.com/ae/movies/articles/2008/06/21/wall_e_world/
[4] Stanton dio el nombre de B. McCrea al personaje del capitán de la nave AXIOM en *WALL-E*, en honor a sus años de enseñanza en CalArt, desde 1977 hasta 1986, especialmente por el tiempo que fue director del Programa de animación de personajes entre 1983 y 1986, cuando coincidió con él.

a los de su película[5]. El otro título, *Somewhere in the Arctic* (1988), trata sobre un oso polar perseguido por tres esquimales. Este filme silente destacó por la eficacia comunicativa de los *gags* en el Festival Spike & Mike, donde fue presentado con gran acogida[6].

Durante la realización del *storyboard* de *Somewhere in the Arctic*, Bob McCrea, que encabezaba el Programa de animación de personajes, y Hal Hambro elogiaron sus viñetas y le comentaron que podría ser muy bueno como miembro de un departamento de historia. Esta idea no agradó mucho a Stanton, que tenía otros planes. Sin embargo, en el futuro, su talento narrativo siempre resaltaría sobre otras habilidades, al punto de convertirse en una tarea apasionante para él.

Al diplomarse en CalArt en 1987, Stanton buscó trabajo en Disney pero fue rechazado hasta tres veces. No obstante, consiguió empleo en el estudio Kroyer Films de Bill Kroyer y poco después, como guionista de la primera temporada de *Mighty Mouse, The New Adventures* (1987) de Ralph Bakshi, donde coincidió con animadores de la talla de Jeff Pidgeon[7], Tom Minton, John Krickfalusi[8] o Jim Readon, con quien, años más tarde, escribiría el guión de *WALL-E*[9]. Ese mismo año, colaboró con Nancy Tague Lasseter en la historia del corto *Pencil Test*, una demostración a color de las bondades del Macintosh II, que se estrenó en la convención en la que se proyectó por primera vez el corto de Pixar, *Tin Toy*, el SIGGRAPH de 1988[10]. En la cinta, se contaba cómo los iconos del programa gráfico de Apple cobraban vida y saltaban de la pantalla y al querer regresar a ella, encontraban que era imposible, debido a que alguien había apagado el ordenador. La cinta contó con la asesoría de John Lasseter en el área de animación. Poco tiempo después, esta coincidencia traería como resultado la incorporación de Stanton a Pixar.

6.2. Pixar

En 1990, cuando Andrew Stanton se unió al equipo de Lasseter como animador, Pixar ya era una empresa independiente que intentaba salir a flote con la producción de anuncios para televisión. La compañía, siguiendo su política de contratar a personas buenas

[5] *Op. Cit.,* ROBINSON, Tasha. *H. R. Pufnstuf* es una serie de televisión estadounidense (1969-1971) sobre un muchacho llamado Jimmy, que llega accidentalmente a Isla Viva, un lugar mágico donde todo estaba vivo y cuyo alcalde era un amigable dragón llamado H.R. Pufnstuf.
[6] Este certamen es uno a los que John Lasseter suele asistir para conocer las nuevas tendencias y descubrir talentos para Pixar.
[7] Actualmente Pidgeon es empleado de Pixar.
[8] Creador del al serie animada *Rem y Stimpy*.
[9] Readon también ha ejercido de director de *Los Simpsons*.
[10] *Pencil Test* está disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=IbrjM4aAWHY

en sus talentos, buscaba jóvenes formados en animación tradicional, más que en nociones de programación gráfica. Al fin y al cabo, estos conocimientos se podrían aprender fácilmente, mientras que resultaba imposible que esto mismo ocurriera con los aspectos relativos al entretenimiento. Parafraseando a John Lasseter, no podían ayudarles a mejorar en sus cualidades creativas[11].

Para Stanton fue una gran oportunidad entrar en Pixar, pues su mayor deseo era trabajar, sin importar si se trataba de anuncios, cortos o logos móviles para la televisión. Además, los sistemas de imágenes generadas por ordenador terminaron siendo la técnica que mejor se adaptaba a sus habilidades. Tenía talento para dibujar, pero entre las destrezas como animador, ésta no era la que más destacaba, como sí ocurría con su sentido del *timing* o del *acting*, rasgos mucho más necesarios en la animación digital. De hecho, la sensibilidad como realizador de Stanton es lo que llevó a Lasseter a fijarse en él como un candidato idóneo para conformar su equipo de animadores. Dentro de los primeros trabajos de Stanton en Pixar, se puede mencionar su participación en la realización de cortos y otras producciones protagonizadas por *Luxo Jr* para *Barrio Sésamo* en 1991, como *Surprise*[12] y *Light and Heavy*[13]. No pasó mucho tiempo entre la entrada de Stanton en Pixar y el surgimiento de otra gran oportunidad.

A finales de 1990, durante la preparación de *Tin Toy Christmas*, el entusiasmo de Stanton por contribuir a la creación de la historia de este especial, y tomar parte en las decisiones sobre lo que podría pasar con los personajes fue incrementándose. Este trabajo conectaba con el mismo impulso narrativo que había informado su infancia. No en balde, la exposición de las ideas en un departamento de historias conjuga la imaginación y la interpretación del relato.

6.3. *Toy Story*: un taller de *storytelling* y el descubrimiento de un estilo

Las vicisitudes de la producción de *Toy Story*, que se han descrito en el capítulo anterior, sirvieron a Stanton para comprobar su marcado instinto en el terreno del *storytelling*, más allá de lo que él se imaginaba. Después de reconducir la película y conseguir que Disney les permitiera continuar con su realización, el equipo a cargo de la historia tuvo que enfrentar un nuevo imprevisto: modificar una escena del guión sin poder contar con

[11] *Op. Cit.*, ROBINSON, Tasha.
[12] Corto disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=ZRnSRESXxKw&feature=related
[13] Corto disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=mjLvLytm45w

Joss Whedon, el guionista que había escrito la última versión y que se había marchado para comenzar otro proyecto, la serie *Buffy caza vampiros* (1997). Como el tiempo de que disponían era poco, Andrew Stanton propuso a sus compañeros que fueran ellos mismos los encargados de reescribir la acción que necesitaba ser retocada.

Stanton y el equipo de Pixar comenzaron por leer el borrador de Whedon. La manera en que este guionista trasladaba de manera visual los temas y emociones de la historia dio a al director una óptica nueva sobre el guión cinematográfico, que le impulsó a encargarse de la tarea de rehacer la escena, no sin antes advertir a sus compañeros de equipo que no repararan en retirarle de la escritura si no alcanzaba las expectativas de calidad[14].

Además de contar con el borrador y los consejos de Whedon, Stanton no paró de leer todos los manuales sobre guión que se encontraba y, por supuesto, tuvo el apoyo del resto de grupo de autores de la historia original, que le daban su parecer. Sólo se seguía una regla: escribir para ellos mismos. Esta sencilla pauta es lo que le daría al filme el sello personal del equipo y por tanto, debería ser uno de los ingredientes principales de las películas hechas en Pixar[15]. *Toy Story* es la primera película de animación en ser nominada al Óscar en la categoría de mejor guión original de la historia de estos premios.

6.4. *Bichos* y la importancia del núcleo emocional de una historia

Una vez que *Toy Story* pasó a la fase de animación en 1994, el equipo de creadores de Pixar hizo una reunión para pensar en las ideas que servirían para convertirse en el próximo proyecto del estudio. Entre las propuestas que surgieron allí, se cuentan algunas que dieron lugar, años más tarde, a películas como *Buscando a Nemo*. Sin embargo, se eligió la premisa de Joe Ranft y Andrew Stanton, que se basada en la fábula de Esopo, *La cigarra y la hormiga* y que variaba notablemente la historia. En la versión de esta pareja de creativos se añadía más emoción, al eliminar al personaje de la cigarra y sustituirle por una banda de saltamontes que, abusando del poder que les daba su gran tamaño, se llevaba la comida que una colonia de hormigas había recolectado para el invierno.

Aunque la intención de Lasseter era que en Pixar se trabajaran las películas de una en una, era necesario comenzar a desarrollar la idea del próximo título que iban a estrenar.

[14] Cfr. *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 92.
[15] Cfr. *Ibid.*

Por eso, confiando en las cualidades de Stanton para el guión, le apartó del proceso de animación de *Toy Story* y le encargó integrar el equipo que se encargaría de la historia de *Bichos*. Más adelante, Lasseter le nombró codirector de la cinta, no sólo por su implicación con el proyecto, sino también porque ambos tenían una sensibilidad similar que se había demostrado en sus trabajos anteriores. De este modo, Stanton también podría adquirir la experiencia de producción que se había perdido al dejar *Toy Story*.

La labor de escribir esta historia fue una experiencia muy dura para Stanton. Por mucho tiempo, el guión no terminaba de funcionar; incluso, cuando iba mejor, ocurría algo que hacía imposible que se sintiera satisfecho con lo que estaba escribiendo. La primera versión del relato tenía por protagonista a Red, una hormiga roja de circo que ofrecía los servicios de su compañía de artistas a la colonia, haciéndolos pasar por un grupo de duros guerreros que los ayudarían a combatir a los saltamontes. Pero una pregunta planeaba una y otra vez sobre las sesiones del departamento de historias: ¿Por qué este personaje se pondría en la primera línea de batalla por la colonia? Entonces, Stanton ideo una respuesta: fusionar a Red con unas hormigas Boys Scouts, que aparecían en esta versión de la historia, y que tenían la finalidad de conseguir ayuda para la colonia. Así, decidió desarrollar una nueva versión del guión, sin comentarlo al resto del equipo hasta estar seguro de que ésta era una buena salida para el argumento.

La decisión de trabajar este borrador en solitario entrañaba un riesgo para el buen ambiente del grupo, pues la intención de Stanton podía ser interpretada como falta de confianza en la capacidad de sus compañeros o algo parecido. Sin embargo, sus temores se disiparon cuando dio a conocer su versión, ya que sus colegas se entusiasmaron al comprobar que no sólo había resuelto el obstáculo que impedía que fluyera la historia. Además, su renovado enfoque dio realce a los personajes. El protagonista, que aún se llamaba Red, experimentaba un arco de transformación, en el que la princesa Atta se convertía en la motivación para la defensa de la colonia: ella, que en un principio desconfía del protagonista, termina valorando su optimismo y el valor que infunde en toda la colonia. "La nueva versión del guión reforzaba a la población de hormigas con una mayor conciencia de comunidad, un vínculo familiar más estrecho y una disposición más decidida para el trabajo duro"[16].

Pero, a pesar de que estos cambios mejoraban la historia, el protagonista seguía dando problemas desde el punto de vista de su integridad y atractivo, lo que afectaba a la

[16] *Op. Cit.*, PRICE, David, p. 161.

tensión y al tema de la narración. No se podía pasar por alto que Red seguía siendo un mentiroso que, al ser ajeno a la colonia, no garantizaba un escenario suficientemente fuerte como para convencer a la audiencia de que estaría allí en el momento álgido del argumento y que ese instante sería realmente poderoso. Stanton se dio cuenta de que la historia no funcionaría mientras su núcleo emocional no estuviese más definido.

Una vez comprendida esta necesidad, decidió eliminar a Red y creó un héroe proveniente de la propia colonia de hormigas, que contrata a los artistas del circo por error. De ese modo y de manera repentina, la historia adquirió tensión y realismo: el hecho de que este personaje estuviese tan involucrado en el problema, hacía que también estuviese atado, sin posibilidad de desentenderse, como podría ocurrir originalmente con Red. Además, tal y como se presentaban los hechos, tendría que encarar sus errores. Esto magnificaba sus propias acciones y decisiones, tanto desde el punto de vista de la tensión como desde la perspectiva temática del guión. De este modo, Red desapareció de la historia y se creo Flik.

Aunque el guión fue objeto de varias reescrituras hasta llegar a la versión definitiva –en la que intervinieron otros guionistas, como Bob Shaw y Don McEnery– la presencia de Andrew Stanton se convirtió en un pilar fundamental para la historia de *Bichos*, así como de otros éxitos de Pixar como *Toy Story* 2 y *Monstruos S. A.*, títulos que consolidaron sus destrezas narrativas. Por eso, no sorprendió que después de estos trabajos, se le confiara la tarea de dirigir un proyecto propio.

6.5. *Buscando a Nemo*: una historia personal y la estructura emocional

La idea de hacer una película que se desarrollara bajo el mar rondaba por la cabeza de Andrew Stanton desde 1992, cuando visitó el acuario de Marine World. Las posibilidades que ofrecían los sistemas de imágenes generadas por ordenador para recrear el mundo submarino era una ocasión que valía la pena aprovechar. Sin embargo, no tenía en mente una historia cuyo tema le interesara realmente y que se pudiera llevar a cabo en ese escenario. No fue hasta poco después de terminar *Bichos* que encontró la inspiración que uniría ambos aspectos y que le permitiría comenzar a perfilar una trama.

Después de una temporada dedicada a la producción de *Bichos*, Stanton quiso pasar más tiempo con su familia y fue entonces cuando se topó con la inspiración: una visita al parque con su hijo de cinco años, con el fin de pasar un buen rato juntos, se vio

entorpecida por sus constantes advertencias al pequeño para evitar que se hiciera daño. De pronto, este director comprendió que se estaba concentrando más en proteger al niño, que en disfrutar el momento. Los sentimientos experimentados durante esa tarde le dieron el tema perfecto para comenzar su próximo proyecto.

En primer lugar, le presentó un asunto que realmente le interesaba indagar: las relaciones entre padres e hijos. Cuestión que tenía presente desde que se convirtiera en padre y que, a su vez, le hacía reflexionar el papel que había jugado su propio padre en su vida. Además, Stanton reparó en el hecho de que nunca se había realizado una película de animación en la que se tratara este tema desde la perspectiva de los padres. En segundo lugar, el mar le brindaba el escenario perfecto para reforzar el impacto emocional de la historia. Más tarde, comenzaría a preguntarse el modo en el que una historia como esa podría interesar también a los niños, y así es como empezó a pensar el los distintos aspectos del relato. Llegar al punto inicial de la película tal y como se conoce le tomó algunos años, pero una vez que tuvo todas las piezas se demoró un año más entre escribir y pasar a la producción.

El argumento de *Buscando a Nemo* cuenta las aventuras de Marlin, un pez payaso, que se ve forzado a cruzar los mares en busca de su único hijo, Nemo, quien ha sido capturado por un dentista australiano. En el camino Marlin deberá superar el trauma que supuso la muerte de casi todos sus hijos y de Coral, la madre de éstos. Para ello contará con la ayuda de Dory, una pececita de memoria frágil y gran corazón. En palabras de Stanton, "la película trata de enseñarnos que el miedo no ha de condicionar la vida. Que los defectos, obstáculos y dificultades se superan con empeño"[17].

El primer borrador, escrito en solitario por Stanton, era mucho más oscuro y complicado que la versión final. La inclusión de *flashbacks,* en distintos momentos de la narración, para explicar el origen del carácter sobreprotector de Marlin, el padre protagonista de la historia, hacía que se corriera el riesgo de que la audiencia no sintiera empatía con él, ya que la verdadera razón para comportarse de ese modo se revelaba en el tercer acto. Además, Gill, el líder de la pecera, ofrecía algún conflicto que alargaba innecesariamente la historia.

El grupo de creativos de Pixar convenció a Stanton de que simplificara la trama. Lee Unkrich, que fue designado como codirector de la cinta, le sugirió comenzar la película con la historia de Marlin y Coral para que el público pudiera entender a este protagonista

[17] FERNÁNDEZ, Fausto, "Viaje al fondo del mar con Nemo", en: *Fotogramas* nº 1922, Comunicación y publicaciones, Barcelona, diciembre 2003, p. 148.

desde el principio del relato. Esta observación permitió a Stanton centrarse más en el arco de transformación de Nemo, el otro personaje principal, hasta que consigue el coraje suficiente para intentar realmente escapar de la pecera del dentista. Asimismo, le facilitó detenerse en otros detalles que le ayudaron a mejorar la narración y, sobre todo, su estructura emocional.

Durante la escritura de *Buscando a Nemo*, Stanton también descubrió que era mucho más creativo cuando trabajaba junto a otras personas, especialmente si las consideraba más divertidas que él. Por eso, para las siguientes versiones del guión, contó con la ayuda de un coescritor, Bob Peterson, unos de los miembros del departamento de historias de Pixar, con el que hacía muy buen equipo[18]. Además, la colaboración de Dave Reynold –dialoguista y escritor de *gags* en *Bichos* y *Toy Story 2*– potenció la fuerza cómica del proyecto[19].

Por otra parte, *Buscando a Nemo* puso a prueba la capacidad de Stanton como director. Hasta ese momento, él había gozado de lo mejor del mundo de la dirección cinematográfica como codirector, ya que participaba de la toma de decisiones creativas en el desarrollo de una película, pero sin responder del proyecto completo ni atender las dudas del equipo. Para Stanton, la experiencia de *Buscando a Nemo* fue toda una lección de realización, a la que Lee Unkrich prestó una aportación decisiva, en especial en lo que se refiere al emplazamiento de la cámara.

El resultado fue excelente: *Buscando a Nemo* se convirtió en la película más taquillera de 2003, la fuerza de la historia conmovió a grandes y pequeños y la soberbia calidad visual y técnica con la que se recreó el fondo marino maravilló a todos. Ese año, la Academia de Hollywood premió a la película como mejor largometraje de animación del año y la nominó en la categoría al mejor guión original. Poco después, Stanton comenzó a trabajar en su siguiente proyecto, otra obra personal que dirigiría en solitario, como en su día hicieran Lasseter y Bird.

---

[18] Cfr. *Op. Cit.*, WOOD, Jennifer M.

[19] Reynols es un guionista y comediante que ha colaborado con otros largometrajes animados como *Mulan* (Barry Cook y Tony Bancroft, 1998), *El emperador y sus locuras* (Mark Dindal, 2000) y *Chicken Little* (Mark Dindal, 2005), entre otros. Andrew Stanton uso el nombre de Reynols para llamar al paciente que Phillip Sherman, el dentista de *Buscando a Nemo*, atiende cuando la pecera está muy sucia.
Cfr. http://www.imdb.com/name/nm0721675

6.6. *WALL-E*

El origen de esta película surgió de Pete Docter y del propio Stanton durante la reunión del equipo de Pixar a la que se ha aludido en este mismo capítulo, en la que se buscaba elegir la película que seguiría a *Toy Story*. Al contemplar la posibilidad de hacer un filme de ciencia ficción, estos creativos se preguntaron qué pasaría sí la humanidad se viera obligada a abandonar la tierra y olvidase desconectar al último robot, que continúa realizando su trabajo sin saber que ya no es necesario. Esta premisa se dejó abandonada en un cajón hasta que Andrew Stanton la retomó cuando estaba a mitad de la realización de *Buscando a Nemo*.

Un día, Stanton escuchaba la banda sonora que compuso Jerry Goldsmith para *Star Trek* (Robert Wise, 1976) y recordó aquel personaje solitario y ya no se lo pudo sacar de la cabeza. Le fascinaba pensar que el último atisbo de humanidad en el planeta fuera una máquina[20]. En aquel momento, Docter no estaba interesado en desarrollar la premisa porque estaba embarcado en la producción de *Monstruos S.A.*, así que Stanton decidió escribir el primer borrador del guión para que éste fuera su siguiente trabajo. Antes de terminar *Buscando a Nemo* tenía listo todo el primer acto.

La historia que creó contenía el espíritu original de lo conversado en 1994, con la diferencia de que se había transformado en una historia romántica con un trasfondo futurista. Este cineasta quería explorar en ella qué pasaría si el destino de la humanidad dependiera de que una máquina descubriera el amor, pues el telón de fondo de la película es el de un universo que ya no comprende el sentido de la vida. Le atraía que este pequeño robot, el más solitario de los personajes que había oído, hallara lo más opuesto a su situación al conocer a alguien más y enamorarse de ella.

Durante la creación de la pareja protagonista Stanton se propuso que la relación entre los robots fuera claramente desigual, algo similar a la relación que se establece entre el desgarbado y bajito Woody Allen y la alta y elegante Diane Keaton en *Annie Hall* (Woody Allen, 1977). Que ella fuera una máquina de última generación y él un modelo antiguo, el último de una maquinaria abandonada[21]. Para subrayar esas circunstancias, quiso que él tuviera un trabajo de peón que le mantuviese apartado de otros[22]. En lo referente a la

[20] Cfr. LAHN, Daniel, "WALL-E, batallón de limpieza: El amor de las Galaxias", en: *Fotogramas & DVD*, nº 1978, Comunicación y publicación S.A., Barcelona, p. 85.
[21] Cfr., "WALL-E", en: *Cinemanía*, nº 155, Progresa, Madrid, agosto 2008, pp. 88.
[22] El nombre de WALL-E alude a la función del robot, son las siglas de Waste Allocation Load Lifter-Earth-class, algo así como "Levantador terrestre de carga superflua".

caracterización del personaje de WALL-E se basaron en John Bender, personaje interpretado por Judd Nelson en *El club de los cinco* (John Hughes, 1985).

Al día siguiente de recibir el Óscar por *Buscando a Nemo*, Stanton retomó la historia de *WALL-E*, contando con la colaboración de otro guionista. En este caso se trató de Jim Reardon, a quien había conocido en CalArts y quien le había dado su primer trabajo en Hollywood, en *The Adventure of Mighty Mouse*[23]. Ambos comenzaron por despejar lo que ocurriría a partir de la salida del robot al espacio, así como justificar la procedencia de EVA y el sentido de su misión[24]. Contemplaron varias posibilidades: entre otras, que EVA procediera de una raza de extraterrestres gelatinosos que resultan ser humanos involucionados, hasta llegar a un argumento parecido al de *Espartaco* (Stanley Kubrick, 1960), en el que WALL-E se convierte en el líder de un grupo de robots maltratados por sus dueños.

Finalmente, el tema amoroso dio la pauta a Stanton para perfilar la historia. Al desarrollar la relación sentimental entre ambos robots, se dio cuenta de que estaba empujando a los personajes a ir más allá de su naturaleza, superando las funciones para las que estaban programados. Por otra parte, los excesos de una sociedad que evita cada vez más el sacrificio y busca una vida más cómoda, aislándose unos de otros, ofrecía la perfecta combinación para amplificar el sentido del romance entre los protagonistas: WALL-E y EVA son dos máquinas que, al descubrir la necesidad de amar y de ser amados, muestran a los humanos cuánto se alejan de su propia esencia al querer controlar y programar la vida[25].

Esta derivación del argumento también resultó ser la excusa perfecta para explicar por qué los hombres habían tenido que abandonar el planeta y la misión que traería a EVA a la tierra. De este modo, se dio paso también al mensaje ecológico y la crítica sobre el consumismo exacerbado y el destino de la sociedad actual, en la que el hedonismo es la causa de un estancamiento en el desarrollo personal de los seres humanos.

La película fue un éxito de taquilla y crítica que consolidó a Stanton como director. La calidad del filme mereció el reconocimiento de importantes galardones como el Globo de oro y el Óscar al mejor largometraje de animación de 2008. Entre los aspectos más destacados de la cinta, sobresale el hecho de que la primera media hora descansa enteramente en la pantomima, lo que probó, una vez más, la capacidad artística de Stanton

---

[23] Reardon trabajó en *Los Simpsons* y aparece en los créditos de agradecimiento en los cortos que Stanton realizó en CalArts. Cfr. http://www.imdb.com/name/nm0714114/

[24] En inglés EVE. Es decir: Evaluador de Vegetación Extraterrestre.

[25] Cfr. McCONNELL, Mariana, "Interview: WALL-E's Andrew Stanton", en: *Cinemablend.com*, 27 de junio de 2008, [octubre 2010]. http://cinemablend.com/new/Interview -WALL-E-s_Andrew_Stanton-9323.html

y su equipo al conseguir comunicar ideas y sentimientos sólo con la imagen y sus elementos: luz, sonido, atrezzo, etc. La acción, cargada de ternura y comicidad, se reforzaba por el diseño de unos personajes que añadían encanto a su relación. Los críticos la señalaron como una de las mejores películas de Pixar hasta ese momento[26].

Sus virtudes técnicas deslumbraron por la calidad de su factura, las escenas en el espacio, que son de gran belleza, demostraron la evolución de las posibilidades del estudio en esta materia. Además, *WALL-E* es el primer filme de Pixar en el que se insertan imágenes de películas de acción real, no sólo por incluir escenas del musical *Hello Dolly!*, (Gene Kelly, 1969), sino también por añadir imágenes filmadas expresamente para este largometraje, como los anuncios publicitarios de BNL, la empresa que gobierna a la humanidad.

Además de las ocupaciones que se han reseñado anteriormente, Andrew Stanton también ha prestado su voz a innumerables personajes del estudio, como el Emperador Zurg en *Toy Story 2*, Crush en *Buscando a Nemo* y Fred en *Cars*. Asimismo ha colaborado en las voces adicionales de *Toy Story 1*, *Bichos* y *Los increíbles*, de la que fue productor ejecutivo. En la actualidad, dirige su primer filme de acción real, *Carter of Mars*, basado en la novela homónima de Edgar Rice Burroughs y distribuida por Disney.

6.7. Características principales de su trabajo

En este apartado, se abordará el estilo de trabajo de este cineasta, en especial sus principales preocupaciones como creador y como miembro del equipo de Pixar. En la primera parte, se verá cómo cuida cada uno de los aspectos que conforma el filme para crear mundos ricos en detalles, sirviéndose del lenguaje cinematográfico para potenciar la fuerza del relato. En la segunda parte, se expondrán sus rasgos característicos como guionista, donde procura que sus narraciones tengan estructuras sólidas y tramas emocionantes, que los personajes muestren cierto grado de complejidad y que las localizaciones tengan una función que vaya más allá de ser un simple escenario.

[26] Cfr. GOODRIDGE, Mike, *Screen International*, Screen, Londres, 26 de junio de 2008, p.; MUNSO, Danny, "Top List", en: *Creative Screenwriting*, nº1, Creative Screenwriting, Hollywood, enero-febrero de 2009, p. 30.

6.7.1. Como realizador

Los ejes del trabajo de Andrew Stanton se fundamentan principalmente en la historia, el personaje y el escenario. Estos tres elementos juegan un papel de primer orden en la consecución de su objetivo al hacer una película: capturar el asombro para entretener al público. Un aspecto que según el mismo director explica, es esquivo para un creador, pues se produce de manera genuina o sencillamente no tiene lugar[27]. Por eso, su obtención implica el concurso de la honestidad, la perseverancia y la disposición a fallar varias veces hasta alcanzar este cometido. De allí que su lema sea "equivócate tan pronto puedas", pues cometer errores es parte del proceso. Cuanto más temprano ocurran, más pronto se resolverán.

El tipo de filmes que aspira realizar este director son, en sus palabras, aquellos que con independencia de su género, "hacen referencia al sentido de la vida, como *Cinema Paradiso* (Giuseppe Tornatore, 1988), *Cadena Perpetua* (Frank Darabont, 1994) o *Gallipoli* (Peter Weir, 1981)"[28]. Sus producciones siempre asumen un ingrediente de riesgo en películas orientadas a la audiencia familiar, al plantear con contundencia asuntos como la muerte o la pérdida de la identidad. Como afirma Price, Andrew Stanton es un director de animación que "tiene una marcada voluntad de abrazar la oscuridad. En *Buscando a Nemo*, un padre busca a su último hijo superviviente. No hay algo más desolador que una historia así. Del mismo modo, *WALL-E*, se desarrolla en un futuro apocalíptico" [29].

El rasgo de hacer películas inusuales es propio de la tónica de Pixar. Sin embargo, en Stanton encuentra un grado mayor de dramatismo, sobre todo si se compara con el impacto de los fallecimientos que ocurren en, por ejemplo, *Los increíbles* o *Ratatouille*, donde los protagonistas son afectados por la muerte de alguien, pero no en la misma medida en que Marlin sufre la perdida de sus hijos y de Coral. En este sentido, Stanton se aproxima al nivel emocional de *Up* de Pete Docter, estrenada ocho años más tarde, en donde la muerte de Ellie, la esposa del protagonista, es el punto de partida para la aventura de su esposo Carl. Stanton es el primer director de Pixar en introducir el impacto de la muerte de un ser querido en la vida de los personajes[30]. Por otra parte, la soledad y la nostalgia son temas recurrentes en sus trabajos y sus posturas son, a veces más extremas que las de sus

[27] Cfr. "Andrew Stanton", en: *Spirit Magazine*, Southwest Airline, octubre, 2008. [junio de 2010] http://www.spiritmag.com/2008_10/click-this/andrew-stanton.php
[28] Cfr. *Op. Cit.* CHUMO, Peter II, "Best of 2003, Finding Nemo", en: *CreativeScreenwriting*, nº1, Creative Screenwriting, Hollywood, enero-febrero de 2004, p. 58.
[29] *Op. Cit.*, FEENET, Mark.
[30] *Toy Story* 2 habla más de la aceptación de la propia muerte, que del fallecimiento de un ser querido.

compañeros, como lo demostró con su crítica a un modo de vida hedonista y al consumismo exagerado, representada en *WALL-E* por una comunidad de bebés recrecidos. Si se le compara con la denuncia que hace John Lasseter en *Cars* sobre el acelerado ritmo de la vida moderna, la película de Stanton resulta más corrosiva.

El cine de Andrew Stanton recurre a fuentes fílmicas tanto de acción real como de animación, aunque se percibe cierta inclinación por las primeras. Entre las citas a películas de dibujos animados que se pueden apreciar en su obra, es frecuente encontrar los largometrajes de Disney. En *Buscando a Nemo*, por ejemplo, es inevitable hacer referencia a *Bambi* (James Algar, Samuel Armstrong, David Hand y otros, 1942), pero sólo por el hecho de que se asiste a la muerte de la madre del protagonista sin recrearse en ese momento: presentándolo sólo como el suceso desencadenante de una nueva y exigente vida para el personaje. Es más clara la alusión, en este mismo filme, que se hace a *Pinocho* (Norman Ferguson y otros, 1940), en la escena en la que Dory y Marlin se hallan dentro del vientre de una ballena. Asimismo, en *WALL-E*, Stanton se inspiró en el corto de Lasseter, *Luxo Jr.*, para hacer la animación del pequeño robot, que fue diseñado como un objeto inanimado.

Respecto a las películas de acción real que nutren su imaginario, se aprecia un afecto especial por producciones de grandes directores contemporáneos como Stanley Kubrick, George Lucas, Ridley Scott o Steven Spielberg, sobre todo, las realizadas entre finales de los 60 y comienzos de los 80. Por ejemplo, en *Buscando a Nemo*, en la escena en la que Bruce intenta abrir la puerta del submarino para comerse a Marlin y Dory, se puede identificar un claro homenaje al momento en que Jack Torrance intenta atacar a su mujer en *El resplandor* (Stanley Kubrick, 1980)[31]. En *WALL-E* también se puede advertir el influjo estético de películas de ciencia ficción como *2001, Una odisea en el espacio* (Stanley Kubrick, 1968), *Star Wars*, *Alien el octavo pasajero* (Ridley Scott, 1979), *Encuentros de la tercera fase* (Steven Spielberg, 1977) y *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), filmes que ha admirado desde siempre y que le transportaron a otros lugares. En esta cinta, las filmografías de Charles Chaplin y Buster Keaton también sirvieron de herramienta para entender el entretenimiento del cine mudo.

Andrew Stanton sabe bien lo que quiere ver en la pantalla. Por eso, incluye indicaciones detalladas sobre aspectos relativos a la dirección de cámara en sus guiones. De este modo, se asegura de exponer claramente lo que desea en cada plano y facilita el trabajo

[31] El codirector de *Buscando a Nemo*, Lee Unkrich, comparte con Stanton cierta inclinación hacia el cine de Kubrick. Para ver la referencia al resplandor en *Buscando a Nemo*, ver las imágenes en los anexos.

del equipo de *storyboard*[32]. En el guión de *Buscando a Nemo*, por ejemplo, puede verse cómo este director y guionista insiste en la expresión facial de Nemo, cuando Nigel le cuenta las hazañas que ha vivido su padre en su intento por encontrarlo.

> NIGEL
> Mira, cuando te capturó el dentista,
> tu padre siguió el bote como un loco.
>
> NEMO
> ¿De verdad?
>
> A medida que Nigel cuenta la historia, LA CÁMARA SE MUEVE SUAVEMENTE HACIA LA CARA DE NEMO que se hincha de orgullo. (LA MÚSICA debe solapar este diálogo, permitiendo escuchar solamente algunos fragmentos de éste[33].

Para Stanton el medio y la historia deben encajar para así expresar y potenciar la fuerza de la narración, mediante el lenguaje cinematográfico. Como se ha apuntado en párrafos anteriores, uno de los aspectos que dio lugar a *Buscando a Nemo* era la posibilidad de representar el fondo marino a través de la animación digital, más que en una animación tradicional. Los sistemas informáticos de imágenes tienen una capacidad de representar con gran exactitud los colores y matices del mundo submarino. Por eso, el director optó por una factura realista que le permitiera reforzar la sensación de autenticidad del ambiente[34]. Así, el mar en su vastedad, belleza y peligro se convierte en el principal oponente de Marlin. En palabras de Stanton, en *Buscando a Nemo,* el océano simboliza "la vida y todos sus miedos"[35].

En el caso de *WALL-E*, Stanton buscaba transmitir la sensación de soledad del personaje y un ambiente realista, pese a que se basaba en un escenario imaginario. En el primer acto de la narración, por ejemplo, el director empleó planos generales, desde un ángulo en picado. En sus palabras, tenía la intención de que "el espectador fuera como una mosca en la pared, que ve a un robot con apariencia de caja ahí abajo" [36] debido a la

[32] Cfr. *Op. Cit.* CHUMO, Peter II, p. 58.
[33] STANTON, Andrew, PETERSON, Bob, REYNOLDS, Davis, *Finding Nemo*, Pixar Animation Studios, última versión del guión 2003, p. 93.
[34] Para ello, el equipo artístico y técnico de Pixar realizo una exhaustiva investigación, que requirió la observación de especies marinas, clases con especialistas y el visionado de documentales de Jacques Cousteau.
[35] "Andrew Stanton (PIXAR)-transcript-Keynote, Screenwriting Expo 5 (2006),'Understanding Story: or My Journey of Pain'", diciembre 19 de 2008 http://rageagainstthepage.blogspot.com/2008/12/andrew-stanton-pixar-transcript-keynote.html Cabe señalar que Stanton incluyó la caricatura en algunos detalles marinos, con el fin de conmover y divertir. Es el caso, sobre todo, de algunos personajes, entre los que se puede mencionar a Perl, el pulpo que asiste al colegio con Nemo.
[36] Cfr. "WALL-E", *Cinemania*, p. 88.

distancia desde la que se le ve. Además, quería que se diera una visión novedosa respecto a lo que se acostumbra en filmes de animación digital. Por eso, procuró que diera la impresión de ser una película fotografiada, en la que los elementos en pantalla no estuvieran tan definidos como las imágenes digitales. Para ello, se tuvo que rediseñar el *software* de la cámara virtual para que ofreciera imágenes similares a las de una cámara real, como las de algunas lentes Panavision que se utilizaban en gran parte de los largometrajes de ciencia ficción de los 70. Asimismo, en algunos momentos del film se logró recrear el efecto de cámara al hombro[37].

Las películas de Andrew Stanton muestran una tendencia mucho más marcada que el resto de sus compañeros de Pixar al realismo. Si bien sus filmes han sido protagonizados por animales y robots, lo cierto es que su representación es menos caricaturesca que la de Docter o el propio Lasseter. Sólo hay que pensar en los peces de *Buscando a Nemo* y el detalle de los robots y el ambiente de *WALL-E*. No obstante, en él hay la misma aspiración de los creadores de este estudio de explorar el medio de la animación por ordenador y llevarlo a sus cotas más altas. Como él mismo afirmara en la convención de *Screenwriting Expo 5* en 2006: "si no tienes un amor natural por este medio y el deseo ardiente de seguir la forma de arte, entonces, incluso una buena historia terminará quedando hueca"[38].

Como se ha podido ver lo largo de este capítulo este director disfruta trabajando en grupo y ha ido aprendiendo a liderar los equipos creativos al estilo de Pixar. De allí que comparta la opinión de Lasseter y Bird de estimular a su gente con una actitud positiva y usando la inventiva, para fomentar sus habilidades al servicio de un objetivo: hacer buenas películas. En sus palabras, "si miras a cualquier tipo de artista, ellos tratan de encontrar aquello en lo que pueden desarrollar sus fortalezas y que, al mismo tiempo, les presente un desafío. Pienso que el mejor trabajo viene del reto o de la limitación, pero eso es algo que no se debe hacer gratuitamente"[39]. Por tanto, las exigencias de la historia y la visión del director marcan la pauta.

Otra característica de este cineasta consiste en su aprecio por la concisión, probada, por ejemplo, en el primer acto de *Buscando a Nemo*, así como la economía de medios en *WALL-E* para expresar la soledad y enamoramiento fulminante. Como asegura Ralph

---

[37] *Ibid.*

[38] *Op. Cit.*, "Andrew Stanton (PIXAR)-transcirpt-Keynote, Screenwriting Expo 5 (2006), 'Understanding Story: or My Journey of Pain'".

[39] Team PIXAR, "The Pixar Philosophy, What it's like to work at the greatest animation Studio in the World", en: *ING UK*, 16 de julio de 2008, [noviembre 2010].
http://uk.movies.ing.com/articles/890/890717p2.html

Eggleston, diseñador de producción de *Buscando a Nemo*, a Stanton no le gusta despilfarrar, "odia malgastar el tiempo, los diálogos y los encuadres (...) Cuando está viendo una película, si ve escenas que son muy largas, siempre comenta que si se hubiera hecho con dos planos más cortos, funcionaría brillantemente"[40]. Esta tendencia ha influido en el mejoramiento de algunas prácticas de producción del estudio para facilitar la supervisión del trabajo del equipo[41].

Por otra parte Stanton ha mostrado en sus dos largometrajes como director que le atraen las localizaciones inmensas: el océano y el espacio. Ambos ambientes contribuyen al espectáculo visual que ofrecen sus imágenes, al tiempo que subraya la fuerza emocional de la aventura que se desarrolla en ellas. El temor de Marlin se hace aún mayor cuando se considera las dimensiones del mar y que su hijo ha ido a parar al otro lado del mundo, haciendo que sus posibilidades de encontrarse se reduzcan tremendamente. En el caso de *WALL-E* el tamaño del escenario enfatiza el sentido de soledad y desarraigo de los personajes. En el caso del protagonista, la ciudad desierta en la que trabaja a lo largo del día, contrasta con el pequeño tamaño del héroe de la historia. Asimismo ocurre con el contraste entre el tamaño de la nave y el de la infinitud del espacio.

En el terreno del diseño de producción, como medio para crear un ambiente emocional, este director manifiesta su aprecio por los pequeños detalles, incluso por aquellos que pasarán inadvertidos por los espectadores. Es frecuente los guiños personales y las bromas que los animadores incluyen en sus películas y, en el caso de Pixar, hay un amplio catálogo recopilado a lo largo de este trabajo. Sin embargo, en lo que se refiere a Andrew Stanton, es un ejercicio deliberado que plantea a su grupo de artistas. Por ejemplo, para crear el interior del camión en el que vive WALL-E, animó a todos a recordar los objetos que más les llamaban la atención en su niñez. Así, estableció una implicación emocional de los distintos artistas con la animación que realizaban. Pero también, una manera de hacer que el público se reconozca en los elementos del ambiente representado. El Cubo de Rubik o los mandos de los primeros videojuegos de Atari o un papel plástico

[40] Cfr. *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 218.

[41] Durante los primeros años del estudio, el alto costo de los procesos de la tecnología de entonces, así como el tiempo que éstos requerían, hicieron que la supervisión de las películas de Pixar se hiciera por departamentos. Cuando Andrew Stanton comenzó la dirección de *Buscando a Nemo*, algunas de estas limitaciones no existían y los productores que le acompañaba modificaron el métodos de revisión para adaptarse al estilo de trabajo del cineasta, en el que primaba las localizaciones, con el fin de ver cada aspecto de la cinta en su contexto dentro de la historia. Gracias a este cambio, los artistas y técnicos pudieron ver mejor la impronta de su labor en el largometraje, así como el modo de facilitar la tarea de otros. Asimismo, esta nueva metodología permitió ahorrar tiempo y dinero al mejorar la fluidez del trabajo y la observación de detalles que, del otro modo, no era posible ver hasta llegar a fases posteriores de la producción. Cfr. *Ibid.*, p. 221.

de burbujas para embalar contribuyen a la identificación de la audiencia, especialmente la adulta, con el personaje y con la historia. Entre las cosas que el robot colecciona hay muchos artilugios que no se ven en pantalla por ser muy pequeños o por su ubicación, pero que están en la imagen para aportarle vida. En *Buscando a Nemo* este recurso de implicación emocional en la historia hizo que el director incluyera la pecera del dentista que le atendía cuando era niño, así como detalles alusivo a su Rockport natal[42].

Andrew Stanton es melómano, así que la música ocupa un lugar preponderante dentro de sus obras y es un elemento importante para su proceso creativo, como se apuntó en la creación del guión de *WALL-E*. Como director, las melodías que acompañan a sus historias son trabajadas como un personaje más y un rasgo que, en sus palabras "ayuda a anclar la integridad del filme"[43]. Por eso, piensa que es una de las herramientas más poderosas que tiene y no la considera al final del proceso de producción, sino desde el comienzo, desde la escritura de la historia, haciendo bandas sonoras provisionales que estén de acuerdo con el enfoque emocional de ésta.

Por otro lado, la música le ha servido para usar fragmentos populares de bandas sonoras clásicas. En *Buscando a Nemo* usa las notas del celebre tema del asesinato de Bernard Hermann para *Psicosis* (Alfred Hitchcok, 1960) cuando Darla aparece en escena[44]. Aunque no es un rasgo único de este autor, la manera en que las usa realza su narración y le aporta gracia. Tal es el caso de *WALL-E*, cuando usa el tema de *2001, una odisea en el espacio* para potenciar la significación del primer paso del comandante de AXIOM. Otro tanto sucede con la canción de *Hello Dolly!, Put on Your Sunday Clothes* con su prólogo *Out There*, que se convierte en motivo central dentro del argumento: un chaval que sale de su mundo para ir tras la chica que le gusta. Asimismo, *It Only take a Moment*, se convirtió en el recurso idóneo para mostrar que este pequeña maquina quiere saber lo que es el amor y dio la pauta para dar mayor significado al tacto entre las manos que se produce tanto entre robots, como entre humanos[45]. En sus dos películas ha trabajado con el compositor Thomas Newman.

En lo que respecta a las voces de los personajes, Stanton considera a este elemento como un recurso útil en la reescritura del guión, pues aporta la improvisación y carácter del actor encargado de hacerla. Sobre todo, procura que voz y personaje encajen tan bien, que

---

42 Cfr. "Feature Filmes", en: *Pixar*, http://www.pixar.com/featurefilms/nemo/tale_pop1.html

43 *Op. Cit.*, "Andrew Stanton (PIXAR)-transcript-Keynote, Screenwriting Expo 5 (2006), 'Understanding Story: or My Journey of Pain' ".

44 El nombre de Darla lo usó para hacer una broma a una de las productoras de Pixar, Darla K. Anderson, cuyo nombre también se incluyó en uno de los escenarios de *Bichos*, concretamente en una de los anuncios fluorescentes de la ciudad a la que Flik va en busca de ayuda para la colonia.

45 Todas las letras de *Hello Dolly!* Fueron escritas por Jerry Herman.

parezcan que realmente las palabras salen del personaje, tal y como ocurre con Shere Khan, el temible tigre de *El libro de la selva* (Wolfgang, Reitherman, 1967), su personaje de animación favorito. Según él, "es probablemente la más cercana y simbólica relación entre la voz del actor (George Sanders) y el diseño del personaje"[46].

Este afán de realismo se demostró también cuando hizo *WALL-E*, donde los robots emiten sonidos pero no usan el lenguaje de los humanos, con el fin de mantener la lógica del relato y conseguir que, como él mismo afirma, "el espectador creyera que esa caja tiene sentimientos y que intenta encontrar sentido a las cosas"[47]. Por eso, pidió a Ben Burtt, diseñador de sonido de *Star Wars* que consiguiera dar con el tipo de lenguaje de estas máquinas. Así el modo de comunicarse de WALL-E y el resto de robots de la cinta resulta muy similar al de otras máquinas cinematográficas como R2D2 y C3PO, del citado filme de George Lucas[48].

6.7.2. Como Guionista

Andrew Stanton encontró en el oficio de escribir guiones el medio a través del cual concretar en el papel las historias que crea en su mente. Por eso, puede decirse que su principal impulso para convertirse en guionista fue su clara opinión sobre lo que quería ver en pantalla. Para él, "el guión es el dictado del cine, un medio para documentar la narración cinematográfica"[49]. No resulta extraño, entonces, que, como se señalaba en párrafos anteriores, este director aproveche el guión literario para concretar aspectos como el trabajo de cámara o la música y así conseguir un efecto concreto en la historia. Sin embargo, sus guiones se distinguen por su habilidad para diseñar la estructura, los mecanismos emocionales del relato y por la construcción de sus personajes.

Al igual que otros guionistas, Andrew Stanton piensa que la escritura del guión es la reescritura. La cualidad del guión cinematográfico de no ser el último esfuerzo del proceso creativo, sino el comienzo, le anima a escribir con frecuencia para seguir profundizando en los elementos que componen su idea hasta perfilarla. Este proceso, lo compara con el

---

46 *Op. Cit.*, FEENET, Mark.

47 "WALL-E la aventura galáctica del imperio Pixar", en: *Fotogramas* & *DVD*, nº 1975, Comunicación y publicaciones S.A., Barcelona, mayo 2000, p. 30.

48 R2D2 inspiró el tipo de robot que Stanton quería que fuera WALL-E. Jim Reardom cuenta que Stanton queria hacer la película de un robot como R2D2 porque además de su personalidad, no tiene la capacidad de hablar como los humanos. Cfr. HAUSER, Tim, *The art of WALL-E*, Chronicle Books, San Francisco, 2008, p. 53.

49 *Op. Cit.*, "Andrew Stanton (PIXAR)-transcript-Keynote, Screenwriting Expo 5 (2006), 'Understanding Story: or My Journey of Pain' ".

trabajo del arqueólogo pues se debe cavar profundo hasta descubrir el tipo de espécimen que se ha encontrado, a partir de las piezas halladas. Además, sabe que hay dos cosas importantes en el oficio de escribir: ser constante y tener clara la idea que se quiere expresar. Contar historias para él es como contar un chiste. Es saber el final, el efecto que se quiere causar a través de la construcción de la narración, donde todo debe apoyar a una conclusión satisfactoria[50].

Stanton suele escribir en solitario el tratamiento y el primer borrador, pero siempre aborda la reescritura junto a otros escritores, sobre todo, porque necesita algo más de estimulo cuando tiene que imprimir algo de humor al relato. Por eso, elige compañeros dotados con un sentido del humor mayor que el suyo. A pesar de que suele reunirse con ellos con cierta frecuencia, la mayor parte del trabajo lo hace por separado, mediante correos electrónicos[51]. En el proceso de escritura, acude también a la música para procurarse un buen ambiente creativo y se ayuda con la lectura, no sólo de libros sobre guión o literatura en general, sino también de guiones. Por ejemplo, para afrontar la escritura de *WALL-E*, recurrió al guión de *Alien*, de Dan O'Bannon; y suele resolver los problemas de construcción de personajes mediante la consulta del libro de Edgar Lee Master, *Spoon River Anthology*, una colección de epitafios de 244 antiguos ciudadanos de una ciudad ficticia en Illinois.

En sus tiempos de estudiante, cuando hacía cortos, desarrollaba la historia a través de *storyboars*, de manera que iba a la imagen final y veía qué le pedía los personajes. En la actualidad, cuando escribe el guión ocurre que llega un punto en el que piensa que la historia funciona y quiere verla sobre la marcha. Entonces comienza a dibujar viñetas de las escenas, lo cual le sirve para modificar algunas de las acciones que había escrito o a rescatar algún aspecto desechado en algún momento[52].

Seguir la regla de escribir para sí mismo, no significa que no se piense en la audiencia. Es tener aprecio por el tiempo de los demás, como si fuera el propio y, en consecuencia, intentar producir algo valioso para su entretenimiento. Por eso, es fundamental para él construir personajes con los que los espectadores puedan identificarse, a pesar de que en ocasiones haya que mostrar su lado más oscuro, una de sus primeras intenciones al comenzar a escribir historias en Pixar. Ambición compatible con que estos

[50] Cfr. *Op. Cit.*, McGRATH, Declan y MacDERMONT, Felim, p.123.
[51] Para conocer más detalles sobre la manera en que trabaja junto a sus co-escritores, ver: MUNSO, Danny, "Popular Mechanics", en: *Creative Screenwriting*, nº 4, Creative Screenwriting, Hollywood, julio-agosto de 2008, p. 31.
[52] Cfr. *Op. Cit.* McGRATH, Declan y MacDERMONT, Felim, p. 114.

personajes inspiren algún tipo de optimismo romántico también[53]. Es así como, por ejemplo, Woody, en *Toy Story*, a pesar de los sentimientos egoístas que la llegada de Buzz hace aflorar en él, es un personaje que permite al espectador identificarse con él, al reflejar la experiencia de alguien que se siente desplazado o celoso por creer que pierde el afecto de una persona querida. Es así como Stanton cuida de sus personajes con esmero y procura conocerles en profundidad, dándoles objetivos claros.

Es evidente la necesidad de que las escenas tengan un propósito, algo que decir. Esto no es necesariamente un mensaje, pero sí una verdad, un valor en el que él cree como narrador, con el fin de debatirlo en el curso de la historia, tratando incluso de demostrar que es errónea y probando sus límites. Para ello, Stanton apela especialmente a los siguientes recursos[54]:

a) Ironía narrativa**:** consiste en confrontar al personaje con su realidad más íntima, a través de situaciones aparentemente contradictorias. Muchas veces este tipo de estrategia hace que el personaje sea visto con ojos más favorables por parte de la audiencia, aunque en la diégesis, la situación no invite al optimismo. Por ejemplo en *Toy Story*, cuando Woody está encerrado en la cesta de Sid e intenta animar a Buzz para que lo ayude, al final de su discurso, se da cuenta de los motivos por los que su oponente es un juguete más atractivo que él. En ese momento, Woody acepta que no es mejor que Buzz y a partir de entonces es cuando abandona su actitud egoísta.

b) La imagen clave: en general, sus guiones incluyen una imagen que recoge la repercusión emocional de aquello que mueve la historia. Es decir, una imagen que representa los elementos esenciales del tema, de la historia y que refresca la idea principal de la narración, como por ejemplo: la escena en la que Woody, sobre la cama de Andy, ve como Buzz acapara la decoración del cuarto del niño en *Toy Story*; la imagen del único huevo sobreviviente en *Buscando a Nemo*; el derrame de la semillas en *Bichos* o la de la planta luchando para crecer fuera de la basura en *WALL-E*[55].

c) Economía narrativa o la teoría del campo unificado: esta táctica consiste en proporcionar los elementos importantes de la idea que se quiere comunicar y dejar que el espectador sea quien relaciones dichos elemento para comprender la idea que se quiere

[53] Cfr. *Ibid*., p. 123.
[54] La terminología empleada aquí es la misma que uso el director durante su intervención en Screenwriting Expo 5. *Op. Cit.*, "Andrew Stanton (PIXAR)-transcript-Keynote, Screenwriting Expo 5 (2006), 'Understanding Story: or My Journey of Pain'".
[55] Según el propio Stanton, esa imagen es la usaba para centrase cuando se perdía en la historia *Op. Cit*, HAUSER, Tim, p. 57.

transmitir. Así, Stanton intenta que la emoción del *suspense* y el trabajo de descubrimiento se produzcan dentro de la cabeza de la audiencia y así, el espectador disfrute participando en su propio entretenimiento.

Andrew Stanton ha estado implicado en la mayoría de las películas de Pixar y por tanto, su obra mantiene las características que distinguen a la producción de este estudio, donde se destierra el cinismo y el abuso de bromas de doble sentido para adolescentes y adultos, como es frecuente encontrar en algunos filmes dirigidos al público familiar. En sus trabajos, al igual que el de sus compañeros se cuentan estrategias para divertir a todos los públicos en detalles tan irónicos que sólo capta la audiencia adulta, como, por ejemplo, que en *Buscando a Nemo*, uno de los tiburones, el más fiero, se llame igual que el escualo protagonista de *Tiburón* (Steven Spielberg, 1975). Pero lo que más destaca en su trabajo es un verdadero interés por implicar a los espectadores en niveles emocionales distintos, no sólo con pequeños detalles visuales, sino desde el mismo corazón de la historia: en sus tramas y personajes.

En este sentido, *Buscando a Nemo* es un filme que, en palabras de Sergi Sánchez, apela "con cariño y contundencia tanto a las ansiedades de los adultos como a los miedos de los niños"[56], debido al doble viaje de sus protagonistas: Un padre y su hijo menor. En la trama, el peligro y la aventura se muestran como expresión del cambio y madurez de ambos. Asimismo, en *WALL-E*, se asiste a la misión liderada por un personaje inocente como un niño, donde la historia se presenta en niveles comprensibles para todos los públicos. Los pequeños identifican el tema de la necesidad de preservar el planeta, mientras los adultos, además, sabrán comprender la crítica al consumismo y el hedonismo como causa de la deshumanización de la sociedad y su aislamiento.

En sus historias, el elemento principal para el entretenimiento de niños y adultos son los personajes. Su cine se aleja de la costumbre de las historias familiares, de delegar esta función a personajes de alivio cómico. Stanton, en cambio, concentra estas cualidades en sus protagonistas, como es el caso de WALL-E, que combina la inocencia infantil con la fuerza moral de un héroe, por ejemplo. Asimismo, no renuncia a otorgar cierto grado de complejidad a estos personajes sean protagonistas o no, siendo Dory, en *Buscando a Nemo*, la más clara muestra de un personaje que, pese a su comicidad, no esta exenta de dramatismo, como se verá en el análisis que se hace de ella más adelante.

[56] SÁNCHEZ, Sergi, "Buscando a Nemo", en: *Fotogramas*, nº 1922, Comunicación y Publicaciones, Barcelona, diciembre 2003, p. 17.

Este tipo de personajes apela a la imaginación infantil y le habla con su sentido del humor. Al mismo tiempo, invoca a la inocencia que vive en al adulto y le invita a tomar riesgos y a descubrir el modo de ver que muchas de sus limitaciones no son tales: Dory enseña a Marlin a disfrutar el momento y a confiar, y WALL-E asume los riesgos de afrontar lo desconocido en busca del amor y así ayuda a los que le rodean a reconocer la belleza de la vida, incluso en el dolor que supone luchar por las cosas que valen la pena.

Como se ha podido ver a lo largo de estas páginas, Andrew Stanton resume la evolución narrativa de Pixar por el hecho de ser su guionista más frecuente. Su aportación al conjunto del equipo se refleja, sobre todo, en la importancia que da a los recursos emocionales de la narración fílmica para que la integridad de su discurso llegue con la misma fuerza a niños y adultos[57].

[57] La revista *Script* lo ha incluido en su lista de los diez mejores guionistas de la primera década del siglo XXI. Cfr. VERINI, Bob, "The Top Ten Scriptwriters of the Decade", en: *Script*, nº6, Final Draft, Baldwin, noviembre-diciembre, 2010, pp. 46.

CAPÍTULO 7. PETE DOCTER

(*Monstruos S.A., Up*)

Pete Docter es uno de los líderes creativos de Pixar. Es el tercer animador contratado por la empresa y el segundo en dirigir una película después de John Lasseter. Participó en la creación de historias como *Toy Story* 1, de la que también fue supervisor de animación, en *Toy Story* 2, *Bichos* y *WALL-E*. Además, es autor de dos éxitos de la casa: *Monstruos S.A.* en 2001 y *Up* en 2009. Su sensibilidad como realizador y su pasión por la animación es comparable con la de John Lasseter, aunque tiene una personalidad propia que se pretende reflejar en este capítulo. Para ello, se hará un breve recorrido por los aspectos más importantes de su infancia, su formación como animador y el trabajo en las producciones de Pixar. Finalmente, se expondrán las claves de su labor como cineasta.

7.1. Primeros años de un artista

Peter Hans Docter, Pete Docter, nació el 9 de octubre de 1968 en Bloomington, Minnesota, en el seno de una familia de músicos. Sus padres: Dave y Rita Docter trabajaban como profesores de música en centros educativos de su localidad. Además, Dave Docter era director de una de las dos corales de la ciudad: Normandale Community Collage[1]. Por su parte, las hijas del matrimonio, Kari y Kristen, dedicaban gran parte de su tiempo a ensayar con el violín y el violonchelo, respectivamente. Pasado el tiempo, ambas llegarían a convertirse en concertistas[2]. Pete Docter no mostró interés por seguir el oficio familiar, a pesar del ambiente que le rodeaba y de saber tocar varios instrumentos[3]. Al contrario, su dedicación al arte de la animación le llevó a ser un profesional polifacético del medio, que ha demostrado su buen hacer desde el departamento de historias hasta la dirección de cortos y largometrajes.

---

[1] Deve Docter trabajó como educador en Nine Mile Elementary School, Oak Grove Junior High y John F. Kennedy High School.
[2] Kari es violinista del Cavan String Quartet y Kristen es violonchelista del Metropolitan Opera.
[3] Pete Docter toca el violín, el bajo, la mandolina, el ukulele y la concertina.

Durante su infancia, el carácter introvertido y socialmente solitario de Docter se combinaba con una fecunda creatividad. Solía evadirse constantemente a mundos mágicos que surgían de su propia imaginación, de programas que se emitían en la televisión o de autores literarios y del cine. Sentía gran apego por escritores como C. S. Lewis y sus *Crónicas de Narnia*, en especial, por su primer libro, *El león, la bruja y el armario* (1950). Asimismo, disfrutaba con historias como *El maravilloso mago de Oz* de L. Frank Baum (1900). Junto a esta atracción por universos fantásticos, también encontró inspiración en los escenarios construidos en Disneylandia, a donde acudía durante sus vacaciones a la costa oeste del país para visitar a sus abuelos. Por eso, no resulta raro que sus películas se desarrollen en lugares maravillosos como Monstruópolis en *Monstruos S.A.*, o se localicen en las inhóspitas y misteriosas tierras que albergan las Cataratas Paraíso en *Up*.

Muchos de los juegos de la infancia de Docter consistían en interpretar escenas en las que pretendía ser el gran *Indiana Jones*. Al igual que Russell, el personaje infantil de *Up*, era un explorador intrépido sólo en su imaginación. Por eso, en lugar de construir una casa del árbol, Docter hizo de su habitación su centro de operaciones, un espacio particular. Allí elaboró marionetas de gomaespuma que movían la boca, gracias a un artilugio inventado por él para que pareciera que cantaban. Del mismo modo, montó un escenario para hacer representaciones familiares con estos títeres[4]. No en balde, era un seguidor entusiasta de *Los teleñecos* (Jim Henson, Frank Oz y Richard Hunt, 1976-1981), donde aspiraba trabajar de mayor. Aunque, también deseaba ser empleado de Disneylandia como diseñador de atracciones. De hecho, su cuarto estaba inspirado en su espectáculo favorito de este parque: *Enchanted Tiki Room*, un exótico decorado basado en Hawai con tótems, palmeras y cocos fabricados con materiales que cogía del garaje de su casa[5].

A los ocho años de edad, la fascinación de Docter por el arte de la animación, le llevo a aprender de manera autodidacta la técnica de los dibujos animados. No era muy habilidoso como dibujante. Sin embargo, descubrió mediante el método de *flip books*, que podría dar la impresión de movimiento a sus trazos. Desde entonces, aprovechaba las esquinas de sus libros y programas de conciertos para ejercitarse[6]. No descansó hasta

[4] Su madre relataría en una entrevista a una publicación de su localidad como su hijo se encerraba en su cuarto después de hacer sus deberes para llamarla luego y enseñarle sus creaciones. Cfr. NELSON, Julie, "Bloomingnton Native co- wrote and directed 'Up'", en: *Kare 11.com*, Minneapolis, 3 de marzo de 2010, [noviembre 2010]. http://www.kare11.com/news/news_article.aspx?storyid=842899&cat

[5] Cfr. MARIOTTI, Greg, "Pete Docter", en: *Pixar Talk*, [noviembre 2010]. http://www.pixartalk.com/pixarians/pete-docter/

[6] Docter hizo alusión a estos dibujos en su libro de matemáticas de tercer grado, en su discurso de agradecimiento por el Óscar a mejor película de animación por *Up*.
Ver: http://www.altfg.com/blog/awards/pete-docter-oscar-acceptance-speech-190/

realizar algunos cortos caseros de animación con una cámara familiar, entre los que también se contarían algunos experimentos con la técnica de *stopmotion*. Su entusiasmo fue secundado por sus padres que le proveían de materiales y películas[7].

7.2. De CalArts a Pixar

Terminados sus estudios de secundaria en J F K High School en Bloomington, Docter se marchó a Minneapolis para comenzar a asistir a clases de filosofía y arte en la Universidad de Minnesota, donde permaneció casi un año. En ese mismo tiempo, colaboró como animador de productoras como Bob Rogers and Company, Bajus-Jones Film Corp y Reelworks[8]. La experiencia adquirida en ellas le impulsó a querer formarse en animación de personajes en CalArts, el mismo instituto donde estudiaron sus compañeros de Pixar John Lasseter, Andrew Stanton y Brad Bird.

En CalArts, Docter realizó tres excelentes cortos de animación: *Winter* sobre un chico que quiere jugar en la nieve, pero una vez vestido para salir, se da cuenta que no se puede mover a causa de la cantidad de ropa que su madre le ha puesto. *Palm Spring*, que se desarrolla en torno a Sigmund, un simpático dinosaurio morado que disfruta dando botes sobre los árboles. Y *Next Door*, su tercer filme, con el que ganó en 1990 el premio para estudiantes que otorga anualmente la Academia de Hollywood, el mismo galardón que John Lasseter recibiera en dos oportunidades una década antes. El argumento de esta cinta tiene rasgos parecidos a los de la historia de *Up*, pues gira alrededor de un anciano gruñón y su alegre, pero molesta vecina, una pequeña niña. Las semejanzas entre ambos títulos no sólo se quedan allí. Como se aprecia en las figuras del anexo, el diseño de los personajes principales de las dos películas guarda similitudes evidentes, al emplear el cuadrado como la forma básica de la cabeza de los ancianos.

En 1990, John Lasseter buscaba un miembro más para el equipo de animadores de Pixar, compuesto hasta ese momento por él mismo y Andrew Stanton. Por eso, pidió a su amigo Joe Ranft, que era en ese tiempo profesor de *storyboard* en CalArts, que le recomendara a alguien. La respuesta de Ranft fue clara respecto a las habilidades del joven

[7] Los padres de Docter se sentían orgullosos de las inclinaciones artísticas de su hijo. De hecho, él solía ilustrar los himnos para las clases del coro de su madre. En una ocasión hizo un grupo de dibujos para la *Quinta sinfonía* de Beethoven, que en palabras de ella "era mejor que *Fantasía*". COVERT, Colin, "Pete Docter's golden Boy!", en: *Star Tribune.com*, Minneapolis, 8 de marzo de 2010, [noviembre 2010]. http://www.startribune.com/entertainment/movies/86775477.html?page=2&c=y

[8] Cfr. NOYER, Jeremy, "Pete Docter's *Up*-bringing!", en: *Animated Views*, 8 de junio de 2009 [septiembre 2010].. http://animatedviews.com/2009/pete-docters-up-bringing/

Docter. Durante la muestra anual de cortos de los estudiantes de este instituto, John Lasseter y los directores técnicos de Pixar quedaron impresionados con el talento de aquel muchacho. Lasseter llegó a decir que sus cortos eran de "los mejores filmes que se habían hecho en CalArts hasta entonces"[9]. Y Flip Phillips, del área tecnológica de la productora, resumiría así las cualidades de Docter: "posee excelentes habilidades como dibujante, es realmente bueno contando historias, tiene una gran sensibilidad y un verdadero sentido del *timing*"[10].

Estas opiniones eran compartidas por otros profesionales del sector que se interesaron en contratar a Docter, como es el caso de Disney o los productores de *Los Simpsons*. No obstante, Docter eligió trabajar en Pixar, una productora de diez miembros, entre los cuales sólo tres eran animadores y que sólo hacían anuncios de televisión y cortometrajes, formato por el que tenía gran aprecio. John Lasseter y su equipo producían el tipo de filmes que quería hacer: historias centradas en personajes, sin diálogos, basados en el movimiento y la expresión[11].

Al día siguiente de su graduación en CalArts y con 21 años de edad, Docter se incorporó a Pixar, donde participó en la realización de los anuncios de *LifeSavers* y *Tropicana Fruit Juice*, así como los cortos para *Barrio Sésamo* a los que se ha aludido en el capítulo anterior. Docter se sentía afortunado por trabajar allí, gracias al apoyo y espíritu formativo que Lasseter había mostrado con él y con Andrew Stanton. Lasseter incluía a sus jóvenes compañeros en todas las fases de producción de los proyectos en los que estaban involucrados, más allá de las tareas que se les había asignado[12]. Eran un verdadero equipo, al punto que formaron, junto a Joe Ranft, el grupo que creó la historia del primer largometraje de Pixar, *Toy Story*.

La participación de Docter en la producción de esta cinta trascendió la fase inicial de la concepción de la historia. También se desempeñó como supervisor de animación. Como es natural en el trabajo creativo, la personalidad de los artistas se traslada de algún modo a su obra. En el caso de Pete Docter, su carácter, algo despistado, se transfirió a Buzz Lightyear, un personaje que, hasta bien avanzada la trama, vive más en su propio

[9] *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 181.
[10] *Op. Cit.*, PRICE, David, p. 110.
[11] Cfr. ROBINSON, Tasha, "Interview Pete Docter", en: *AV club*, 28 de mayo de 2009, [noviembre 2010]. http://www.avclub.com/articles/pete-docter,28465/
[12] Cfr. POND, Steve, "Pete Docter: Pixar Movies Are Lousy … at First", en: *The Wrap, covering Hollywood*, The Wrap News INC. 28 de octubre de 2009, [noviembre 2010]. http://www.thewrap.com/movies/column-post/pete-docter-pixar-movies-are-lousy-%E2%80%A6-first-9319?page=1

mundo que en el que le rodea[13]. Más tarde, Docter haría algunos *storyboard* adicionales para *Bichos* y participaría en la creación de la historia de *Toy Story 2*. Sin embargo, su gran oportunidad como director de un largometraje no tardó en llegar.

7.3. *Monstruos S.A.*, su primer largometraje como director

Para Pete Docter, la realización de su primera película como director fue una experiencia tremendamente dura. Con sólo veintiocho años, tuvo que enfrentarse con una gran cantidad de obstáculos y presiones más allá del estrés propio de una producción cinematográfica. En primer lugar, significaba la responsabilidad de estar a la cabeza del primer filme que no era dirigido por John Lasseter, quien había firmado tres éxitos consecutivos para Pixar. En segunda instancia, se añadía la desconfianza de algunos directivos de Disney, debido a su inexperiencia como cineasta. Y en tercer lugar, tuvo que afrontar dos litigios por derechos de autor, que estuvieron a punto de boicotear el estreno de la película y poner en entredicho su originalidad. Finalmente, lidió con un presupuesto algo ajustado, debido a que su producción coincidió con algunas de las fases de realización de *Toy Story 2*, –a cuya revisión se destinó una fuerte inversión–, y con distintas fases del proceso de elaboración de *Bichos* y *Buscando a Nemo*. Esto trajo como consecuencia que, pese al apoyo de los de Pixar, Docter no podría contar con el equipo de personas con las que había trabajado hasta ese momento, ya que estaban ocupados en los títulos ya mencionados[14].

En lo que respecta a asuntos relativos a la historia, se puede decir que *Monstruos S. A.* representa una obra muy personal de su director, pese a la intervención de otros profesionales en la escritura del tratamiento y del guión. La idea surgió de Pete Docter, cuando comenzó a explorar los temores infantiles sobre las cosas que pueden salir de debajo de la cama. Le llamaba la atención cómo para la imaginación de los niños, cualquier objeto puede convertirse en algo aterrador dentro de una habitación a oscuras, asunto tratado por John Lasseter en su corto estudiantil *Nightmare*[15]. Además, el trabajo de creación de *Toy Story* había evocado en sus autores las vivencias y pensamientos de su infancia. En el caso de Docter, hizo que recordara uno de los temores más íntimos de su niñez: que un

13 Cfr. *Op. Cit.* POND, Steve.
14 Cfr. *Op. Cit.*, Cfr. PAIK, Karen, p. 193.
15 Cfr. COHEN, David, "Script to Screen: Monster Inc.", en: *Script, Where Film Begins*, nº 6, Forum, Baldwin, noviembre-diciembre de 2001, p. 30.

monstruo saliera del armario[16]. Sin embargo, el enfoque que se planteó del tema cobraba un cariz nada terrorífico.

El personaje principal del relato era un hombre de treinta años, que de niño dibujaba monstruos que se convertían en sus amigos. De pronto, estos seres reaparecen en la vida del personaje y, por supuesto, sólo él puede verlos. Cada unas de estas criaturas representaban los temores no resueltos del humano. Pero al convertirse en buenos amigos suyos, le ayudan a superarlos. A medida que el protagonista lograba dominar sus miedos, los monstruos iban desapareciendo de su mente. Como explica Docter, el argumento "era algo agridulce"[17]. Al final, la idea fue desechada y se optó por una historia que requería la construcción de un *mundo secundario* y exploraba, como núcleo emocional de la narración, la relación entre un monstruo y un niño[18]. Ambos aspectos interesaban al autor, en especial el último, pues tenía conexión directa con su vida en aquel momento.

En febrero de 1997, cuando Docter escribió el primer tratamiento junto a Harley Jessup[19], Jill Culton[20], Ralph Eggleston[21] y Jeff Pidgeon, el director y su esposa Amanda, acababan de convertirse en padres de su primer hijo, Nicholas. El modo en que éste hecho había cambiado por completo su vida se convirtió en un tema que le interesaba tratar. Después de todo, aunque el protagonista es un monstruo peludo, como el propio director expresa, "es la historia de un hombre que ha comido, dormido y respirado alrededor de su trabajo (…) y de pronto, entra esta niña y su vida da un vuelco"[22]. Son los sentimientos

[16] Cfr. BERNAL, María, "Así son los 'Monstruos' de la Disney", en: *Fotogramas*, nº 1900, Comunicación y publicaciones S.A., Barcelona, febrero, 2002, p. 82.
[17] *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 184.
[18] El *mundo secundario* se refiere a la dimensión fantástica compartida por las criaturas llamadas hadas y que difiere del *mundo primario*, que alude a la dimensión de lo ordinario compartido por lector, protagonista y autor. Estas nociones provenientes del estudio de Tolkien sobre el género fantástico, son explicadas en profundidad por Sánchez-Escalonilla, quien, además, sitúa a *Monstruos S.A.* fuera del ámbito de este género, debido a la ausencia de asombro por parte del único personaje humano de la historia. Cfr. *Op. Cit.*, SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, 2009, pp. 25 y 29.
[19] Natural de Corvallis, Oregon, igual que Brad Bird, se desempeñó como diseñador de producción de *Monstruos S.A.* y *Ratatouille*. Tiene una larga trayectoria en el área de efectos especiales y desarrollo visual de algunos éxitos como *La casa del octubre rojo* (John McTiernan, 1990) o *Hook* (Steven Spielberg, 1991). Además, fue el director de arte de *Up*. Ver: http://www.imdb.com/name/nm0422263/
[20] Hill Culton ha participado como animadora en títulos como *El Ladrón de Bagdad* (Richard William, 1993) y *Toy Story 1 y 2*. En 2006 estrenó su primer largometraje como directora con *Colegas en el bosque*. Cfr. http://www.imdb.com/name/nm0191717/
[21] Actor, guionistas, director de arte y animador, ha sido el director de arte de películas como *Los Increíbles* o *Toy Story*. Cfr. http://www.imdb.com/name/nm0250995/
[22] O'CONNOR, Aine, "Docter keeps Pixar magic on the Up", en: *Independent Ireland*, 4 de octubre de 2009. http://www.independent.ie/entertainment/film-cinema/docter-keeps-pixar-magic-on-the-up-1903757.html

paternales de amor y de protección que surgen en el protagonista hacia la pequeña los que rompen por completo sus esquemas[23].

El primer tratamiento de la historia, que se tituló simplemente *Monstruos*, consistía en una *buddy movie* entre Johnson, un monstruo grande y peludo, y una niña de seis años llamada Mary. Pero algunas dificultades del relato llevaron a que Docter recurriera a Andrew Stanton para que le ayudase con el guión. La aportación de Stanton fue fundamental para el avance del proyecto. Su trabajo consistió en establecer las bases que facilitaron la construcción del universo de la película y la inclusión de la visión adulta en la trama. La perspectiva infantil estaba implícita en la premisa que planteaba la existencia de un monstruo en el armario y su relación de éste con un niño. No obstante, faltaba la otra cara de esa propuesta, que era indagar la razón por la que los monstruos asustan a los niños. Esta sencilla cuestión favoreció el diseño del mundo donde vivían estos seres. Monstruópolis se convirtió en un ambiente mucho más rico en detalles, de manera que los espectadores podían relacionarlo con su propia realidad y disfrutar haciendo esas asociaciones[24].

Además, con esta idea también surgió la de que los gritos de los niños fueran la fuente de energía de la ciudad. Hecho que proporcionaba, además, un elemento importante para el momento de anagnórisis del personaje principal, como se verá más adelante[25]. Ese mismo año, 1998, se añadió a la narración un personaje de alivio cómico, que sería el complemento ideal para la aventura del gigante peludo y la niña: Mike Wazowski[26]. El atractivo de esta figura, destinada a la diversión de todos los públicos, dio realce a la historia, subrayando valores como la amistad y la lealtad, tan propios del cine de Pixar.

Como se puede deducir de todo lo anterior, la caracterización de los protagonistas supuso una serie de transformaciones radicales. En las primeras versiones, el personaje de Boo, el único ser humano de la historia, era un hombre como se comentó antes. Luego, pasó a ser un niño y posteriormente, evolucionó hasta convertirse en niña dominante y

---

[23] Este tipo de relación está presente en otras historias infantiles como *E. T.* o *El gigante de hierro* (Brad Bird, 1999), con la diferencia de que el ser fantástico de esta película es equivalente a un adulto humano y no a un niño. Por eso, en lugar de ser como un hijo para la pequeña, como ocurre con Elliot y E. T o Hogarth y Gigante, Sulley se convierte en un tutor o padre para Boo, mientras ella permanece en ese universo.

[24] Cfr. *Op. Cit.*, COHEN, David, p. 31.

[25] Parte de la producción de *Monstruos S.A.* coincidió con el proceso de traslado de Pixar, de su sede en Point Richmond a la de Emeryville. El hecho de que la primera estuviese localizada al lado de una refinería, que los había obligado a evacuar el estudio por la emisión de gases tóxicos, hizo que el equipo de artistas y técnicos hiciera varias bromas y símiles entre esa fábrica y la de Monstruos S.A.

[26] Docter llamó Mike a este personaje en honor al padre de Frank Oz, director de películas como *El cristal oscuro* (1982), *La llave mágica* (1995), entre otros títulos, así como su trabajo las producciones de *Los teleñecos*. Oz también prestó su voz a Fungus, el ayudante de Randall en *Monstruos S. A.*
Ver: http://www.imdb.com/name/nm0000568/

fuera de control. Finalmente, Andrew Stanton sugirió que fuera una inocente y dulce niña, que se llamara Boo, igual que la expresión que se usa para asustar a alguien. Entonces, Pete Docter insistió en la necesidad de que el personaje no hablara correctamente para dar más fuerza a su interpretación desde el punto de vista de la animación[27]. Pero también, para infundir encanto y fuerza al desarrollo de la relación entre los personajes:

El hecho de que Boo no haya aprendido a hablar todavía hace que Sulley y Mike proyecten sus propios sentimientos y miedos en sus gestos y balbuceos. Ellos interpretan lo que suponen que ella desea o se propone. La relación que se inicia entre ellos es similar a la que se establece con una mascota, aunque luego evoluciona de manera parecida a la de un padre con su bebé, en el que la intuición juega un papel primordial en la comunicación con el chiquillo. Es así como, al principio, Sulley le pone comida sobre un periódico que le ha preparado como cama y luego, paulatinamente, entiende lo que ella quiere decir. Asimismo, descubre el poder de la risa de un niño a través de las carcajadas de la pequeña[28].

El caso de James P. Sullivan o Johnson, como se llamaba en las primeras versiones, supuso un desafío mayor para los guionistas y personal del departamento de historias. Sulley pasó de ser un peón, a ser un trabajador de una refinería que tiene un accidente laboral que le cuesta la vista. Finalmente, en reescrituras posteriores, se convierte en el mejor asustador de la fábrica Monstruos S.A. En los primeros borradores era un poco cobarde e inseguro, pero en las últimas versiones se convierte en un monstruo de buen corazón, firme y competente en su trabajo. A lo largo de su caracterización gráfica perdió algunos ojos y tentáculos hasta llegar a la apariencia que se puede ver en la película. En el proceso, el equipo de historias de Disney que supervisaban el trabajo de Pixar les envió varias notas relativas al carácter de Sulley, ya que no resultaba ser muy atractivo. Entonces, el equipo de Pixar decidió rehacer íntegramente lo que habían desarrollado hasta conseguir la versión que se proyectó en las salas[29].

No obstante lo anterior, hubo un aspecto que no varió desde que se creó el personaje: su arco de transformación. De ser alguien dedicado sólo al trabajo a un reconocer que la vida es algo más que pensar en la profesión. Además, se hace más consciente de las consecuencias de su labor: Ni Sulley, ni el resto de sus compañeros veían

[27] Este rasgo de no hablar propiamente un idioma también es una de las características que más atrae a Stanton de un personaje, ya que le permite explorar las posibilidades de la animación, pero también hace que tanto el público como los personajes que interactúan con aquellos que no hablan, interpreten lo que quiere decir. Aspecto que intentó explotar en *WALL-E*.

[28] Cabe decir que los creadores de la historia consideraron la posibilidad de que la pequeña fuera irlandesa o el primer personaje afroamericano de Pixar.

[29] Cfr. *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 186.

algo personal en asustar. Era su oficio y los niños eran sólo fuentes de energía. Simples medios para conseguir el fin deseado. Eran el único factor que no estaba dentro de sus consideraciones. Por eso, Docter y su equipo creían que este cambio debía tener relevancia en la historia[30].

En palabras de Stanton, Sulley "no entendía el trabajo que reverenciaba tanto ni el impacto que realmente tenía en los niños. En realidad, no valora a los pequeños hasta que los conoce y aprende a apreciarlos"[31]. El guión de *Monstruos S. A.* pone de relieve las consecuencias de no ponderar los aspectos últimos de las propias acciones y en el modo en que algunas empresas enfocan sus objetivos, en la anagnórisis que Sulley experimenta en el segundo acto del relato. En ese momento, el protagonista confronta la realidad de su labor aterradora al contemplar la expresión de miedo de Boo ante su grito asustador. Él no es un monstruo malo, pero al no pensar en los niños como personas, se comporta de manera injusta sin ser esa su intención.

Una vez que se sentaron las bases de la narración, Stanton tuvo que dejar *Monstruos S. A.* para dedicarse a *Toy Story 2*[32]. En adelante, intervinieron otros guionistas más: Dan Gerson, Robert L. Baird, Rhett Reese y Jonathan Roberts[33]. Todos ellos tienen en común su bagaje dentro del mundo del cine familiar. Tampoco se puede despreciar la contribución del equipo de historias de Disney al proyecto. Asimismo, Joe Grant, legendario animador de este estudio, fue quien sugirió añadir las siglas S. A. al título de *Monstruos*, con el fin de reflejar el cariz corporativo presente en el relato.

El papel de Docter como director fue impecable. En esta ocasión se hizo acompañar por dos cineastas más: Lee Unkrich, que ya había intervenido en otras películas de la casa y que contribuyó con su particular sentido del emplazamiento de cámara y de la edición. Y, David Silverman, uno de los directores originales de *Los Simpsons*, que ayudó a desarrollar el carácter de los personajes y añadir más humor al filme. En palabras Cohen, "añadió un fino sentido de la irreverencia al guión"[34].

En lo que respecta al apartado técnico, el diseño de la piel de Sulley y del Abominable hombre de las nieves representó un desafío inédito para los profesionales de esta área del estudio. Esto implicaba el desarrollo de una tecnología que permitiera

---

30 Cfr. ARGENT, Daniel, "Monster, Inc., Andrew Stanton on Writing for Pixar", en: *Creative Screenwriting*, nº 6, Creative Screenwriting, Hollywood, noviembre-diciembre de 2001, p. 23.
31 *Op. Cit.*, COHEN, David, p. 32.
32 Stanton siguió de cerca el proceso de *Monstruos S.A.* como productor ejecutivo.
33 Este guionista escribió para la serie de televisión *Duckman* (Everette Peck, 1994-1997) y *La nueva familia Addams* (John Bell, 1998-1999) Reese y Roberts también intervinieron en este último título.
34 COHEN, Karl, "Monsters Inc.", en: *Animation World Network*, 20 de octubre de 2001, [noviembre 2010]. http://www.awn.com/articles/reviews/monsters-inc-secret-behind-why-pixar-so-good

representar de manera creíble el pelo de los monstruos y el del personaje infantil. Para el momento de la producción de *Monstruos S.A.*, ya se habían estrenado algunos trabajos con personajes peludos, como el anuncio del oso de Coca-Cola, realizado por Rhythm & Hues en 1993, y la cara parlante de *Babe, el cerdito valiente* (Chris Noonan, 1995). Sin embargo, la factura de los de Pixar representó una verdadera novedad en el terreno de la animación digital, ya que ofrecía una muestra de sofisticación del diseño y una animación bastante realista. Además, este mismo equipo superó de manera brillante la realización de Boo, el primer personaje humano que protagonizaba un largometraje del estudio.

Monstruos S. A. se estrenó el 2 de noviembre de 2001 y se convirtió, en el segundo largometraje de animación más taquillero de la historia, después de *El rey León*. Fue nominada en la recién estrenada categoría de mejor película de animación de los premios Óscar. Su sensibilidad, humor y excelente trabajo de animación también significó un hito dentro de las producciones animadas de Pixar y dejó muy alto el nivel para la producción que le sucedería: *Buscando a Nemo*.

En 2002, Pete Docter fue nominado a un Óscar al mejor cortometraje de animación por *El coche nuevo de Mike*, que se incluyó en el DVD de *Monstruos S.A.* Y, en 2004, dirigió el doblaje al inglés de *El castillo ambulante* de Hayao Miyazaki.

7.4. *Up*

La segunda producción dirigida por Pete Docter se estrenó siete años más tarde, aunque su origen tiene lugar inmediatamente después de la finalización de *Monstruos S.A.* En esta oportunidad, Docter se unió a Bob Peterson para pensar en su próximo proyecto como director[35]. Como la gran mayoría de trabajos creativos, *Up* es el resultado de distintos elementos que surgieron en las reuniones de estos artistas, donde hacían dibujos de sus propuestas para inspirarse. El germen de la cinta comenzó con una idea clara: hacer una historia protagonizada por un viejo gruñón y predecible. Un asunto poco frecuente en el cine de animación *mainstream*[36]. Aunque Docter ya se había aproximado a un argumento de

[35] Peterson prestó su voz a Roz, cabecilla y agente encubierto de la Agencia de Detección de Niños (CDA), que se hace pasar por encargada de los informes diarios de los trabajadores de la industria asustadora.
[36] Algunos ancianos de animados que se pueden citar son *Mr Magoo* (John Hubley, 1949), Las ancianas de *Bienvenidos a Belleville* (Sylvain, Chomet, 2003), el abuelo de Heidy en la serie animada *Heidy* (Isao Takahata, 1974), Sophie en el *Castillo ambulante* (Hayao Miyazaki, 2004) o la abuelita de Piolín (Bob Camplett, 1942), entre otros.

estas características en la universidad, el planteamiento ofrecía un gran terreno para explorar.

Otro de los ingredientes esenciales para crear el relato fue el deseo de escapar del mundo llevándose la casa consigo. Una sensación experimentada por Docter en alguna ocasión, debido a las presiones del trabajo cotidiano. Esta cuestión dio pie a uno de los temas centrales de la película: las peripecias más importantes de la vida están en las pequeñas cosas de cada día. Como apunta Jonas Rivera, el productor de la cinta: "solemos pensar en el concepto de aventura como algo exterior, lejano; pero muchas veces la gran aventura de nuestra vida está en el día a día, en la familia y con los amigos"[37]. El factor clave para dar unidad a todos estos pensamientos fue un dibujo de Pete Docter que representaba a un anciano con un manojo de globos, que se convertiría en uno de los protagonistas de la historia. Según Bob Peterson se trataba de "algo muy contrastante porque era un viejo amargado que vendía los globos más alegres del mundo"[38]. Así nació, en cierto modo, la historia del filme.

El argumento de la película cuenta el viaje de Carl, un anciano de 78 años, a bordo de su casa, a la que hace volar atada a miles de globos de helio para cumplir la promesa que hiciera su fallecida esposa de llevarla a las Cataratas Paraíso, en Sudamérica. Desde el comienzo de su travesía contará con un compañero accidental, Russell, un pequeño Boy Scout de 8 años, que busca ganar la insignia que lo promoverá como un explorador más experimentado. Llegados a su destino, se les unen Dug un perro parlante y un ave exótica llamada Kevin. La acción se torna más emocionante cuando se encuentran con Charles Muntz, un veterano aventurero, obsesionado con capturar a Kevin para limpiar su nombre, injustamente desprestigiado por los hombres de ciencia, quienes dudaron de las pruebas presentadas por Muntz sobre el descubrimiento de este pájaro.

El primer borrador del guión presentaba a un personaje que se estrellaba en una isla tropical. Pero, al considerar que este escenario era un recurso manido, se abandonó la idea. Sin embargo, a lo largo de la investigación para crear la historia, encontraron que los tepuyes venezolanos ofrecían el lugar perfecto para desarrollar la aventura del anciano[39]. Un lugar exótico e inexplorado, que sirvió de inspiración a Sir Arthur Conan Doyle para

---

[37] YAÑEZ MURILLO, Manuel, "Emociones de Altura", en: *Fotogramas.es*, 27 de julio de 2009 http://www.fotogramas.es/Peliculas/Up/Emociones-de-altura

[38] LERMAN, Gabriel, "Pete Docter & Bob Peterson: para nosotros, estas películas son pedacitos de vida", en: *Dirigido por…*, nº 391, Dirigido por S.L., Barcelona, julio-agosto de 2009, p. 43.

[39] Cfr. ROBERTSON, Barbara, "To South America and Beyond", en: *Animation Magazine*, nº5, Animation Magazine, junio-julio 2009, p. 7. Tepuy: formación rocosa muy grande y elevada, aislada, de pendiente vertical y cima plana, propia del macizo guayanés.

escribir *El mundo perdido* (1912). Además, este sitio tenía en común con Carl el rasgo de estar detenido en el tiempo, de estar "perdido en el tiempo", como señala Peterson[40]. Además, era la ubicación ideal que forzaría a Carl a continuar su viaje junto al pequeño Russell al no poder encomendárselo a la policía o a servicios sociales.

Una vez terminada la primera versión de la historia, Peterson abandonó brevemente el proyecto para trabajar en *Ratatouille*. Docter necesitó ayuda con el guión, así que recurrieron a Tom McCarthy, autor de las películas *Vías cruzadas* (2003) y *El visitante* (2007)[41]. Con él se escribieron dos borradores, cuya estructura tenía como modelo el guión de *Vías cruzadas*. No en vano, el personaje principal de esta cinta es un hombre solitario que se ve forzado a conectar con otras personas, al igual que el anciano protagonista de *Up*. En aquel momento el relato necesitaba reforzar algunos aspectos fundamentales, pues, en palabras de Docter, "era muy etéreo"[42]. Entre las aportaciones de McCarthy se puede contar que dio vida al personaje de Russell, que no estaba en las primeras versiones[43]. Personaje se llamó en un principio Lewis, pero como Disney estaba haciendo una película cuyo protagonista se llamaba igual y tuvieron que cambiarlo a Russell.

El proceso de producción de *Up* contó con una extensa y profunda investigación del género de aventuras y de hazañas de la vida real, como los viajes de Charles Lindberg o los vuelos de Howard Hughes[44]. El equipo de Pixar a cargo del proyecto vio innumerables películas de Errol Flynn y títulos como *El Mago de Oz* para reflejar el mundo de la aventura y la fantasía en el filme. Asimismo, vieron obras como *Casablanca* (Michael Curtiz, 1942) y *La misión* (Roland Joffé, 1986) o leyeron *Cuento de Navidad* de Charles Dickens (1843) para indagar en las tramas de sacrificio, búsqueda y descubrimiento. Pero también vieron algunos documentales con objeto de conocer parajes exóticos. Entre ellos, les llamó la atención uno dirigido por Adrian Warren sobre la selva venezolana en la que se hablaba sobre los tepuyes. Posteriormente, el equipo de *Up*, guiado por el propio Warren, se trasladó hasta el país sudamericano para explorar los paisajes reales en los que basarían el mundo de las Cataratas Paraíso[45]. Allí, los especialistas del grupo se ocuparon de captar

---

[40] *Op. Cit.*, LERMAN, Gabriel, p. 45. A este respecto, también se puede apuntar la estética gris que acompaña al personaje después de la muerte de su esposa. En la escena anterior a su primer encuentro con Russell, Carl está viendo la teletienda a oscuras, todo parece indicar que la acción se desarrolla en la noche. Sin embargo, al abrirle la puerta a Russel, resulta chocante descubrir que es pleno día.

[41] Ver: http://www.imdb.com/name/nm0565336/

[42] *Op. Cit.,* GILCHRIST, Todd.

[43] *Op. Cit.,* LERMAN, Gabriel, p. 44.

[44] Vieron infinidad de noticieros cinematográficos de las décadas de los 30, 40, 50 para elaborar la secuencia de presentación del aventurero Muntz y que Carl ve de niño en el cine.

[45] Estas cataratas están basadas en el salto El ángel, la caída de agua más alta del mundo, que se encuentra también en el sur oriente venezolano.

cada aspecto del paisaje con la idea de trasladarlo a la cinta: texturas, formas, elementos que podrían aportar fantasía, etc.

A pesar de este esfuerzo de realismo, Docter concibió el diseño de *Up* de una manera que tendiera a la caricatura más que otros proyectos estrenados hasta entonces por el estudio. El objetivo era el de trasportar la mirada infantil a una historia anclada en la más cruda realidad. La mirada de los niños, libre de prejuicios, constituía un aspecto esencial para creer que una casa podría volar tirada por miles de globos y dejarse llevar por la aventura[46].

La película en general, oscila entre los extremos. Por un lado, los protagonistas son un viejo y un niño que viajan con un animal doméstico y un ave exótica no conocida por el mundo civilizado. En la historia contrastan lo extraordinario con la rutina, lo nuevo con lo viejo y el pasado con el futuro. En su entraña se encuentran los clásicos de la aventura y la fantasía y se presentan de una manera novedosa a través de un medio moderno. Según la crítica Sophie Ivan "el estilismo de *Up* mejora su rica herencia de *storytelling* mientras nos lleva a lo nuevo"[47]. El ritmo de la narración sigue el paso del anciano y lo combina con la rapidez de las persecuciones y las peripecias más intensas. Por otra parte, el diseño de los personajes juega con las formas geométricas más opuestas como el cuadrado y el círculo.

Contrario a lo que se puede deducir de lo anterior, el conjunto resulta realmente armónico y lógico con la narración y su temática. En ellas, queda patente que la vida y la aventura son dos caras de una misma moneda, lo mismo que la fantasía y la realidad. El guión de esta película es bastante sólido. Aunque para algunos críticos, la deriva del segundo acto hacia un tono más cómico se debió a una concesión comercial, si bien no se considera un defecto este cambio dentro del género[48]. La belleza inusitada del primer acto refleja con gran economía de medios narrativos toda una vida de sacrificios, risas y sueños de una pareja: Carl, un hombre tímido y Ellie, una mujer vivaz que se convierten en un feliz matrimonio hasta la muerte de ella. La brillantez de esta fase dramática radica en la narración de una secuencia titulada *Vida de casados* de tan sólo cuatro minutos en los que es

---

46 Se usaron 10297 globos para tirar de la casa, aunque en algunos planos se redujeron por motivos de estética.

47 IVAN, Sophie, "Up", en: *Sight&Sound*, *The industrial Film Magazine*, volumen I9, BFI, Londres, octubre de 2009, p. 80. Una observación similar hace Costa sobre *Monstruos S.A.* cuando afirma que Docter "redefine un arquetipo de la fantasía infantil (el monstruo) en clave postindustrial, y centra su trama en la peculiar crisis energética que acabará desplazando al grito como fuente de luz en favor de la risa". COSTA, Jordi, "Monstruos S.A.", en: *Fotogramas*, nº 1900, Comunicación y publicaciones, Barcelona, febrero de 2002, p. 11.

48 Cfr. OSMOND, Andrew, "The Only way es Up", en: *Sight&Sound, The international film Magazine*, Nº II, BFI, Londres, noviembre de 2009, p. 9; Cfr.., CASAS, Quim, "Los globos de Pixar", en: *Dirigido por*…, nº 391, Dirigido por S. L., Barcelona, julio-agosto de 2009, p. 41.

posible contemplar con toda la profundidad y emotividad lo que realmente importa en la vida. Asimismo, se establecen en menos de veinte minutos, los elementos esenciales sobre los que pivota la historia entera. Sin este primer acto, no se puede entender el resto de la película.

El segundo y tercer acto son un conjunto de eventos acordes con las emociones que se plantean al comienzo. Sin embargo, el tono deja de ser menos poético para abrazar la comedia y la aventura. Para Carl el viaje a sitios desconocidos, como afirma Casas, no es "una liberación, sino la única forma posible de seguir viviendo"[49]. Para Russell es el descubrimiento de la realidad: que la naturaleza es muy diferente a como lo cuentan en los libros, y que los momentos más importantes de su vida son precisamente los más aburridos, como confiesa a Carl hacia el final del segundo acto, cuando ayudan a Kevin, que está herida en una de sus patas, a reunirse con sus polluelos y a alejarla de las intenciones de Muntz.

RUSSELL
¿Sabe, Sr. Fredricksen?
La naturaleza no es exactamente como
yo esperaba.

CARL
¿Y eso?

RUSSELL
No sé, es tan... salvaje. Bueno, es
distinta a como viene en mi libro.

CARL
Hmm… así son las cosas, hijo.

RUSSELL
Con mi padre todo parecía tan sencillo…
Se le da fenomenal acampar, hacer fogatas
con piedras y cosas parecidas. Antes, venía
a todas mis reuniones de exploradores.

Russell sonríe ante la idea.

RUSSELL
Y después nos íbamos a comprar un helado a la
esquina. Yo me pedía uno de chocolate y él de
caramelo. Después nos sentábamos en el bordillo de la
calle y yo contaba todos los coches azules y él los
rojos y el que contase más, ganaba. Me encanta ese
bordillo.

Levanta su mirada hacia Carl.

[49] *Op. Cit.*, CASAS, Quim, p. 41.

RUSSELL
Puede que suene aburrido, pero las
cosas que más recuerdo son precisamente
las cosas aburridas.

Ambos caminan en silencio. Carl entiende[50].

Ambos personajes se convierten en un perfecto complemento del otro. Carl aprende a abrirse a los demás y encuentra la alegría en una nueva familia compuesta por Russell y Dug, además de cuidar de Kevin. Como explica Docter, Carl "aprende a aceptar las cosas como son y a dejarlas ir"[51]. Por su lado, el pequeño Boy Scout halla en el viejo al abuelo y al compañero con el cual disfrutar la riqueza de la vida. Con esta manera de complementarse, *Up* alude también al papel que juegan los abuelos en la vida de los niños y en la sociedad, por contribuir a la formación de las generaciones futuras. En el caso de la película, la importancia del anciano para Russell es vital porque ocupa el lugar de la figura paterna. Por su parte, Carl encuentra alegría, energía e inocencia en el pequeño. El amor y la necesidad mutua se convierten en un motor necesario para emprender una vida nueva.

Up, primer largometraje de Pixar para ser proyectado en 3D[52], fue un éxito de taquilla y de crítica[53]. La mayoría de la prensa del espectáculo coincidía en afirmar que Pixar ofrecía su mejor trabajo hasta la fecha[54]. El filme se convirtió en el primer largometraje de animación que inauguraba el Festival de cine internacional de Cannes en 2009. Y, en 2010, se alzó con el Óscar a la mejor película animada y con el premio Annie en esta misma categoría, así como en la de mejor director.

---

[50] DOCTER, Pete, PETERSON, Bob, *Up*, Versión del guión presentado a la consideración de los miembros de la Academia de cine de Estados Unidos para la nominación, en la categoría de mejor guión, pp. 74-75. http://live.disneyrsvp.trapeze.com/

[51] *Op. Cit.,* LERMAN, Gabriel, p. 43.

[52] El primer filme Pixar en 3D fue el corto *NickNack* (1989).

[53] *Metracritic. Com* dio una calificación de 88 sobre 100, [noviembre 2010]. http://www.metacritic.com/movie/up; *Rooten tomatoes* 8,6 sobre 10, [noviembre 2010]. http://www.rottentomatoes.com/m/up/

[54] Cfr. RECHTSHAFFEN, Michael, *The Hollywood reporter* , [octubre 2010]. http://www.hollywoodreporter.com/hr/film-reviews/film-review-up-1003972156.story; Cfr. LASALLE, Mick, "Up soar on flights of fancy", en: *San Francisco Chronicle*, 29 de mayo de 2009, [noviembre 2010]. http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/c/a/2009/05/28/MV6617S4LC.DTL&type=movies ; Cfr., O'EHLEY, James, "Up, revew", en: *Fantastique*, 14 de septiembre de 2009, [noviembre 2010]. http://www.fantastiquezine.com/movies/moviereviews/184-up-moviereview.html ;"Up Review", en: *Film4*, [noviembre 2010]. http://www.channel4.com/film/reviews/film.jsp?id=173032&section=review

7.5. Pete Docter como cineasta

Si bien las películas de Pixar están llenas de magia, lo cierto es que las dos producciones dirigidas hasta el momento por Pete Docter reflejan su gusto por el mundo de la aventura y de lo extraordinario. En este sentido, quizá lo que más lo diferencie de sus compañeros del estudio es la pátina infantil de su mirada y la recurrencia al estilo clásico del medio animado, que recuerda a las disparatadas acciones de los personajes de *Looney Tunes* (Tex Avery, Chuck Jones y otros 1930-1969), pero con la sensibilidad y encanto de la vieja escuela de Disney[55]. No obstante, no se puede pasar por alto que su evolución como cineasta se ha desarrollado junto a Andrew Stanton y al líder creativo del estudio, John Lasseter, por lo que les unen rasgos comunes. Por eso, el propósito de este apartado es centrarse en los aspectos que distinguen a este director dentro del grupo de creativos de Pixar e indagar en las claves de su trabajo. Para ello, se hablará de la conexión entre su personalidad con los aspectos más significativos de sus filmes. A continuación se abordarán los temas presentes en sus películas, se señalarán las influencias que se pueden apreciar en su obra, las características de su labor como director y, finalmente, se expondrán sus reflexiones sobre el proceso creativo.

7.5.1. Una obra muy personal

Como es natural en toda creación artística, el carácter del autor queda impreso en su obra. El caso de Pete Docter no es una excepción. Su personalidad introvertida y su fértil imaginación han marcado su filmografía. La timidez se refleja en algunos de los conflictos de sus personajes y su fantasía en la riqueza de los mundos que crea y en el tipo de situaciones cómicas que presenta. Su sensibilidad es cercana a los filmes de John Lasseter, *Bichos* y *Cars*, así como al Andrew Stanton de *Buscando a Nemo*. Aunque resulta algo más melancólico y poético y se aleja de los planteamientos existencialistas de Lasseter. A menudo, los personajes de Docter se embarcan en tramas relacionadas con el descubrimiento, la búsqueda y el sacrificio. Asimismo, como se avanzaba al comienzo de este capítulo, Docter es un aficionado de la literatura y el cine de aventuras y de fantasía.

[55] Piénsese, por ejemplo, en la exageración de los gestos de Sulley cuando cree ser testigo de la muerte de Boo dentro en una maquina de compactar basura, en *Monstruos S.A.*

No es raro, entonces, ver una clara influencia de estos géneros en su modo de abordar su cine. Por ejemplo, tanto *Monstruos S.A.* como *Up* coinciden en desarrollarse en mundos extraordinarios. Del mismo modo, las secuencias finales de ambas películas, muestran persecuciones emocionantes a través de escenarios peligrosos e intrincados.

El modo en que el carácter tímido y fantasioso de Docter se refleja en los conflictos de sus personajes, se manifiesta en que la mayoría de ellos viven en mundos que resultan muy diferentes de lo que ellos piensan. Buzz Lightyear, un personaje que el director contribuyó a crear de manera especial, cree que es un vigilante espacial cuando realmente es un juguete. Sulley está convencido que su trabajo es lo mejor hasta que descubre que hace daño a seres inocentes. Carl vive en una realidad que piensa acabada, que no tiene esperanza de volver a sentirse amado y útil, hasta que se da cuenta de que debe dejar de estar aferrado a un pasado idílico y abrazar su presente con ilusión.

El descubrimiento que experimentan estos personajes viene, casi siempre, de la mano de seres puros. Intrusos benefactores, no mesiánicos sino simples agentes que ofrecen a sus beneficiarios el prisma adecuado con el que mirar la realidad[56]. Ellos les permiten descubrir que el mundo que piensan no es tan bueno, ni tan divertido como el real. Ellos les dan esperanza. Boo enseña a Sulley que la vida es más que trabajo y la risa es mejor que el grito. Russell acompaña a Carl a aprender que vivir el presente y abrirse a los demás es mejor que aferrarse a un pasado que siempre se llevará en el recuerdo y a liberarse de la culpa[57]. De ahí que se pueda percibir el afecto de Docter por la mirada sin prejuicios de los niños.

La apertura a otros, como una actitud positiva ante la vida, es uno de los elementos coincidentes en las historias del director de Minnesota. Es a través de la relación con los demás que sus personajes logran dar sentido a la vida y conectar con la realidad. El tipo de relación paternofilial parece ser el modelo óptimo de generosidad y amor desinteresado, a juzgar por el hecho que tanto Sulley como Carl transforman sus vidas al tener que ejercer la figura paterna de los niños que tienen a su cargo por un tiempo.

Otro de los temas recurrentes en su obra es el sacrificio, entendido más bien como un desprendimiento que no sólo es exterior, sino también interior. Sus protagonistas adultos deben hacer grandes renuncias. En *Monstruos S.A.*, Sulley, por ejemplo, tiene que

[56] Sobre el intruso benefactor, ver: BALLÓ, Jordi, PÉREZ, Xavier, *La semilla inmortal, los argumentos universales en el cine*, Anagrama, Barcelona, 2004, pp. 56-57.

[57] En el caso de Buzz es diferente porque es un igual, Woody, quien le enseña el valor de su misión como juguete. Hay que recordar que la impronta de Docter está en la caracterización del personaje y no en la resolución de su conflicto.

despedirse de Boo, olvidando toda posibilidad de reencuentro. Del mismo modo, Carl, en *Up*, debe deshacerse de la casa y todo lo que hay en ella. El hogar que ha compartido junto a su esposa Ellie durante casi toda su vida y que ha sido el motor de su viaje. La vivienda representa la presencia de su mujer en el filme. Ambas entregas, que parecen radicales, en el universo de Docter abren una puerta a la ilusión a ambos personajes, como se comprueba al final de ambas tramas[58].

Como contrapunto a esta postura, un personaje como Charles Muntz, que es el reverso de Carl, al persistir en su obsesión por atrapar a Kevin, muere en las inhóspitas tierras en las que se condenó a vivir en soledad por aferrarse a su pasado y negarse a continuar adelante[59]. Y Randall, el envidioso colega de Sulley termina desterrado en el mundo de unos humanos a los que ya no asusta.

Como se puede apreciar, la personalidad e intereses de este director están en la entraña de su producción. Los temas y aspectos de su obra, aunque similares a los de sus compañeros también muestra una nostalgia de la inocencia ya no sólo del pasado, sino una inocencia similar a la infantil, sin apartase de la realidad que un adulto debe asumir. La apertura a otras personas y el viaje hacia sitios maravillosos en los que se asume con naturalidad lo imposible, revela la propia lucha de Docter con su timidez: "como artista, me parece que cuanto conozco a más personas, a pesar de que lo odio, eso me hace mejor y mejora mi arte"[60].

7.5.2. Influencias fílmicas

La obra cinematográfica de Docter revela una faceta metafílmica habitual en los directores de Pixar. En ella coinciden diversos géneros y autores que contribuyen a enriquecer estéticamente su trabajo. En el cine de este director no abundan referencias claras a otras películas, como en el caso de las cintas de Stanton, por ejemplo. Sin embargo, es innegable la diversidad de fuentes fílmicas que nutren su trabajo y la capacidad evocadora de su estética y su discurso. En el caso de *Up* es especialmente llamativo que la mayoría de críticos la asociaran a títulos tan dispares como *Dumbo* (Norman Ferguson y

[58] Una muestra más del interés de Docter por este asunto es el primer tratamiento de *Monstruos S.A.*, al que se ha hecho referencia en el apartado correspondiente a este filme.
[59] Cfr. ELFMAN, Mali, "Interview with Up Director, Pete Docter", en: *Screen Crave.com*, 27 de mayo de 2009 http://screencrave.com/2009-05-27/interview-with-up-director-pete-do
[60] MORING, Mark "What's *Up*, Doc(ter)?", en: *Christianity Today*, 26 de mayo de 2009 http://www.christianitytoday.com/ct/movies/interviews/2009/petedocter.html?start=1

otros, 1941), *El castillo ambulante*, *La Legión invencible*, (John Ford, 1949), *Fitzcarraldo* (Werner Herzog, 1982) o *Una historia verdadera* (David Lynch, 1999)[61]. Asimismo, el germen de *Up* se asocia con el corto francés *El globo rojo* (Albert Lamorisse, 1956), por el que el director de Minnesota siente fascinación[62]. Sin embargo, como se ha comentado antes, Docter acudió a filmes como *Casablanca*, *Vías cruzadas*, *Going in Style* (Martin Brest, 1979) para fijarse en su estructura narrativa, en la trama del sacrificio y en la estética opresiva de los momentos de soledad de Carl. Además de mostrar claras alusiones a que *¡Que bello es vivir!* (Frank Capra, 1946). Como es habitual para el trabajo de la pantomima y el balanceo de la casa volante recurrió a viejas películas de Charles Chaplin, Laurel y Hardy y a su trabajo en *WALL-E*[63].

7.5.3. La animación: su medio natural

La posibilidad de dar la impresión de movimiento a dibujos y personajes inertes, de manera que expresaran pensamientos, se convirtió en la razón principal que alentó el deseo de Docter de dedicarse a la animación desde muy temprana edad. La creación de personajes que sólo están en la cabeza del artista y proveerles de la ilusión de vida es en sus palabras "como jugar a ser Dios"[64]. Además, era una manera de poder materializar los mundos y aventuras que siempre había tenido en su mente y compartirlo con los demás. Asimismo, admira la capacidad de la caricatura de captar la esencia de las cosas y de los personajes y comunicarlo de manera sencilla. De hecho, en lugar de comenzar escribiendo para desarrollar una idea, como lo harían Stanton o Bird, Docter lo hace a través del dibujo. En su estética predominan los maestros de la animación como fuentes fílmicas esenciales. Al igual que Lasseter, Docter no desprecia el trabajo en acción real, pero manifiesta su satisfacción y deseo por seguir trabajando en el medio de la animación[65].

Entre sus directores preferidos se encuentran maestros de Warner Bros como Chuck Jones, a quien hace un homenaje en *Monstruos S.A.*, en la escena en la Sulley cree

[61] *Op. Cit*, IVAN Sophie, p. 80; *Op. Cit*, SANCHÉZ, Sergi, p. 31-32. *Op. Cit*., NOYEN, Jérémie.
[62] YANEÑEZ MURILLO, Manuel, "Emociones de Altura (2)", en: *Fotogramas.es*, 27 de julio de 2009 http://www.fotogramas.es/Peliculas/Up/Emociones-de-altura/Emocion
[63] En el caso de *Monstruos S. A.*, las fuentes literarias, que también hay en el *Up*, los críticos las han relacionado con autores como Dr, Seuss o Roald Dahl; Cfr., *Op. Cit*, COSTA, Jordi, p.11.
[64] GALLAGHER, Sharon "Interview with Pete Docter", en: *Radix Magazine*, 26:1, Berkeley, 1999. http://www.radixmagazine.com/page1PeterDocter.html
[65] Cfr. *Op. Cit*., NOYEN, Jérémie; *Op. Cit.,* ROBINSON, Tasha.

que Boo es triturada por el compactador de basura[66], y a Tex Avery, autor de su personaje de animación favorito, *Droopy* (1943), un tímido perrito, que parece tranquilo pero es muy listo y tiene la capacidad de conseguir lo que quiere, sin violencia pero con perseverancia. Asimismo, admira la pulida estética de Disney y coincide con Lasseter en preferir a *Dumbo* entre sus filmes más apreciados. Hasta aquí, es fácil reconocer la influencia entre el humor alocado de Warner y su atención al detalle de Disney en lo que respecta al atractivo visual de sus personajes y escenarios. Sin embargo, en este último aspecto, se puede reconocer también la influencia de Hayao Miyazaki. Docter, como el director nipón, tienen una manera especial de captar las cosas pequeñas de la vida ordinaria, la ternura del comportamiento y la fantasía infantil para trasladarla a sus relatos.

Monstruos S. A., por ejemplo recuerda a *Mi vecino Totoro* (1988), gracias a la candidez, naturalidad y ternura con la que Boo se relaciona con los monstruos de Monstruópolis. El encanto y confianza con el que interactúa con los niños monstruos es tan enternecedor y divertido como Mei retozando sobre el gran Totoro o persiguiendo a los duendes más pequeños. En *Up* se puede apreciar una influencia de esta película en los créditos finales. En ellos se aprovecha para contar al espectador qué ha pasado después con los protagonistas a través de fotografías de los personajes en su cotidianidad. En ellas resulta conmovedor ver la transformación de la vida de Carl, Russell y Dug. Asimismo, en la narración de *Mi vecino Totoro* y *Up*., la presencia de dos mujeres aparentemente ausentes en la trama, planea sobre las acciones de la película. En el caso de *Mi vecino Totoro* es la Sra. Kusakabe, madre de las protagonistas de la cinta, y en *Up*, Ellie que, como ya se ha comentado es un personaje omnipresente en la historia del filme. Por último, en *Up* se encuentran ecos del *El castillo ambulante*, no sólo porque el hogar de Howl es errante, aunque nadie tira de él y lleva a sus habitantes dentro. Ambas películas tienen como protagonista a ancianos que se convierten en la figura de cabeza de familias compuestas por miembros sólo unidos por el afecto y no por la sangre. Además, en ambas familias se cuenta con un perro que antes fue del villano de la historia.

Otro rasgo de su amor por el detalle, que le vincula a la filosofía de Pixar, es el de incorporar a la creación del mundo de la diégesis elementos de su vida y de los miembros del equipo. Un ejemplo de ellos es el número 18 de la casa de Carl, que corresponde al mismo número de hogar de sus abuelos. Los dibujos de la vivienda que aparecen en el diario de Ellie fueron hechos por la propia hija de Docter, que lleva el mismo nombre que

[66] Concretamente Docter alude al corto que Jones dirigió en 1953 *Feed the Kitty*. Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=pccO1RBJZL8

el personaje. La heladería en la que Carl y Russell toman un helado al final de la película, así como el centro comercial que está enfrente de la residencia del anciano, al comienzo de la historia, existen realmente en San Francisco. Otro aspecto más en los que reúne la realidad con la ficción.

7.5.4. La historia como eje del proceso creativo

Al igual que sus compañeros de Pixar, Docter comparte la creencia de que más allá de la tecnología y de una animación fabulosa, la historia es la clave de toda producción cinematográfica. Es la historia, la que a su juicio, orienta las elecciones del director y por tanto, él y todo el equipo deben estar en función de ella. Su trabajo consiste en entretener a la audiencia y para ello hay que contar "historias que conecten con la gente"[67]. Por eso, la sinceridad y la sencillez son elementos esenciales en la construcción del relato.

En lo que respecta a la creación de personajes, la sencillez permite hablar claramente de temas tan abstractos como, por ejemplo, el amor, la vejez o la muerte, extrayendo lo más específico de esos asuntos a través de vivencias concretas. Es decir, mediante un personaje particular que tenga un problema determinado para desarrollar aspectos que la audiencia pueda reconocer en su vida, sin importar si el personaje es un monstruo o un juguete. Esta es una perspectiva que Docter aprendió del director Frank Oz y que ha intentado llevar a cabo en sus películas. En sus palabras "cuanto más específico eres, comunicas las ideas de una manera más poderosa[68]. Por eso, aunque los conflictos de sus historias no muestran la complejidad de los filmes de Brad Bird, por ejemplo, no dejan de ofrecer una gran profundidad en su temática. Su interés por los personajes le lleva a cuidar de manera singular hasta a aquellos que son secundarios. Por ejemplo, los enfermeros de la residencia que vienen a buscar a Carl, en *Up*, son fruto del diálogo del director con su equipo sobre todos los aspectos de su personalidad y su pasado[69].

La sinceridad que ejerce en la creación de historia radica también en el modo llano en que ofrece su perspectiva de la vida, donde la esperanza y el optimismo parecen tener

[67] *Op. Cit.*, GILCHRIST
[68] *Op. Cit.*, NOYER, Jeremy.
[69] BROWN, Lane, "Up Director Pete Docter on His Next Project and Why Pixar Movies End Whit Chase Scenes", en: *New York Magazine*, 9 de noviembre de 2009.
http://www.nymag.com/entertainment/2009/11/up_director_pete_docter.html

una honda raíz. Aunque siempre ha expresado que no le gusta sermonear a nadie, resulta evidente la impronta que su fe en el cristianismo tiene en su obra[70].

En lo que respecta a los elementos de comedia en sus producciones, se deja guiar por estos ejes de los que se viene hablando: la sencillez y la sinceridad. El director de Minnesota procura explorar las posibilidades cómicas en los diálogos, en las acciones y en los escenarios, de un modo que parezca que surgen de manera natural de cada uno de ellos. En el caso de los personajes, procura que, aunque las líneas que digan no sean graciosas, resulten divertidas por el modo en que se pronuncian y por ser interpretadas por un personaje específico[71]. Por ejemplo, una frase como "puedo oleros", suena un tanto rara al oírla cuando Carl cree haber encontrado a una persona en el lugar al que acaba de llegar. Sin embargo, cobra todo su sentido al descubrir que esta frase está dicha por un perro. Y es que el humor de Docter también procede de las situaciones menos habituales, aunque basados en la verosimilitud de las situaciones y personajes. En este sentido, Docter se vale de la ironía para jugar con algunas prácticas habituales de la animación. En *Up,* los perros hablan gracias a un artilugio, recurso inusual en las películas de animación, en la que los animales son humanizados al darles esta capacidad. Dug, Alpha, Beta y Gamma, los perros de Muntz, se comportan como perros y expresan diálogos verosímiles en un perro. Asimismo, aprovecha la ironía para presentar situaciones como aquella en la que Mike, que es cíclope, se coloca una lentilla para poder ver correctamente o tan absurdas como que utilice un colador de cocina para proteger su ojo de alguna infección que le pueda transmitir Boo.

Otra de las claves del humor presente en los filmes de Docter es el modo en que aborda aspectos de los géneros o de películas clásicas con total fidelidad para después transformarlos mediante la parodia. Piénsese, por ejemplo, en el mundo de Monstruópolis. Este lugar está poblado por seres clásicos de la ficción. No obstante, se burla del modo en que la televisión ha hecho que los niños ya no se asusten como antes y eso les ha puesto en una situación de crisis energética. Y no sólo eso, los monstruos son los que realmente se aterran frente a los niños por su toxicidad. En *Up*, Alpha, el líder de los perros de Muntz, tiene una apariencia tan temible que recuerda a los sabuesos del conde Zaroff (*El malvado Zaroff*, Ernest Schoedsack & Irving Pichel, 1932) [72]. Sin embargo, el hecho de que su voz ridícula -como si hubiese inhalado helio a causa de un cable suelto- sea incapaz de aterrar a

[70] Cfr. *Op. Cit.*, MORING, Mark; GALLAGHER, Sharon; Cfr. *Op. Cit.,* LERMAN, Gabriel, p. 44.
[71] Cfr. *Op. Cit.*, NOYER, Jeremy.
[72] Cfr. *Op. Cit.*, CASAS, Quim, p. 41.

nadie, produce una gran hilaridad y contrasta con la función para la cual ha sido entrenado. Cuando Carl decide defender a sus amigos se atavía como John Rambo, pero en lugar de usar una ametralladora se arma con su bastón y su munición no es otra que la banda de insignias obtenidas por Russell como explorador.

7.5.5. Director de niños

Pete Docter tiene la habilidad de entender la mentalidad infantil y los niños son parte esencial de su filmografía, como se ha venido diciendo. Por eso, más que cualquier otro director de Pixar ha tenido que enfrentarse al reto de dirigirlos, ya que sus filmes tienen, al menos, un protagonista infantil[73]. Las edades de estos pequeños han sido tan cortas como los dos años y medio de Mary Gibbs, quien dio su voz a Boo, la co protagonista de *Monstruos S.A.* Incluso ha dirigido a su propia hija Ellie, que entonces tenía siete años, para interpretar vocalmente al personaje infantil que lleva su mismo nombre en *Up*. El resultado es de una tremenda naturalidad. Como afirma Andrew Stanton, Docter tiene la capacidad de captar el encanto infantil[74]. Asume la dirección de niños como un juego. La mayoría del talento con el que ha trabajado no son profesionales, así que intenta ayudarles al máximo para que no pierdan su espontaneidad[75]. De hecho, en la escena en la que Russell es columpiado por Kevin y le hace cosquillas, Docter estaba haciendo lo mismo con Jordan Nagai, el niño que lo interpretaba[76]. Y si necesitaba que estuviese especialmente emocionado, lo ponía a correr y a continuación a decir sus líneas. En el caso de su hija, le recordaba cómo era su hermano con ella, cómo la molestaba a veces para conseguir de ella ese trato avasallador de Ellie frente a Carl. En el caso de Boo, le puso varias actividades y juegos para conseguir el resultado que se puede ver en la película.

[73] Andrew Stanton tuvo ocasión de dirigir a Nicholas, el hijo de Brad Bird en la interpretación vocal de unas de las tortugas infantiles de *Buscando a Nemo*, en donde también hay otros personajes infantiles muy breves. Del mismo modo, Brad Bird tuvo que dirigir a Spencer Fox, quien prestó su voz a Dash, así como a su propio hijo Michael, en el papel del vecinito de la familia Parr, Rusty, en *Los Increíbles*.
[74] Cfr. *Op. Cit.*, COHEN, David, p. 32-33.
[75] Cfr. CORLLIS, Richard, "Up, Up and Away: A new High for Pixar": en: *Time*, 28 de mayo de 2009. http://www.time.com/time/printout/0,8816,1896685,00.html
[76] No en vano, el propio Docter hacía la voz de Kevin en la película.

7.5.6 Proceso de creación como un camino de descubrimiento

Según la productora Darla K. Anderson, Pete Docter tiene, al igual que Lasseter una gran inteligencia y una insaciable curiosidad: ambos entienden los códigos básicos y los aspectos técnicos de un filme, pero siempre se mantienen preguntando. Quieren saber cuáles son sus limitaciones y Docter siempre apunta cada cosa que no debe olvidar[77]. En el fondo, es una persona detallista que se identifica con la cultura del trabajo bien hecho que se cultiva en Pixar. Asimismo, otra de sus cualidades es su capacidad de escuchar a los demás y no defenderse de las observaciones o correcciones que se hacen a su labor[78]. Esto se debe a que aprecia la naturaleza colectiva del proceso creativo en los filmes del estudio. Al fin y al cabo estas películas "son un reflejo de las personas trabajan en ellas"[79]. Todos los integrantes del equipo de producción son fuentes de luces nuevas que le ayudan a encontrar asuntos no considerados en el desarrollo de su trabajo y por eso lo valora[80]. Cada una de las fases de producción aporta algo nuevo a su creatividad. En ocasiones tiene que volver al principio para evaluar lo hecho hasta el momento.

La elaboración de una obra artística es para este director un camino de descubrimientos, una zona desconocida por explorar, una tarea de observación continua de la realidad. En esta labor encuentra que vivencias e ideas que creyó inservibles en el pasado, de pronto hacen funcionar otro proyecto en el que está trabajando. Y es que la inspiración está en el propio progreso del trabajo. Por ejemplo, el personaje de Dug se había creado para otra película que había pensado Bob Peterson y las situaciones infantiles como cuando Boo canta dentro del baño mientras Sulley le espera afuera es una anécdota que vivió Julie, la esposa de Andrew Stanton, con la hija de ambos.

Para finalizar este apartado cabe reproducir una cita de Pete Docter al terminar la difícil producción de *Monstruos S.A.*, que expresa el gusto del director por su trabajo y la confianza en el proceso creativo: "Me gusta correr dentro de este túnel, confiando en que llegaré el final al que me dirijo. Hay un punto en mitad de él que es realmente oscuro. No hay luz desde donde vengo ni hacia donde voy, pero todo lo que puedo hacer es seguir corriendo. Entonces, comienzo a ver una pequeña luz y luego otra. Y, de pronto, estoy fuera bajo la luz del sol"[81].

---

[77] Cfr. *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 195.
[78] Cfr. *Ibid.,* p. 194.
[79] *Op. Cit.*, GILCHRIST, Todd.
[80] Cfr. *Op. Cit.*, NOYER, Jérémie.
[81] *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p.199.

Pete Docter es un artista cuya comprensión de la imaginación infantil le permite hablar tanto a niños como a adultos, y además puede llevar a este último a zonas donde la realidad se junta con la aventura, la maravilla, la ternura y la acción. Sus estrategias narrativas para llegar a ambos públicos encuentran su base en las ilusiones del alma de los más pequeños y la combinación de tramas que involucran a personajes adultos con chiquillos. Con un humor muy limpio y para todos los públicos, en el que, además, se apela a la personalidad de los personajes, a los guiños a los géneros y a la cultura popular.

CAPÍTULO 8. BRAD BIRD

(*Los Increíbles* y *Ratatouille*)

Después del éxito de las dos entregas de *Toy Story, Bichos* y *Monstruos S.A.*, los directivos de Pixar querían renovarse, no acomodarse en un tipo de cosas que ya funcionaban. Por eso, buscaron fuera de la empresa a un talento capaz de brindarles esa sabia nueva que necesitaban. Así llegó Brad Bird a las instalaciones de Emeryville, en donde ha conseguido introducir la visión del cine de autor[1]. Director, guionista, animador, actor y productor ha sido catalogado como un cineasta excepcional, que tiene la rara habilidad de aportar complejidad, intimidad, ternura e integridad a su obra, en donde sus personajes expresan sentimientos complejos y emociones identificables[2].

El presente capítulo tiene como finalidad exponer la biografía de este director, determinar las claves de su trabajo y los aspectos en los que se identifica con la filosofía de Pixar. Para ello, se comenzará por abordar sus años formativos, sus comienzos en la animación televisiva y su trabajo cinematográfico, apartado en el que se hará hincapié en las obras realizadas fuera de Pixar, ya que éstas últimas serán tratadas con más detenimiento en la parte en la que se examinarán los rasgos que definen el cine de Brad Bird.

8.1. Etapa formativa y primeros trabajos

Phillip Bradley Bird, Brad Bird, nació en Septiembre de 1957, en Kalispell, Montana, en el seno de una familia numerosa[3]. Sus padres Phillips y Marjorie Bird tenían tres hijas más: Leslie, Susan y Kathy. Juntos se trasladaron a Corvallis, Oregon, donde transcurrió gran parte de la infancia y adolescencia del director hasta que se graduó en el

---

[1] Cfr. *Op. Cit.*, PRICE, David A., p. 19.

[2] Cfr. FEENEY, F.X., "Brad the Bard: Animating Poetry and Stagecraft with Brad Bid", en: *Wrriten By*, WGAW, Hollywood, nº 5, 2008, p. 51; SRAGOW, Michael, "Iron Without Irony", en: *Salon.com*, 5 de agosto 1999, en: http://www.salon.com/ent/col/srag/1999/08/05/bird, Cfr. ROBINSON, Tasha, "Brad Bird", en: *AV Club*, 3 de noviembre de 2004, [agosto 2010].: http://www.avclub.com/articles/brad-bird,13899/.

[3] La fecha exacta del nacimiento de Brad Bird varía según las fuentes entre el 11 y el 26 de septiembre.

instituto local. Sus inclinaciones artísticas se manifestaron desde muy pronto, especialmente su predilección por el cine.

Cuando tenía tres años, sus dibujos mostraban la particularidad de ser secuenciales. Es decir, describían diferentes acciones que tenían que ser vistas en un cierto orden, como un cómic. Además, no conforme con esto, el pequeño Bird apilaba sus bosquejos y mientras los mostraba uno a uno a los demás, hacía las voces y explicaba en voz alta la historia, como si se tratara de un *pitch* para conseguir el desarrollo de una historia en una productora[4].

A la edad de once años, comenzó su primera obra cinematográfica. Sin ninguna tutoría y sólo con la guía de un folleto sobre cómo se hacen los dibujos animados y un libro del animador Preston Blair[5], Bird hizo todos los dibujos de su corto, así como la labor de producción. El resultado es una cinta de quince minutos de una adaptación, escrita por él, de la fábula *La tortuga y la liebre*, aunque con algunas variaciones importantes: transformó a la honrada tortuga del cuento original en el villano de la historia y cambió el triunfo del quelonio por un empate entre los contrincantes. Además, la dinámica de la narración hizo que la cinta terminara siendo, en palabras del propio director, "la versión fílmica del *Correcaminos*"[6].

En el primer año de la producción de este filme, Bird fue presentado al compositor de Disney, George Bruns, quien le invitó a visitar el estudio para darle un *tour* por sus instalaciones. Una vez allí, conoció a figuras de la animación como Frank Thomas y Ollie Johnston. Éstos al saber que el chico había comenzado su primer proyecto de animación, le sugirieron que volviera para enseñar su trabajo cuando lo terminara[7]. Tres años después de este encuentro, recibieron una copia de la película, que el joven director había terminado el día antes de cumplir catorce años. La impresión que causó su obra en los de Disney fue tan buena, que le ofrecieron unirse a un programa no oficial de mentores. Durante su

---

[4] Cfr. CARTWRIGHT, Nancy, "Nancy Cartwright Chats Whit Brad Bird", en: *Animation World Network*, 30 de junio de 2009, [septiembre 2009]. http://www.awn.com/articles/people/nancy-cartwright-chats-with-brad-bird. Cfr. CHUMO, Peter N., "The Incredibles, Written by Brad Bird", en: *Creativescreenwriting*, Creative Screenwriting, Hollywood, nº 5, noviembre-diciembre, 2004, p. 22.

[5] Preston Blair (1908-19995), animador estadounidense que trabajó en los mejores estudios de animación de la época dorada del medio, como Disney, en donde participó en la animación de Mickey Mouse, en la historia de *El aprendiz de brujo* de *Fantasía*. Bird no ha especificado el libro que le ayudó en su primer trabajo. Sin embargo, se pueden citar las últimas ediciones de algunos los textos de Blair: *Cartoon Animation* (1994), *Animation 1*: *Learn to Animate* o *Advanced Animation* (2003).

[6] FOLEY, Jack, "The Incredibles, I Like Genuine Jeopardy in Movies", en: *Indie London*, [julio 2010]. http://www.indielondon.co.uk/film/incredibles_feat.html

[7] Cfr. *Op. Cit.*, CHUMO, Peter N., p. 22. Cfr. CHEM, San, PADILLA, Chris, "Wheere Grat Mind Meet, Brad Bird's Super-Insights on *The Incredibles*!", en: *AnimationTrip.com*, [agosto, 2010]. http://www.animationtrip.com/item.php?id=257 .

participación en estos cursos, Bird tuvo como profesores a leyendas del estudio como Eric Larson y muy especialmente Milt Kahl, su principal preceptor[8].

A los quince años, comenzó su segundo cortometraje, *Ecology American Style*, una producción mucho más ambiciosa que la anterior, realizada a color. Los primeros cuarenta y cinco segundos de la cinta mostraron una calidad impresionante. La gente de Disney se entusiasmó con el trabajo, por lo que le facilitaron algunas herramientas profesionales para que continuara desarrollando la película, así como un borrador del libro *Composing Pictures* de Don Graham, que para ese entonces, estaba todavía sin publicar[9]. A pesar de tener este respaldo, Bird no llevó a término la película y se dedicó a otras aficiones más propias de un adolescente, como colaborar con el periódico del colegio, la fotografía, el fútbol y el teatro, una de sus mayores pasiones en aquel momento[10].

En 1975, Bird se graduó en Corvallis High School y se marchó a CalArts, donde Disney le había ofrecido una beca para cursar el Programa de animación de personajes. En los pasillos y aulas de esta escuela, el joven Bird dio muestra de su talento y capacidad de trabajo, pero también de su inconformismo, de su entusiasmo innovador y de su pasión por el mundo del cine. Tenía la creencia de que la animación podía contar más que cuentos infantiles, idea que compartía con su compañero de clases, John Lasseter, quien recuerda que Bird "hablaba toda la noche sobre Scorsese y Coppola y cómo él podía hacer en animación lo que estos directores habían producido en acción real"[11]. Pero la estancia de Bird en la escuela de Valencia duró sólo dos años, debido a que aceptó una plaza de animador en Disney.

La experiencia en este estudio no fue lo que el joven cineasta esperaba. La atmósfera burocrática que se había generado en Disney, tras la muerte de su fundador comenzaba a hacer incomodo el ambiente de trabajo. Los Nueve ancianos se habían ido retirando. La resistencia al cambio por parte de directivos y creativos comenzó a hacer

---

[8] Para más información sobre la obra de Milt Kahl (1909-1987), ver: http://www.imdb.com/name/nm0434724/; http://legends.disney.go.com/legends/detail?key=Milt+Kahl y http://www.vimeo.com/4215260 La impronta que Milt Kahl dejó en el joven Brad ha sido imborrable y se resume en una ética del trabajo que consiste en no darse por satisfecho. Plantearse la manera de aprovechar todo el potencial de una escena y llevarla a su máxima expresión. Observar qué tipo de movimiento puede revelar el carácter del personaje, qué manera de abordarlo visualmente, a partir de la observación y la experimentación. Cfr. *Op. Cit.* CHEM, San, PADILLA, Chris.

[9] Con los años, este libro se convirtió en un clásico de composición para animación, que se ha reeditado treinta años después de su primera publicación, siendo elogiado por grandes animadores como Chuck Jones. Su autor, Don Graham (+1976) fue un artista del dibujo, que tuvo un papel muy importante en la formación de animadores, específicamente en la animación de personajes, cuando encabezaba el programa de entrenamiento para empleados de Disney en la década de los 30. Para conocer su trabajo ver: http://www.donaldwgraham.com/ y http://www.animationarchive.org/bio/2005/12/graham-don.html

[10] Cfr *Op. Cit.*,. PAIK, Karen, p. 233.

[11] Cfr. *Op. Cit.* PRICE, David A., p. 217.

mella en los ánimos de varios animadores jóvenes, que intentaban encontrar en la empresa los cauces que les permitieran hacer películas diferentes a las que se venían haciendo. Brad Bird, por su parte, se unió a los *Mouseketeers*, una de las facciones creadas entre los artistas de la productora para defender la calidad de los proyectos y la necesidad de innovación[12]. Pero esta vinculación sólo le valió la fama de agitador. A finales de la década de los 70, las diferencias creativas entre Brad Bird y la compañía llegaron a ser irreconciliables, al punto de que el estudio rescindió su contrato[13]. Era el momento de buscar nuevos horizontes fuera de Disney, donde había participado como animador, sin crédito, en *Tod y Toby* (1981).

Bird era consciente de que hacer un camino propio en el mundo de la animación no sería fácil. En aquel momento, Disney dominaba el sector y fuera de allí no había muchas opciones de hacer este tipo de cine. Por eso, invirtió su dinero en hacer *A Portfolio of proyects,* un conjunto de ideas para realizar cortos y largometrajes, a fin de encontrar un productor que quisiera desarrollarlas[14]. Mientras su plan comenzaba a dar frutos, trabajó como animador en dos producciones de bajo presupuesto, *Animalympic* (1980) de Steve Lisberger[15] y *The Plaged Dog* (1982) de Martin Rosen[16].

Entre las innumerables puertas que Bird tocó en busca de trabajo se cuenta la de la división de informática de Lucasfilms, que más tarde se convertiría en Pixar. En aquel tiempo, esta empresa estaba buscando profesionales para sacar adelante un proyecto de composición digital, encabezado por Ed Camull y Alvy Ray Smith. Bird tenía talento, pero no poseía conocimientos técnicos suficientes para ser contratado. Dos décadas después, volvería para quedarse… Entre tanto, el director fue uno de los guionistas de *La mayor atracción* (1985), un capítulo de la serie de televisión *Historias asombrosas*, producida por Steven Spielberg[17]. Esta historia de acción real fue escrita junto a Mike Garris, creador del

---

12 Estos grupos tenían distintas manera de enfocar la situación en Disney por lo que había cierta rivalidad entre ellos. Cfr. SITO, Tom, "Disney's The Fox and the Hound: The Coming of the Next Generation", en: *Animation World Magazine*, AWM, noviembre de 1998, [febrero 2008].
http://www.awn.com/mag/issue3.8/3.8pages/3.8sitofox.html

13 En ese momento se marcharon de Disney animadores de la talla de Don Bluth, Gary Goldman, John Pomeroy, Andy Gaskill, Bill Kroyer, Dan Haskett, entre otros.

14 Entre las propuestas que lo integraban se puede destacar una adaptación animada de *The Spirit*, de Will Eisner.

15 Parodia de los Juegos Olímpicos, en la que los atletas están representados por animales. Este filme no llegó a estrenarse en la salas de cine de Estados Unidos, sino en televisión. Con el tiempo, se ha convertido, para algunos, en una película de culto.

16 Intenso drama, basado en el libro homónimo de Richard Adam, cuenta la historia de amistad entre dos perros que se escapan de un centro de experimentos con animales y que luego son perseguidos cuando se piensa que son los lobos que han atacado a unas ovejas.

17 *Historias Asombrosas* es una de las series más célebres de la televisión estadounidense, que se emitió durante las temporadas de 1985 a 1987. Estaba compuesta por episodios cuyo hilo conductor era la fantasía. Cada entrega de la serie contaba una historia con principio nudo y desenlace y no tenía nada que ver con el capítulo siguiente, de modo que no había continuidad entre ellas. Otras de las características por las que se distinguió

argumento del largometraje *Nuestros maravillosos aliados* (1987), del que Bird hizo el primer borrador, antes de dejarlo para dedicarse por completo a la producción de *Perro de familia* (1987), su primer proyecto para el gran público[18].

8.2. Animación televisiva: *Perro de familia* y *Los Simpsons*

Mucho antes de comenzar a trabajar en *Historias asombrosas*, Bird había contactado con Steven Spielberg para enseñarle *A Portfolio of Proyects*. En ese primer momento, una de sus propuestas para realizar un cortometraje llamó la atención del productor y director. Se titulaba *Perro de familia*, una historia original de Bird, que contaba, desde la perspectiva del perro protagonista, cómo éste se convertía en el cabecilla de una banda de ladrones, después de asistir a una escuela para perros guardianes[19].

Spielberg se entusiasmó con la idea y quiso ver los *storyboard* para estudiar su viabilidad económica. La presentación del proyecto, en esta fase del desarrollo, le gustó mucho. Sin embargo, el modelo económico de un cortometraje para el cine, que era el objetivo de Bird, no hacía factible su producción. Años más tarde, cuando *Historias Asombrosas* llevaba un par de años de emisión, Bird aprovechó para enseñar a Spielberg su nueva versión de *Perro de familia*. El productor quedó encantado con las modificaciones y sugirió convertir la historia en un episodio de la serie. Así, Brad Bird escribió el guión, dirigió y coprodujo el capítulo[20].

La emisión de *Perro de Familia* fue una de las últimas del programa y se distinguió del resto de sus entregas en muchos aspectos: fue el único episodio en no ser producido a través de Universal y el único realizado en animación. Eso permitió a Brad Bird, dirigir una obra muy personal, con gran libertad creativa y contar con un gran presupuesto, que se hacía un poco insuficiente para los planes del director con esta historia. Pero como le ocurriría en tantas otras ocasiones, este aspecto y el ajustado calendario terminaron siendo un estimulo usado a favor del filme y del desarrollo de sus propias habilidades como

---

fue por los nombres que firmaban cada una de las historias. Entre ellos se puede mencionar cineastas de prestigio, que incluían, al propio Spielberg, Clint Eastwood, Martin Scorsese, entre otros.

[18] Brad Bird comparte crédito como guionista de este largometraje con Matthew Robbin, Brent Maddock y Steve Wilson.

[19] Este episodio esta disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=3U_hqEkk674

[20] Bird contrató a Tim Burton para que le ayudase con algunos bosquejos para las viñetas del *story*, ya que éste se había encargado de diseñar los personajes cuando realizaron la primera prueba para *A portolio of Projects*. El resto de los dibujos los terminó el propio Bird, siguiendo el estilo de su amigo, razón por la que algunas veces, ha tenido que escuchar que algunos atribuyan la autoría de *Perro de familia* a Burton

cineasta, puesto que consiguió hacerla tal y como la quería y con menos dinero que el resto de capítulos del *show*.

Por otra parte, el corto fue muy bien valorado por su originalidad. En primer lugar, la historia, narrada desde la perspectiva del perro, contrastaba con otras producciones protagonizadas por animales, como por ejemplo *Garfield* (Jim Davis, 1978-1993), ya que el personaje creado por Bird no cuenta lo que siente, sino que lo comunica a través de sus gestos y movimientos. El diseño y la caracterización, pero sobre todo el *acting* jugaron un papel excepcional para imprimir en el dibujo un amplio repertorio de gestos que trasmitieran "pensamientos" y "sentimientos" identificables, que en el caso del ladrón canino era resaltado por unas cejas muy expresivas.

Pero la gran baza del éxito de este episodio radicaba en su puesta en escena. Los encuadres, los ángulos de cámara, el uso de la profundidad de campo, la iluminación y el montaje eran realmente novedosos en el ámbito de la animación televisiva de aquel momento, que tenía un estilo visual más bien rudimentario con el fin de abaratar costes y acortar los tiempos de producción. Entonces, como recuerda Bird, "cada historia comenzaba con un plano general, se usaban planos medios cuando alguien se movía y primeros planos para cuando algún personaje hablaba y todo se hacía a nivel de los ojos"[21]. En cambio, en el estilo cinematográfico de *Perro de familia* se puede notar ciertos ecos del expresionismo alemán, gracias al juego de luces y sombras, la cámara usa picados y contrapicados que acentúan la narración, desde el punto de vista del perro. Los *gags* visuales están aprovechados al máximo, gracias a una interpretación de los personajes totalmente empática. La edición revela un gran dominio del ritmo y de los recursos disponibles. En el apartado de sonido también hubo novedades. *Perro de familia* es la primera producción en grabar digitalmente la banda sonora en un canal de televisión[22]. Además, recupera el uso del diálogo en *off,* que no se usaba desde hacía tiempo en animación. Por último, en el ámbito musical, Danny Elfman se encargó de que los temas compuestos para la historia apoyara el estilo único de la narración[23]. Otra de las bondades de esta pieza es que su humor y estética está orientada más a los adultos que a los niños, público habitual de la animación televisiva de entonces.

---

[21] *Op. Cit*. CARTWRIGHT, Nancy.

[22] Cfr. *Ibid.*

[23] Los productores de la cinta quisieron desarrollar el episodio en forma de serie, pero Bird declinó la oportunidad de trabajar en el *spin-off*, pues creía que sería imposible mantener la calidad del original en una serie semanal; sobre todo, si para abaratar costes, se iba a encargar la animación a estudios en el extranjero. Años más tarde, esto trajo como consecuencia que algunos ignoraran su autoría en la historia original, otorgando todo el mérito al productor ejecutivo del programa, su amigo Tim Burton.

En 1989, los creadores de *Los Simpsons*, James Brook, Matt Groening y Sam Simon, estaban tratando de ampliar sus personajes más allá del formato de un minuto de duración que tenía en el *Show de Tracy Ullman*[24]. Cuando Brook y Simon vieron el innovador estilo del episodio de *Historias Asombrosas*, contrataron a Bird como consultor ejecutivo, con el fin de darle un estilo cinematográfico a la serie. La labor del cineasta en *Los Simpsons* se desarrolló durante las primeras ocho temporadas del programa, en las que demostró su habilidad para sondear los *storyboards*. Miraba cada capítulo de media hora como películas en miniatura e insistía a los artistas a su cargo que vieran filmes de Kubrick y Wells en busca de inspiración para intentar nuevas maneras de presentar cada escena.

Durante su dedicación como consultor, Bird también consiguió animar y dirigir un par de capítulos de *Los Simpsons*, concretamente, *Like After, Like Clown* (1990) y *Krusty Gests Busted* (1991). Ambos, tenían como protagonista al payaso Krusty, su personaje favorito, por ser uno de los más complejos de este programa[25]. Asimismo, Bird dirigió el vídeo musical *Do the Bartman*, que correspondía a la canción promocional del disco de la serie, *The Simpsons Sing The Blues*, que se lanzó en septiembre 1990. El tema fue escrito y producido por Matt Groening y Michael Jackson[26].

Como todos los proyectos en los que Bird se ha involucrado, *Los Simpsons* destaca en la historia del cine de animación. En primer lugar, por ser la serie de dibujos animados que tiene el mérito de haber devuelto las *sitcom* animadas al *prime time*. Y, en segundo lugar, recuperó la audiencia adulta para la animación. Como el propio director ha expresado, los profesionales implicados en esta producción estaban cambiando las reglas de la animación televisiva de entonces: "La audiencia está siempre allí, pero nadie tenía la visión que les permitiera darse cuenta de que había adultos a los que les gustaba la animación"[27]. Por otra parte, se puede decir que, aunque participara en el terreno visual del programa, su labor en *Los Simpsons*, donde el contenido está orientado a una audiencia amplia, también le sirvió de entrenamiento para desarrollar su manera peculiar de contar historias a niños y adultos en un mismo contenido. Además, *Los Simpsons* fue para el director una verdadera escuela, "el

[24] Sobre el proceso de transformación de *Los Simpsons* de un corto de un minuto a la serie de media hora ver: *Op. Cit.*, NEUWIRTH, Allan, pp. 33-41.
[25] Cfr. *Op. Cit.* ROBINSON, Tasha.
[26] Para ver el vídeo *Do the Bartman* ver: http://www.dailymotion.com/video/x9hrxz_bart-simpson-do-the-bartman_shortfilms Esta no sería la primera vez que Bird se viera involucrado en el mundo del *vídeo clip*. En 1986 escribió junto a Francis Ford Coppola y George Lucas, *Captain EO*, una cinta de 70mm, en 3D, protagonizada por Michael Jackson para Disney. Cfr.*Op Cit.* PRICE, David, p. 219.
[27] *Op. Cit.,* ROBINSON, Tasha.

mejor curso intensivo de *storytelling* al que podría haber asistido", según ha declarado[28]. La dinámica de la producción de la serie le enseñó a anticiparse a los problemas narrativos desde la fase de *storyboard,* lo que le resultó muy útil en la filmación de su primera película[29].

Durante la etapa televisiva de su carrera, Brad Bird pudo afianzar sus convicciones sobre las posibilidades de la animación, madurar su concepción de la imagen y trabajar en historias rompedoras[30]. Además de asesorar al equipo de *Los Simpsons*, Bird fue consultor de dos series más, *El rey de la colina* (Mike Judge, Greg Daniel, 1997-2009) y *El Crítico* (Al Jean, Mike Reiss, 1994-1995).

8.3. Su primer largometraje: *El gigante de Hierro*

Durante su etapa televisiva, Bird no cesó en su empeño por dirigir un filme para el cine. Las continuas fusiones y cambios empresariales de Hollywood le obligaban a adoptar una estrategia orientada a mantener sus propuestas actualizadas entre los directivos de turno. En 1993, se vinculó por poco tiempo a la dirección de una comedia de acción real titulada *Brothers in Crime* para New Line Cinema. A mediados de los noventa consiguió un contrato con Turner Pictures, que le presentó la posibilidad que estaba esperando para abrirse paso en el mundo de la dirección fílmica, ya que era probable que desarrollara su versión cinematográfica de *The Spirit*, así como otro proyecto titulado *Ray Gunn*, una historia futurista con influencias del cine *noir*, que trataba sobre "cómo se imaginaban el futuro en 1939"[31]. Pero, el guión de esta historia quedó inacabado cuando esta empresa fue absorbida por Warner, en 1996. Por fortuna, este cambio en los planes de Bird significó el surgimiento de la posibilidad de dirigir su primer largometraje de animación. Se trataba de una historia infantil escrita por el autor inglés Ted Hughes, publicada en 1968, *The Iron Man*. Esta obra, de temática pacifista, narra la amistad entre un gigante de metal que comía robots y el hijo de un granjero[32].

En 1989, Pete Townshend de la banda *The Who* hizo un álbum basado en el libro, por lo que Warner, dueña de la discográfica que había producido este material, pudo obtener los derechos de la obra con el objetivo de hacer un musical animado. Por esa

[28] OAKES, Keily, "The 12 –year Incredible Journey" en: *BBC News Entertainment Report*, 28 de octubre 2004, [mayo 2010] http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/3959829.stm
[29] Cfr.*Op. Cit.,*ROBINSON, Tasha.
[30] Cfr. *Op. Cit.,* FURMANCZYK, Mario.
[31] *Op. Cit.*, FEENEY, F. X., p. 52.
[32] En 1993, Hughes publicó una breve secuela llamada *The Iron Woman*, pero esta vez con un mensaje ecologista.

época, Disney había triunfado con la producción de contenidos y el resto de estudios seguían esta tendencia[33]. Pero Bird quería hacer algo distinto, así que consiguió que Warner desechara la idea de realizar el musical y decidiera hacer una historia cuya idea partiera de la siguiente hipótesis: ¿Qué pasaría si un arma tuviera alma y decidiera que no quiere hacer daño a nadie?[34]. Es justo decir, que este logro no fue tarea fácil, pues los productores no encontraban en la historia posibilidades para la explotación de *merchandising* y sugirieron que se añadieran nuevos personajes al guión, concretamente personajes de alivio cómico o *sidekicks*[35].

Ésta no sería la única dificultad que la producción de *El gigante de hierro* presentaría al director. La mala experiencia que Warner había tenido con *La espada mágica: en busca de Camelot* (Frederick Du Chau, 1998), estigmatizó el filme de Bird hasta el punto de recibir un escaso presupuesto y una discreta promoción. Por otra parte, el estudio decidió contratar a Tim McCanlies para que escribieran el guión, labor que Bird quería realizar en solitario[36]. No obstante, la colaboración entre los guionistas fue satisfactoria mientras trabajaron juntos, aunque el asunto de la autoría trajo un nuevo disgusto para el director y para el coautor: el estudio acreditó sólo a Tim McCanlies en el apartado de guión, debido a que lo había contratado para este fin, ignorando lo realizado por Bird en media docena de versiones, desde la despedida de McCanlies hasta el fin de la animación de la historia completa y por las que no había recibido remuneración alguna. En aquel momento, los guiones en animación no estaban contemplados dentro del alcance de la asociación Writers Guild's Animation y el guión nunca fue enviado para ser arbitrado, por lo que el estudio tuvo la última palabra en este punto[37]. Con el paso de los años, su intervención en la

---

33 El patrón narrativo de los largometrajes animados de entonces consistía en al menos cinco canciones que establecían el conflicto del protagonista, la relación amorosa presente en la trama, las motivaciones del villano y otras que resaltaba el tema de principal de la historia. Además, este modelo explotaba la acción cómica de los compañeros del personaje principal (*sidekick*), usualmente interpretado por algún comediante famoso. Cfr. SIEGAL, Donald Alan, "Songs in Animated Features", en: *Animation World Magazine*, [julio 2009]. http://mag.awn.com/?article_no=1129

34 Cfr. "Making of, El Higante de Hierro", en: BIRD, Brad, *El Gigante de Hierro,* edición especial [DVD-Rom PC], Warner Home Entertainment, 2004. *Op. Cit.* DESOWITZ, Bill.

35 Cfr. MILLER, Bob, "Lean, Mean Fighting Machine", en: *Animation World Magazine*, 31 de julio de 1999, [julio 2010]. http://www.awn.com/articles/people/lean-mean-fighting-machine-how-brad-bird-made-iron-giant

36 También se contrató a Brent Forrester, quien no obtuvo crédito como autor de este guión. Tim McCanlies es un guionista y director, nacido en Texas en 1953. Entre sus filmes se pueden citar: *Dancer Texas Pop* (1998), *El secreto de los McCaan* (2003) y *Alabama Moon* (2009). Como guionista televisivo ha escrito 160 capítulos de *Smallville* (2001-2009).

37 WGA reúne al gremio de escritores de Estados Unidos. Ver: http://www.wga.org El nombre de Bird aparece sólo como autor de la historia para la pantalla, pues el director la había registrado antes de presentarla a la productora. Cfr. *Op. Cit.*, FEENEY, F. X., p. 52.

escritura del guión de *El gigante de hierro* se ha ido dando a conocer, aunque no se ha incluido entre los créditos del filme.

La adaptación que Bird hizo del libro de Hughes, variaba respecto al texto original, como es habitual en estos casos[38]. El director ubicó el relato en 1957 y no en un pasado remoto como en el libro. Además, localizó la acción en el hipotético pueblo de Rockwell, en Maine, en Estados Unidos, en lugar de Inglaterra. También, eliminó al villano original y lo transformo en el agente federal Kent Mansley e incluyó nuevos personajes, como es el caso de Dean, el artista *beatnik* que ayudará a Hogarth, el niño protagonista, a esconder a Gigante de aquellos que lo quieren destruir.

La razón de estos cambios radicaba en la intención de Brad Bird de ambientar la narración en tiempos en los que existiera una cierta paranoia. En este caso, sobre la inminencia de una posible guerra nuclear. En Estados Unidos, durante la década de los 50 estaba en su apogeo la Guerra Fría y los temores de ser espiados por el *Sputnik* o por que ocurriera otro tipo de evento que amenazara la paz y la seguridad de los ciudadanos. Es el tiempo en que también estaban en boga las películas de monstruos y *aliens* que, de algún modo, se hacían eco de estas psicosis y a las que Bird quería rendir un homenaje. Asimismo, al situar la trama en un marco rural como el de Maine, se perseguía contrastar la inocencia con los temores relativos al avance tecnológico.

Pero los cambios más significativos de la historia para la pantalla radican en la temática. Cuando Ted Hughes escribió la historia original estaba tratando de explicar a sus propios hijos la muerte de su madre, la también escritora, Silvia Plath, haciéndoles ver el ciclo de la vida. En la historia de Bird el tema principal de la cinta, el "alma no muere", adquiere una mayor profundidad al mostrar otras implicaciones del hecho de tener un alma. Al atribuirle una cualidad espiritual al robot gigante, plantea asuntos como la libertad de elegir quién ser y qué hacer con las propias habilidades y talentos, que en el caso del robot es el poder destructor, que decide transformar en un poder protector del pueblo y del pequeño Hogarth[39].

Desde el enfoque narrativo de Bird, el relato se centra más en la relación entre Hogarth y el gigante. Explora la manera en que el muchacho debe hacerse cargo del robot y de su comportamiento inocente, aunque no inofensivo. Es como si tuviera que adoptar el

[38] Durante la producción Bird envío una copia del guión a Ted Hughes, quien respondió a través de una carta su agrado por la adaptación realizada por Bird.

[39] Cfr. *Op. Cit.*, SRAGOW, Michael. En el tratamiento de la historia escrita por Bird, la película termina con la muerte del robot, pero es Tim McCalies quien aportó las escenas de regeneración de la máquina, con el propósito de subrayar el tema de la inmortalidad del alma y la libertad de elegir dar lo mejor de uno mismo.

papel de padre de una criatura metálica y el gigante desempeñara el de un hijo "pequeño"[40]. Una perspectiva que guarda similitudes con el guión de *E.T.*, de Melissa Mathison: un niño que esconde a un amigo extraterrestre y le enseña cosas sobre la Tierra. En el filme de Bird, Hogarth ayuda a esta máquina, que ha sido construida para otro propósito, a encontrar un lado diferente de sí mismo[41].

A pesar de las dificultades de producción a las que se ha aludido anteriormente, Bird gozó de gran libertad creativa durante la realización de este filme. Creatividad que aplicó para hacer frente a las limitaciones de presupuesto y tiempo, así como a la inexperiencia de gran parte de su departamento de animación, que estaba integrado, entre otros, por estudiantes de CalArts[42]. La inclemencia del calendario obligó a Bird a dar a los artistas escenas enteras del filme, en lugar de asignar a una sola persona la responsabilidad de animar un personaje en particular, como era costumbre en este tipo de películas. Por eso, se hizo necesario que se estableciera un modelo que asegurara que el estilo de animación fuera homogéneo, a pesar de la habilidad y manera propias de hacer las cosas de cada dibujante[43]. No obstante, durante su estreno en 1999, la mayoría de los críticos coincidía en reconocer en *El gigante de hierro*, referencias al estilo más clásico de Warner, con *gags* visuales bien elaborados y una animación tendente a la caricatura, que expresaba los sentimientos de los personajes, en concordancia con la fuerza de la historia[44]. Como ya habría hecho en *Los Simpsons*, el director aprovechó la animática para trabajar no sólo la mecánica y dinámica de los planos, sino también los efectos especiales. La película mostró una narrativa audiovisual bastante cercana al cine de acción real[45].

La estética retro del filme sorprendió por su apariencia poco común en los largometrajes animados. Su paleta, que remitía a los viejos cómics de los cincuenta y a las

---

[40] Cfr. HOLLERAN, Scott, "Iron Lion, an Interviews with Tim McCanlies", en: *Boxofficemojo.com*, 16 de octubre de 2006, [agosto 2010]. http://boxofficemojo.com/features/?id=1257&p=.htm.

[41] Cfr. *Op. Cit.*, *Making of, El Higante de Hierro.*

[42] Cfr. BARRIER, Maichel, "Brad Bird, an Interview with Michel Barrier", 27 febrero 2005, en: *Michel Barrier. com, Exploring the World of Animated Films and Comic Art,* [agosto 2010]. http://www.michaelbarrier.com/Interviews/Bird/Bird_Interview.htm; **"**Tony Fucile Head of Animation for The Iron Giant", en: *Animation Artist Magazine*, [agosto 2010]. http://www.animationartist.com/2000/Interviews/Animators/Tony_Fucile/TFucile.html

[43] Esta metodología generó alguna que otra crítica, como la que haría el estudioso de la animación Michel Barrier, por estimarlo contraproducente para la interpretación del personaje, por parte de los artistas (*acting*). Cfr. BARRIER, Michael, "The Iron Giant and Other Disappointment", en: *MichaelBarrier.com*, [agosto 2010]. http://www.michaelbarrier.com/Essays/Iron_Giant/essay_iron_giant.htm

[44] Cfr. BLACKWELDER, Rob, "A Giant Among Animators, Boyish Director Brad Bird Celebrates the Silly and Serious Sides of Cartoons With his Brilliant Feature Debut", en: *Splicewire*, 19 de julio de 1999, [agosto 2010]. http://splicedwire.com/features/bradbird.html; *Op. Cit.* SRAGOW, Michael y *Op. Cit.* DESOWITZ, Bill.

[45] Cfr. DIVINE, Christian, "Art of the Heart", en: *Creative Screenwriting*, Creative Screenwriting, Hollywood, enero 2000, p. 3.

ilustraciones costumbristas de los artistas neoyorquinos como Norman Rockwell[46] o Edward Hopper[47], contrastaba con el colorido de otras producciones de aspecto más infantil[48]. También era inusual el hecho de que los planos fueran tomados en *wide screen*, un formato popularizado en las década de los 50. Asimismo, eran poco frecuente las estrategias empleadas por Bird para orientar su película a un público heterogéneo: detalles estéticos que remiten imágenes del pasado y el modo en que se imaginaban el futuro o el espacio, la diversidad de temas tratados y la hondura con la que los aborda, sin olvidar un humor para todas las edades, en el que no hay lugar para el cinismo o lo inapropiado.

A pesar de todas estas virtudes reconocidas por la crítica, la película fue un fracaso de taquilla, debido a la escasa promoción que Warner hizo de ella. El revés sufrido por Bird en su primera producción cinematográfica hizo que el sueño acariciado durante tantos años por él, tuviera un despertar agridulce. Por un lado, cineastas y entendidos alababan su trabajo y por la otra, el público no llenaba las salas para verla…[49] Con el paso de los años el filme se ha convertido en un título de culto, gracias a sus ediciones en vídeo y a sus emisiones en televisión.

8.4. Pixar: *Los Increíbles* y *Ratatouille*

En 2000, Bird decidió ponerse en contacto con John Lasseter, quien tiempo atrás le había propuesto unirse al equipo de Pixar. En aquella ocasión no había podido aceptar, debido a que se encontraba inmerso en la realización de *El gigante de hierro*. Ahora estaba dispuesto a reunirse con los directivos del estudio y presentarles una historia que había creado doce años antes, *Los Increíbles*. Se trataba de una familia de superhéroes, los Parr, a los que se les había obligado a vivir de incógnito, por ser considerados una amenaza para

[46] Norman Rockwell (1894-1978) pintor e ilustrador, es uno de los más famosos ilustradores de Estados Unidos. Su trabajo más conocido fue el realizado por más de cuatro décadas para *The Saturday Evening Post,* por su desempeño en Boys Scouts of America y por sus ilustraciones de libros, calendarios y varias publicaciones más.

[47] Edward Hopper (1882-1967) primer pintor realista de Estados Unidos. Trabajó varias técnicas, entre las que destacaban sus acuarelas. Retrató la vida moderna de su país a través de escenas rurales y urbanas en las que parecía detener el momento. Se le comparó con Rockwell, en lo que se refiere a la temática que les gustaba abordar, aunque Hopper tenía un estilo menos ilustrativo.

[48] Esta predilección por estos artistas neoyorquinos se vuelve a manifestar en *Los Increíbles*, donde, además remite a los cómics de la década de los 50, a las historias de superhéroes y al modo en que se imaginaba el futuro en esa época.

[49] 97% de aclamación, según *Rotten Tomatoes*. Cfr. http://www.rottentomatoes.com/m/iron_giant/ Además *El gigante de hierro* fue reconocida con nueve Annie Awards, uno de los premios más prestigiosos del mundo de la animación. En 2000 se alzó con el premio BAFTA como la mejor película infantil y en 1999 como mejor película animada por la Asociación de críticos de los Ángeles. Ver: www.imbd.com/title/tt0129167/awards

una sociedad que se niega a recibir su ayuda. Lasseter se "enamoró" del planteamiento del filme de inmediato[50]. Y es que los sentimientos y temas presentes en el relato eran tan universales que cualquier miembro de la audiencia podría identificarse con ellos.

Los Increíbles representó un reto exigente para todo el equipo técnico y artístico de Pixar, así como para el propio Bird. El filme fue el proyecto más grande, más elaborado y complicado de los realizados en ese estudio hasta ese momento. Ofrecía grandes problemas técnicos y de realización, como comenta Rick Sayre, el director técnico que supervisó la película, "la cosa más difícil de *Los Increíbles* era que no había una cosa difícil" [51]. Todo era costoso de lograr: fuego, agua, humo, vapor, explosiones y por primera vez, en una película Pixar, todos los personajes eran humanos. Además de estas dificultades, el filme recreaba el doble de localizaciones de las habituales y miles de planos diferentes.

Desde su estrenó el 5 de noviembre de 2004, *Los Increíbles* ganó otras marcas más dentro del mundo de las películas de Pixar: fue la más larga de las producidas por la empresa hasta la fecha, pero también fue la primera en ser calificada con las siglas PG, debido a sus escenas de violencia[52]. Aún así, tuvo un gran éxito de crítica y público, siendo uno de los títulos mejor valorados en la historia del estudio[53]. Entre otros importantes galardones, recibió el Óscar a la mejor película animada de ese año.

Mientras Bird se tomaba unas vacaciones como realizador, después de *Los Increíbles*, Pixar trabajaba en una nueva película, *Ratatouille*[54]. La idea original de Jan Pinkava, quien también había sido designado como director de la cinta, cuenta las peripecias de una rata que quiere convertirse en chef [55]. Una premisa verdaderamente arriesgada, debido a que

---

[50] Cfr. PALACIOS, Jesús, "Los Increíbles, una familia de superhéroes", en: *Fotogramas*, nº 1934, Comunicación y Publicaciones, Barcelona, diciembre, 2004, p. 120.

[51] *Op. Cit.*, PRICE, David, p. 224. Rick Sayre es el encargado de supervisar la dirección técnica en Pixar, ha ganado decenas de premios por su creación, *Direct Imput Device*, que ha sido utilizado en la realización de películas como *Parque Jurásico* o *Starship Trooper* (Paul Verhoeven, 1997)

[52] PG significa que la película tiene elementos que a los padres puede que no les guste que sus hijos pequeños vean, por lo que se hace necesaria su presencia durante el visionado para orientar a sus pequeños respecto al contenido. Cfr. http://www.filmratings.com/filmRatings_Cara/

[53] Cfr. BARRIER, Michael, "The Juggler", en: *Michel Barrier.com*. 24 de noviembre de 2004, [agosto 2010]. http://www.michaelbarrier.com/Commentary/Incredibles/Incredibles.htm. Cfr *Op. Cit.* PALACIOS, Jesús, "Los Increíbles", en: *Fotogramas*, nº 1934, Comunicación & publicaciones, Barcelona, diciembre, 2004, p. 19. Cfr. FERNÁNDEZ VALENTÍ, Tomás, "Los Increíbles", en: *Dirigido por*, nº 340, Dirigido por, Barcelona, diciembre, 2004, p. 14.

[54] Durante ese tiempo Bird se desempeñó como productor ejecutivo del corto *El hombre orquesta* (Mark Andrews y Andy Jiménez, 2007).

[55] Jan Pinkava nació en Praga en 1963 y emigró junto a su familia a Inglaterra en 1969, después de la invasión de la Unión Soviética a Checoslovaquia. Trabajó durante años en el área de la animación por ordenador en Londres. En 1993 se unió a Pixar, en donde dirigió el anuncio de Listerine que le dio su primer Gold Clio, un prestigioso galardón del mundo de la publicidad. Más tarde dirigió *El juego de Geri*, con el que Pixar obtuvo su segundo Oscar al mejor corto animado. En los años siguientes contribuyó en el trabajo de animación e historia de *Bichos* y *Toy Story 2*.

estos animales siempre habían sido vistos por el cine desde un prisma algo negativo. Sólo hay que recordar títulos como *Ben* (Phil Karlson, 1972), *Willard* (Glen Morgan, 2003), *Indiana Jones y la última cruzada* (Steven Spielberg, 1989) o *La dama y el vagabundo* (Clyde Geronimi, 1955), en donde la presencia de estos roedores es signo de situaciones desagradables. En el caso de *Ratatouille*, la mezcla de elementos tan incompatibles como la cocina y las ratas se convertía en una vuelta de tuerca que podría salir mal.

Sin embargo, la historia de Remy, el protagonista, salió adelante con la primera versión del guión, firmado por Pinkava, Jim Capobianco, Emily Cook[56] y Kathy Greemberg[57]. Pero el proceso de realización del proyecto se tornó complejo y Pinkava necesitó ayuda para llevarlo adelante. Había que simplificar un poco más la historia para que la audiencia pudiera seguirla e involucrarse emocionalmente con ella[58]. Bob Peterson se unió al equipo para ayudar en las labores de codirección, pero sus aportaciones a la historia no sirvieron para solventar los problemas, por lo que se requirió la presencia de Brad Bird, que asumiría el liderazgo del filme y a Jan Pinkava se le asignarían las funciones de codirector, concretamente para la supervisión del desarrollo visual de la película[59].

Esta era la primera vez que Bird dirigiría una cinta en la que no empezaba a trabajar desde el principio, lo que supuso un gran reto para él. La producción del filme estaba muy adelantada, de manera que tendría que aprovechar la mayor parte del trabajo realizado hasta su entrada en el proyecto. La fecha de estreno ya estaba fijada, por lo que disponía de poco tiempo para reconducirla, aproximadamente unos dieciocho meses. Además, el estudio le reiteró la confianza en su trabajo dándole gran libertad para hacer los cambios que estimara convenientes, factor positivo que, sin embargo, supuso una cierta presión añadida a las condiciones que tenía para sacar adelante la película[60]. *Ratatouille* es la primera cinta de Pixar que se desarrolló sin la intervención de Disney, pues en ese momento, ambas empresas habían terminado su acuerdo, de manera que había mucho en juego.

Estas difíciles circunstancias no fueron impedimento para que el director imprimiera su sello personal desde el guión hasta la puesta en escena. En el primer aspecto

---

[56] Ha escrito fundamentalmente letras de canciones que pertenecen a bandas sonoras. Ver: http://www.imdb.com/name/nm1486235/

[57] Guionista de la serie *L Word* (2004-2009), ver: http://www.imdb.com/name/nm1271884/

[58] Cfr. *Op. Cit.*, BERENS, Jessica.

[59] Para el momento en que Bird se unió a la producción de la película, el diseño de las localizaciones y de los platos servidos en el restaurante estaban hechos, de manera que tuvo que trabajar los espacios como si se tratara de los escenarios de una película de acción real. En el terreno visual, Jan Pinkava logró reproducir con acierto el aspecto de la comida.

[60] Cfr. BALL, Ryan, "Ratatouille director Brad Bird", en: *Animation Magazine*, noviembre 6 de 2007, [agosto 2010]. http://www.animationmagazine.net/article/7577

mencionado, mantuvo los personajes principales creados por Pinkava, pero les añadió mayor realce y complejidad. En general, enfatizó la conexión emocional de la historia con el público y en especial con su protagonista, en el que se puede reconocer aspectos de la propia vida de Bird: un artista en busca de un lugar en el que poder hacer sus creaciones, convencido de la necesidad de impulsar los nuevos talentos[61].

Ratatouille se convirtió en otro éxito de crítica y público para Brad Bird y para Pixar. Consiguió el Óscar y el Globo de oro de 2007 en la categoría de mejor película animada[62]. Por supuesto, desde su estreno disipó cualquier temor sobre un posible rechazo de los espectadores hacia la presencia de la rata en la cocina. La exuberancia visual del filme deslumbró por su calidad y manejo de la cámara. Pero también, por la fuerza de la historia y su temática de superación. Es importante destacar que ésta es la película más adulta de las que se habían realizado en la historia de Pixar hasta entonces, no sólo por la complejidad de los conflictos presentes en la trama, más cercanos a las problemáticas de los adultos, sino también por imágenes como la de la tienda de raticidas, en la que puede verse a las ratas muertas, colgadas del cuello[63]. A esto se une, una mayor presencia de diálogos, que incluye la narración en primera persona de Remy, así como una duración mayor que la de cualquier otro largometraje animado del momento. Como diría John Lasseter, "hay un nivel de profundidad, complejidad y humor en este filme que no creo que haya tenido antes otra película de Pixar"[64].

Posteriormente, Brad Bird se ha dedicado a la preparación de dos proyectos cinematográficos de acción real en los que Pixar controla en algunos aspectos de la producción. Se trata de *1906* y de la cuarta entrega de *Misión Imposible*. También, ha asesorado a los creadores de la segunda parte de *Tron: Legacy*, en lo relacionado al trabajo de cámara. Bird recibió a comienzos de 2011 el premio Annie por su contribución al mundo de la animación.

---

[61] Algunos creyeron ver en el restaurante de Gusteau algunas alusiones a la situación que se vivía en Disney, cuando Bird y Lasseter habían trabajado allí. El genio que los había fundado había muerto y nadie se atrevía a hacer cosas nuevas. Cfr. *Op. Cit*, PRICE, David, pp. 251-52.

[62] Cfr. FOLEY, Jack, "Ratatoille, Preview & Press US Reaction", en: *Indie London*, [agosto 2010]. http://www.indielondon.co.uk/Film-Review/ratatouille-preview-us-reaction

[63] Cfr. WHITSON, James, "Ratatouille", en: *Animated Views*, 2 julio de 2007, [agosto 2010]. http://animatedviews.com/2007/ratatouille-film/, *Op. Cit.,* BALL, Ryan.

[64] TURAN, Kennet, "Movie Review: *Ratatouille*: The film is audacious and its unlike hero is to hard to resist", en: *Los Angeles Times*, junio 29 de 2007, [julio 2010].
http://www.calendarlive.com/cl-et-ratatouille29jun29,1,6391389.story

8.5. Brad Bird y su cine

Brad Bird se ha distinguido de sus compañeros de Pixar en haber llegado al estudio después de una larga trayectoria en otras empresas y por ser el único guionista y el primero en dirigir en solitario sus películas. Su estilo personal se ha impreso en todos los proyectos que ha asumido, incluso cuando la idea original no había sido suya (*El gigante de hierro*) o la labor de producción había sido iniciada por otros (*Ratatouille* y *Do the Bartman*). No obstante, su innegable huella se ha sabido acoplar de manera exitosa al tipo de filmes de Pixar, tanto en los temas como en la calidad visual de sus producciones. En este apartado se estudiará los asuntos relativos a labor como guionistas y los rasgos que caracterizan su obra como director, en donde se destacarán las coincidencias de estilos entre él y Pixar.

8.5.1. Escribir para el cine de animación

Brad Bird coincide con la concepción cultivada en Pixar que consiste en no hacer diferencias entre escribir para el cine de acción real o de animación. Opina que la historia siempre requiere el desarrollo de los mismos elementos: personajes, conflictos y los tres actos estructurales del relato. No obstante, reconoce que es más ventajoso escribir sabiendo el tipo de cosas que se puede hacer con la animación y sacarle el máximo provecho[65]. Esta noción de la escritura cinematográfica se plasma en sus textos. Escribe con total libertad los aspectos que se pueden realizar a través de la animación, situaciones en los que cabe la exageración, la metamorfosis, los *gags* más imaginativos, etc. Pero cuando se trata de seguir las emociones de los personajes y otros elementos que van más dentro del filme, escribe el guión como si se tratase de una película de acción real, atendiendo al detalle cada aspecto de la estructura, escena a escena. Sus tramas y los conflictos interiores de sus personajes suelen ser bastante más complejos que los del resto de historias producidas por el estudio. Los obstáculos y barreras que se presentan en la historia tienen, además, un alto contenido emocional.

[65] Cfr. *Op. Cit.*, CARTWRIGHT, Nancy, 2009; *Op. Cit.,* FEENEY, F. X., 2008, p. 54; GAYDOS, Steven, "Bird Wants Respect for Cartoon Scribes. Ratatouille's Writer Chafest at Misconceptions", en: *Variety*, 28 de diciembre 2007. [junio 2010].
http://www.variety.com/index.asp?layout=print_story&articleid=VR1117978244&categoryid=2774.

No suele ser muy exhaustivo en la descripción de los escenarios y de acciones, porque desarrolla estos asuntos en la fase de *storyboard*[66]. Sin embargo, cuando se trata de escenas que expresan lo cambios interiores que se producen en el personaje, se esmera en precisar cada detalle, como se puede apreciar en la secuencia titulada *Dash a mil por hora*, en el guión de *Los Increíbles*. En ella, el pequeño superhéroe huye a toda velocidad para salvar la vida y, por primera vez, usa el potencial de su superpoder. Por este motivo, Bird se detiene en cada aspecto de la acción y del escenario que afecta al pequeño, así como en sus reacciones, con el fin de explotar la fuerza emocional de la escena.

Para este guionista y director, lo fundamental para escribir una historia es tener clara la idea que se quiere comunicar y que ésta sea realmente importante para él. *Los Increíbles* es un buen ejemplo, porque plantea la influencia de una cuestión recurrente en su vida personal, durante el tiempo del proceso creativo de la película: la conciliación entre los anhelos profesionales y la familia. La idea se originó cuando tuvo su primer hijo y él estaba intentando dirigir su primer largometraje. En una de las últimas reescrituras de este proyecto ya era padre de su tercer bebé y la situación cobraba otros matices, porque aún no había logrado dirigir su propia película y necesitaba trabajar más duro para conseguirlo, mientras que en casa, también se elevaba el nivel de exigencia de sus responsabilidades y se le presentaban verdaderos dilemas, que se pueden relacionar con los conflictos de Mr. Increíble[67].

Los personajes son el elemento principal en las historias de Bird, al igual que en el resto de películas Pixar. Todos sus protagonistas representan el arquetipo de "pez fuera del agua": los Parr, el Gigante y Remy lideran tramas nada sencillas, en las que destaca la hondura de sus conflictos y la riqueza de matices de su personalidad. En el caso de *Los Increíbles*, no sólo dio poderes a sus personajes, sino defectos contra los que luchan verdaderas batallas. Y en *Ratatouille*, Remy es una rata apasionada por el oficio de chef, que se debate entre sus sueños, el mundo de los roedores y el de los humanos. La ternura con la

[66] Como señala Don McEmery, uno de los guionistas de *Bichos*, "se necesita mucha más descripciones cuando se escribe para animación que para acción real". Por ejemplo, en una animación si un personaje es golpeado con una sartén, puede que su cara adopte la forma de ese utensilio, mientras que esto no suele pasar en las historias de acción real. Cfr. WILLIAMS, Phillip, "Getting the Bug's Out", en: *Script*, nº5, Forum, Baldwin, 1998, p. 35.

[67] Cfr. *Op. Cit.* PALACIOS, Jesús, "Los Increíbles, una familia de superhéroes", en: *Fotogramas*, nº 1934, Comunicación y Publicaciones, Barcelona, diciembre 2004, p. 121. Escribir sobre lo que le interesa de verdad se aplica a las escenas le gustaría animar también, aunque no sean el tipo de escenas habituales en los largometrajes de animación. En *Los increíbles* se puede encontrar un ejemplo de esto, cuando Bob (Mr. Increíble) y Lucius (Frozono) conversan dentro de un coche. A pesar de la escena tiene poca acción y mucho más diálogo, a Bird le atraía la posibilidad de expresar el sentido de la charla entre los amigos. Comunicar la nostalgia, la intimidad y la vivencia de un tiempo común, mediante los gestos y actitud corporal de ambos personajes. Cfr. *Op. Cit.*, CHEN, San, PADILLA, Chris, 2004.

que Bird trata el universo de sus personajes y el modo en que los construye muestra un verdadero cuidado de sus creaciones y una coherencia y sinceridad con el modo en que actúan y acometen acciones para dar relieve a la historia y profundizar en su conexión emocional con la audiencia.

La elección de estrategias para la construcción de los niveles de lectura de sus historias resulta más sutil, respecto a otras tácticas comunes en el cine actual para estos efectos, como el uso del humor estúpido y algo gamberro. Y esto se debe, entre otras cosas, a que su temática es más profunda y dramática que otros títulos de las carteleras. Por ejemplo, en *Los Increíbles*, Helen comienza a sospechar que su esposo le es infiel al hallar un pelo de mujer en su traje de superhéroe, así como un remiendo en esa misma prenda. Las implicaciones de este hallazgo respecto a una presunta infidelidad de Bob son apreciadas sólo por los adultos. Mientras los más pequeños comprenden que Helen ha descubierto su secreto regreso al mundo de los superhéroes.

Esta sutileza no quita que el director hable, con cierta crudeza de asuntos como la muerte. El cineasta ha manifestado su reticencia a trasmitir un mensaje en el que se oculte que la muerte o las consecuencias del mal existen en el mundo, pues le interesa mostrar que esas cosas pasan, pero la vida continúa y las situaciones traumáticas se pueden superar, pensamiento que también se puede observar en filmes de Pixar como *Buscando a Nemo, Toy Story 2 y 3,* y *Up*, producciones en donde la muerte es un aspecto fundamental en la trama. Sin embargo, ninguna de las películas Pixar tratadas en este trabajo, contiene una imagen tan dura como la escena de raticidas en *Ratatouille*, por ejemplo. Esto no significa que el director trate con morbo estas cuestiones, sino que es capaz de incluir fotogramas que muestren claramente el drama de una situación[68].

Bird ha demostrado entender las necesidades narrativas de los *four quadrant films*. En tal sentido, *Los Increíbles* es un ejemplo patente: los más jóvenes encuentran similitudes con los hijos de la familia protagonista. Para los adolescentes es fácil comprender la timidez e inseguridad de Violeta y los más pequeños, las ansias de aventura y triunfo de Dash. Además, ambas audiencias podrían reconocerse en la relación entre los hermanos y entre éstos y sus padres, así como con el temor a una posible separación de los padres al

[68] De hecho, la muerte es un asunto presente en sus filmes, en *El gigante de hierro,* lo aborda en profundidad, mientras que en *Los Increíbles* es apuntado a través de diálogos, como es el caso de las noticias de los superhéroes asesinados y la presencia del fantasma del chef Gusteau y la alusión del fallecimiento de Renata Lingüini.

escucharlos discutir y al percatarse de que algo ocurre entre ellos[69]. Los adultos, por su parte, pueden entender la hondura de las cuestiones tratadas en la trama de los padres superhéroes. En *Ratatouille*, sin embargo, cambia de estrategias, para dirigir su contenido a todas las audiencias. En ella se apela más a la relación entre hermanos y con los amigos, así como a la sinestesia para diversión de los más pequeños.

8.5.2. Temática presente en su filmografía

A lo largo de su producción, Brad Bird ha demostrado interés por asuntos relativos al talento, la creación artística y la familia. Asuntos, a partir de los cuales, explora la importancia de los afectos, la libertad, y la superación de la adversidad. Cabe señalar su gusto por las paranoias colectivas y el efecto en la imaginación infantil de la figuras de superhéroes que vencen a grandes monstruos para crear el universo de su personajes[70].

Es innegable que los protagonistas de las historias de Bird son incomprendidos debido a sus talentos extraordinarios y, en ocasiones, deben ocultar su identidad (Remy, Los Parr, Gigante y el protagonista de *Perro de familia*). En sus tramas, las capacidades de estos personajes son vistas por el mundo en el que se desenvuelven como una amenaza y son fuente de conflictos; bien por la imponencia de las cualidades especiales de los héroes de estas historias o por la procedencia de éstos. Por ejemplo, la familia Parr, en *Los Increíbles*, tiene que vivir de incógnito porque la sociedad rechaza su ayuda. Gigante es atacado por el temor que produce su presencia en otros. Remy, en *Ratatouille*, es un doble riesgo: por una parte, su padre se preocupa por no encontrar utilidad a su talento dentro de la colonia, hasta que descubre que sirve como detector de venenos. Y por la otra, Remy es un serio peligro para la existencia de un restaurante, el lugar en donde quiere desarrollar sus creaciones[71]. Son personajes que viven frustrados lejos del ejercicio que les apasiona y sufren grandes conflictos a causa de sus dones, no sólo consigo mismos, sino con los demás para demostrar su valía.

La insistencia de Bird en que sus protagonistas sean excepcionales le ha ganado alguna que otra crítica por celebrar la singularidad a través de frases dichas por sus

[69] El tema del divorcio y el drama que puede suponer en los hijos menores vuelve a las tramas de Pixar en *Up*, donde Russell sufre por la falta de atención de su padre, después de formar una nueva familia.
[70] Se recuerda aquí al ambiente en que se desarrolla *El gigante de hierro* y *Los Increíbles*, así como el guión inacabado de Ray Gunn al que se ha aludido en la parte biográfica del presente capítulo.
[71] El único personaje creado por Bird que es incomprendido no por su talento, sino por ser un ser corriente es el protagonista de *Perro de familia*. Sus amos sólo lo comienzan a apreciar cuando creen que es un héroe que ha ayudado a capturar a una banda de ladrones.

personajes. "Si todos son súper, entonces nadie lo es" dice Dash a su madre en un momento de *Los Increíbles*. En *Ratatouille*, después del lema "cualquiera puede cocinar", el director aclara a través de Anton Ego que "no es que cualquiera pueda ser un gran artista, sino que los grandes artistas pueden proceder de cualquier lugar". Sin embargo, estas aseveraciones no son más que la constatación que el propio autor ha hecho a lo largo de su trayectoria profesional y vital. Él fue un niño prodigio y un joven con muchas ideas innovadoras que tardaron en ser oídas. Lejos de discriminar a las personas a favor de aquellos con talento, una interpretación más ajustada a su pensamiento sería: sí, todos somos únicos, pero hay algunos que son excepcionales. Su procedencia es muy variada y no por sus capacidades no hay que reprimirlos, sino que hay que abrirse a sus ideas. Como afirma Ego en *Ratatouille*, "lo nuevo necesita amigos" y más si esa novedad es para mejorar. Idea que calza a la perfección con la filosofía de Pixar en el proceso creativo de sus películas.

Asimismo, en el cine de Bird se aplaude la generosidad y apertura propia de las mentes creativas. En sus tres largometrajes se aprecia claramente su fascinación por los personajes cuya imaginación se concreta en cosas geniales. En ellos intervienen artistas que por su capacidad de creer en lo imposible, son artífices de soluciones imaginativas a problemas. En *El gigante de hierro*, las ideas de Dean, el escultor de chatarra, son las que hacen que Gigante no sea descubierto por los agentes federales que van a su casa para cogerle. Edna muestra en *Los Increíbles* el genio que aprovecha la ciencia a favor de su arte, en una búsqueda constante de llevar a su trabajo a un nivel superior, al igual que Remy, el personaje con el que Bird logra desarrollar sus reflexiones sobre la búsqueda, pasión y libertad necesarias en los procesos creativos o la gastronomía como forma de expresión artística y en el que visualiza el concepto del gusto y la combinación de sabores[72].

Por otra parte, los filmes de Bird manifiestan una visión positiva ante la adversidad que se basa en razones de fondo, como ocurre en *El gigante de hierro* y su lema "el alma no muere" o en la creencia de la madre de Lingüini en la vida eterna. Pero no todos sus argumentos son espirituales y en sus diálogos se encuentran frases que animan a los personajes a mirar hacia el futuro y superar los obstáculos, como cuando el chef Gusteau le recuerda a un Remy destrozado por creer que ha perdido a su familia y amigos: "si miras hacia atrás no podrás ver lo que tienes delante". Esa misma lectura se podría hacer de la conversación entre Edna y Helen, en la que la diseñadora anima a la antigua Elastigirl a enfrentar la realidad y a pelear por su familia.

[72] Ver anexos.

La familia es uno de los temas que, junto al talento, parece atraer más a este director. No sólo sus películas son orientadas a este público, sino que fomenta a la familia con un valor importante y la convierte en una acertada estrategia de conexión emocional en sus guiones, por formar un elemento importante en los conflictos de relaciones de sus protagonistas con el resto de personajes. La familia constituye la relación afectiva más importante que tienen. Cuando aborda familias monoparentales, como en su primer largometraje y *Ratatouille*, Bird no se resiste a dejar indicios de esta relevancia. En el primer título mencionado hay una continua alusión a la figura paterna entre los elementos del decorado de la casa de Hogarth. Fotografías en las que puede verse al padre del pequeño vestido de piloto y alguna fotografía de la familia al completo. Asimismo, aunque en *Ratatouille* no se menciona a la madre de éste, la relación entre padre e hijo y entre éste y su hermano, muestran vínculos muy estrechos.

Así, la familia es el ingrediente clave para profundizar en los dilemas de los protagonistas. Es el único amor capaz de rivalizar con la pasión por la que luchan y llega presentarse como un factor incompatible con seguir libremente sus anhelos vocacionales, entendidos como aquello que les inspira en sus vidas. Remy tiene acceso al restaurante cuando cree que ha perdido a toda su familia y amigos. Una vez que se reencuentran se debate entre robar comida para ellos o ser leal a la amistad de Lingüini. Bob está tan frustrado por no poder ejercer de superhéroe que descuida sus responsabilidades en casa y esto genera tensión con el resto de su familia. Sin embargo, esta utilización dramática de la familia, como ya se ha dicho, no implica una visión negativa de ella, sus tramas se resuelven tras revelarse como el apoyo más efectivo para animar a los protagonistas a explorar sus capacidades[73].

Por otra parte, Bird tiene la particularidad de representar a las familias de un modo original, respecto a la manera en que suelen hacerlo las películas infantiles y los largometrajes de animación. Sus reflexiones en torno a temas familiares están cargadas de un realismo y hondura poco frecuentes entre las producciones antes citadas. En la mayoría de las historias infantiles, los padres quedan en un segundo plano para dar el protagonismo a los hijos. En las películas de este director, la importancia del núcleo familiar es patente, aunque no sean ellos los protagonistas. Es el caso de *El gigante de hierro*, en donde Hogarth

[73] Bird señala la importancia que tiene la familia para impulsar la vocación de los vástagos, desde el respeto a su libertad individual, tal y como él mismo experimentara desde niño. En *Los Increíbles*, se plasma la preocupación de Bob y Helen por encontrar la mejor manera de encauzar las habilidades de sus pequeños, especialmente en el caso del inquieto y competitivo Dash. Aunque es en *Ratatouille* donde se profundiza en el tema. En esta historia, la implicación familiar en la realización del los sueños del protagonista es crucial, a pesar de las diferencias de criterios y estilos entre éste y su padre.

es el personaje principal junto a Gigante. Sin embargo, Annie, su madre, tiene una presencia constante, que permanece alerta en todo lo relacionado a lo que hace el pequeño y se muestra como un referente en la conducta y creencias del chico.

Asimismo, Bird suele representar a la familia en su dinámica ordinaria: momentos cotidianos en los que comparten alegrías y tristezas, donde discuten, en donde los niños son educados o en donde la peculiar manera de ser de sus miembros, no sólo contrastan entre sí, sino que se manifiestan como un elemento importante del grupo. Ejemplo de esto son las escenas de sus películas *Perro de familia, El gigante de hierro, Los Increíbles* y *Ratatouille*. En ellas, la cena se convierte en el momento para conversar sobre las cuestiones de interés para los miembros de la familia, se ven sus costumbres y el modo en que enfrentan sus maneras de ser. Si se repara en esas escenas se podrá tener la imagen de cuatro familias muy distintas pero en las que queda de manifiesto el interés de los padres por los hijos y la relación de éstos con sus progenitores. Rasgo que es fundamental en la construcción de personajes infantiles porque forman parte importante en los conflictos que deben superar y en su carácter. Hogarth cree en la existencia del alma debido a las explicaciones que su madre le ha dado a raíz de la muerte de su padre. En el caso de los niños de la familia Parr, Violeta siente tanto miedo con la idea de una separación de sus padres, que considera esta posibilidad peor que la propia muerte de Bob y Helen, como se refleja en el diálogo que tiene con su hermano en una cueva de Isla Nomanisa.

DASH
Bueno, no es que me esté aburriendo…
pero voy a dar una vuelta

VIOLETA
Pero que te has creído, ¿qué estamos de
vacaciones, piojo? Puede que la vida
de nuestros padres esté en peligro. O lo que
es peor… su matrimonio

DASH
¿Su matrimonio?
(Violeta asiente con la cabeza, PAUSA)
¿O sea que los malos están intentando
que papá y mamá se divorcien?

VIOLETA
¡Anda déjalo!, que inmaduro eres[74]

[74] BIRD, Brad, *Los Increíbles*, última versión del guión, 2004, p. 90.

8.5.3. Bird como realizador y como creativo de Pixar

La manera que tiene Brad Bird de servirse del lenguaje cinematográfico para contar sus historias es su rasgo más distintivo como cineasta. Su aprecio por la composición de la imagen y los ángulos y movimientos de cámara, basados en directores clásicos, está presente en todas sus producciones. Sus filmes revelan una apariencia en las que los más pequeños se sienten cómodos y los adultos se maravillan de la altísima calidad que proporcionan los maestros de la técnica CGI de Pixar, en las que hay algunas matizaciones, donde se puede ver la impronta del director.

Sus proyectos siempre son ambiciosos y complejos. Él piensa la historia en imágenes, de allí que acostumbre a desarrollar simultáneamente la historia y la puesta en escena en la fase de *storyboard* y animática, atendiendo de manera minuciosa a los detalles de movimientos de cámara y efectos especiales[75]. Cuando dirigió *El gigante de hierro*, Bird comprobó al máximo la utilidad de seguir este método, tanto para agilizar el proceso de producción, como para resolver los problemas que pueda plantear la narración. Hay cosas que escritas en el guión resultan muy atractivas, pero en el *story* y la animática pierden todo tipo de interés y hay que reescribirlas[76]. Ahora, en Pixar sigue trabajando del mismo modo, con la diferencia de que ha aumentado el tamaño de los *storyboards* para detallar más la puesta en escena y aprovechar los modos en que se puede comunicar mejor la historia a través de la imagen.

En el terreno de la composición de la imagen, Bird muestra gran afecto por el uso de la perspectiva para dar mayor dinamismo a las acciones representadas, e insiste en que cada imagen comunique con claridad las ideas y tenga una silueta agradable[77]. El uso de la profundidad de campo a favor de la historia le ha permitido trabajar las escalas con efectividad, como se puede comprobar en los anexos. En todos sus proyectos hay personajes de tamaños extremadamente opuestos. En *Perro de familia* y *Ratatouille* los protagonistas son animales muy pequeños que se desenvuelven en el mundo de los humanos. En *Los Increíbles* y *El gigante de hierro* son las personas las que se ven diminutas

[75] En sus años en Disney ya acariciaba la posibilidad de trabajar de este modo. En Disney el equipo de historias solía enfocarse sólo en los asuntos del relato: *gags*, localizaciones, emociones, etc., sin tener en cuenta el modo en que iban a ser presentadas, ya que este aspecto estorbaría, según ellos, a la labor de crecimiento del argumento. Cfr. *Op. Cit.* BIRD, Brad, 1998.

[76] Cabe mencionar que en su primera película, Bird y su equipo fueron más allá en la planificación de la historia, sofisticando la animática del filme, valiéndose de dos *software* disponibles entonces, el After Effects y el Macromedia's Director para añadir una mecánica de la cámara más compleja. *Op. Cit.*, BIRD, Brad, 1998.

[77] Cfr. *Op. Cit.*, NEUWRITH, Allan, 2003, p. 41.

ante el gran tamaño de las máquinas con las que se enfrentan o hacen amistad. Personajes con estaturas tan desiguales implican el uso frecuente de picados y contrapicados que hasta hace un tiempo no eran habituales en la animación *mainstream* y por eso se comenzó a reconocer como una de sus marcas como autor.

La estética que caracteriza la filmografía de Brad Bird está llena de referencias a la cultura popular, especialmente al cine, aunque de un modo distinto al de algunas producciones actuales de animación, que reproducen escenas famosas de películas en una suerte de trivial cinematográfico para el espectador adulto. Bird, en cambio, atiende a elementos estilísticos del lenguaje cinematográfico y de otras manifestaciones artísticas, sobre todo, de aquellas que fueron populares en la década de los 50 y los 60. Se ha confesado fanático de esa época y ha manifestado un interés reiterado en el modo en que se imaginaba el futuro en esos años[78]. Piénsese, por ejemplo, en *El gigante de hierro*. El aspecto general del filme remite a los cómics y a la estética de las películas de monstruos de esa época. *Los Increíbles* es el homenaje del director al cine de espías y de ciencia ficción de finales de la décadas de los 50 y principios de los 60, a los cómics de superhéroes y a las películas del agente 007, aunque también se puede notar la influencia de los dibujos clásicos de Warner, de las mejores películas de Disney y algunos elementos de la animación vanguardista de UPA.

Entre las innumerables referencias fílmicas presentes en su producción se cuenta diversidad de títulos clásicos y modernos. El Omnidroid con el que tiene que luchar la familia de superhéroes guarda una cierta similitud con los movimientos de los brazos inteligentes de Octupus, en *Spiderman* 2 (Sam Rami, 2004). Asimismo, los cubículos de la empresa aseguradora en la que trabaja Bob Parr, recuerda la distribución del espacio laboral, de otra empresa de seguros, de aquella en la que trabaja C. C. Baxter, el protagonista de *El apartamento* de Billy Wilder (1960). La secuencia en la que Remy, en *Ratatouille*, sube desde las alcantarillas y recorre el interior de un edificio hasta llegar al tejado y descubrir que está en París, tiene una deuda con *La ventana indiscreta* de Alfred Hitchcock al revelar escenas cotidianas de los vecinos de la casa[79]. El restauran Le Ratatouille evoca al sitio en el que Bernardo y Bianca cenan en *Los rescatadores en Cangurolandia*. Estas influencias cinematográficas son apenas una referencia que el autor utiliza a favor de la historia como la quiere contar, por lo que no es sólo una herramienta

[78] Cfr. *Op. Cit*., PALACIOS, Jesús, p. 121.
[79] Cfr. PAIK, Karen (b), *The Art of Ratatouille*,Chronicle Books, California, 2007. p. 58

que embellece la imagen, sino que le añade complejidad, la realza y da carácter a su filmografía.

El montaje de las películas de Brad Bird revela sentido del ritmo y dominio de la narración, en la que mezcla distintos géneros y despliega cierta exuberancia en las escenas de acción. En su filmografía se puede apreciar el uso del montaje paralelo para unir situaciones que, en apariencia, no están muy relacionadas, pero que luego se conectan de manera efectiva, que es tan poco usado en las películas de animación[80]. En *Los Increíbles*, por ejemplo, intercala la escena en la Mr. Increíble descubre el plan de Síndrome con la que sitúa a Helen conversando con Edna sobre su paradero. La modista le da un dispositivo de localización para que averigüe dónde se encuentra su marido y al activarlo, se produce un sonido en el traje de él que delata su presencia en la zona del ordenador del villano, quien acaba capturándolo. Un ejemplo similar, se puede ver en *El gigante de hierro*, cuando Gigante recibe una descarga eléctrica en la central a las afueras del pueblo; mientras tanto, la madre de Hogarth ha llegado a casa y llama a su hijo, y de pronto se produce un apagón.

La animación de los personajes en la obra de Bird se caracteriza por tender más a la exageración que a la reproducción fiel de la realidad para obtener un mayor grado de verosimilitud. No en vano, el nexo emocional que establece el diseño y animación de un personaje radica en la esencia de su personalidad representada a través de sus gestos y movimiento corporal y no en la reproducción exacta de su apariencia humana[81]. En el caso de la animación, esta capacidad puede ser mayor que en el cine de acción real, gracias a la capacidad expresiva del medio. En palabras de Brad Bird, "la animación capta la esencia de algo y le da un toque personal"[82]. Esta noción aplicada a lo largo de toda su filmografía le ha permitido trasladar la fuerza de sus ideas. En *Los Increíbles*, por ejemplo, el diseño de Bob es el de un hombre alto, de contextura bastante fuerte, que denota el superpoder que posee. Si Bird hubiese optado por darle una apariencia más realista, el efecto hubiese sido contrario, y el público se hubiese fijado más en su obesidad, que en su fortaleza. De hecho, los personajes de *Los Increíbles* lograron un mayor impacto emocional en los espectadores,

[80] Cfr. BIRD, Brad, *Making of* de *Los Increíbles*, [DVD], Buena Vista Entertainment, 2005.
[81] La base científica de este fenómeno fue planteada por el investigador japonés en robótica, Masahiro Mori a comienzos de los 70 y lo denominó *Uncanny Valley*. Este científico nipón afirma que hay un punto en la reproducción realista de la apariencia humana que llega a ser tal que repele a los espectadores
[82] Cfr., *Op. Cit.*, BIRD, Brad, *Making of* , en: *Los Increíbles* [DVD]. Buena Vista Home Entretainment, 2005.

que los de películas de apariencia hiperrealista como *Polar Express* (Robert Zemeckis, 2004) o *Final Fantasy: The Spirit Within* (Hironobu, Sakaguchi, 2001)[83].

Al comienzo de este capítulo se afirmaba que Brad Bird había introducido en Pixar la visión de cine de autor. Sin embargo, es también cierto que sus películas realizadas en este estudio no sólo reflejan sus marcas como cineasta, sino también, el estilo de los filmes de esta empresa. Determinar donde terminan las coincidencias y comienzan las señas personales del artista es una cuestión que resulta más o menos asequible, gracias a la comparación entre sus obras fuera de Emeryville y los dos largometrajes hechos en Pixar.

Las coincidencias entre el estilo de la productora y el de un director tan inquieto como Brad Bird comienzan en el ámbito de las ideas. Como se ha apuntado anteriormente en este capítulo, tanto Bird como John Lasseter y el resto de creativos de Pixar comparten la noción cierta de que la animación como medio de expresión artística puede dirigirse a la audiencia que le interese y realizar obras que en su contenido y visualmente sean originales e interesantes. Esta concepción les lleva a cuidar y desarrollar las estrategias narrativas propias de la animación y a aplicar los principios básicos de los dibujos animados a la técnica de CGI. Asimismo, al tratarse de filmes *mainstream*, los creativos de Pixar y Bird entienden la historia como el elemento fundamental de sus producciones y sus guiones son tratados al estilo de las películas de acción real. Sin embargo, las cintas firmadas por este autor muestran preocupaciones concretas, en la que es posible percibir el desarrollo de sus reflexiones, pese a su corta filmografía.

Las señas que se reflejan en la obra de Bird permiten ver su ambición cómo artista, su constante búsqueda, visual y temática. Este director añade un grado de complejidad y exigencia a los factores coincidentes con Pixar, que los distingue, en una suerte de parecido relativo respecto al resto de producciones de la empresa. Por ejemplo, si las cuestiones relacionadas con la familia son tratadas en otras producciones de Pixar, aquellas dirigidas y escritas por Bird abordan el tema desde ópticas diferentes y se muestran más complejas que las de sus compañeros del estudio. De allí que resulten las obras menos infantiles de la productora. Sus largometrajes han contribuido a una evolución técnica y narrativa de estos títulos, en cuya innovación se destaca por un uso más sofisticado del lenguaje cinematográfico para dar realce a las historias.

[83] Cfr.BUTLER, Matthew y JOSCHKO, Lucy, (2007), "Final Fantasy or The Incredibles: Ultrarealistic Animation and The Uncany Valley", en: *Animation Studies. Animated Dialogues*, Society Animation Studies, pp. 55-63.

Se puede decir que la conjunción del talento cinematográfico de Bird con el ambiente creativo de Pixar fue la combinación perfecta. Al llegar a las instalaciones Emeryville, el director encontró el ambiente propicio para desarrollar sus ideas e impulsar las de otros, así como una gran confianza en su capacidad y talento. En palabras de John Lasseter "Cuando Brad vino al estudio (…) fue como si hubiera vuelto a casa, porque este estudio se creó para personas como él, personas que están deseando llevar el entretenimiento, la animación y los personajes por caminos desconocidos"[84].

[84] YAMGOTCHIAN, Alejandro, "Los trabajos de un notable animador, Brad Bird a propósito de *Ratatouille*", en*: Arte 7, el primer portal de cine de Uruguay*, julio 2007, [agosto 2010].
http://www.arte7.com.uy/Pag/01/2007Julio/BradBird.htm

CAPÍTULO 9. LEE UNKRICH

(*Toy Story* 3)

Lee Unkrich es el primer director de Pixar que no se formó en animación, sino en el lenguaje del cine de acción real. Actor, editor y director, su impronta en la cinematografía de las producciones del estudio ha sido esencial. Ha participado en el montaje de *Toy Story*, *Bichos* y *Cars*. Ha codirigido *Toy Story* 2, *Monstruos S.A.* y *Buscando a Nemo* y ha dirigido en solitario *Toy Story* 3. Como puede verse, bastante de la filmografía de la productora ha pasado por sus manos y es uno de los artífices de la narrativa visual de cada una de ellas. Su figura se hace relevante y necesaria para entender la producción de Pixar en el presente. Por eso, el objetivo principal de este capítulo consiste en presentar una semblanza de Unkrich y acercarse a sus claves como cineasta. Para ello, en primer lugar, se hará un breve recorrido por sus primeros años de vida y sus inicios en la vida profesional. A continuación, se expondrá su contribución a las películas del estudio, profundizando en *Toy Story* 3, su único filme hasta la fecha. Finalmente, se darán alguna pinceladas sobre los aspectos que le caracterizan como realizador.

9.1. De Ohio a California: primeros años y trabajo televisivo

Lee Eduard Unkrich nació el 8 de agosto de 1967 en Chagrin Fall, Ohio. De pequeño, Unkrich dibujaba todo el tiempo, era una de sus actividades favoritas, aunque no parece haber evidencia de que tuviera un talento especial en este campo. Al igual que ocurrió a Andrew Stanton y a Brad Bird durante su adolescencia, Unkrich también se sintió atraído por el mundo del teatro en esa etapa de su vida. De hecho, formó parte de la compañía Cleveland Playhouse Youth Theater, aunque fue su pasión por el cine la que definiría su futuro profesional.

El interés de Unkrich por el séptimo arte surgió a temprana edad y se debió a la influencia materna. Según recuerda el propio director, él y su madre acudían con frecuencia a las salas para ver todos los estrenos que podían, especialmente después del divorcio de

sus padres cuando tenía 10 años[1]. Las películas que le acercaron al mundo del cine no fueron producciones orientadas al público infantil, sino más bien dirigidas a audiencias adultas. A los nueve años, por ejemplo, ya había visto *Tarde de perros* (Sydney Lumet, 1975) y a los trece, *El resplandor*[2]. Título que se convertiría en uno de sus preferidos, ya que después de verla comprendió que de mayor quería ser cineasta[3].

Tras graduarse en Chagrin Falls High School en 1985, Unkrich se marchó a la costa oeste para estudiar en School of Cinematic Arts de la Universidad del Sur de California (USC), con el apoyo de su madre y de su abuela. Allí, ganó algunos premios con sus cortos de estudiante y en el último semestre de la carrera descubrió su talento como editor. En este tiempo AVID había firmado un convenio con la USC para crear un laboratorio que formara a los alumnos interesados en su sistema digital de edición[4]. Unkrich fue de los primeros en entusiasmarse con este método de trabajo y en demostrar su capacidad en el oficio. Por aquel entonces, el sistema no lineal de edición estaba surgiendo con fuerza en el sector audiovisual, aunque había cierta escasez de profesionales entrenados en este tipo de tecnología[5]. Por eso, no tuvo problemas a la hora de encontrar empleo una vez finalizada su carrera en 1991.

El inicio de la carrera profesional de Unkrich se desarrolló en el ámbito de la televisión. Durante algunos años ejerció distintas ocupaciones dentro de los equipos de realización de series y películas. En 1991 fue asistente de producción de *Prision Stories; Women on the Inside* (Donna Deitch, Joan Micklin y Penélope Spheeris), título que englobaba un trío de cortos que exploran los efectos de la vida en prisión en la unidad familiar de las reclusas protagonistas. Posteriormente, fue contratado como asistente del editor de la serie *El renegado* (Stephen Cannell, 1992-1997), cuyos primeros capítulos fueron editados en AVID. En 1994, participó en el montaje de dos películas para televisión: *Trampa al corazón* (John Power) y *Separated by Murder* (Donald Wrye). Poco tiempo después, se convirtió en el

[1] Cfr. TABOR, Dan, "Lee Unkrich Director of Toy Story 3", en: *Geekadelphia.com*, 11 de noviembre de 2010, [octubre2010]. http://geekadelphia.com/2010/11/11/lee-unkrich-director-of-toy-story-3-interview/
[2] Cfr. *Ibid.*
[3] Cfr. HARTLAUB, Peter, 'Toy Story 3' director Unkrich earns spotlight, en: *SFGate.com*, 2 de mayo de 2010, [noviembre 2010]. http://articles.sfgate.com/2010-05-02/entertainment/20878199_1_pixar-john-lasseter-lee-unkrich
[4] El sistema de edición no lineal es un método de edición que permite el acceso directo a cualquier fotograma de un clip de vídeo digital. Cfr. EVANS, Russell, *Practical DV Filmmaking*, Focal Press, Burlington, 2005, p. 14.
[5] Cfr. SPARK, Nick T., "Working Out the Bugs, an interview with Pixar's Lee Unkrich, Supervising Film Editor of A Bug's Life", en: *Editors Guild Magazine*, enero-febrero de 1999, [agosto 2010]. http://www.editorsguild.com/v2/magazine/Newsletter/JanFeb99/int_unkrich_bugs_life.html

editor de otro serial: *Medias de seda* (Stephen Cannell, 1991-1999), donde pudo debutar como director de un episodio titulado *Community Service*, que se estrenó en marzo de 1995.

Antes de que se emitiera este capítulo, en 1994, Unkrich recibió la llamada del editor Robert Gordon para proponerle un trabajo *freelance*, que duraría pocas semanas. Se trataba del primer largometraje de Pixar, *Toy Story*. Unkrich conocía la obra de Lasseter y le encantaban sus cortos. Por eso, no dudó en conversar con los de esta productora, a pesar de que no estaba familiarizado con el medio de la animación.

Incorporarse al equipo de Pixar supuso para Unkrich una sorpresa tras otra. La primera de ellas se produjo durante su entrevista con John Lasseter para conocer los detalles del trabajo. En esta ocasión, el líder creativo del estudio le dejó claro que le interesaba no sólo su conocimiento tecnológico, sino también su capacidad de comunicar ideas de manera efectiva a través de la narrativa audiovisual[6]. Pero como la creatividad no excluye la competencia en las destrezas técnicas requeridas para cada puesto, Unkrich demostró ser un candidato idóneo: la edición de *Toy Story* se llevaría a acabo en el sistema digital no lineal AVID[7].

Unkrich comenzó a ver una gran cantidad de dibujos animados, con el fin aprender más sobre el lenguaje audiovisual usado en ese tipo de cine. Sin embargo, comprendió que esta tarea no era algo esencial[8]. Como explica el editor Jamie McCoan al estudioso Paul Wells, "la gramática de la narrativa visual es aplicable a las películas animadas, dado que estas se componen de acciones, reacciones, motivaciones y emociones, y la labor del editor consiste en fusionar estos elementos en un todo que resulte satisfactorio desde el un punto de vista dramático, basándose en la selección, la yuxtaposición y el *timing* del material"[9]. La edición de filmes de acción real difiere de la edición de animación en que el montador interviene sólo en la post-producción, mientras que en animación lo hace a lo largo del proceso.

---

[6] *Ibid.* En aquel entonces, la mayoría de los profesionales del sector conocía a Pixar como una empresa de computación gráfica. Debido a esto, Unkrich hizo hincapié en sus conocimientos informáticos, como un factor clave para conseguir su contratación. A pesar de que Lasseter se mostraba complacido al conocer estas habilidades, retomaba el curso de la conversación hacía asuntos relacionados con la narrativa audiovisual, la historia y su estructura.

[7] *Toy Story* es una de las primeras producciones editada con este sistema. En los cortos de Pixar habían usado EditDroid, un precursor del sistema AVID, diseñado por Lucasfilm.

[8] Cfr. DESOWITZ, Bill, "Unkrich Talks Toy Story Trilogy", en: *Animation World Network*, 15 de junio de 2010, AWN. [agosto 2010]. http://www.awn.com/articles/3d/unkrich-talks-toy-stroy-trilogy

[9] *Op. Cit.*, WELLS, Paul, 2007, p. 81. Aunque el dibujo animado posee sus propias estrategias narrativas, que se usan frecuentemente en el cine independiente o experimental, lo usual es que las películas de animación *mainstream* sigan la narrativa de las producciones de acción real.

Por otra parte, era evidente que Lasseter y su equipo buscaban que su película ofreciera algo realmente nuevo, no sólo por el hecho de ser el primer largometraje realizado totalmente por ordenador. La manera en que se estaba concibiendo el material hizo que el propio Unkrich reconociera que "la historia estaba realizada con un lenguaje fílmico de acción real"[10]. Aspecto que fue favorecido por las posibilidades que brindan los sistemas de computación gráfica respecto al manejo del espacio, la luz y la cámara[11]. Asuntos que afectan las decisiones del editor, de allí que su papel dentro del equipo revistiera de gran importancia para el resultado final de la cinta.

El proceso de producción de una película animada requiere de la participación del editor desde fases tan tempranas como la del *storyboard*[12]. Unkrich encontró inestimable este rasgo de la animación porque realmente podía colaborar en dar forma a la cinta tanto en su tono, como en su ritmo. En sus palabras, "era como estar al lado del director en la localización cuando hace cada toma (…) o estar sentado junto al guionista y hablar sobre cómo reestructurar escenas antes de que sean filmadas"[13]. Y es que en esa etapa del proceso, la contribución de un editor que comprenda bien el lenguaje audiovisual puede ser muy valiosa. Durante una de las sesiones de la historia de *Toy Story*, por ejemplo, la opinión de Unkrich sirvió para que la presentación de Buzz Lightyear resultara visualmente más impactante. Propuso que Woody se asomara a la cama para conocer al nuevo juguete de Andy y, entonces, la cámara hiciera una panorámica vertical que ascendiera por las piernas de Buzz hasta terminar en un primer plano que revelara su rostro. El equipo se entusiasmó con la idea y a partir de ese momento, según el propio Unkrich "comenzaron a confiar en su instinto visual"[14].

El resultado de su trabajo como editor fue excelente. Joe Ranft, uno de los miembros del núcleo de creativos de *Toy Story*, contaría años más tarde que cuando vio la

[10] *Op. Cit.*, DESOWITZ, Bill

[11] El espacio tridimensional virtual creado en los ordenadores permite trabajar las escenas como si se tratase de una película de acción real. En el caso de largometrajes de dibujos animados que combinan las técnicas tradicional y digital, como *La bella y la bestia* y *El rey león*, las facilidades de la informática gráfica les permitió mejorar algunos aspectos del lenguaje audiovisual. A pesar de que el dibujo animado es una técnica bidimensional, se optimizó la profundidad de campo, mejorando el efecto que se conseguía con la cámara multiplano, creada en Disney desde hacía años. Asimismo, el ritmo de las secuencias y el trabajo de la cámara ganaron en dinamismo y espectacularidad.

[12] *Op. Cit.*, SPARK, Nick T. En las películas animadas no hay cobertura como en las de acción real. Es decir, no se cuenta con la filmación de la misma acción desde diferentes posiciones de la cámara. Por eso, durante el *storyboard* se desarrolla la mayor parte del trabajo que lleva a cabo el editor: selección de escenas, los tamaños y los ángulos tienen lugar durante la fase de realización. Por eso, otra diferencia entre el montaje de animación y el de acción real estriba en el control que tiene el editor de todos los aspectos que le conciernen. Dominio que es casi imposible de conseguir en un medio distinto al animado.

[13] *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 97.

[14] *Op. Cit.*, DESOWITZ, Bill.

primera secuencia elaborada por Unkrich se quedó asombrado[15]. "El modo en que usaba el sonido, la forma en que todo funcionaba iba más allá de lo que había imaginado (…) Tenía una manera excepcional de hacer que las cosas funcionaran fácilmente"[16]. No es de extrañar que su contrato se extendiera hasta el final de la película y más allá.

9.2. Pixar: de editor a codirector

Bichos, dirigida por John Lasseter en 1998, fue el siguiente proyecto de Pixar y Unkrich se encargó de su edición. El trabajo no fue sencillo, Lasseter quería que la película diera la impresión de haber sido filmada en Cinemascope. Así, se daría mayor realce a la épica en miniatura protagonizada por Flik. Este objetivo del director fue un factor clave en la labor de Unkrich. Para el trabajo editorial, una imagen de estas características exige que se tenga en cuenta, en todo momento, la mirada del espectador a la hora de tomar decisiones. Sobre una pantalla anamórfica, la audiencia tiene un amplio rango de posibilidades de mirar a cualquier lugar. La tarea de editar se hace más compleja, pues la acción debe coincidir a través de los cortes, así como determinar los tiempos generales de la narración. Por eso, Unkrich se instaló una pantalla de enormes dimensiones en su despacho, pues así podría visualizar el material a gran escala y verificar cada aspecto importante del montaje[17]. El resultado fue brillante, la narrativa visual de *Bichos* permitía el disfrute de escenarios espectaculares y de un *timing* ajustado a la narración.

A partir de este trabajo, Unkrich se convirtió en uno de los más estrechos colaboradores de John Lasseter[18]. Tanto es así, que 1999, cuando surgió la necesidad de rehacer *Toy Story* 2, Lasseter le propuso la codirección de la película junto a Ash Brannon. Unkrich había demostrado siempre su interés en varios aspectos de la realización fílmica. Y, el director creativo de Pixar, siempre dispuesto a aupar nuevos talentos, no desestimó su capacidad ni la impronta que Unkrich estaba dejando en el ritmo y cinematografía de las películas del estudio[19]. Ambos conformaron un equipo que se complementaba muy bien en el trabajo y el resultado fue de extraordinario.

---

[15] Unkrich y Ranft fueron buenos amigos, ninguno de los dos temía añadir humor negro a las tramas. Cfr. *Op. Cit.*, HARTLAUB, Peter.
[16] *Op. Cit.*, PAIK, Karen, p. 97.
[17] Cfr. *Op. Cit.*, SPARK, Nick T.
[18] Cfr. *Op. Cit.*, Cfr. PAIK, Karen, p. 149.
[19] Cfr. HARRIS, Elise, "Out of the Toy Box", en; *Elisa Harris Blog*, [octubre 2010]. http://www.eliseharris.com/toy.html

El cometido de Unkrich en *Toy Story* 2 se concentró de manera especial en los *layouts* y la cinematografía[20], tareas que le permitieron aportar riqueza visual a la cinta, incluso en aspectos como el diseño de los personajes. Es el caso, por ejemplo de Zurg, el archienemigo de Buzz. Unkrich quiso que éste tuviera un visor en el cráneo, igual que su juguete favorito de la infancia: el muñeco basado en el protagonista de la serie *El hombre de los seis millones de dólares* (Kenneth Johnson, 1974-1978)[21]. Gracias a esta idea pudo, también, hacer referencia a las escenas de *Terminator* (James, Cameron, 1984) en las que se ofrece el punto de vista del androide protagonista. Como se puede ver en el anexo, la visión de Zurg es muy parecida a la Terminator T-800: visión infrarroja, así como indicadores de coordenadas que señalan la detección del objetivo a aniquilar[22].

El hecho de que Unkrich hubiese participado en la primera entrega de *Toy Story* fue un factor determinante en su labor como codirector. Entendía perfectamente el espíritu que había animado a los creadores de la historia, entre los que él se podía contar, aunque se hubiese incorporado al equipo mucho después del origen de la historia. En *Toy Story* 2, el ritmo y el emplazamiento de cámara ayudaron a potenciar el sentido de cada momento del film. Por ejemplo, la secuencia de la restauración de Woody mantiene un *timing* que acompaña a la música de Randy Newman, así como a la labor parsimoniosa de remozamiento del juguete. Las escenas nostálgicas, como el conmovedor *flashback* que muestra el origen de las motivaciones de Jessie, se vale de pocas y significativas imágenes unidas mediante transiciones logradas para expresar el dolor del personaje y la empatía de Woody al conocer su pasado. Esto mismo ocurre con las escenas de mayor acción, en donde la sensación de peligro es constante, especialmente en la intensa secuencia dentro de distribuidor de maletas del aeropuerto, que guarda similitud con la persecución de Randall a Mike, Sulley y Boo en el distribuidor de puertas hacia el final del segundo acto en *Monstruos S. A.* y con las escenas que comprende el clímax de *Toy Story* 3, en el vertedero.

---

[20] El *layout* es básicamente la versión del *storyboard* donde se tienen en cuenta el movimiento de la cámara, los diferentes efectos y los elementos del diseño que refuerzan la acción y la actuación. Esta fase de la realización resuelve la logística de creación y descripción de mundo animado. El artista encargado de *layouts* crea los fondos y decorados arquitectónicos de las escenas. Para ello tiene en cuenta la escala, el lugar, los estados de ánimo, el ambiente, la dinámica de la acción, la iluminación y el estilo general de la película. Para Disney esta era una de las fases más importantes de la producción, pues daba una idea del aspecto que tendría el filme escena por escena. Cfr. *Op. Cit.* WELLS; Paul, p. 50; Cfr. *Op. Cit.*, FURNISS, Maureen, p. 75.

[21] Cfr. SANDS, Jez, "'Toy Story 3' interview: Director Lee Unkrich", en*: On the box*, 21 de julio de 2010, [octubre 2010].http://blog.onthebox.com/2010/07/21/toy-story-3-interview-director-lee-unkrich/ En la realidad, muñeco de Zurg no tiene ningún visor para permitir que el niño mire a través de él, pese a que esta es una cualidad del juguete dentro de la diégesis.

[22] Este punto de vista es habitual en el cine de acción real. En el mundo de las películas de Pixar se ha usado en varias de sus producciones como en *Los Increíbles* y *Up*.

Después de *Toy Story* 2 se hizo más evidente que Unkrich entendía la visión de los directores de Pixar y sabía como contribuir a plasmarla en la pantalla[23]. Al mismo tiempo, era correspondido con la confianza del equipo en su criterio, de manera que comenzó a participar en la creación de todas las producciones de la casa como codirector. En *Monstruos S. A.*, su siguiente proyecto, desempeñó una función similar a la de *Toy Story 2*. En esta ocasión Pete Docter, director principal del filme, le confió los aspectos relativos a la cinematografía. En el diseño de ésta, Unkrich se mantuvo fiel a la filosofía empleada en las anteriores películas: seguir el estilo narrativo peculiar del cine de acción real, y tratar de ser muy conservador con el trabajo de la cámara, pese a las posibilidades que ofrece la cámara virtual. Como él mismo explica: "la gente se siente cómoda con el tipo de narrativa audiovisual a la que están acostumbrados al ver una película"[24]. Su trabajo en este título le llevo a recibir junto a Pete Docter y David Silverman el premio Annie como mejor director de largometraje animado en 2002.

En 2003, Unkrich acompañó a Andrew Stanton en su primer trabajo como director en *Buscando a Nemo*. Además de atender a los asuntos de cámara y edición, también aportó claridad a la estructura del relato. Como se ha hecho referencia en el capítulo dedicado a Stanton, fue Unkrich quien sugirió a Stanton que explicara la tragedia familiar de Marlin al comienzo de la historia y no en diferentes *flashbacks*, que complicaban la narración. Gracias a su trabajo junto Unkrich, Andrew Stanton comprendería que "editar y escribir son tareas similares (…) en el hecho de mover escenas y ver qué pasa al cambiarlas de lugar en el relato"[25]. Hay que tener en cuenta que cualquier corte hecho en edición debe estar motivado por necesidades del guión. Su finalidad debe estar centrada en facilitar al público la comprensión de la escena. En otras palabras: la escritura y la edición buscan contar una historia con claridad y emoción.

El éxito de *Buscando a Nemo* supuso la consolidación de la figura de Unkrich en Pixar. Además de pertenecer al *Brain Trust* o comité de expertos de la empresa, el cineasta forma parte de los *Pixar players*, donde ha tenido la oportunidad de hacer algunas voces adicionales en algunas películas como *Bichos*, *Toy Story 2* y *Monstruos S.A.*[26]. Asimismo, Lee Unkrich se ha encargado de la edición de material adicional de otras producciones como

[23] Cfr. RUSSELL, Mike, "The Pixar Palyer: Meet Andrew Stanton and Lee Unkrich- the 'Batman and Robin' behind Pixar's lates 'Finding Nemo'", en: *In Focus*, nº5, The National Association of Theatre Owner, Washington, mayo de 2003, [octubre 2010]. http://natoonline.org/infocus/03May/pixar.html

[24] *Op. Cit.,* COHEN, Karl [octubre 2010]. http://www.awn.com/articles/reviews/monsters-inc-secret-behind-why-pixar-so-good/page/3,1

[25] *Op. Cit.*,CHUMO, Peter II, "Best of 2003, Finding Nemo", en: *CreativeScreenwriting*, nº1, Creative Screenwriting, Hollywood, enero-febrero de 2004, p. 58.

[26] Su hija mayor, Hannah hizo la voz de Molly, la hermanita de Andy, en *Toy Story 2*.

Cars. Sin embargo, no fue hasta después de *Buscando a Nemo* que se le presentó la oportunidad de estar al frente de un filme de la casa como director principal.

9.3. *Toy Story 3*: su debut como director

Como se ha comentado antes, la tercera entrega de *Toy Story* estuvo en serio peligro de ser realizada por un equipo de creativos ajenos a Pixar. Pero cuando la posibilidad de hacer la película regresó a las manos de los directivos del estudio, los cineastas que habían participado en la creación de las dos primeras partes ya estaban embarcados en sus propios proyectos: Andrew Stanton se encontraba en la producción de *WALL-E* y Pete Docter en la de *Up*. Así, Lee Unkrich fue el elegido para sacar adelante la cinta. Su trayectoria como miembro del grupo de creativos de Pixar y su implicación en la producción de las partes anteriores de la historia, lo convertían en el candidato natural e idóneo para llevar a cabo este cometido[27].

La responsabilidad de hacer *Toy story* 3 era tremenda, pues sería el único título del trío de filmes que John Lasseter no dirigiría. Aunque Unkrich ya se había enfrentado a una situación similar cuando codirigió *Monstruos S.A.*, no dejaba de ser intimidante el encargo de concluir una historia que había conmovido a millones de personas[28]. Razón que palidecía ante el hecho de que el estudio nunca ha sufrido un revés con sus películas. Por otra parte, el compromiso de hacer este largometraje tenía otros componentes más personales y emocionales: en primer lugar, la confianza plena de Lasseter en el talento de Unkrich y su entusiasmo al traspasarle la culminación de su proyecto, iniciado años atrás[29]. Y, en segundo lugar, la emoción de los animadores más jóvenes de la empresa, que se sentían deseosos de poder participar en la última entrega de la trilogía que los había inspirado a dedicarse al mundo de la animación[30].

La historia original del filme surgió en una reunión en la misma cabaña en Tomales Bay (California) en la que diez años antes había nacido la primera *Toy Story* y a la que acudió

---

[27] Cfr. *Op. Cit.*,TABOR, Dan

[28] Cabe recordar que *Monstruos S.A.* es el primer filme del estudio que no fue dirigido por Lasseter. En varias entrevistas tanto Unkrich como Michael Arendt, guionista de *Toy Story 3*, comentan la tensión vivida por este motivo durante la producción de la cinta. Ver: *Op. Cit.*, SANDS, Jez; SÁNCHEZ, Juan Luís, "Michael Arent, un grande de la escritura", en: *De cine 21*, 23 de noviembre de 2010, [noviembre 2010]. http://www.decine21.com/entrevistas/Michael-Arndt-23112010

[29] Cfr. ZAHED, Ramin, "To infinity, Beyond and Daycare", en: *Animation Magazine*, 18 de junio de 2010, [octubre 2010]. http://www.animationmagazine.net/article/11659

[30] Cfr. *Op. Cit.*, DESOWITZ, Bill.

casi el mismo equipo: Unkrich se había sumado al grupo y faltaba el fallecido Joe Ranft. La idea inicial surgió al plantearse, desde el punto de vista de los juguetes, qué les esperaría después de que Andy creciera. En *Toy Story* 2 ya se había apuntado a esta realidad como un hecho inevitable que llegaría en el futuro. Por eso, Woody y sus amigos deciden asumir el término de su vida junto al niño y aprovechar lo que tienen en el presente. En la tercera parte de la trilogía, esta amenaza se convierte en un hecho. Andy se tiene que ir a la universidad y debe decidir qué hacer con sus muñecos.

Además del asunto central del argumento, los creativos del estudio convinieron otras cuestiones como que Woody y sus amigos vivieran su aventura en una residencia de retiro, que posteriormente se concretó en una guardería y que Buzz cambiaría de actitud debido a un cambio de configuración[31]. Establecidos estos principios, Andrew Stanton se encargó de escribir el tratamiento y para la elaboración del guión se contrató a Michael Arendt. Cuando se produjo su incorporación al equipo, Arendt no había recibido aún el Óscar por *Pequeña Miss Sunshine* (2006). Más aún, este filme no se había distribuido siquiera cuando Arendt se entrevistó con los de Pixar.

Al igual que había ocurrido años antes con Unkrich, Arendt nunca había trabajado en animación ni se había planteado la posibilidad de escribir para este medio. Su sorpresa fue mayúscula cuando le llamaron para proponerle participar en el guión de *Toy Story* 3. El escritor admiraba el trabajo de Lasseter y sus compañeros y ese fue un incentivo para reunirse con ellos[32]. Las coincidencias entre Unkrich y Arendt fueron un factor clave para que ambos se entendieran a la perfección en el trabajo e incidió en la cinematografía de la película. Por una parte, el bagaje común en filmes de acción real contribuyó a que la cinta se distinguiera por presentar un lenguaje mucho más cercano a este tipo de cine, en comparación con las anteriores entregas de la historia. Y por otro, el elemento novedoso de la inclusión de Arendt aportaba frescura a la película, mientras que Unkrich funcionaba como enlace con las partes precedentes de la narración. El director se mantuvo atento a lo largo del proceso de escritura para lograr que la esencia global de la trilogía y la de los personajes permaneciera intacta.

Las principales dificultades para articular la historia surgieron del hecho de que formaría parte de una trilogía y, por ende, había que trabajar con personajes conocidos por

[31] Cfr. RODRÍGUEZ, Sergi, "Shrek, felices para siempre" y "Toy Story 3", Verano animado", en: *Fotogramas & DVD*, nº 2001, julio 2010, Hachette, Barcelona p. 96.
[32] Cfr. *Op. Cit.,* MUNSO, Danny, 2010, pp. 22-23.

el público[33]. Este escollo se concretaba, principalmente, en el arco de transformación de Woody. Como explica Arendt, en la trama de *Toy Story* 3, el protagonista era un héroe ya forjado que "necesitaba progresar hacia sentimientos más maduros para conseguir un impacto correcto en la audiencia"[34]. Por eso, siguió la trayectoria del personaje a lo largo de las películas anteriores para resolver este asunto, como continúa explicando: "en *Toy Story*, Woody está aprendiendo a compartir el protagonismo con Buzz. Es como un niño que tiene un nuevo hermano y se da cuenta de que no será siempre el favorito (...) En *Toy Story* 2 tiene que aceptar su mortalidad y en *Toy Story* 3 aprende que las cosas no son permanentes y que los cambios son necesarios para seguir adelante"[35]. De ese modo, se puede hablar de un único arco de transformación a través de las tres películas. Después de todo, se trata de una sola historia, la de Woody y sus amigos. Con respecto a que esta narración formara parte de dos capítulos anteriores, se quiso que su argumento fuera tan original como el de las películas precedentes. Se incluyeron así nuevos personajes que aportaron colorido, tensión, ternura e ironía al relato, no sólo entre los personajes juguetes, sino también entre los humanos.

El diseño narrativo planteado originalmente por Stanton se modificó en varios aspectos: se introdujo un nuevo incidente incitador, un nuevo *midpoint*, los puntos de giro se ubicaron en sitios distintos del relato y se transformó el tercer acto en su totalidad. Pese a estos cambios, el trabajo estuvo orientado a conservar la escena final que ya se había escrito. Del mismo modo, se mantuvieron las ideas acordadas en la reunión a la que se ha aludido en párrafos anteriores. El asunto era no perder el punto que se quería transmitir con la película: la aceptación del cambio en la vida. Una cuestión que *Up* había explorado, aunque centrándose más en ver la aventura que hay en la vida ordinaria y la apertura hacia los demás. En *Toy Story* 3 se hace más hincapié en la aceptación del cambio como parte de la experiencia vital y en seguir adelante de un modo optimista[36].

---

[33] En esta entrega, se conservaron los personajes principales y se prescindió de aquellos que eran secundarios o que era contraproducente para la verosimilitud del relato. Es el caso de Bo Beep, que más que un juguete era parte de una lámpara de mesa, que no podía seguir permaneciendo dentro del decorado de la habitación de Andy, Cfr. *Op. Cit*, TABOR, Dan.

[34] *Op. Cit,* MUNSO, Danny, p. 26.

[35] *Ibid.*

[36] Aunque estos planteamientos sean similares tienen grandes diferencias, empezando por que los personajes de *Toy Story* han pasado grandes aventuras gracias a la imaginación de su dueño y a las peripecias vividas, que dan lugar al argumento de las anteriores entregas de la trilogía. Así, su actitud ante la vida es muy distinta a los personajes de *Up*. Su preocupación sobre su destino es su resistencia a morir para su dueño, dejar de existir para él es lo que los aterra, mientras que Carl, en la película de Pete Docter, sólo quiere cumplir con una promesa, no importa lo que pase luego con él, pues se ha resignado a una realidad en la que no parece haber esperanza, aunque al final de la trama la encuentra.

La película habla de un progreso y de un cambio que no supone una ruptura con lo pasado. En este sentido, el objetivo interior de Woody se mantiene a lo largo de toda la trilogía e incluso parece insinuarse más allá del relato de esta última entrega. Desde *Toy Story* 1, el motor interno que motivan las acciones del vaquero protagonista es hacer feliz a su dueño Andy, estar siempre ahí para cuando él le necesite. Esta misión vital, que comparte con el resto de los juguetes del muchacho, experimenta una transformación en *Toy Story* 3. El objetivo es el mismo pero se plantea la posibilidad de cambiar de contexto y, en apariencia, también, de sujeto.

En el tercer acto de la película, Andy, por petición de Woody, se convierte en el remitente y destinatario de las acciones de sus juguetes. Sólo hay que atenerse al diálogo de la escena final entre el joven y Bonnie, la niña a la que cede sus muñecos, para comprender que Andy los cuida hasta el último momento y se asegura de dejarlos en manos de alguien capaz de protegerlos y colmar sus necesidades. Por eso, hasta cierto punto, no pierde su condición de dueño de Woody y los demás, idea que es reforzada por la marca del nombre de Andy que queda impresa en el calzado de los juguetes durante toda la película.

> ANDY (CONT'D)
> Soy Andy. Me ha dicho un pajarito que te gustan los juguetes. Estos son míos, pero ahora tengo que irme y necesito a alguien muy especial para que juegue con ellos[37].

Es claro que, en primera instancia, las frases recogidas aquí van dirigidas a que la niña entienda la responsabilidad de aceptar a los "amigos" del chico. De hecho, Andy presenta a cada juguete a Bonnie para facilitar una relación más "personal" entre ellos y juega con ella estableciendo un nexo un poco más profundo con la chiquilla, que facilita la entrada de los juguetes en la vida de ella. La pequeña recibe el encargo de cuidar de un modo especial a Woody, a quien ya conoce, y asume a la totalidad de los juguetes como propios.

Por otra parte, se entiende que este momento del paso de Andy de la infancia a la madurez, representa el comienzo de una nueva misión para sus compañeros de juego: hacer feliz a otra persona. Pero, en la medida que esta tarea es decidida por Andy, el objetivo de Woody y los demás no cambia de destinatario, sino de alcance. Los juguetes, en orden a su naturaleza, corresponderán al cariño de la niña, que será el objeto de sus acciones en

[37] ARENDT, Michael, *Toy Story* 3, versión del guión propuesto a consideración de la Academia de Hollywood, para la nominación al Óscar en la categoría de mejor guión original. p. 127.

adelante, y le darán más motivos para la fantasía. Sin embargo, su vínculo con el muchacho y su fidelidad hacia él no cesan. La opción que Woody propicia y que Andy secunda para culminar el relato de sus peripecias junto a él, subraya la exclusividad del amor, la generosidad y la fidelidad. Los muñecos no buscan el cariño de muchos niños, sino el de uno que sea capaz de cuidarlos y con el cual poder establecer una relación más estable. Del mismo modo, el grupo de juguetes se confirma como una familia que afronta unida su destino[38].

El éxito de la película fue extraordinario. Una vez más, se dijo de un filme de Pixar que era el mejor hasta la fecha[39]. En poco tiempo se convirtió en el largometraje de animación más taquillero de la historia al sobrepasar el umbral del billón de dólares a escala mundial[40]. La variedad de géneros y emociones que suscitaba la acción fue alabada, especialmente el clímax de la historia[41]: "cuando los juguetes se miran y parecen aceptar su muerte sólo para ser salvados literalmente a *deus ex machina* por una nueva encarnación del gancho al que adoran los marcianitos del Pizza Planet" [42]. Asimismo, se alzó con varios premios de prestigio como el Globo de oro a la mejor película animada de 2010, recibió también El BAFTA y el Óscar en la misma categoría, además de estar nominada en el rubro de mejor película del año[43].

[38] El crítico Gonzalo de Pedro coincide con la postura expuesta en este trabajo en que el cambio propuesto por Unkrich no implica una ruptura. La transición que aprecia de Pedro en la película está referida a "la transmisión y la herencia como pasaporte temporal", donde *Toy Story* 3 "parece ser una defensa a ultranza de la necesidad del juego, de la virtud de aprender a perder el tiempo". Cfr. DE PEDRO AMATRIA, Gonzalo, "Utopía en plástico, Toy Story 3, de Lee Unkrich", *Cahier du Cinéma España*, nº 36, Caimán, Madrid, julio-agosto, 2010, p. 25. Sin embargo, la lectura que aquí se ha hecho del final de la trilogía atiende a las reflexiones de tipo existencial que Lasseter expone en la primera parte de la historia y que apunta a la inmutabilidad de la misión de Woody y sus amigos, a pesar de los cambios profundos que experimenta su vida.

[39] Cfr. ROOMEY, Jonathan, "Toy Story 3", en: *Sight&Sound*, nº8, Sight&Sound, Londres, agosto de 2010, p. 77. Esto no excluye alguna crítica no muy positiva como la realizada por el experto en animación Michael Barrier, ver: BARRIER, Michael, Story Time, en: *MichaelBarrier.com*. 30 de julio de 2010, [octubre 2010]. http://michaelbarrier.com/Commentary/ToyStory3/ToyStory3.html

[40] Cfr. DeMOTT, Rick, "Disney-Pixar's 'Toy Story 3' becomes the Highest Grossing Animated Film Of all Time", en: *Animation World Network*, AWN, 13 de agosto de 2010, [octubre 2010]. http://www.awn.com/news/business/disney-pixar-s-toy-story-3-becomes-highest-grossing-animated-film-all-time; YELLES, William, "'Toy Story 3' becomes topGrossing Animated Movie", en: *The Wrap*, 13 de agosto de 2010, [octubre 2010]. http://www.thewrap.com/movies/article/toy-story-3-becomes-top-grossing-animated-movie-20113

[41] Cfr. *Op. Cit.,* DE PEDRO AMATRIA, Gonzalo, p. 25.

[42] *Op. Cit.*, ROOMEY, Jonathan, p. 77.

[43] Este honor sólo lo han tenido pocas películas de animación: *La bella y la bestia*, *Shrek* y *Up*.

9.4. Unkrich como cineasta

Definir las claves del trabajo cinematográfico de Lee Unkrich entraña una cierta dificultad, especialmente a la hora de determinar los temas que le interesan o el tipo de puesta en escena que le caracteriza, ya que hasta ahora ha dirigido sólo una película. Las tres codirecciones en su haber tuvieron como objeto colaborar con los directores principales de estas cintas. Por eso, en este apartado se darán unas pocas pinceladas sobre el trabajo de Unkrich a partir de los rasgos que se aprecian al contrastar *Toy Story* 3 con el resto de filmes del estudio. En primer lugar, se hará un acercamiento general al estilo del cineasta y se mencionarán las influencias fílmicas que se aprecian en su obra. A continuación, se expondrá la manera en que este director orienta los contenidos a niños y adultos en su producción. Y, por último se tratará algunos asuntos relativos a la puesta en escena como el ritmo y al trabajo de cámara.

9.4.1. Estilo e influencias fílmicas

Para Lee Unkrich "los mejores filmes son aquellos que permiten al espectador experimentar una gran cantidad de emociones diferentes, cualquiera que sean: hilaridad, tristeza o tensión. [En este sentido, le gusta] que las películas sean redondas"[44]. En consonancia con este criterio, *Toy Story* 3 demuestra el gusto de su director por procurar que la audiencia tenga una experiencia satisfactoria. En palabras de De Pedro, la parte final de la trilogía es la "más barroca y alegremente excesiva de toda la serie: más humor, en una imparable carrera de *gags* pero también más oscuridad (…) y más cargada de referencias a su propia historia y a la historia del cine, desde *western* hasta el cine carcelario"[45]. Éste último tipo de películas nutre gran parte de la cinta, concretamente, títulos como *Cadena perpetua* (Frank Darabondt, 1994), *La gran evasión* (John Sturges, 1962) y de manera muy especial, *La leyenda del indomable* (Stuart Rosenberg, 1967)[46]. Entre otras fuentes de la

[44] *Op. Cit*, TABOR, Dan; *Op. Cit.*, ZAHED, Ramin.
[45] *Op. Cit.,* DE PEDRO AMATRIA, Gonzalo, p. 25. También se puede apreciar, como en otros filmes de Pixar, alusiones a sus producciones pasadas. Por ejemplo, en la escena en la que el grupo de juguetes de Andy se preparan para que los niños de la sala oruga regresen del recreo, los juguetes veteranos de esta aula de la guardería tiemblan y se esconden, del mismo modo que lo hacen los muñecos del corto *Tiny y Toy*.
[46] ARCE, José, "Lee Unkrich, director de Toy Story 3: «El día que recibí la llamada de Pixar fue uno de los mejores días de mi vida», en; *La butaca.net, revista de cine online*, La butaca.net, Alfafar, 19 de julio de 2010, [octubre 2010]. http://noticias.labutaca.net/2010/07/19/lee-unkrich-director-de-toy-story-3-el-dia-que-recibi-la-llamada-de-pixar-fue-uno-de-los-mejores-de-mi-vida/

historia, algunos, como Roomey encuentran un "decidido sesgo de *Puff the Magic Dragon*[47]. Postura de la que aquí se disiente, pese a las similitudes con la letra de esta canción, ya que la conclusión de Unkrich es definitivamente más optimista.

Un rasgo que despunta en el tratamiento de la historia de *Toy story 3* y al que se alude en el párrafo anterior es ese cierto aire siniestro y de oscuridad representado en ciertos momentos de la trama. En este sentido, se pueden mencionar la secuencia de la huida de Woody y sus compañeros de la guardería Sunnyside. También, la historia de despecho del villano Lotso, *el oso abracitos*, y cuando este peluche se niega a ayudar a quienes le han salvado antes[48]. En la primera parte de *Toy Story*, Lasseter experimentó con la variación de géneros en el relato e introdujo elementos del terror, como los *freaks* o muñecos mutantes de la habitación de Sid. Sin embargo, la bondad de estos juguetes se manifiesta en la misma escena de su presentación. En cambio, en la película de Unkrich, los personajes de aspecto siniestro son realmente oponentes dentro de la trama. La puesta en escena que acompaña sus acciones es, en ocasiones, inquietante. Sirva de ejemplo el aterrador mono que vigila las estancias de la guardería bajo una iluminación verdosa, mientras emite unos chillidos espeluznantes. En la misma línea, se puede mencionar el hecho de que Lotso y sus compañeros rompieran a Condenado, el teléfono parlante, para que les dijera dónde estaban el vaquero y sus amigos.

El gusto de Unkrich por un cierto rasgo gótico, se aprecia también en sus títulos predilectos: *El resplandor*, *Terciopelo Azul* (David Lynch 1986), *Un ángel en mi mesa* (Jane Champion, 1990), *Arizona Baby* (Joel Coen y Ethan Coen, 1987) y *Embriagado de amor* (Paul Thomas Anderson, 2002)[49]. Aunque estos filmes son muy distintos entre sí, los une su fondo algo surrealista, extravagante y trágico. De hecho, la única comedia del grupo tiene bastante humor negro. Características que se pueden hallar en *Toy Story 3*. Lo que no impide que la historia concluya con un optimismo deslumbrante gracias a su reflexión

---

[47] *Op. Cit.,* ROOMEY, Jonathan, p. 77. *Puff the Magic Dragon* es un poema escrito en 1959 por Leonard Lipton, que se transformó en canción con la música de Peter Yarrow. La letra cuenta una agridulce historia sobre un dragón eterno llamado Puff y su amigo Jackie Paper con quien jugaba cuando era un niño pequeño, pero a medida que Jackie se iba haciendo adulto, iba perdiendo el interés por las aventuras imaginarias típicas de la infancia, dejando a Puff sólo y deprimido. Ver anexos.

[48] Personaje que sigue el patrón de Pete el oloroso, el prospecto nunca abierto, del conjunto de juguetes de *Woody's Roundup* de *Toy Story* 2.

[49] Unkrich ha comentado respecto a *Embriagado de amor* que admira su energía y riqueza de personajes. En cuando a *Terciopelo azul* le impresionó de manera indeleble. *Un ángel en mi mesa* es una película que le ha afectado profundamente y aprecia en la riqueza de su personaje y la interpretación de los actores. finalmente en cuanto a *Arizona Baby* es el film más gracioso que ha visto hasta el momento. Cfr. GOODSELL, Luke, "Five favorite films with Toy Story Director Lee Unkrich, The man at the helm of Pixar's latest reveals some curious personal picks", en: *Rotten Tomatoes*, 16 de junio de 2010, [octubre 2010].
http://www.rottentomatoes.com/m/toy_story_3/news/1888943/five_favo

respecto al paso a la madurez y la aceptación del cambio. Su final es uno de los más luminosos y alegres de toda la filmografía de Pixar, es una celebración de la vida, la amistad, la fidelidad y la familia.

9.4.2. Estrategias narrativas para públicos heterogéneos

Respecto al modo en que Unkrich orienta su discurso al público infantil y al adulto en su película, se puede decir que es el director de Pixar que más recurre a la paradoja en la caracterización de los personajes y a la ironía de las situaciones y en los diálogos. Asimismo, como se ha ido explicando, este director, a diferencia de sus compañeros del estudio, es el único que incluye situaciones, personajes y ambientes que pueden parecer poco apropiadas para un público infantil. Su oscuridad no es la que en el capítulo seis se adjudicaba a Stanton[50], ni tampoco la que se señala en la escena de la tienda de raticidas de *Ratatouille* en el capítulo ocho. El barniz terrorífico de *Toy Story* 3 se percibe en secuencias enteras y se realzan con el montaje del sonido, el contenido de las imágenes y el ritmo. Sin embargo, Unkrich mantiene el equilibrio del relato para permitir que el espectador más menudo pueda disfrutar la historia[51].

En lo relativo a la paradoja, llama la atención cómo el director de Ohio juega con la apariencia de los personajes. En *Toy Story* 3, el villano, Lotso es un oso de apariencia amigable, un peluche mullido de color rosa y que huele a fresa. Grandullón, su secuaz, es un bebé gigante bastante malogrado, que balbucea tiernamente. Asimismo, como en las películas de la trilogía, dirigidos por Lasseter, personajes asociados a películas de terror terminan siendo ayudantes de Woody y sus amigos. Es el caso de Condenado, el teléfono que habla, y el payaso Risitas.

Los estereotipos, los acentos y las actitudes de los personajes contribuyen a jugar con la idea de que no todo tiene que ser siempre lo que parece. Rasgo que favorece la comedia para todos los públicos: El correcto y servicial Buzz se transforma en un atrevido

[50] Andrew Stanton sólo plantea situaciones dramáticas un tanto oscuras en sus historias, como se explica en el capítulo siete. Lee Unkrich, por su parte, consigue crear un tono amenazador, mediante la puesta en escena y el montaje. Un ejemplo de las diferencias entre ambos autores es la pregunta que le hizo el periodista Nev Pierce de la BBC, con motivo de la promoción de *Buscando a Nemo*. En ella les pidió que le dijeran con cuál director les gustaría trabajar. Unkrich respondió que Stanley Kubrick, mientras que Andrew Stanton respondió que David Lean o Steven Spielberg. Cfr. PIERCE, Nev, "Getting direct with directors Lee Unkrich and Andrew Stanton", en: *BBC*. [octubre 2010].
http://www.bbc.co.uk/films/callingtheshots/finding_nemo_directors.shtml

[51] Sin duda, su experiencia infantil con películas como *El resplandor* y su formación como editor le permite manejar los momentos de tensión y de terror para un público amplio.

galán y un experto bailarín. El Señor Patata pasa a ser Señor Tortilla y Señor Pepino antes de volver a ser una patata plástica[52]. Aunque es Ken el personaje que mejor ilustra el uso de la paradoja y la ironía en la comedia orientada a la audiencia más madura. En palabras de Unkrich, Ken "llena el filme de posibilidades cómicas. Es un muñeco de niña, un accesorio para Barbie, y todo eso le crea muchas inseguridades[53]. Parece un juguete inofensivo cuando es, en realidad, uno de los cómplices principales del sistema instaurado por Lotso en la guardería. Es un frívolo pero también es capaz de entender que la Barbie que ha conocido es única. Su actitud de víctima de la moda, su vivienda de ensueño y su linda letra hacen pensar que es un tanto afeminado. No obstante, se enamora a primera vista de Barbie, es capaz de enfrentarse a Lotso por su chica y se convierte, junto a ella, en los cabeza de familia de Sunnyside.

La ironía en diálogos y situaciones, al igual que otras producciones animadas, explota el tipo de ironía no instalada, que está presente en otras producciones de Pixar, pero llevadas al límite[54]. Unkrich aprovecha así las ideas que se tienen de ciertos juguetes en la vida real para apelar al humor adulto y también al infantil. Los niños pueden encontrar divertido la defensa de la Señora Patata argumentando su valía, en base al número de accesorios que la acompañan. Las escenas de Ken y Barbie son nuevamente, un ejemplo de ironía más bien adulta, pero adecuada a la audiencia infantil. En la escena en que estos juguetes se conocen, por ejemplo, se producen situaciones divertidas. Ken se dispone a dar la bienvenida a los juguetes de Andy y a darles un *tour* por la guardería. De pronto, ve a la esbelta muñeca y se acerca para presentarse, con actitud conquistadora, algo ridícula.

```
                KEN (CONT'D)
¡Hola! Soy Ken.

                BARBIE
Barbie.
  (sin aliento)
Nos conocemos...?

                KEN
¡Huh-uh...! ¡Lo recordaría!
  (Barbie ríe)[55]
```

[52] Idea que el guionista Maichel Arendt adjudica a Andrew Stanton. Cfr., *Op. Cit.*, SGAROW, Michael.
[53] *Op. Cit.*, RODRÍGUEZ, Sergi, p. 97.
[54] Es aquella ironía que se basa en el conocimiento previo del público porque forma parte de la cultura general del espectador Cfr. LAVANDIER, Yves, *La dramaturgia*, Ediciones internacionales universitarias, Madrid, 2003, p. 268.
[55] *Op. Cit.*, ARENDT, Michael, p. 35.

En otro momento, Ken propone a Barbie que se mude a vivir con él: Ken se vuelve a Barbie, toma sus manos.

KEN
Barbie, ¡ven conmigo!
¡Viviremos en mi casa de ensueño!
¡Sé que es una locura! No nos conocemos.
Lo nuestro es imposible, pero cuando
te miro siento que estamos...

KEN & BARBIE
...Hechos el uno para el otro![56]

Estas actitudes afectadas se repiten a lo largo de la trama. Barbie y Ken son a los ojos de todos superficiales y cursis. En el momento en que Lotso intenta impedir la fuga de los juguetes de Andy, con la amenaza de tirarlos a la basura, Jessie se niega y le recrimina su maldad. Barbie la apoya dando al peluche una lección sobre la autoridad.

BARBIE
La autoridad emana del consentimiento
de los gobernados, no de la amenaza
de la fuerza.

La frase, elaborada, en términos tan intelectuales en boca del personaje es totalmente irónica. Ninguno de los personajes considera que Barbie sea medianamente inteligente, lo que es subrayado con el intercambio de miradas de desconcierto entre El Señor Patata y Ham, los personajes más cínicos del grupo[57].

En su filme, Unkrich ofrece la fantasía de los niños sin la poesía de Docter. Su narrativa visual directa y realista muestra con vigor la creatividad del juego infantil, las maneras en que juegan los pequeños de distintas edades y la relación que establecen con sus muñecos. Del mismo modo, muestra la nitidez y fuerza de las aventuras que viven en su imaginación. La impactante secuencia inicial de la película y las imágenes de "video" de Andy y sus compañeros de aventuras son un claro ejemplo de la manera en que la mente de un pequeño da carácter y vida a sus juguetes sin importar lo que éstos sean. Es más, estos objetos de plástico, trapo o peluche asumen parte de la personalidad de su dueño. Los muñecos de la ingeniosa Bonnie, por ejemplo, se sienten actores y son generosos y cordiales como la chiquilla.

[56] *Ibid.* p. 39.
[57] El hecho de que los planteamientos de las películas de Pixar se alejen del cinismo, no implica que algunos de sus personajes tengan rasgos algo cínicos en su personalidad.

Por último, las tramas de *Toy Story* 3 ofrecen, como el resto de las películas de Pixar, elementos para que los niños y los adultos se identifiquen con los personajes y situaciones. Los pequeños pueden entender la dureza de la situación de cambio de Andy al considerar que tendrán que dejar de jugar algún día y dejar atrás a sus juguetes. El filme ofrece momentos de acción, tensión y comedia que les permiten seguir la historia con interés, mientras que los adultos encuentran elementos de reflexión y emoción no sólo en la historia de maduración de Andy, sino, sobre todo, en la aventura vivida por los juguetes, así como momento de gran comicidad mediante la ironía y las paradojas.

9.4.3. La puesta en escena

El elemento fundamental que distingue a Unkrich del resto de sus compañeros es su formación en el cine de acción real, concretamente, su especialización como editor. Según John Lasseter, "él es quien reconoció, desde muy pronto, que la animación por ordenador se distinguía de la animación tradicional en que está más inspirada en la filmación de acción real"[58]. Por eso, gran parte de la cinematografía y del ritmo de las películas de Pixar tiene el sello de Unkrich[59].

Para este director y editor, la tarea de montaje no consiste en decidir cuándo cortar, usualmente se trata de cuándo no cortar. Según él, algunas veces los momento más poderosos se presentan al editor justo al sentarse y permitir ver qué pasa[60]. Asimismo, afirma que prefiere evitar "los montajes acelerados y otras cosas que podrían ser apropiadas más para un vídeo de rock que para una película"[61]. No obstante, su estilo es directo y elegante como se ha señalado al comentar, por ejemplo el *flashback* de Jessie en *Toy Story* 2. En toda su filmografía como editor y, sobre todo, en su única película hasta el momento, Unkrich demuestra su pulso para intercalar los momentos más emotivos y tranquilos, con los más intensos por su acción o por su *suspense* sin que se sienta una ruptura en la narración. El ritmo de las secuencias es ágil pero permite disfrutar de la imagen y sabe crear la tensión que las acciones de los personajes deben generar. Basta recordar secuencias

[58] *Op. Cit.* HARTLAUB, Peter
[59] Cfr. *Op. Cit.*, RUSSELL, Mike.
[60] Cfr. MILANI, Matteo, PLACIDI, Federico, "Lee Unkrich on Editing Animated Film", en: *Unidentified Sound Object*, 3 de mayo de 2010, [octubre de 2010].
http://usoproject.blogspot.com/search?q=lee+unkrich
[61] *Op. Cit.,* COHEN, Karl.

como la huida de Sunnyside, la del comienzo de la película y la del vertedero, cuando la muerte de los personajes es inminente.

Esta habilidad como editor alimenta su capacidad como narrador, como director, ya que lo hace más capaz "de ver el bosque a través de los árboles"[62]. Los montadores están muy en contacto con todo el material que conforma el proyecto. Como decía David Lean, autor que acumuló experiencia en las salas de montaje: "nadie tiene la misma historia de amor con una película que los montadores. Para ellos es un medio táctil"[63]. Aunque el trabajo editorial de Unkrich no ha implicado cortar negativos, sus años en este ofició ha configurado su manera de acercase a los filmes, teniendo en cuenta todos los aspectos que la conforman.

Unkrich intenta evitar encuadres complejos o movimientos de cámara excesivos. Sus influencias son clásicas y presenta la acción de manera efectiva[64]. Si se compara su visión de la puesta en escena con *Los Increíbles* y *Ratatouille* se pueden hallar diferencias notables con el estilo de Brad Bird, que recurre a ángulos de cámara y una puesta en escena más compleja. Y si se contrasta con *WALL-E* y *Up* puede que se acerquen un poco más en la forma de entender la imagen. Sin embargo, por el tipo de película que es *Toy Story 3*, Unkrich parece mostrar las situaciones de un modo más directo y construye ambientes más inquietantes. Su estilo parece estar más interesado en conseguir los efectos que debe suscitar la narración en el espectador, por lo que no acude tanto a la caricatura como Docter, aunque no tiende a ser tan espectacular como Stanton.

El aprecio de Unkrich por el detalle se identifica con la filosofía de Pixar de cuidar cada aspecto de sus producciones. En el caso de la trilogía de *Toy Story*, transcurrieron varios años entre los estrenos de cada parte. El avance de las herramientas digitales era evidente en cada momento. De hecho, *Toy Story* 3 es la primera de la trilogía en proyectase en 3D. Por eso, Unkrich no quería que esto contrastara de manera notable con sus predecesoras. Pero tampoco quería renunciar al talento de los integrantes del equipo artístico y técnico, ni desaprovechar las posibilidades tecnológicas. Por eso, tuvo que reconstruir cada personaje, manteniendo la esencia del diseño original de la primera película, sin que se notara su actualización. El resultado fue el de un filme que está a tono

---

[62] *Op. Cit.*, DESOWIT, Bill.

[63] Esta frase es referida por Katherine Hepburn al ensayista A. Scott Berg al recordar al director inglés. SCOTT BERG, A, *Recordando a Kate*, De Bolsillo, Barcelona, 2007, p. 306.

[64] Como se aprecia en el anexo, Unkrich gusta de encuadres que recuerdan clásicos como *¡Que bello es vivir!*, un referente que se encuentra en otras producciones de Pixar como *Up*.

con la tecnología disponible, que lucía mejor que la primera parte, pero sin perder el encanto de las entregas precedentes.

Al terminar este capítulo sobre Lee Unkrich, no parece aconsejable pronunciarse de manera tajante sobre su estilo, ni sus intereses; sobre todo, ante la ausencia de más trabajos suyos como director. Lo que es posible destacar, en relación a los asuntos que atañen a esta investigación, es que, de todos los largometrajes de Pixar a la fecha, su película es la que más atiende a recursos como la ironía, la paradoja, la mezcla de géneros cinematográficos y el ritmo de las acciones para suscitar emociones intensas en la audiencia familiar. Finalmente, puede decirse que en la labor de Lee Unkrich pesa, sobre todo, su formación como editor, esa capacidad para acercarse a la estructura del relato, su ritmo y su intención desde la imagen ya filmada.

EPÍLOGO. ENTRE LA CREACIÓN COLECTIVA Y EL SELLO PERSONAL

Los objetivos planteados en esta parte, dedicada al modo en que se escribe en Pixar, pretendían explorar los factores del proceso creativo de este estudio, con objeto de conocer su incidencia en la elaboración del guión y en la construcción de lectura infantil-adulta de sus producciones. Asimismo, se abordaron las biografías y claves estilísticas de los directores que han realizados los filmes de Pixar hasta 2010, con la idea de determinar el estilo peculiar de cada uno y comprender cómo se conjugan las distintas sensibilidades creativas de los autores, de manera que se pudiera conocer también su manera de afrontar contenidos orientados a públicos heterogéneos. Llegados a este punto, se impone completar el mapa creativo de Pixar mediante la reunión de las ideas más destacadas que se han venido analizando. Así, se comenzará exponiendo los aspectos concernientes al proceso de desarrollo de la historias de Pixar para posteriormente detenerse en la aportación de los directores de la compañía en la creación de contenidos, donde se hará hincapié en sus particular manera de dirigirse al público familiar.

1. Cultura creativa y construcción de niveles de lectura

Al analizar el proceso de realización de las películas de Pixar y los valores que lo sustentan, se puede decir que la cultura creativa del estudio es la piedra angular de su filmografía. La claridad del objetivo empresarial de Pixar y de su identidad corporativa hace que cada fase de la realización esté orientada a hacer buenas películas para la audiencia familiar a partir de dos ejes fundamentales: las historias y los personajes. Cumplir con este cometido supone para los empleados de Pixar la protección de su manera de trabajar y de su finalidad como estudio cinematográfico.

El hecho de que Pixar sea concebido como una comunidad de artistas representa un rasgo diferenciador respecto a otras empresas del sector, y es un factor decisivo en la manera de abordar la producción de sus películas. En primer lugar, porque gracias a la comprensión de los creativos, pues de ese modo procuran no incurrir en fórmulas de éxito

y asumen nuevos desafíos. En segundo término, porque la contribución de los miembros del equipo de producción va encaminada a ayudar al director a hacer una buena película. Y, por último, porque el sistema de Pixar confiere a los directores de la casa el control suficiente sobre sus proyectos como para poder volcar sus intereses estéticos y temáticos, desde la idea que da origen a la historia hasta el final de su realización. De este modo, el estilo de Pixar al orientar su contenido a públicos heterogéneos muestra un elevado grado de elaboración y de ingenio.

La filosofía de trabajo de Pixar se orienta a la producción de clásicos que reflexionen sobre el misterio humano a partir de historias enraizadas en la imaginación infantil. Esto implica la construcción de un subtexto que facilite a los adultos la compresión de los conflictos internos de los personajes y al mismo tiempo, la elaboración de un discurso que permita a los más pequeños seguir el argumento y simpatizar con estos personajes.

En relación a los contenidos dirigidos a los niños, la política de Pixar se basa en el cuidado de la inocencia infantil sin que esto signifique que sus historias oculten o eviten realidades duras de la vida como la muerte, los problemas familiares y las dificultades propias de crecer. Así, la perspectiva con la que se abordan estos temas es siempre optimista. Puede decirse que los filmes del estudio no se conforman sólo con entretener a una audiencia infantil con personajes graciosos mientras ofrecen una buena película a sus acompañantes adultos. Los guiones de Pixar buscan también trasmitir a los menores valores positivos mediante las acciones de sus personajes.

El método de desarrollo de historias que se practica en Pixar se apoya en la construcción de niveles de lectura infantil-adulto de sus películas, pues así se facilitan que cada fase del desarrollo de sus historias y cada integrante del equipo involucrado en ellas contribuyan a arropar la labor creativa de los guionistas, y a procurarles herramientas que les permitan encontrar el subtexto que necesita cada relato. La elaboración del guión en una atmósfera creativa de cooperación, de trabajo paciente y concienzudo es la mejor manera de lograr la sutileza y profundidad que ha caracterizado el estilo de Pixar en sus contenidos.

2. Trabajo colectivo y estilo personal de sus directores

Después de estudiar la trayectoria vital y profesional de los directores de Pixar resulta notorio el modo en que el proceso de creación en esta empresa potencia las

destrezas de cada miembro del grupo. En lo referente al núcleo de artistas estudiados a lo largo de este trabajo, puede afirmarse que su contribución a la filmografía de la compañía es más que notable, no sólo en el desarrollo de sus historias como miembros del *Brain Trust*, sino también en las distintas tareas de producción. Los cineastas que se han investigado en esta parte del trabajo son los artífices del éxito de Pixar durante su primer cuarto de siglo.

John Lasseter es el alma creativa de Pixar por ser el inspirador de la cultura que se practica en el estudio y su impulso a la carrera de nuevos talentos. Como gestor de empresas de entretenimiento, su búsqueda de la excelencia se basa en el respeto por las personas. Esto se concreta en historias entretenidas que tratan temas significativos con una excelente factura: sus intereses temáticos se enfocan desde perspectivas vitalistas, relacionadas se orientan a cuestiones relacionadas con el sentido de la propia existencia, la fugacidad de la vida y la necesidad de disfrutarla. Asimismo, Lasseter trata de manera especial el impacto que tiene el comportamiento de un individuo en aquellos que le rodean y, por tanto, la importancia de emplear las propias habilidades en el servicio a los demás.

Por su parte, Andrew Stanton es el guionista más frecuente de la casa hasta el momento y sus trabajos reflejan gran parte de la evolución temática de Pixar. Como director, aspira a realizar filmes que hagan referencia al sentido de la vida y por eso sus producciones siempre incluyen un ingrediente de riesgo en películas orientadas a la audiencia familiar. Lo que más destaca en su labor como guionista es un verdadero interés por implicar a los espectadores en niveles emocionales distintos, no sólo con pequeños detalles visuales, sino desde el mismo corazón de la historia: con sus tramas y, especialmente, con los personajes. En sus historias, los protagonistas hallan en la confianza en los demás y en el amor el motor para enfrentar sus miedos.

Asimismo, Pete Docter posee una extraordinaria capacidad para captar la imaginación infantil, para encontrar un humor alocado en las situaciones que presenta y una exquisita sensibilidad en la expresión de sentimientos profundos. Al mismo tiempo, sus historias muestran de manera poética la belleza de la cotidianidad. Estas habilidades le permiten hablar tanto a niños como a adultos a través de filmes que conjugan la aventura, la maravilla, la ternura y la acción. Las tramas de Docter llevan a sus personajes a enfrentarse con la realidad, a romper con sus esquemas para descubrir el sentido de la vida. El sacrificio, la esperanza y la generosidad son los ingredientes que nutren sus intereses temáticos. Además, Docter ha demostrado ser un estupendo director de personajes y actores infantiles.

En lo que respecta a Brad Bird, su llegada a Pixar supuso la entrada de un autor por derecho propio. Él es el primer cineasta de la casa en firmar en solitario los guiones y la dirección de sus películas. Al mismo tiempo, su incorporación al equipo significó la inclusión de uno de los pioneros del cine de animación contemporáneo. Hay que recordar que desde el comienzo de su carrera profesional, Bird ha abogado por rescatar la animación del malentendido que la encasillaba como un género y ha participado en proyectos orientados a entretener a niños y adultos desde sus primeros trabajos en la televisión. De este modo, Bird ha trasladado mucho de su fuerte personalidad creativa a la filmografía de Pixar y ha ayudado a elevar el nivel de sus producciones mediante la característica complejidad de sus películas, tanto en lo temático como en lo estético, en donde destaca un uso sofisticado del lenguaje cinematográfico. Hasta el momento, se puede encontrar entre sus referentes creativos más habituales un marcado gusto por el cine *noir*, los cómics, las películas de terror, *suspence* y las de superhéroes. Entre las cuestiones sobre las que suele reflexionar destacan la familia, el arte, la libertad y el talento.

Por último, Lee Unkrich es el responsable de la edición de más de la mitad de los títulos que Pixar ha estrenado hasta el momento y de la codirección de algunas otras. Su estilo directo suscita en el espectador una gran variedad de emociones a lo largo de la narración. Su capacidad para acercarse a la estructura del relato, a su ritmo e intención desde la imagen ya filmada influye notablemente en su trabajo como director, en el que se reconoce un cierto aire gótico que le distingue del resto de los directores.

De los párrafos precedentes, así como de los capítulos estudiados hasta ahora es posible reconocer la reunión armónica entre el estilo particular de cada autor de la casa y los intereses temáticos de Pixar. A excepción de Bird, los creativos de Pixar han crecido juntos como cineastas, de manera que la filmografía del estudio, en su conjunto, refleja una evolución temática y narrativa que deja patente una mayor madurez, profundidad y contundencia en los asuntos que suelen tratar, así como el avance en el ámbito técnico.

3. Estrategias narrativas para entretener a la audiencia familiar

Los recursos para orientar los contenidos a niños y a adultos que se han destacado a lo largo de los capítulos precedentes llevan a pensar que Pixar suele recurrir a las técnicas tradicionales ya empleadas en el sector. Sin embargo, Pixar las usa con un criterio más artístico y narrativo: la utilización de dichos recursos está supeditada a su pertinencia en la

historia. Así, la ironía, la parodia, el doble sentido y el lenguaje metafílmico son elementos que deben contribuir al realce de la narración y no son meras estrategias para provocar la risa fácil de adultos y adolescentes. En este sentido, juega un papel preponderante la política de la empresa respecto al público infantil que ha sido tratada anteriormente.

Por otra parte, hay que mostrar como elemento diferenciador de las películas de Pixar, respecto a otras del sector, que los planteamientos de sus historias surgen de mundos y situaciones inspirados en la imaginación infantil: juguetes que cobran vida, una casa que vuela tirada por globos, monstruos que se asustan de los niños, una familia de superhéroes, coches que tienen vida o una rata que maneja un ser humano como si fuera una marioneta. Estas premisas atraen a los pequeños y les permiten introducirse en la historia, mientras sorprenden a los adultos con el ingenio con el que son presentadas y pueden incluso evocar su niñez. Sin embargo, las fuentes que nutren las premisas creativas de las cintas de Pixar, así como en la filmografía a la que se alude o que inspira la planificación de algunos pasajes de la acción corresponden a largometrajes y obras destinadas a públicos adultos y adolescentes, de lo que se deduce como un factor que contribuye a crear una conexión con esta audiencia.

Respecto a la manera que tienen los directores de la casa de orientar sus contenidos, se puede decir que Lasseter sitúa sus historias en un contexto afín al de los más pequeños: juegos y habitaciones infantiles, juguetes que cobran vida cuando ellos no están. Los ambientes en los que se desarrollan los filmes de Docter y Bird también están vinculados a la imaginación infantil pero de un modo diferente. Mientras Docter apela a la fantasía de los niños a partir de referentes clásicos como los monstruos y las aventuras en tierras desconocidas, Bird ubica sus historias en ambientaciones futuristas, en donde la ilusión de los más pequeños encuentra sus referentes creativos en los cómics y el cine de monstruos y superhéroes. En este sentido, *Ratatouille* es una excepción dentro de su obra, ya que el director hace más hincapié en el humor de situaciones y personajes para atraer a los niños para compensar así una narración compleja y más bien adulta. Esta estrategia también ha sido utilizada por Stanton en sus obras, ya que sus ambientaciones –el espacio y el océano– se vinculan más a aventuras juveniles y adultas.

En lo que concierne al tipo de personajes que lideran las películas del grupo de creativos de Pixar estudiados, queda claro que Docter es quien ha demostrado preferir el tipo de tramas que involucran a personajes adultos con niños. Esta tendencia no es tan marcada en Stanton, Unkrich y Bird quienes han dirigido historias en las que ha habido

personajes infantiles y en las que no. Lasseter por su parte sólo ha dirigido filmes donde los protagonistas son adultos.

La revisión que se ha hecho en estos párrafos del modo en que Pixar construye los niveles de lectura para niños y adultos sólo se ha limitado a señalar algunos de los recursos más evidentes que se emplean en el estudio en esta materia. No obstante, las técnicas señalados no son las únicos empleadas por la productora. Por eso, se hace necesario ahondar en aspectos propios del guión para determinar las estrategias narrativas que permiten a Pixar entretener a la audiencia familiar desde sus personajes tramas y ambientes.

CAPÍTULO 10. ESTRATEGIAS EMOCIONALES DEL GUIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE NIVELES DE LECTURA

Linda Seger afirma en *Cómo llegar a ser un guionista excelente* que escribir un guión "no es sólo una expresión personal. Es comunicación"[1]. No en vano, el objetivo de todo guionista es que sus historias lleguen a la audiencia y que ésta pueda sentirse identificada, inspirada o transformada de algún modo por el relato. Conseguir este cometido supone algo más que transmitir una información, requiere conectar con el público a partir de sus emociones más íntimas y universales[2]. En palabras de Peter Dunne en *Emotional Structure*, "un argumento, por inteligente sea, no es valioso si no conecta tu verdad con la mía"[3]. Si en el fondo, su contenido no contempla aquello en lo que todos somos iguales ni refleja con autenticidad sus reflexiones. Si el texto no consigue articular lo que Claudia Hunter denomina *la paradoja del guión*: hablar de las necesidades y deseos comunes a todos los espectadores, a partir de la experiencia particular de un personaje[4]. Dado que el objeto de estudio de este trabajo son las estrategias narrativas que permiten a las películas de Pixar entretener por igual a niños y adultos, la elección de un enfoque emocional parece la mejor opción para abordar este tema.

El presente capítulo tiene dos objetivos: justificar la adopción de la perspectiva emocional para el presente estudio y exponer el método de análisis que se empleará para indagar en la construcción de niveles de lectura infantil y adulta en los guiones de Pixar. Para ello, se comenzará por explicar la importancia de las emociones en la comunicación artística, con el fin de establecer el papel que tienen en el marco de la narración cinematográfica. A continuación se explicará la retórica afectiva propuesta por Aristóteles para mostrar el funcionamiento de las emociones en el contexto de la narración y su utilidad

---

[1] SEGER, Linda, *Cómo llegar a ser un guionista excelente*, Rialp, Madrid, 2001, p. 190.

[2] A pesar de las variaciones culturales, la investigación de algunos estudiosos, dentro de los que se cuenta los trabajos realizados desde 1960 por el etnólogo y psicólogo Paul Ekman en diferentes culturas y que han demostrado que hay un número de emociones que pueden ser vistas como universales: felicidad, ira, tristeza, miedo, sorpresa, rechazo. Cfr. *Op. Cit.*, KALLAS, Christina, p. 111. Respecto al tema cultural y los sentimientos ver: MARINA, José Antonio, *El laberinto sentimental*, Anagrama, Barcelona, 1996, pp. 37- 73.

[3] DUNNE, Peter, *Emotional Sctructure, creating the story beneath the plot*, Quill Driver Books, Sanger, 2008, p. 14.

[4] Cfr. HUNTER JOHNSON, Claudia, *Crafting Short Screenplays that Connect*, Focal Press, Oxford, 2005, pp. 12-14.

creativa. Seguidamente, se explicará cómo las emociones son un vehículo para la construcción del subtexto y por tanto, permiten la creación de niveles de lectura. Finalmente, se expondrá el instrumento de análisis que se aplicará en los capítulos siguientes.

10.1. La emoción estética como elemento de la comunicación narrativa

Una de las principales razones por las cuales las personas invierten su tiempo y su dinero en ver una película, radica en la necesidad de experimentar las emociones que las historias puedan provocar en ellas. Los espectadores desean que la ficción les haga sentir la alegría, la tristeza, el horror que se relata en un filme sin sufrir por ello el desgaste emocional que les produciría vivir realmente los conflictos que cuenta la acción. Esto es así porque, como explica Aristóteles al comienzo del libro IV de *Poética*, el hombre tiene la capacidad natural de imitar y gozar de las imitaciones, pero principalmente porque imitando y viendo imitaciones aprende[5].

El tipo de conocimiento que el público busca en las representaciones artísticas, en este caso de la narración cinematográfica, tiene que ver con un intento del ser humano por comprender el mundo. Por eso, las historias –como afirma Robert McKee en *El guión*– no son una huida de la realidad sino un vehículo que transporta a los espectadores en su búsqueda de la realidad, son la manifestación de una profunda necesidad del hombre por comprender la pauta de la vida y de sus esfuerzos por dar sentido a la anarquía de la existencia no sólo como ejercicio intelectual, sino dentro de una experiencia muy personal y emotiva[6]. Esto se debe a que la comunicación de los contenidos de una obra fílmica de ficción a la audiencia tiene lugar principalmente en la esfera de las emociones y no tanto en la de los conceptos y argumentos abstractos[7].

---

[5] Aristóteles utiliza el término *mimesis*. *Poet*. IV 1448b 5 20. Aristóteles, *Poética*, edición trilingüe, por Valentín García Yebra, Gredos Madrid, 1974. p. 135-136.

[6] Cfr. McKEE, Robert, *El guión, sustancia, estructura, estilo y principios de la estructura del guión*, Alba, Barcelona, 2006, pp. 28-29.

[7] Aunque el presente trabajo no se detendrá en teorías psicológicas que describan el proceso de comunicación que se produce en la recepción de un filme, resulta oportuno señalar a algunos estudios como los del experto Jens Eder, de la Universidad de Hamburgo, que aplican la psicología y la teoría del conocimiento al análisis fílmico, donde se pone de relieve el poder evocador de lenguaje cinematográfico y el papel que juega la emoción dentro de la comprensión del discurso fílmico. De acuerdo con Eder, la respuesta del espectador ante una película está influenciada por varios tipos de conocimiento y percepción, asociados a la imaginación y la memoria, por ejemplo, y se desarrolla dentro de episodios que varían en su complejidad, y que se ubican en cuatro niveles, a) el *afecto perceptual*, producto de la percepción directa de imagen y sonidos, y que se traduce en sensaciones, estados de animo que no conciernen al objeto específico, como los estados de ánimo inducido

La narración audiovisual tiene la capacidad de trasmitir conocimiento mediante la evocación de sentimientos, gracias a su condición de arte imitativo[8]. Hay temas y situaciones en la vida que son difícilmente traducibles a palabras. Como explica la estudiosa Carmen Sofía Brenes, hablar sobre el amor, la conciencia, la culpa, el sentido del dolor o de la muerte se hace especialmente arduo cuando se tienen a disposición silogismos racionales. Las historias, en cambio, pueden transmitir con cierta precisión eso que de otro modo perdería nitidez y profundidad[9]. Esto se debe a la posibilidad que tienen los relatos de apelar a las facultades humanas para sentir simpatía, empatía, premoniciones o discernimiento, aquello a lo que McKee llama "nuestra sensibilidad innata hacia la verdad"[10].

La plasmación emocional de una reflexión produce en el público una *emoción estética*[11], una reacción que hace que esa idea se convierta en memorable, como resultado de un proceso que conjuga emoción y razón y que se concreta en la contemplación artística

---

por la música, por ejemplo; b) sobre esta base el espectador desarrolla modelos mentales del mundo representado que le lleva a las *emociones diegéticas* como el suspense, la simpatía, la empatía y evaluaciones emocionales; c) cuando el espectador comprende el sentido de las bases del mundo representado, las emociones temáticas se activan, usualmente relacionadas con normas sociales y valores individuales, d) en el nivel de la reflexión, el espectador evalúa el proceso de comunicación y sus elementos; sus propias respuestas, las de otros espectadores, y las del creativo, así como la forma del filme. Esta es la fuente de la *comunicación de las emociones* como la indignación moral, temor por las consecuencias sociales que pueda tener el filme o el orgullo por la propia experiencia. Estos cuatro niveles interactúan entre sí por una compleja red de estímulos emocionales y procesos. Los episodios de emoción individual puede confinarse en un solo nivel o desplegarse por todos los niveles, donde varios sentimientos se pueden solapar. Cfr. EDER, Jen, "Casablanca and Richness of Emotions", en: *Journal of Literary Theory*, volumen 1, nº2, Wde G, Berlin, 2007, pp. 231- 250.

[8] De hecho, el neurólogo Antonio Damasio demuestra en *El error de Descartes, la emoción, la razón y el cerebro humano*, que la capacidad de expresar y experimentar emociones es indispensable para estimular los comportamientos racionales. DAMASIO, Antonio, *El error de Descartes, la emoción, la razón y el cerebro humano*, Crítica, Barcelona, 2003. Por otra parte, sentimientos y emociones no son lo mismo, aunque son conceptos relacionados. En este trabajo se entiende como *sentimientos* a los estados afectivos en que un individuo se encuentra al entrar en relación con las personas, los animales, las cosas y también consigo mismo. Por otra parte, se denomina *emoción* a la alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática, señal de que ha ocurrido algo. Cada emoción predispone al sujeto de un modo diferente para la acción. Cfr. DIEZ PUERTAS, Emeterio, *Narrativa Fílmica*, Fundamentos, Madrid, 2006, pp. 90 y 128. Por otra parte, el relato audiovisual es una forma de arte imitativo que consiste en poner delante del público una representación sensible de ideas morales, de modo que aceptamos la mimesis, defendemos la comunicación con el espectador y colocamos a un mismo nivel de importancia lo ético y lo estético (emoción). Cfr., *Ibid.*, pp. 84-85.

[9] Cfr. BRENES, Carmen Sofía, *¿De qué tratan realmente las películas? Claves para analizar y escribir guiones de cine y televisión*, Eiunsa, Madrid, 2001, p. 101.

[10] *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 145.

[11] La *emoción estética* es producto de los sentimientos creados por el artista en sus obras. A estos sentimientos se le conoce como *sentimientos estéticos* pues se construyen mediante el comportamiento sentimental del personaje dentro de la trama, comportamiento que imita a la vida y producen placer en la audiencia y que tiene relación con el *tono emocional* con el que se expresa el tema de la historia. Son adaptaciones del individuo al objeto artístico. Hay que distinguir entre *sentimiento estético* (efecto sobre el público) y las *emociones como contenido dramático* (efecto sobre los personajes), estando estas últimas supeditadas a la primera porque todo lo que contiene un filme está ahí para que el público sienta una variedad de emociones dentro de un todo o *sentimiento estético* previamente establecido. Cfr. DIEZ PUERTAS, Emeterio, pp. 96 y 126.

(*experiencia estética*)[12]. Por eso, el goce de los espectadores radica en la aprehensión emocional del tema y la transmisión de la fuerza que éste tiene dependerá del impacto emocional que tenga en la audiencia.

En este marco, las emociones se convierten en un hecho cognoscitivo que permite poner en contacto con diversas dimensiones de lo real (situaciones placenteras, dolorosas o desagradables) y cuyo sentido es captado mediante lo que el filósofo Julio Cabrera ha designado como *razón logopática* o la manera emocional de aprehender la realidad[13]. No obstante, conviene insistir en palabras de Juan José Muñoz, en que el componente afectivo en solitario "no muestra el tipo de valor de las cualidades que percibe"[14]. Las emociones son sólo la llave que posibilita entrar en contacto con el valor, pero no por eso crean la adecuada respuesta a lo valioso[15]. Las emociones que se producen en los espectadores no tendrían mayor relevancia si la historia no le presentara una enseñanza, una crítica o una reflexión sobre el papel del hombre en el mundo. Es más, el placer estético es mayor si va acompañado de algún conocimiento. Por eso, McKee sostiene que una historia bien contada "ofrece aquello que no podemos obtener de la vida: una experiencia emocional con significado"[16].

De lo anterior se desprende, en primer lugar, que "el contacto emocional con el lector (audiencia) es la única estrategia de éxito para un guionista"[17]. En segundo lugar, es claro que para establecer una comunicación logopática con el público se requiere que el guionista sea capaz de sintetizar su pensamiento en una estructura generadora de

---

12 "En la vida las experiencias adquieren significado cuando reflexionamos, con el paso del tiempo. En el arte, tienen significado ahora, en el mismo instante en que se producen". *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 44.

13 La *razón logopática* (de *logos*=razón y *pathos*= emoción) o *razón emocional* difiere de la razón lógica. Ver: CABRERA, Julio, *Cine: 100 años de filosofía*, Barcelona, Gedisa, 1999, pp. 34-36.

14 MUÑOZ, Juan José, *De Casablanca a Solas, la creatividad ética en cine y televisión*, Eiunsa, Madrid, 2005, p. 82.

15 En *Ética: cuestiones fundamentales*, Robert Speamann explica: "la pasión nos descubre valores, pero no su jerarquía. Esa es la razón que aconseja (por ejemplo) no obrar a impulsos de la ira. La ira puede estar justificada y ser necesaria para sacarnos de la apatía ante una injusticia. Pero la ira no nos enseña qué hay que hacer. Nos seduce para una nueva injusticia, ya que no nos hace ver a la vez las proporciones. La actuación humana es siempre compleja y tiene casi siempre múltiples consecuencias. Lo mismo se puede decir de la compasión: nos hace ver el sufrimiento ajeno, pero no nos enseña lo que hay que hacer; así, por compasión, se puede hacer algo enteramente irracional, algo que en realidad no hace bien al que sufre… Quien sólo puede actuar por pasión no hará justicia a la realidad". SPEAMANN, Robert, *Ética: cuestiones fundamentales*, Eunsa, Pamplona, 1998, pp. 53-54. Por eso, algunas producciones de dudosa calidad pueden generar grandes emociones, ya que van directo a lo más primario del ser humano o a repetir fórmulas manidas de éxito.

16 Cfr. *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 144. El cine ofrece al espectador "el privilegio de sentir como vida propia aquello que se está desarrollando en pantalla, de asumir una experiencia fijada de modo temporal como una experiencia propia, profundamente personal, de poner la propia vida en relación con lo que se muestra en la pantalla", TARKOVSKI, Andrei, *Esculpir en el tiempo*, Rialp, Madrid, 1991, p. 211. La información que codificamos gracias a las películas es capaz de provocar cambios, emociones y llegar de un modo claro y diáfano a todos los sectores de la población.

17 Cfr. IGLESIAS, Karl, *Writing for Emotional Impact*, WingSpan Press, Livermore, 2005, p. 12. Iglesias menciona al lector en lugar de la audiencia porque es el primer público para el que se escribe el guión.

emociones. Para ello, debe conocer también el tipo de emociones que se debe suscitar durante la experiencia estética para conseguir que ésta sea satisfactoria, así como las técnicas dramáticas que faciliten este objetivo.

10.2. Tipos de emoción que deben producir las narraciones

Antes de abordar las técnicas que favorecen que la narración provoque una emoción estética satisfactoria en el público, conviene saber que la experiencia de leer un guión o ver una película debe comportar el concurso de tres tipos de emociones en el destinatario: emociones de voyerismo, emociones vicarias y emociones viscerales. Para exponer en qué consiste cada una de ellas se tomará como punto de partida la exposición que hace Karl Iglesias, especialista en estrategias emocionales y profesor de UCLA Extension, en su libro *Writing for Emotional Impact*[18].

La contemplación del relato audiovisual está relacionada con aspectos peculiares del hombre como son la pulsión invocante (deseos de escuchar) y, sobre todo, la pulsión escópica (placer de mirar-necesidad de ver). Mirar es una de las actividades que más deleite proporciona a los humanos. Las *emociones de voyerismo* que debe promover la historia en el público se enmarca en estas necesidades, ya que están relacionadas con la curiosidad que tiene toda persona por conocer nueva información, nuevos mundos y saber sobre el desarrollo de la relación entre personajes.

El fomento de este tipo de emociones en la audiencia tiene su origen en los intereses del propio autor y su manera de plasmarlos en la *story line*, ya que si el concepto es lo suficientemente original y su gancho atractivo, despertará los deseos de leer completamente el texto[19]. No en vano, las emociones de voyerismo se orientan a mantener el interés del relato. Para ello, Iglesias apunta a la credibilidad como ingrediente indispensable, ya que construye una pared de cristal entre los eventos que intrigan al espectador y el miedo a las

[18] Cfr. *Ibid.*, p. 16. El autor las designa como *emociones de las tres V*.

[19] Por eso, este aspecto de las emociones de voyerismo no pueden ser enseñado por otros. En cambio, el guionista podrá aprender de algunas técnicas de creatividad cómo descubrir el interés dramático en los asuntos que desea explorar, así como la manera de presentarlos de una manera atractiva. Una forma de que el creativo conozca mejor sus emociones, valores y temas, de modo que revigorice su trabajo, es el ejercicio que Hunter propone a estos efectos y que titula *Le Menu*. La profesora de Spalding University presenta una tabla donde el escritor puede responder de manera precisa a preguntas como: qué amo, qué odio, a qué temo, qué valoro, qué quiero o qué me gusta, qué personas hacen mi vida diferente, qué descubrimientos han hecho mi vida distinta y qué decisiones han cambiado mi vida. Cfr. *Op. Cit.*, HUNTER JOHNSON, Claudia, pp. 15-22. Asimismo, Lee Wyndham sugiere algunas preguntas referentes a los temas de interés del escritor, ver: WHYDHAM, Lee, *Writing for Children & Teenagers*, Writers Digest's Book, Cincinnati, 1980, pp. 21-25.

consecuencias que experimentaría en la vida real al observar la misma acción[20]. Nadie quisiera estar dentro de un incinerador de basura para ser testigos o protagonistas de lo que ocurre a los personajes principales de *Toy Story* 3. Sin embargo, el público permanece sentado mirando la escena y puede imaginarse allí, sin ningún miedo de morir calcinado. No obstante, sí experimenta la angustia por el fin, en apariencia inexorable, de los juguetes más queridos de Andy, e incluso desea que pase algo que los salve.

Cuando el espectador se identifica con el personaje principal de una historia, al punto de sentir como si fuese el propio protagonista de la diégesis, experimenta lo que se conoce como *emociones vicarias*. Para conseguir este tipo de emoción es fundamental la *empatía*[21]. De ahí la importancia de una construcción de personajes atractiva y una estructura en la que la tensión dramática crezca en cada nudo de acción. A estos efectos, el conocimiento de la naturaleza humana y de su vida afectiva permite que el guionista reconozca las emociones que el personaje vive en cada momento de la trama y pueda trasladar la carga emotiva que le interesa en cada escena. Además de las técnicas dramáticas y de las nociones de la psicología de los sentimientos, el creativo debe apelar a sí mismo, la única fuente fiable que tiene para crear reacciones humanas reveladoras[22].

Lee Unkrich cuenta que para reflejar las reacciones de la secuencia del incinerador, a la que se ha aludido antes, imaginó qué haría si viajara en un avión con sus hijos y algo fuera mal[23]. Este recurso emocional le permitió trasladar la tensión y el contenido afectivo a la escena para que los espectadores pudieran identificarse con las emociones de los juguetes: el pavor a una muerte horrible, el coraje de afrontar con entereza un destino fatal y de alentar

[20] Cfr. *Op. Cit.*, IGLESIAS, Karl, p. 16. La credibilidad supone la coherencia con las reglas estables del mundo de ficción creado por el guionista. De lo contrario, se traicionará "el horizonte de expectativas del lector o espectador (…) El género dramático -sea cual fuere- forma parte de ese pacto de lectura que autor y lector hacen al inicio de la historia, por el que éste está dispuesto a "creerse" voluntariamente todo lo que aquél le cuente, por increíble que parezca". *Op. Cit.*, BRENES, Carmen Sofía, p. 119.

[21] Es la capacidad que facilita el conocimiento de los demás poniéndose en el lugar del otro.

[22] Cfr. *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 191. La vida emocional del guionista contribuye también a dar integridad a sus planteamientos y dar forma a su identidad temática como narrador. Cfr. *Op. Cit.,* KALLAS, Christina, p. 11; Cfr. HOOD, Ann, *Creating Character Emotion*, Story Press, Cincinnati, 1998, pp. 12-13.

[23] Cfr., LUSCOMBE, Belinda, "Why Adults Cry So Easily in Animated Kids Movies", en: *Time*, Time Inc., 11 de octubre de 2010, [noviembre 2010] http://healthland.time.com/2010/10/11/why-adult-cry-so-easily-in-animated-kid-movies/ Expertos en creatividad, como los que se citan en este trabajo, coinciden en los beneficios de acudir a recursos como la memoria emocional y los propios sueños. Por ejemplo, Seger recomienda ejercicios que estimulan el pensamiento visual o extraer la riqueza de los sueños para mejorar el dominio de la habilidad de trasmitir sensaciones. *Op. Cit.*, SEGER, Linda (2001b), pp.101-139. Kallas por su parte, anima a sus alumnos y lectores a apelar a las técnicas de memoria emocional promovidas por Stanislavski en su método de preparación de actores, que está basado a su vez en los trabajos del psicólogo francés Théodule Ribot. *Op. Cit.*, KALLAS, Christina, p. 111.

a los compañeros de desgracia, de la misma manera que haría una familia en una situación similar[24].

Los sentimientos de amor y amistad que unen a los personajes de esta secuencia, así como el riesgo mortal que viven genera en el espectador reacciones emocionales muy intensas o *emociones viscerales*: tensión, interés, curiosidad, anticipación, miedo, que al llegar al desenlace se convierten en otras emociones de la misma naturaleza: sorpresa, alegría, risas... En definitiva, todo aquello que la audiencia más desea sentir cuando ve una película o se lee un guión, especialmente si se trata del público de filmes épicos, de *thrillers* o de efectos especiales. Si una historia es capaz de ofrecer una buena parte de emociones viscerales, el auditorio se sentirá entretenido, purificado emocionalmente al compartir de modo vicario las luchas, éxitos o fracasos de los personajes. Cabe recodar, que aunque se mezclen estas emociones, siempre habrá una que deba estar íntimamente relacionada con el tema y el sentido de la historia.

Conocer las reacciones que la tensión dramática puede producir en la audiencia lleva a reafirmar una realidad expresada por Frank Capra en una entrevista concedida en 1933 al *New York Herald Tribune*: "la acción importante no es la que tiene lugar en la pantalla sino en la que pasa en las mentes de la audiencia"[25]. El guionista no puede perder de vista que todas las acciones que establece en la trama y la construcción de personajes están orientadas a conseguir que el auditorio viva una emoción estética satisfactoria.

10.3. Retórica afectiva y las pasiones humanas[26]

Llegados a este punto, queda claro que la emoción estética es el medio que permite la aprehensión del tema de la historias, y que para conseguirlo es necesario que la audiencia experimente cierto tipo de reacciones afectivas. Cabe preguntarse ahora cómo lograr que las estrategias emocionales logren expresar el tema que se desea plasmar en el guión. Se ha insistido en el conocimiento de técnicas dramáticas y el conocimiento de la vida afectiva de los seres humanos. Por eso, en este epígrafe se describirán algunos sentimientos con el fin de dar pistas sobre su naturaleza y mostrar la manera en que se pueden plasmar en la acción, según el tipo de reacción que el guionista busque provocar en el público. Para tratar estas

[24] Para ver cómo se plasmó esta escena en el guión ver en anexos: *Op. Cit.*, ARENDT, Michael, p. 117.
[25] FREEMAN, Leo, "Frank Capra Thinks Audience Should Help Create the Film Story", en: POAGUE, Leland, (ed.) *Frank Capra Interviews*, Univesidad de Missippi, Jackson, 2004, p. 10.
[26] Se utiliza el término pasión como sinónimo de sentimiento.

cuestiones se ha considerado oportuno adoptar el enfoque empleado por Aristóteles en el libro II de *Retórica*, donde introduce el estudio de la *retórica afectiva*. En ella se trata sobre los elementos emocionales necesarios para inclinar favorablemente al que juzga un discurso[27]. No en vano, como afirma McKee, "narrar es la demostración creativa de la verdad. Una historia es la prueba viva de una idea, la conversión de una idea en acción"[28].

Los recursos afectivos son cruciales en la argumentación, ya que como apunta el Estagirita, "las pasiones son las causantes de que los hombres se hagan volubles y cambien en lo relativo a sus juicios, en cuanto que de ellas se siguen pesar y placer"[29]. Por tanto, el factor emocional no puede considerarse como independiente del razonamiento retórico, ni como un elemento auxiliar y secundario de la persuasión. Asimismo, para emplear los recursos afectivos de manera eficaz se deben tener en cuenta los requerimientos temáticos y genéricos del discurso, ya que operan en cuanto que son mediados en una estructura que les otorga validez[30].

Hablar de *estrategias emocionales* alude a los estados afectivos que se producen al tiempo en personajes y espectadores, aunque dichos estados no sean siempre idénticos, como cuando el villano recibe su merecido en la trama o cuando un personaje sufre sentimientos penosos, que sin embargo divierten a la audiencia, como suele ocurrir en las comedias. Así sucede, por ejemplo, en los numerosos *gags* tragicómicos que Lasseter introduce en las desventuras de Woody y Buzz en *Toy Story*[31].

Para el estudio de las pasiones dentro de los discursos Aristóteles recomienda atender a tres aspectos: en qué estado se encuentra el individuo (personaje) que experimenta un estado de animo concreto (sentimientos y emociones), quiénes promueven dichos estados afectivos (co-protagonistas, secundarios u oponentes) y por qué asuntos (motivaciones). Si sólo se contara con uno o dos de estos aspectos, no es posible provocar en el espectador la emoción que se desea. Por ejemplo, si en *Up* no se diera a conocer la historia de la promesa de Carl a Ellie, no se prepararía afectivamente al público para entender la culpabilidad del anciano ni la fuerza de sus motivaciones, y se perdería el

---

[27] *Ret*. II 1377b 20. Aristóteles, *Retórica*, traducción de Quintín Racionero, Gredos, Madrid, 1999, pp. 307-308.
[28] *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 147.
[29] *Ret*. II. 1378a 20. *Op. Cit.* Aristóteles, p. 310.
[30] Los géneros son asociados a fuertes emociones, de ahí que el género deba ser visto como una estructura de estereotipos de un alto orden, que activa un sub programa de comportamiento psicológico especifico en la audiencia, en el que intervienen un componente emocional y la estrategia normativa del género del que se trate. Cfr. *Op. Cit.*, KALLAS, Christina, p. 135.
[31] Una de estas escenas es la de *Toy Story*, cuando Woody mete su cabeza en un cuenco de leche para calmar el escozor de la quemadura que Sid le ha hecho con una lupa en la frente y al mostrar su rostro al público tiene un par de cereales adheridos a los ojos, a modo de gafas o en el momento posterior a la anagnórisis de Buzz, cuando en estado de *shock* comparte mesa y mantel con las muñecas de Hannah, la hermana de Sid.

impacto de su desprendimiento al sacrificar su casa para rescatar a Russell y a Kevin al comienzo del tercer acto, así como el sentido de toda la historia.

La complejidad de las emociones humanas es otro asunto a tener en cuenta a la hora de abordar su estudio y el trabajo creativo, a fin de plasmar de manera "realista" las emociones que los personajes viven y que, de ese modo, puedan ser reconocidas por el espectador. Los sentimientos y sus reacciones no se presentan en estado puro: una pasión relacionada con la ira, como puede ser los celos, aparece vinculada con la tristeza y el temor, por ejemplo. Asimismo, para reflejar la respuesta afectiva que puede tener un personaje en un momento dado, pueden considerarse cuatro aspectos que intervienen en este proceso: la situación real, los deseos, creencias o expectativas, y la idea que el personaje tiene de sí mismo y de sus capacidades[32]. A continuación, siguiendo la *Retórica*, se expone un elenco de las pasiones fundamentales enunciadas por Aristóteles, con objeto de ofrecer una visión esquemática del entramado afectivo de los seres humanos[33]:

10.3.1. Ira y calma

La *ira* es un apetito relacionado con la venganza que se experimenta contra un individuo concreto, por causa de un desprecio manifestado contra el sujeto de la ira o contra los que le son próximos, sin que hubiera razón para tal ofensa. Se entiende por desprecio actitudes que reflejen desdén, vejación o ultraje. Asimismo, a toda ira le sigue un cierto placer que nace de la esperanza de vengarse, pues el iracundo siente deseos de causar pena y castigo a quien antes le ha producido un pesar. Ante el mal presente la voluntad de poder del hombre reacciona con un impulso de rabia, de furia o resentimiento[34].

En el marco de una narración, dice Sánchez-Escalonilla: "la ira es la pasión que despierta la venganza en momentos concretos de una búsqueda y hace revivir en el espectador el deseo por conseguir una meta relacionada con la justicia". "La venganza, por su parte, es un sentimiento que (puede impulsar) la acción del protagonista a lo largo de todo el guión"[35]. Usualmente, la ira surge en aquellos que desean algo ardientemente y por algún obstáculo no pueden satisfacer su anhelo. Por supuesto, la aparición de esta pasión y

[32] Crf. *Op. Cit.*, MARINA, José Antonio, p. 101.
[33] *Ret.* II 1378a 30-1388b 30. *Op. Cit.*, pp. 312-374.
[34] Las emociones vicarias juegan un papel fundamental para propiciar ira en el público, ya que si el espectador siente como el protagonista, las maldades del villano se sentirán como ofensas propias.
[35] *Op. Cit.,* SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, p. 287.

su intensidad dependen de la edad y personalidad del iracundo, así como de la magnitud del daño, y si éste se produce de manera inesperada o de manera gradual.

Dada la amplitud de hechos y actitudes que reflejan desprecio, hay una gran variedad de ejemplos que pueden ayudar al guionista a retratar a los iracundos y a las acciones causantes de la ira. En el ámbito de una historia éstos suelen ser los oponentes y villanos. En cuanto a las acciones que generan deseos de justicia en la audiencia y de ira en los personajes se pueden citar las burlas injustas, los insultos, la difamación no sólo del protagonista sino de aquellos a los que ama o las calumnias respecto a asuntos que son de su interés pues, en palabras de Aristóteles, las cosas que nos interesan no nos pasan inadvertidas. En ocasiones, la ira originada por las mofas se debe a que el personaje no está seguro de destacar totalmente en el aspecto por el cual es objeto de la burla o del insulto y, por eso, se siente descubierto y herido. Asimismo, la cólera aumenta en las personas, cuando quienes las ofenden son sus amigos y cuando alguien que los estimaba ya no lo hace o cuando alguien no agradece un favor importante.

Si el guionista desea que su audiencia experimente emociones relativas a la ira, tales como rabia o deseos de revancha, debe presentar a los adversarios del protagonista como culpables de alguna acción por las que se siente ira y como sujetos de la índole propia para excitarla. Aquí se puede retomar la secuencia del vertedero de *Toy Story* 3 como ejemplo. En ella, Lotso traiciona a Woody y Buzz, segundos después de que los juguetes le hayan salvado la vida. De este modo, Michael Arendt establece, con esta acción del villano, el escenario idóneo para propiciar en el público un deseo de justicia. Una vez culminado el clímax, se produce una cierta satisfacción en la audiencia cuando Lotso es pegado al parachoques de un camión y uno de los muñecos que comparten su misma suerte le advierte de que cierre la boca para que no se le metan los insectos de la carretera.

La *calma*, por su parte, es un apaciguamiento y pacificación de la ira que se siente contra un personaje digno de desprecio. Los motivos por los que alguien serena su ira se pueden deber a que se comprueba que la intención del sujeto no era causar daño alguno, a su arrepentimiento por el perjuicio ocasionado, especialmente si la enmienda viene acompañada de humillación, o si el personaje sufre un mal mayor al soportado por sus víctimas. En las películas de Pixar hay varios ejemplos que ilustran cómo producir calma en el público y cómo mostrarla en los personajes. En el primer caso, se puede citar la rectificación en la conducta de Grandullón en *Toy Story* 3, la de Anton Ego en *Ratatouille* o la muerte de Charles Muntz en *Up*. Y en el segundo, se pueden mencionar el aplacamiento de Celia al descubrir que Mike no le miente en *Monstruos S. A.* y el de Helen tras recibir las

disculpas de su marido en *Los Increíbles*. Las escenas que producen calma en el espectador incluyen momentos de juego y de cotidianidad.

10.3.2. Amor y odio

El *amor* es una de las pasiones humanas más complejas, cuya definición es bastante ardua de alcanzar. El sentimiento amoroso es un estado de afecto hacia otro, una voluntad de posesión que se puede dar en distintos niveles y hacia personas, animales o cosas. Por eso, Marina explica en *El laberinto sentimental*, que "el amor, por supuesto, no existe. Existe una nutrida serie de sentimientos que etiquetamos con la palabra amor"[36] y al designarlas sólo con un vocablo, el uso de éste será siempre equívoco si no se precisa de alguna manera; sobre todo, cuando se trata del amor entre personas. De ahí que se pueda encontrar conceptos tales como amor a Dios, amor filial, amor fraterno, amor romántico o amor de amistad, sentimiento al que los clásicos, por cierto, trataban de manera especial[37].

Aristóteles define el amor como "la voluntad de querer para alguien lo que se piensa que es bueno –por causa suya y no de uno mismo–, así como ponerlo en práctica hasta donde alcance la capacidad para ello"[38]. De este modo, el amor se muestra como la inclinación general al bien (aceptación, cordialidad, confianza, afinidad, devoción, adoración, enamoramiento) puesto que el interés de quien ama es el bien del amado, un ingrediente común a todos los tipos de amor. Respecto del bien no alcanzado surge el deseo y al poseerlo, el gozo (alegría, tranquilidad, satisfacción, deleite, felicidad, éxtasis). El gozo es más estable y duradero que el deseo, que cesa en cuanto se alcanza lo deseado. De ahí, el carácter actancial del amor dentro de un relato.

---

[36] *Op. Cit.*, MARINA, José Antonio, p. 175.

[37] Las especies de la amistad son el compañerismo y la familiaridad.

[38] *Ret.* II, 1380b 35. Esta noción de amor ha sido plasmada por el cine y la literatura en numerosas ocasiones. Una de ellas es el pasaje de *El castillo de mi madre* de Marcel Pagnol, (adaptada en el filme del mismo nombre por Yves Robert, en 1990). En ella, Jules, tío del protagonista, confiesa a su cuñado Joseph que ha pedido su conversión en la misa de gallo. Los testigos de la escena se tensan al creer que comenzará una discusión entre los hombres, a causa de sus diferencias ideológicas. En cambio, ocurre lo contrario: Joseph abraza a Jules, al entender que con este deseo, Jules le demuestra la magnitud de su estima y la sinceridad de su amistad. No en vano, Jules le desea lo que considera el mayor de los tesoros. Cfr. PAGNOL, Marcel, *El Castillo de mi madre*, Rialp, Madrid, 2000. Otro ejemplo, esta vez de amor romántico, se encuentra en *Gigi* (Vicente Minelli, 1958), cuando Gigi rechaza a Gastón, el hombre al que ama profundamente, porque éste en lugar de ofrecerle matrimonio, dispone todo para convertirla en su amante. La chica reacciona dolida al comprobar que el amor de Gastón es imperfecto: no aspira lo mejor para ella y no la considera digna de un compromiso de mayor categoría.

En este mismo terreno, el amor es uno de los temas más tratados y sus distintas manifestaciones se concretan en la relación entre personajes. No en vano, el deseo de amar y ser amado vive en el alma de todo ser humano, constituye el nexo más profundo que puede haber entre las personas, tiene que ver con el sentido de la vida y es una fuente inagotable de conflicto. Además, es uno de los asuntos que más trabajo y reflexión requiere del guionista.

En lo que concierne a la emoción estética, el amor es una pasión inherente a las emociones vicarias experimentadas por la audiencia al ver o leer la historia: "sin ella –dice Sánchez-Escalonilla– el espectador presenciaría el drama con distanciamiento, aunque sufra el influjo de otras pasiones"[39]. Se pude decir, entonces, que la identificación (amor) con un personaje supone no sólo sentir de modo vicario las peripecias del relato, sino también hacer como propios a los aliados y enemigos del protagonista.

El amor que retratan las películas de Pixar siempre llega al sacrificio (*WALL-E*, *Buscando a Nemo*), anima a los personajes a vencer el miedo y los persuade a abrirse al dolor con tal de no perderlo o impedir algo que dañe a los demás (*Toy Story* 2). En sus historias, el amor forma parte del conocimiento de la propia identidad (*Toy Story*, *Ratatouille*, *Monstruos S.A., Cars*), promueve la apertura a los demás (*Up*), impulsa a la fidelidad (*Up*, *Toy Story*) y a la sinceridad (*Los Increíbles* y *Bichos*). Las relación de amor recurrente en las historias del estudio, como se ha dicho en un capítulo anterior, son las de amistad (*Toy Story*) y las paternofiliales (*Monstruos S.A.*, *Up, Los increíbles, Ratatouille, Buscando a Nemo*). El amor de pareja que suelen representar son aquellas con raíces profundas, siendo Ellie y Carl los mejores exponentes, pero también Helen y Bob. Asimismo, las relaciones románticas incipientes manifiestan su vocación de familia: Ken y Barbie, WALL-E y EVA, Buzz y Jessie, y Atta y Flik.

El *odio*, por su parte, es lo contrario al amor, por tanto está ligada a la enemistad. Se diferencia de la ira porque es más estable, ya que la ira se cura con el tiempo, mientras que el odio no. Asimismo, el odio no comporta el carácter personal de la ira: no se dirige hacia individuo alguno, pues se odian males y actitudes como, por ejemplo, la hipocresía, la injusticia o la pusilanimidad. El odio también puede ser originado por el resentimiento, de ahí que quien odia no le importe el sufrimiento.

[39] SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, (2007), p. 288.

10.3.3. Temor, confianza y vergüenza

El *temor* surge ante un mal próximo, destructivo y penoso[40]. Nace del dinamismo de necesidades, deseos y proyectos, dado su carácter de presentimiento, bien sea fundado en la realidad de una situación dada o por la interpretación de signos no tan claros que indican la posibilidad de riesgo. Se entiende así que sea temible todo aquello que manifieste un gran poder de destruir o provocar, como se ha dicho, daños y penalidades. Entre ellas se puede mencionar: la enemistad y la ira de quienes pueden hacer un perjuicio, aquellos a los que se ha hecho una injusticia, sobre todo, cuando no cabe reparar la falta cometida ya sea porque es imposible o porque está en manos del agraviado. Además, se teme a los antagonistas en asuntos que no es posible conseguir al mismo tiempo, a los más fuertes o poderosos, a los que no son francos o coléricos, sino que son irónicos, porque no se sabe si su actuación está lejana. Se teme también, la pérdida del amor o de las personas queridas y el riesgo de muerte… En definitiva, se teme a sufrir.

El temor está vinculado a la esperanza, ya que para sentir miedo es preciso que aún se tenga una perspectiva de salvación por la que luchar. Un signo de esto es que el temor hace que se delibere, mientras que si algo ya está perdido, decidir es inútil. Por tanto, cuando se quiere que la audiencia tema por el protagonista hay que presentar la posibilidad de que puede sucederle un mal, mostrar que otros de su misma condición lo sufren o lo han sufrido y además, de personajes que no cabría pensarlo y por cosas y en momentos que no se podría esperar. Otro tanto ocurre, cuando un personaje alcanza demasiado pronto un objetivo, cuando entra en el mundo especial o atraviesa el umbral de lo prohibido. El temor está en el núcleo de la tensión dramática. El avance de la acción hace que el protagonista se enfrente a sus peores miedos. Se teme que no alcance su objetivo, se teme que pierda lo que más quiere. La trilogía de *Toy Story* trata sobre el temor de Woody y los demás juguetes a la muerte y al abandono. En *Cars*, Rayo teme convertirse en un fracasado si se queda en Radiator Springs o no gana la carrera en Los Ángeles. En *Buscando a Nemo*, por ejemplo, se suscita el miedo en los espectadores con la presencia de Bruce, el tiburón, que a pesar de los intentos por dominar sus instintos, éstos siguen constituyendo un riesgo para otros peces.

La *confianza*, por su parte, es lo contrario del temor. Se presenta cuando el sujeto tiene la esperanza, acompañada de la fantasía de que las cosas que le pueden salvar están próximas y en cambio están lejos o no existen aquellas que causarían temor. Se confía

[40] La ansiedad, la consternación y la angustia son sentimientos asociados al temor.

cuando se tienen los recursos para salir bien parado de las situaciones, cuando lo temible no es tal o cuando no se ha cometido ninguna injusticia o actos que puedan provocar un daño. En suma, cuando no cabe esperar que ocurra algo malo, como pasa a los personajes antes de todo punto de giro o experimentar cualquier revés o complicación. Habitualmente los que mejor reflejan la confianza son los personajes infantiles, pues su ímpetu e inocencia se sobreponen a cualquier temor fundado en los riesgos de la aventura, como es el caso de Russell. En *Bichos*, Dot tiene una fe inquebrantable en Flik. Sin embargo, en el universo de Pixar, es un personaje adulto el que representa de manera rotunda la confianza en los demás y en el destino: Dory, en *Buscando a Nemo*.

La *vergüenza* es una pasión relativa a la fantasía que concierne a la pérdida de reputación, en referencia a quienes han de juzgarla. La situación de apuro en la que se encuentra un personaje avergonzado se suele aprovechar para distender la tensión propia de la narración con un guiño gracioso o para calmar la ira contra un personaje. Por eso, es un recurso frecuente en comedias, sátiras y farsas, aunque se puede encontrar en dramas para, como se ha dicho, producir calma en el público. Sin embargo, también sirve para aumentar la intensidad dramática, como cuando se avergüenza al protagonista o a uno de sus aliados con el fin de causar la indignación del público contra los villanos y sus secuaces. Habitualmente, los personajes que son vergonzosos y que son avergonzados, no suelen causar temor, más bien producen compasión, ira, hilaridad o ternura, como Perdigón en *Toy Story* 2 y 3.

10.3.4. Favor, compasión e indignación

El *favor* es el sentimiento que despiertan las concesiones dispensadas por un personaje y que en principio no se esperan. Casi siempre, se trata de favores de cierta envergadura, por los que el que los recibe se siente altamente agradecido y en ocasiones, en deuda. Retomando la secuencia del vertedero de *Toy Story* 3, los marcianitos de Pizza Planet e hijos adoptivos de los Patata se convierten en los grandes benefactores de los juguetes de Andy, gracias al *deus ex machina* al que recurrió Michel Arendt.

Otra característica de esta pasión consiste en que convierte al benefactor en alguien amable, incluso si se trata de un ser que, en apariencia, es temible o es realmente uno de los villanos de la historia. El primer caso lo encontramos en los juguetes mutantes del cuarto de Sid en *Toy Story* 1. El segundo, en la anagnórisis de Grandullón, en *Toy Story* 3: Al descubrir

las mentiras de Lotso, el bebé gigante cambia de actitud y lanza al oso al contenedor de basura, con lo que termina el sistema de terror que el villano había instaurado en Sunnyside.

Por su parte, la *compasión* es un sentimiento de pena ante las desgracias inmerecidas que les ocurren a otros. No importa si el origen del mal proviene del destino o sea culpa de otras personas. En las narraciones, la esperanza del espectador por que cambie la fortuna del que sufre depende de la estrategia emocional prevista por el guionista y según el género al que pertenezca el relato. En la escena aludida en el párrafo anterior, la compasión funciona como un ingrediente que potencia la acción de Grandullón como benefactor de Woody y sus amigos, al mostrarlo como una víctima de Lotso.

La *indignación*, por su parte, se opone a la compasión porque es la rebelión ante la buena suerte inmerecida por alguien. Compasión e indignación son propias de un talante honesto. En *Toy Story* 2, el relato de cómo Emily abandona a Jessie al crecer, provoca la compasión de Woody y de los espectadores. En la siguiente entrega de la trilogía, cuando Lotso frustra los planes de fuga de los juguetes, Barbie se indigna ante las palabras del oso, que se regodea en su aparente éxito.

10.3.5. La envidia y la emulación

La *envidia* es un cierto pesar relativo al éxito que tienen aquellos a los que se considera como iguales, en una gran variedad de ámbitos, como la salud, la apariencia, la fortuna, el saber estar, etc. La envidia también se define como la tristeza ante el bien ajeno. Mientras que la *emulación* se refiere a un cierto pesar por la presencia manifiesta de virtudes en otras personas. Sin embargo, se diferencia de la envidia en que la emulación surge cuando un individuo desea para sí cualidades que no tiene, pero no porque otro las posea, sino porque son propias de él mismo y las cree alcanzables por su esfuerzo.

Así, la emulación prepara a unos para lograr bienes que son propios de su condición y la envidia hace que el sujeto que la padece busque que el prójimo no consiga los bienes que desea o pierda los que tiene. Razón por la que Aristóteles considera a la emulación como una pasión propia de los hombres honrados, mientras que a la envidia la encuentra inmoral. En el terreno dramático, el villano es generalmente quien tiene envidia de las virtudes del protagonista, mientras que estas cualidades despiertan admiración y respeto en

otros personajes (emulación). En consecuencia, el héroe es el origen de ambas pasiones[41]. La primera de las películas de *Toy Story* tiene infinidad de ejemplos de envidia y emulación, entre las que se puede mencionar la secuencia elaborada que muestra el cambio en la vida de Woody tras la intrusión de Buzz en la habitación infantil: los juguetes de Andy comienzan a hacer ejercicio para estar en forma como Buzz (emulación) y el guardián espacial establece un trato de afecto con el resto de muñecos[42]. En otro momento de la secuencia, Buzz juega con Slinky sobre la cama de Andy y Woody, celoso, derriba al perro de un manotazo (envidia).

Como se ha visto, el lenguaje de las pasiones sirve para dar un lugar al interlocutor para obtener algún beneficio o simplemente para lograr un objetivo. Por otra parte, los términos pasionales (amor, ira, odio, etc.) tienen la función de nombrar una composición, señalar el conjunto de significados y de referencias que una actuación tiene; determinan el universo de sentido que funciona como el marco de las posibilidades de actuación y de interpretación[43]. En este contexto, hay que recordar que el guionista debe calcular la intensidad de las emociones que desea producir y no olvidar que las pasiones vienen acompañadas de reacciones físicas u orgánicas que les son propias. Es decir, el guión debe reflejar en sus acotaciones los rasgos gestuales y de comportamiento que expresan el estado anímico del personaje. Aunque en la realización de la historia el director y los actores hagan una interpretación de lo que afecta al personaje, el guionista es el responsable de sentar las bases de esta información.

No obstante lo anterior, el conocimiento de las pasiones y de su utilidad creativa no es suficiente para dotar de credibilidad a un discurso. Para ello, Aristóteles afirma que el orador (guionista) debe poseer sensatez, virtud y benevolencia. De lo que se desprende que si hay engaño en sus argumentos es porque carece de alguno de estos atributos[44]. En este sentido, cabe traer a colación las palabras con las que se daba inicio a este capítulo: escribir

---

41 Los héroes son personajes que manifiestan "sabiduría, justicia, fortaleza y autodominio. Su principal motivación se resume en la tradicional divisa de proteger y servir". *Op. Cit.*, SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, (2003), p. 117. Además, "el significado de la palabra héroe está directamente emparentado con la idea de sacrificio personal". Cfr. VOGLER, Christopher, p. 65.

42 En este momento del film, Woody olvida su dimensión heroica debido a sus celos, mientras que Buzz mantiene una conducta intachable, de modo que el grupo comienza a fijarse en el nuevo muñeco de Andy. Si bien los demás juguetes están impresionados con el guardián espacial, también es cierto que se sienten decepcionados por los celos del vaquero y ven en el hombre de espacio un referente al cual mirar.

43 Cfr. CEBALLOS, Maritza, "Las pasiones: interacción y retórica", en: *Signo y Pensamiento*, nº49, Departamento de Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, diciembre 2006, p 173.

44 *Ret.* II 1378a 5 15. *Op. Cit*, Aristóteles, pp. 309-310.

es una tarea de expresión personal[45]. Por tanto, se espera que el creativo sea sincero en sus planteamientos, que escriba lo que realmente es importante para él y no use estrategias emocionales en función de lo que se imagina que va a complacer a sus lectores. El guionista debe ser fiel a si mismo y a sus personajes, tiene que ser capaz de asumir riesgos, exponer su humanidad en la visión que ofrece de los temas que trata. Sólo así podrá dotar de una fuerza genuina a todo cuanto quiera narrar.

10.4. Retórica afectiva y las edades de la vida (la infancia)[46]

Un factor esencial para una retórica de las pasiones efectiva es la comprensión de la psicología de los espectadores según cada etapa de la vida, con el fin de construir personajes creíbles y suscitar interés en un público determinado y de una manera adecuada. De hecho, Aristóteles concluye su estudio sobre las pasiones humanas atendiendo a aspectos como las actitudes y afectos estereotípicos de ciertas edades: juventud, madurez y vejez[47]. Aunque las emociones y los sentimientos básicos son universales, lo cierto es que la edad es una de las variables fundamentales respecto a que un individuo tenga más propensión hacia un tipo de pasión que a otra[48]. Por ejemplo, el Estagirita vincula a los jóvenes con los deseos pasionales, al valor y el entusiasmo, mientras que a los mayores los retrata como todo lo opuesto: destaca su pesimismo y su carácter tendente a las quejas, de ahí que cuando un anciano muestre gestos diferentes a éstos se pueda decir que tiene un espíritu joven o que ha rejuvenecido. Por eso, a pesar de la mezcla de géneros que se puedan encontrar en las películas de Pixar –y en cualquier *four quadrant film*–, lo cierto es que cultivan principalmente

[45] "En el drama, la personalidad del poeta designa la energía dramática más que en todas las artes, y tiene el mayor poder imaginable (...) Esto se refiere no sólo a la ética o la moral del guión, sino también su estilo artístico y las emociones que contiene y evoca". FREYTAG, Gustav, Die *Technik des Drama*, Bearbeitete Neuausgabe, Berlin, 2003, p. 72. Cit., en: *Op. Cit.*, KALLAS, Christina, p. 128.

[46] La noción de infancia, que es de uso común, define esta etapa de la vida como el período del desarrollo humano que va desde el nacimiento hasta el final de la adolescencia. DORR, Aimée, *Television and Children: A Special Medium for a Special Audience*, Sage, Thousand Oaks, 1986, p. 7. El rango de edades que comprende el público infantil suele variar entre los distintos profesionales que se dedican al estudio, producción o distribución de contenidos para ellos. Algunos investigadores de audiencias sólo tienen en cuenta para sus trabajos a los niños entre cuatro y quince años. Cfr. SINGLETON-TURNER, Roger, *Television and Children*, BBC Television Training, Londres, 1994, p. 6.

[47] También incluye el tipo de pasiones y actitudes propias de las distintas clases sociales, aspecto que no será tratado aquí, debido a que desvía la atención del principal interés de este trabajo, que está más vinculado a la edad del auditorio.

[48] Aquí entra en juego la personalidad, gustos, formación y experiencia del sujeto. La experiencia emocional es muy personal y, por tanto variada, de ahí que se pueda decir que cada uno tiene un estilo sentimental. Como afirma Kallas las emociones se deben entender como un fenómeno multidimensional en el que los componentes biológicos y psicológicos están vinculados con las impresiones sociales y la experiencia individual. *Op. Cit.,* KALLAS, Christina, p. 172

la aventura o la comedia, géneros más afines a audiencias que incluyen a niños. Dada las particularidades de este sector del público, conviene exponer algunas de sus necesidades e intereses, de manera que en el análisis posterior se puedan reconocer ciertas estrategias dirigidas a su entretenimiento.

10.4.1. La audiencia infantil

"Los niños –dice Aimée Dorr– poseen un conocimiento limitado de todos los aspectos físicos y sociales del mundo en el que viven, y están parcialmente equipados con las herramientas necesarias para aprender, circunstancia que los hace una audiencia muy especial"[49]. La mirada infantil es distinta a la del adulto: un ser humano que está integrando los componentes psíquicos de su personalidad no percibe el mundo de la misma manera que un ser maduro. El pensamiento del niño está repleto de artificialismo, cualquier lectura o (visionado) va a servirle para desarrollar su imaginación[50].

Por otra parte, los niños se esfuerzan por entender el mundo que les rodea de acuerdo con las etapas de su desarrollo. Cada una de ellas corresponde a una manera cualitativamente distinta de interacción con el mundo físico y social. Esto incluye al cine y al modo en que el pequeño se relaciona con los mensajes que recibe desde la pantalla. Por eso, es importante tener presente cuando se escribe para un *four quadrant films* que los chavales ven las historias en un nivel diferente al de los adultos. De ahí que sea posible entretener a ambas audiencias a la vez.

Aunque el propósito de este epígrafe no es tratar el desarrollo cognitivo de los niños, es oportuno señalar que la atención de los infantes es guiada activamente por la comprensión que ellos hacen de los contenidos audiovisuales[51]. Como consecuencia, si la narración es un poco compleja, sobre todo, cuando se trata de los más pequeños, su interés

---

[49] *Op. Cit*., DORR, Aimée, p. 7.

[50] Cfr. CANO CALDERON, Amelia, "Cine para niños, un capítulo de la literatura infantil", en: *Revista Interuniversitaria de formación del profesorado*, nº 18, septiembre/diciembre 1993, p. 55. De ahí que sea normal encontrar numerosas historias infantiles en las que hay un componente de antropomorfismo. Además, desde el punto de vista educativo, el cine puede servir, entre otras cosas, como un instrumento de alfabetización emocional para los más pequeños. Ver: GUTIERREZ MOAR, María del Carmen, PEREIRA RODRIGUEZ, María del Carmen, VALERO IGLESIAS Luís Fernando, "El cine como instrumento de alfabetización audiovisual", en: *Teoría de la educación*, nº 18, Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca, 2006, pp. 229-260

[51] Cfr. HUSTON, Aletha C., WRITGHT, John C., "Television and Socialization of Young Children" en: MACBETH, T (ed.), *Tuning to young viewers*, Sage, Thousand Oaks, 1996, pp. 37-60, [abril de 2002], www.cyfc.umn.edu/television.html; VAN EVRA, Judith, *Television and Child Development,* Lawrence Erlbaum Associates Publisher, New Jersey, 1998*,* p. 4.

se dirigirá a eventos aislados de la trama o a elementos como efectos visuales o sonoros, la apariencia de uno de los personajes o sencillamente querrá abandonar la sala y con esto, no sólo se perdería al chico sino también al adulto que lo acompaña.

La habilidad de los muchachos para ordenar las escenas a lo largo de una dimensión temporal, que es uno de los procesos específicos del desarrollo infantil para comprender el relato, tiende a consolidarse alrededor de la mitad de esta etapa de la vida (siete u ocho años). Por eso, los niños en edad preescolar tienen una comprensión del esquema de historias bastante más simple que el resto de pequeños. Por eso, es recomendable evitar los *flashbacks*. Asimismo, los personajes orientados a los niños deben tener diálogos sencillos y sus acciones deben ser comprensibles a primera vista, con una moral casi maniquea[52].

Ahora bien, si se tiene en cuenta que la base de toda estrategia emocional pasa por un conocimiento práctico de los afectos, y que en este terreno la primera fuente de información fiable para un guionista es él mismo, se debe reconocer la dificultad de escribir para niños. Parafraseando a Yves Lavandier en *La dramaturgia*, la experiencia demuestra que los adultos recuerdan muy mal las emociones de la infancia y, en realidad, se hacen una idea equivocada de ellas[53]. Por eso, algunos terminan por subestimar la comprensión de los pequeños o ignorando de algún modo su presencia como espectadores y prestan mayor atención a los requerimientos de sus acompañantes adultos.

No obstante estas dificultades, el guionista no tiene más remedio que seguir contando con su propio ingenio y acudir a la investigación. En cuanto a lo primero, C. S. Lewis recomienda en su ensayo "Tres formas de escribir para niños", que el autor escriba a partir de los elementos de su propia imaginación que sean compartidas con los pequeños[54]. Si se considera la premisa argumental y el universo diegético de títulos como *Toy Story* o *Monstruos S. A.*, por ejemplo, no cabrá ninguna duda de la conexión entre la imaginación de los creativos de Pixar y la audiencia infantil. Por otra parte, la observación de las conductas de los niños contribuye a conocer mejor a este sector del público y a construir personajes infantiles creíbles. Así, el guionista puede reparar en el modo como juegan los pequeños, qué les hace reír o llorar, cómo se pelean. Y, dado que las historias crecen en intensidad, conviene prestar atención a las reacciones de los chicos en situaciones de determinado

[52] Además, hay que tener en cuenta que los personajes que más atraen a niños entre 6 y 9 años se sobreponen a sus miedos y que de 8 a 12 años el personaje debe ser más complejo y sus reacciones deben ser más contundentes, dos ejemplo claros son Boo y Russell. Para nociones básicas del desarrollo infantil ver: *Op. Cit.*, WRIGHT, Jean Ann, pp. 45-58. Además: FORERO, María Teresa, *Escribir para televisión, manual para guionistas*, Paidós, México, 2002, pp. 167-184.

[53] Cfr. *Op. Cit.*, LAVANDIER, Yves, p. 495.

[54] Cfr. LEWIS, C. S., *De este y otros mundos. Ensayos sobre literatura fantástica*, Alba, Barcelona, 2004, p. 78.

estrés[55]. Por último, no está de más presentar la narración ante un grupo de muchachos y así detectar en qué momentos se aburren o qué les entusiasma.

Para suscitar las emociones de la narración en los niños es bueno saber que la espectacularidad tiene un gran influjo sobre ellos y que, al igual que ocurre con los adultos, la manera de establecer un nexo entre la historia y el público infantil se hace a través de la empatía de los chicos con el protagonista, sea éste un héroe, un superhéroe o una persona como cualquier otra. "La individualización del ser humano consiste tanto en convertirse en un ser único, como en llegar a ser más universalmente humano"[56]. La manera más sencilla de conseguirlo es apelando a personajes infantiles o que tengan rasgos con los que los niños se puedan identificar, como ocurre en algunos *four quadrant films* que no cuentan con la presencia de protagonistas que representen a niños o la participación importante de algún secundario de este tipo[57].

El niño tiene tanta necesidad como el adulto de explorar sus emociones y de dar sentido a las cosas de la vida. "Prívese a los niños de las narraciones –dice MacIntyre– y se les dejará sin guión, tartamudos angustiados en sus acciones y en sus palabras"[58]. Como señalan Voytilla y Petri en su libro *Writing the Comedy Film*, "los niños buscan inconscientemente ese nivel de sentido que tiene resonancia de mitos o historias de vida" [59]. Entre los asuntos que les interesan se pueden citar los miedos propios de cada edad, los celos, la familia, el aprendizaje. Todos ellos se enraízan en sus necesidades y deseos como se verá en la sección siguiente. En este sentido, el guionista no debe evitar crear un conflicto importante o abordar cuestiones un poco más duras en sus relatos. Series de animación como *Marco* (Isao Takahata, 1976) o películas como *E. T.* tratan asuntos conmovedores y han sido populares entre los más pequeños.

Por otra parte, el humor es una de las pasiones más afines a la infancia. Para hacer reír a un niño es necesario hablarle de problemas que le afectan: las torpezas, las desgracias, el lenguaje y las funciones orgánicas. Así, el primer nivel del humor de los pequeños es puramente físico y visual. El *slapstick* es extremadamente popular, especialmente cuando se construye sobre la anticipación y los reveces, sobre la exageración, como cuando Sulley cree que Boo está siendo triturada; el uso equivocado de objetos al estilo de WALL-E al

[55] *Op. Cit.*, WYNDHAM, Lee, p. 64.
[56] *Op. Cit.,* LAVANDIER, Yves, p. 501.
[57] Por ejemplo, *Piratas del Caribe*, atrapó a los niños gracias a Jack Sparrow cuya actitud alocada y juguetona conecta con ellos, así como a un joven héroe como William Turner a quien emular.
[58] MacINTYRE, Alaistor, *Tras la virtud*, Crítica, Barcelona, 1987, p. 267.
[59] Cfr. VOYTILLA, Stuart, PETRI. Scott, *Writing the Comedy Film, Make'em Laugh*, Michael Wiese Production, Michigan, 2003, p. 75. Una prueba de ello es la larga lista de historias clásicas infantiles y juveniles.

colocarse un sujetador a modo de gafas; o comportamientos incongruentes como cuando Russell juega con las patas de Kevin mientras Carl les riñe.

10.4.2. Temas eternos de la infancia

La base para cualquier estrategia emocional relacionada con la infancia tiene un estrecho vínculo con las necesidades propias de los niños, y según la edad y el entorno, los impulsa a buscar de alguna manera su satisfacción. Cuando una de ellas es cubierta, se reemplaza por otro requerimiento. Las historias son un factor coadyuvante en la tarea de llenar estas expectativas desde la imaginación. Algunos estudios, como el de George Carey y su equipo investigador, demuestran que el éxito y vigencia de ciertos contenidos infantiles se debe a que se basan en estos deseos, a los que denominan *temas eternos de la infancia*. De ese modo, brindan a los muchachos la posibilidad de plantearse situaciones y experimentar emociones, relativas a los anhelos propios de su edad[60]:

Durante la infancia se experimentan deseos de *búsqueda de independencia*. Las pretensiones de los niños oscilan entre la necesidad de estar atado a la seguridad y protección del mundo familiar de los padres y la emoción de experimentar aquello que se encuentra más allá, en un mundo de riesgos fuera del hogar[61]. En este terreno, las historias de aventuras son muy atractivas, la emulación brota en ellos al vivir de modo vicario las peripecias del héroe en pos de su misión para lograr el equilibrio, regresar a casa o restablecer el orden roto por el detonante de la trama. Debido a esta situación de sujeción a la autoridad paterna, surge también una *necesidad de poder***:** la ensoñación de llegar a ser mayor para tener control sobre la propia vida y sobre otras personas y objetos. Así, anhelan sobresalir en los deportes, ganar en las competiciones o ser el líder de un grupo. De ahí que

---

[60] CAREY, George, WYNNE, Tryee, y ALEXANDER, Kristin, *An Environmental Scan of Children's Interactive Media from 2000 to 2002*. Informe preparado para Markle Foundation por Just Kid Inc., 3 de junio de 2002. [octubre2002]. http://www.markle.org/downloadable_assets/imc_environmentalscan.pdf.
Michaell Schimidbauer y Paul Löhr, dan un par de ejemplos a partir de programas como ALF y LOGO, para mostrar cómo elementos de fondo y de forma llenan esas necesidades de los niños. Cfr. SCHIMIDBAUER, Michaell, y LÖHR, Paul, "TV Kids- New Socialisation Types?", en: LÖHR, Paul, y MAYER, Manfred, *Children Television, and the new media: a reader of research and documentation in Germany*, Publicaciones de la Universidad de Luton, Luton, 1999, pp. 48-59.

[61] De hecho, este tema se encuentra entre las primeras preocupaciones de los niños, junto con la aprobación de los compañeros, la escuela y la aceptación social. En un estudio realizado por *Just Kid Inc* con niños entre seis y doce años se les preguntó qué encontraban particularmente divertido, el 74 % afirmó que hacer cosas con sus padres y el 71% tener aventuras nuevas y excitantes. El 63% de los muchachos afirmó que siempre o algunas veces les preocupa que sus padres se separasen, mientras que 68% de ellos sueñan constantemente con ser independiente y crecer. *Op. Cit.*, CAREY, George, p. 5.

aprecien especialmente cualquier herramienta o instrumento que les ayude a mejorar su dominio de cualquier habilidad. En este sentido, los relatos de superhéroes les permiten fantasear con ser extraordinariamente poderosos.

Sin embargo, otra de las aspiraciones de los niños se concentra en tener una *interacción social* satisfactoria: adquirir valores, aprender roles sociales y construir relaciones con otros. Este tema y sus necesidades subsidiarias son una fuente de ansiedad para muchos pequeños, ya que se relaciona con encontrar un lugar en el mundo de amigos y compañeros, así como el valor que tiene ese lugar en dichas relaciones. Esta preocupación pierde énfasis y prioridad cuando se relaciona con su familia inmediata, ya que representa un factor primordial para ellos: es el primer lugar en donde se debe ser aceptado y amado.

Por otra parte, los niños tienen un innato deseo de poder hacer las cosas por ellos mismos, de tener *dominio sobre ellas y capacidad de aprendizaje*. En un estudio de Nickelodeon y Yankelovich Youth Monitor, en el que se entrevistaron 1.441 niños entre 6 y 17 años, muchos coincidían en desear poder ser más listos. Cuando se les preguntó qué es importante en sus vidas, el gran número de ellos (96%) dijo "hacer las cosas bien en la escuela". Tres de cada cuatro niños entre 6 y 11 años coincidían en expresar frases similares a la siguiente: "Deseo una forma más fácil y rápida de hacerme más listo"[62]. Esta tendencia abarca las aspiraciones para el futuro como ser más guapo, conocer a gente famosa o casarse.

En suma, los temas eternos de la infancia son puntos de referencia para el guionista a la hora de suscitar emociones en los niños y crear historias que sean interesantes para ellos, a partir de sus propias necesidades, que es la mejor manera de conectar con el público de cualquier edad. Sin embargo, a riesgo de ser reiterativos se advierte además, que el conocimiento de estos asuntos propios de la infancia debe plasmarse en las historias con el máximo respecto a este sector de la audiencia. En palabras de Lewis: "debemos tratar a los niños como a nuestros iguales en esa área de nuestra naturaleza en que somos iguales, (no hay que tratarlos) con condescendencia ni idolatrarlos, (…) tenemos que procurar no hacerles daño y al amparo de la Omnipotencia atrevernos a esperar hacerles algún bien, pero un bien que no suponga dejar de tratarlos con respeto"[63].

[62] Cfr. NICKELODEON/YANKELOVICH YOUTH MONITOR, *Invasion of the Spotligth on Planet Youth*, Informe de Yankelovich Youth Monitor para Nickelodeon, New York, octubre 2001, p.12.
[63] *Op. Cit.*, LEWIS, C. S., p. 78. A los niños como a los adultos no les gusta que los sermoneen.

10.5. La emoción y la construcción del subtexto

Hasta ahora se ha visto cómo producir ciertas emociones a partir del estudio de la retórica afectiva, donde quedó claro que los pequeños captan los contenidos de las historias en un nivel diferente al de los adultos. Al mismo tiempo, se subrayó la importancia que tiene que el guionista sea consciente de su responsabilidad respecto a la transmisión de valores humanos, éticos, pedagógicos y sociales a la hora de emplear las emociones en el discurso orientado a niños y adultos. Pero, ¿cómo ofrecer contenidos de calidad a ambos sectores del público en una misma historia? La respuesta no es fácil ni definitiva. Sin embargo, la construcción de subtexto parece ser el recurso idóneo para trasladar a los adultos la trascendencia del sentido más hondo del relato, sin obstaculizar que los menores puedan disfrutar de la narración en un nivel de comprensión satisfactorio desde el punto de vista de su experiencia estética.

Linda Cowgill dice en *Secrets of Screemplay Structure* que "el *subtexto* no es lo que se escribe, sino de lo que se escribe"[64]. Es un término que se aplica principalmente al diálogo, pero en realidad abarca mucho más. Se trata de un nivel profundo de la historia que no puede ser contado en muchas palabras o, al menos no de manera directa, y que se revela también en acciones[65]. Es la vida que se oculta bajo la superficie: los pensamientos y sentimientos del personaje, tanto aquellos que conoce, como de los que no es consciente y que esconde tras su actuación, porque muchas veces no se puede decir lo que se desea por alguna razón impronunciable. De ahí que la tarea del subtexto sea la de desvelar la *verdad emocional* del personaje, su dimensión íntima, la razón que tiene para comportarse como lo hace.

Para su construcción es necesaria una escritura evocadora, en la que todo tenga finalidad dramática. Por ejemplo, cuando en *Buscando a Nemo*, el joven pez dice a su padre que le odia, justo antes de que el dentista lo capture, no es sólo un recurso que da fuerza emocional al detonante de la historia. Es también la expresión de lo que ocurre a Nemo en su interior y que el pequeño no puede expresar de otro modo; tal vez, porque al hacerlo, Marlin no entiende lo mucho que frustra a su hijo la sobreprotección que ejerce sobre él. Como se ve, la emoción apoya el sentido de las acciones y de los diálogos, sobre todo,

[64] COWGILL, Linda, *Secrets of screenplay structure*, Lone Eagle Pub, Los Ángeles, 1999, p. 281.
[65] SEGER. Linda, *Wrinting Subtext, What Lies Beneath*, Michael Wise, Studio City, 2011, pp. 2-4.

porque tienen relación con las motivaciones del personaje y lo mucho que perdería si actúa o habla de una manera determinada.

Se entiende de este modo, que el subtexto sea comprendido a través de la razón logopática, al tiempo que constituye un poderoso recurso emocional. John Hill explica en su artículo "Good dialogue is to dye for" que cuando el guionista crea por un instante un vacío en el tiempo y el espacio, entre las palabras que se escuchan y el sentido que tiene la acción, provee al público la oportunidad de descubrir qué es lo que realmente está pasando en una escena. El desafío que implica el ejercicio de colaborar en su propio entretenimiento hace que el espectador entre en el mundo del personaje y en su historia de manera activa y eso aumenta el interés en la narración[66].

Otro tanto ocurre por la interacción de la trama y el personaje. Ken Dancyger y Jeff Rush en su libro *Alternative Scriptwriting* explican que el subtexto surge de la interrelación entre la carga emocional del conflicto del personaje y la carga de acción de la trama[67]. Al comprobar la conexión que hay entre cómo se mueven los personajes en busca de sus deseos y de qué manera terminan encontrando lo que interiormente necesitaban, se aumenta el impacto de la historia en los espectadores, al tiempo que los valores del protagonista se despliegan de manera gradual con cada progresión de la historia. Así, el avance de las peripecias del relato dará como resultado una serie de capas que plantean interrogantes vinculadas a la cuestión dramática, como, por ejemplo, si el protagonista es digno de obtener aquello que necesita o no. Según Seger, es en esa intercepción entre el texto y el subtexto es donde se halla el conflicto. El subtexto es la historia emocional, la intención, la metáfora en el centro de la escena[68].

Para los efectos que aquí interesan, el subtexto es un aspecto narrativo que permite que los espectadores puedan acercarse más o menos al sentido último del relato según su madurez. En el caso que se viene tratando del detonante de *Buscando a Nemo*, (el secuestro del pequeño pez payaso), los niños pueden comprender la escena en la medida en que

---

[66] Cfr. HILL, John, "Good dialogue is to dye for", en: *Script*, nº3, Forum, Baldwin, 1998. p. 19. Cfr. *Op. Cit*., IGLESIAS, Karl, p. 84.

[67] Cfr. *Op. Cit*., DANCYGER, Ken, RUSH, Jeff, pp.182-196. Dancynger y Rush denominan a la trama *foreground story* y a los asuntos relativos al personaje, *background story*. En este trabajo no se adoptará esta terminología, sino que se usarán los términos de uso común para designar a la acción y al objetivo interno del personaje en el estudio del guión cinematográfico. Asimismo, cabe acotar que el *background story* es el equivalente del *backstory del personaje* y también al *backstory de la situación*. Por ejemplo, *WALL-E* comienza cuando el planeta lleva cientos de año desolado porque la humanidad lo abandonó a causa del daño ecológico (*backstory* de la situación), mientras que su necesidad de amar y vencer la soledad representa el *backstory* del personaje. Cfr. *Op. Cit*., IGLESIAS, Karl, p. 84.

[68] Cfr. *Op. Cit*., SEGER, Linda, 2011. p. 4.

padres e hijos tienen discusiones en las que los pequeños dicen cosas que no sienten en realidad para manifestar la magnitud de su enfado. Así, se identifican con la acción y pueden comprender que Nemo no odia a su padre, aunque no alcancen a captar la naturaleza de lo que pasa al personaje, tal como se le revela a un adulto: Nemo necesita que su padre confíe en él, así como probarse a sí mismo.

Otra herramienta muy útil para conseguir subtexto es la ironía, pues como afirma Northrop Frye, "la ironía nunca dice lo que realmente significa"[69]. Su uso implica también el contraste entre personaje y trama. En consecuencia obliga al espectador a interpretar el sentido de la historia[70]. El distanciamiento irónico puede ser usado en distintos aspectos de la narración: en el tono, en el empleo del género, en los diálogos, en la construcción de los personajes y en las acciones. Ironía y diálogo se puede usar con varios propósitos: para la caracterización de un personaje, para el avance de la trama o simplemente para aliviar la tensión y provocar humor[71]. Asimismo, en el uso del metalenguaje al incorporar al relato escenas, diálogos o música de otros filmes, incluso sin una intención paródica.

Las emociones canalizan el sentido profundo de la acción (subtexto) y su comprensión sólo puede producirse por las emociones. Como se ha podido ver a lo largo de este epígrafe, el subtexto crea capas de sentido a las que se accede según la edad. Claro está que para la comprobación empírica de esta afirmación es necesaria la investigación de las audiencias infantil y adulta mediante metodologías de análisis específicos, como por ejemplo, grupos de discusión. Tarea que correspondería a un trabajo posterior a este. En cuanto lo que aquí concierne, el subtexto constituye el nivel adulto de los guiones de Pixar.

10.6. Recursos afectivos y niveles de lectura: un método de análisis

Las estrategias emocionales abarcan todos los aspectos del guión cinematográfico. Sin embargo, como se ha podido entrever a lo largo de este capítulo hay mecanismos y elementos del drama que son fundamentales para encauzar la fuerza emocional de una historia como son los personajes, la acción y la ambientación. En este epígrafe se expondrán algunos conceptos y técnicas dramáticas que servirán de base para el análisis posterior de los

[69] FRYE, Northrop, *Anatomy of Criticism*, Princeton University Press, Priceton, 1957, p. 47.
[70] Cfr. *Op. Cit.*, DANCYGER, Ken, RUSH, Jeff, p. 271.
[71] "La percepción del humor evoca invariablemente una respuesta emocional placentera, al menos en algún grado". MARTIN, Rod, *The Psychology of Humor, An Interegrative Approach*, Elsevier Academia Press, Burlington, 2007, p. 7. En cambio la risa, que es una manifestación del humor, no siempre denota humor, también puede ser signo de nerviosismo o inseguridad.

guiones de Pixar. Se estudiarán los ámbitos antropológico y psicológico del personaje, el de la estructura narrativa y el terreno visual de relato.

10.6.1. El personaje: la empatía como objetivo dramático

Las estrategias emocionales relativas a los personajes tienen como fin la empatía entre personaje y público mediante las técnicas que garanticen el reconocimiento, la fascinación y el misterio.

El *reconocimiento* hace referencia a la comprensión e identificación del público con las actitudes, deseos, flaquezas, motivaciones, sentimientos y necesidades del personaje. Generalmente, el espectador se identifica con los que comparte los mismos valores, opiniones y actitudes. Pero también con aquellos que muestran cualidades que desearían tener. Personajes que luchan contra fuerzas superiores a ellos, que tienen valores humanitarios y que han sido humillados o han sufrido.

Pero reconocer las emociones de un personaje no es suficiente, si éste no está caracterizado de una manera adecuada y atractiva, de manera que suscite *fascinación* en la audiencia[72]. Esto se consigue gracias a sus valores, actitudes, opiniones sobre lo que le rodea, y esas pequeñas cosas que hacen a alguien único. En otras palabras, la caracterización del personaje debe combinar rasgos que le den coherencia y definan su personalidad con peculiaridades que pueden ser incluso paradójicas[73]. La paradoja es un poderoso recurso emocional que aporta encanto a los personajes[74]. Por ejemplo, Mike Wazowski adora salir en los medios, sin embargo no se enfada porque siempre que aparece en ellos hay un logo que tapa su cara. Asimismo, la fuerte personalidad de Edna Mode contrasta con su diminuto tamaño. En suma, universalidad y originalidad son la clave de los personajes fascinantes.

El *misterio* en torno a un personaje sirve para mantener la atención sobre su destino. En este terreno, las flaquezas y problemas del personaje sirven para aumentar la curiosidad y la tensión en determinados momentos de la acción, como el hecho de que Nemo tenga

---

72 Asimismo, lo personajes que son valientes, buenos en lo que hacen, tienen sentido del humor, inocencia infantil o una profesión glamorosa. Cfr., *Op. Cit.*, IGLESIAS, Karl, pp. 67-74; SHEA, James K., "Keys to Creating Emotionally Engaging Characters", en: *Script*, nº2, Forum, Baldwin, marzo-abril, 1998, pp. 28-29 y 59-60.

73 SEGER, Linda, *Cómo crear personajes inolvidables*, Paidós, Barcelona, 2000. p. 38-41.

74 "La dimensión significa contradicción, ya sea dentro del personaje (una ambición guiada por un sentimiento de culpa) o entre su caracterización y su verdadera personalidad (un ladrón encantador). Estas contradicciones deben resultar coherentes". *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 450.

una aleta más corta y que esto le impida actuar exitosamente en el plan de fuga de la pecera. En mayor escala sucede cuando se habla de una *debilidad moral o fatal flow*, que es el temor que el protagonista siente y que es objeto de las pruebas de toda la trama. Por ejemplo, Marlin teme al océano y a sus peligros; sin embargo debe adentrarse en él para rescatar a Nemo[75].

10.6.2. Ámbito antropológico: los niveles del personaje

Niveles del personaje	Individual	Reconocimiento Fascinación Misterio
	Familiar	
	Social	
	Emocional	

Desde el punto de vista emocional, la creación de personajes exige estar atentos al modo en que ellos se relacionan con los eventos de la trama, ya que lo hacen en diferentes niveles. Por eso, conviene conocer dichos niveles del personaje para verificar la evolución o preponderancia de estas capas a lo largo de la acción, ya que cada una de ellos representa un grado de profundidad en la intimidad del personaje, tal y como los explica Peter Dunne en *Emotional Estructure*[76].

El nivel más visible de todos es el *nivel individual*, ya que revela la dimensión particular del personaje y los rasgos superficiales de su personalidad. Es decir, todo aquello que se puede conocer de él antes de que se produzca el detonante de la historia: cómo es frente a otros, en su cotidianidad. Por eso, el nivel individual se asocia con la zona de confort del personaje y con la coraza que se ha construido para ocultar, de alguna manera, su intimidad. Es el ámbito más racional de su forma de ser y sobre el que ejerce mayor control. Una vez que comience la aventura, el personaje querrá siempre volver a la situación inicial para poder tener mayor dominio de sus reacciones. De ahí que este nivel se relacione con el *objetivo externo* de la trama.

---

75. El *fatal flaw* es un término empleado por Dara Marks y resulta equivalente a lo que Truby denomina *debilidad moral.* Cfr. MARKS, Dara, *Inside Story*, A& C Black, Londres, 2007, p. 114; Cfr., TRUBY, Jhon, *Anatomía del guión*, *el arte de narrar en 22 pasos*, Alba, Barcelona, 2009, p. 153. Asimismo, Lavandier lo llama *obstáculo interno.* Cfr. *Op. Cit.*, LAVANDIER, Yves, p. 545. "Los defectos proporcionan un destino al personaje (...) constituyen un punto de partida incompleto e imperfecto desde el que el personaje puede crecer". VOGLER, Christopher, *El viaje del escritor*, Manontroppo, Barcelona, 2002, p. 70.

76 *Op. Cit.*, DUNNE, Peter, pp. 43-54.

El *nivel familiar* representa la fuente de las creencias del personaje. Las personas son tan saludables como la historia de sus familias lo permita y por eso, este recurso revela los valores de los personajes. Piénsese en el contraste entre las familias de Carl y Ellie en *Up*, o de Andy y Sid en *Toy Story*. Asimismo, el nivel familiar está asociado al pasado o *backstory* del personaje y a los *fantasmas* que le persiguen, por lo que este nivel no necesariamente nace de la familia en sentido estricto[77]. No obstante, cabe destacar que los temores que se basan en la verdad familiar y los conflictos que la familia crea en los personajes suelen favorecer la identificación del público.

El *nivel social* remite a la relación con otros personajes y con las exigencias de la sociedad sobre el individuo. Desde el punto de vista de la creación de estrategias emocionales, el nivel social puede representar un peligro para el nivel individual al presentar la posibilidad de corromper la moral del personaje. Muchas veces, la necesidad de ser aceptados por los pares significa ir en contra de las propias creencias. La búsqueda de aceptación y el éxito pueden causar un compromiso con las propias creencias o puede devaluar el núcleo de los valores del personaje. Por eso, el nivel social y el familiar están muy relacionados. El dilema de Remy entre ser leal a su familia o a Lingüini es un ejemplo claro de esto. A su vez, este conflicto entre niveles hace que Remy sea probado en la honestidad y confianza que él exige a su padre (nivel individual), así como a enfrentarse a su deseo de sobresalir en su arte sin tener como intermediario a Lingüini (nivel emocional).

Por último, el *nivel emocional*, es el nivel más profundo y difícil de controlar para el ser humano. No hay reglas entre voluntad y lógica. Este nivel es el que necesita ser retocado más veces a lo largo de la escritura del guión porque los personajes son afectados constantemente por las peripecias de la acción. A lo largo del dolor y de la prueba los personajes terminan preguntándose quién soy yo y qué sentido tiene mi vida. En este nivel deben exponerse los valores del protagonista: lo que honestamente cree valioso y lo que no. Pregunta que no puede tener una respuesta arraigada en lo material sino en lo espiritual. Por ejemplo, en el tercer acto de *Cars*, Rayo decide perder la carrera para ganar mucho más, aquello que ha aprendido a valorar como lo más importante.

[77] Los *fantasmas* remiten a un trauma específico del pasado del personaje y que le sigue en la historia presente. Usualmente están relacionados con las necesidades del personaje y de su arco de transformación y en este sentido, se relacionan con el *error fatal* del personaje. El pasado o *backstory* moldea la personalidad de un personaje, el pasado no tiene que ser necesariamente traumático. Estos elementos pueden añadir fascinación y misterio al personaje, debido a algún secreto que se revele en un momento dado del guión como el sentimiento de abandono de Charles Foster Kane, en *Ciudadano Kane* (Orson Wells, 1941).

10.6.3. Ámbito psicológico: *Emotional stakes* o la alternativa terrible

Apuestas emocionales	- Necesidades comunes - Riesgos psicológicos - Valores	- Reconocimiento - Fascinación - Misterio

Un guionista puede diseñar un personaje fascinante, pero si el personaje no tiene una meta externa, la audiencia no querrá saber sobre sus fobias y anhelos más íntimos. Por eso, es necesario que haya un móvil que guíe el viaje del protagonista[78]. En orden a elevar el nivel de identificación y preocupación del espectador respecto al personaje y sus metas, hay una estrategia afectiva llamada *apuesta emocional* (*emotional stakes*) o *alternativa terrible*[79], cuya tarea es dibujar una imagen humana del protagonista[80]. Se entra así, a un ámbito psicológico que incluye tanto la creación del personaje como la tensión dramática diseñada en la estructura del relato.

Las apuestas emocionales aluden a una cuestión esencial dentro de la narración: qué arriesga el personaje si no emerge triunfante del conflicto básico de la trama. En definitiva: qué se juega el protagonista en el ámbito de su intimidad, si no alcanza su objeto externo. La no obtención de la meta externa conlleva una pérdida o ganancia de felicidad. Por eso, Iglesias afirma que la respuesta a esta pregunta debería ser siempre la muerte (física o emocional)[81].

Por otra parte, las apuestas emocionales suponen contestar a otra interrogante: cuánto está dispuesto a arriesgar el personaje por conseguir aquello que quiere. La medida del valor de su deseo es directamente proporcional al riesgo que esté dispuesto a correr para conseguirlo y de ese modo, la jugada desvelará la intimidad del personaje. Cuanto mayor sea el valor de aquello por lo que lucha, mayor será el riesgo y la satisfacción de la audiencia al final[82]. Las apuestas más arriesgadas suelen ser aquellas que involucran de manera directa o indirecta el destino de otros personajes en el clímax. Por eso, las jugadas siempre están

[78] Cfr. *Op. Cit.*, BAXTER, Charles, pp. 36-37.
[79] Cfr. IGLESIAS, Karl, "What's at Stake?", en: *Creative Screenwriting*, nº 1, Creative Screenwriting, Hollywood, p. 38. Otros autores como McKee se refieren a ella cuando hablan del riesgo y el abismo entre las expectativas y el resultado de las acciones del personaje. Cfr. *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 191.
[80] GARFINKEL, Asher, *Screenplay Story Analysis*, Allworth Communications, Nueva York, 2006, p. 25.
[81] En las historias de amor, por ejemplo, la alternativa terrible es siempre la muerte emocional si el personaje no puede vivir felizmente con su alma gemela, mientras que en las películas de acción, el protagonista se juega la vida. Cfr. IGLESIAS, Karl, comunicación personal vía electrónica del 29 de junio de 2010. Ver anexos.
[82] Cfr. *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 189.

vinculadas a las motivaciones y necesidades del personaje, y contribuyen a enfocar las historias en su núcleo emocional.

La fuerza de la identificación que las apuestas emocionales establecen con el público se basa en necesidades comunes a todas las personas y que el psicólogo estadounidense, Abraham Maslow jerarquizó en su teoría de las motivaciones humanas y que se representado mediante una pirámide[83]. La fuerza de los riesgos es tan fidedigna que el cine las ha adoptado como recurso para elevar la tensión de las historias, bien al crear el personaje y sus motivaciones, o para dar mayor impacto a las progresiones de la trama[84]. De hecho, algunas de las necesidades descritas por Maslow han sido tema de películas o aparecen mezcladas a lo largo de la narración, como se verá en el ejemplo de *Los Increíbles* más adelante.

El riesgo psicológico más intenso de la pirámide de necesidades humanas es el de la *supervivencia*. Las situaciones dramáticas que tratan estos asuntos son innumerables, pues es el impulso más básico que las personas pueden comprender y si alguien carece de alguna de estas naturales demandas podría morir[85]. Una vez que estos requerimientos están satisfechos, surgen aquellos vinculados a la *seguridad y la protección*, que consiste en que todo hombre necesita sentirse a salvo de la violencia, la delincuencia y el caos, tener algo a lo que llamar casa. Por eso, la estabilidad, el tener empleo, buena salud y seguridad familiar (si se es un niño) se asocian a esta necesidad.

Si estas demandas son cubiertas, brotan en la gente las *necesidades sociales* (amor y posesión) basadas en el deseo de todo sujeto de amar y ser amado por el núcleo familiar o un grupo social. Las personas necesitan relacionarse y esta necesidad se cubre de diferentes maneras. Sin embargo, ser queridos por otros no es suficiente y es así como aparecen las *necesidades del ego* (estima y respeto propio): el hombre quiere que se le mire y se le reconozca

---

[83] MASLOW, Abrahan, *Motivation and Personality*, Harper and Row, Nueva York, 1987, pp. 15-31. Ver anexos para una representación gráfica de la pirámide de Maslow. Algunos estudiosos de guión toman como referencia las necesidades expuestas en los estudios del guionista y antropólogo estadounidense, Robert Ardrey: seguridad, identidad y estimulación. Ver: MARTIN FLINN, Denny, *How Not to Write a Screemplay*,lone Tagle, Los Ángeles, 1999, p. 189-190, JOHNSON, Mary Charlotte, *New Scripwriter's Journal*, Focal Press, Woburn, 2001. Chistopher Vogler toma estas necesidades y las denomina como motivaciones universales: el deseo de ser comprendido y amado, de tener éxito, sobrevivir, ser libre, obtener venganza, remediar el mal y expresarse. *Op. Cit.*, VOGLER, Christopher, p. 66.

[84] John Truby llama a estas técnicas de las trama, "niveles de deseo". Cfr. *Op. Cit.,* TRUBY, Jhon, p. 344.

[85] De hecho, como demuestra Jeffrey Hirschberg, "el tipo de héroe que resulta más atractivo para la audiencia son aquellos que arriesgan todo. Las apuestas dramáticas como la pérdida de la propia vida tienden a ser universales y por eso aumentan las posibilidades de empatía entre el protagonista y el público". HIRSCHBERG, Jeffrey, *Reflection of the Shadow: Creating Memorable Heroes and Villians for Film*, Michael Wiese Production, Studio City, 2009, pp. 7-8.

por sus cualidades y por haber contribuido a algo. Un grupo acepta a alguien por lo que ha hecho. Flik, en *Bichos*, busca este reconocimiento por sus incesantes inventos, por ejemplo.

Una vez que estas necesidades son satisfechas, emergen necesidades cognoscitivas básicas como son las de *conocer y entender*, fruto de la natural curiosidad del ser humano: dar sentido a la vida, comprender a otros y ampliar los propios conocimientos. En *Los Increíbles* esta necesidad mueve a Helen a reunirse con Edna, por ejemplo. Del mismo modo, cuando las personas se ven seguras, con confianza, y han experimentado el amor, –en palabras de Seger– necesitan un equilibrio en su vida: estar conectados con algo más grande que ellos mismos. Puede considerarse a este impulso "como una *necesidad estética* o necesidad espiritual, que algunas veces lleva a las personas a una experiencia religiosa"[86]. Esta necesidad se refleja claramente en la motivación de Remy, cuando accede a ayudar a Lingüini al comienzo del segundo acto y al final de éste, al acudir en su auxilio para que se enfrente a Anton Ego. Pero para sentirse realmente realizados se manifiestan en el hombre las *necesidades de autorrealización* que se dirigen a colmar el máximo el potencial del individuo en distintos ámbitos como ayudar a otros a encontrar su propia realización y darse cuenta de su potencial sin esperar reconocimiento alguno, aspiración de todo héroe.

10.6.4. Ámbito narrativo: diseño de estructuras narrativas

Diseño de estructuras narrativas	Las emociones en la dinámica de los conflictos	Conflicto básico, Conflicto de relación Conflicto interno	Intensidad dramática

Las estrategias emocionales relacionadas con la estructura del relato se dirigen no sólo a generar tensión e interés mediante la acción (*conflicto básico*), sino también a lograr que las emociones revelen la necesidad del protagonista en su dimensión más íntima (*conflicto interno*). Así, el *tema emocional* de la historia emergerá conforme avance la acción[87]. Uno de los elementos críticos de la estructura narrativa consiste en que cada escena debe añadir conocimiento al protagonista, aunque ésta no sea la respuesta que él pensaba que estaba

[86] SEGER, Linda, *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*, Rialp, Madrid, 2001, p. 135.
[87] El *tema emocional* representa una emoción humana universal que da al guión una coherencia interna que trasciende la estructura de la trama y el desarrollo del personaje. Cfr. *Op. Cit.*, KALLAS, Christina, p. 127. Ningún personaje o personalidad puede expresarse con profundidad si no es a través del diseño narrativo. *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 139.

buscando. Lo importante es que el personaje sepa más y, en la medida que aprende, cambie hasta alcanzar la armonía entre su exterior y su interior[88].

Desde la perspectiva de los recursos afectivos del guión, cada acto dramático se orienta a suscitar una emoción en el público[89]: atracción (acto I), tensión y anticipación (acto II) y satisfacción (acto III). Así, el primer nudo de la acción es sin duda de gran importancia para la historia, ya que como dice Sánchez-Escalonilla, "contiene la información básica sobre las coordenadas estéticas y dramáticas de la narración"[90]. De ahí que abarque momentos potencialmente impactantes destinados a captar el interés y la empatía de la audiencia, como son la presentación del personaje y el establecimiento de sus motivaciones, en las que el guionista apela a las tácticas emocionales según las necesidades de la historia. Respecto a la información estética, es en el primer acto donde se exponen las claves visuales encargadas de apoyar la emoción dramática y el tema emocional. Al menos eso es lo que se espera de un buen guión.

El acto segundo explora las reacciones emocionales del personaje a los eventos de la trama, así como la complejidad de sus relaciones con otros personajes que lo exponen a las emociones creadas (*conflictos de relación*). Pero lo que caracteriza a este segmento de la narración es la lucha del personaje y la escalada de tensión, al punto de que la cuestión dramática parezca cada vez más inalcanzable, como producto de reveses, complicaciones o anagnórisis dispuestos por el guionista a lo largo de su transcurso. Por eso, es habitual que algunos relatos apelen a múltiples apuestas emocionales en este momento de la historia. Por ejemplo, al comienzo del segundo acto, el personaje es consciente de que se juega el trabajo, pero a la altura de la mitad de este acto es posible que descubra que su vida también lo está o tal vez la vida de las personas a las que ama: así sucede, por ejemplo, en *Los Increíbles*: hacia la mitad del acto segundo, Mr. Increíble conoce los planes de Síndrome de atacar Metroville y el público descubre que su familia, que ha ido a rescatarle, está también en peligro. Cuando Síndrome está a punto de derribar el avión en el que viaja la familia de Bob, éste vive un momento de gran intensidad al pensar que ha perdido todo cuanto quiere por sus deseos de revivir los días como superhéroe.

El acto tercero comienza cuando el protagonista tiene que encarar su último y más grande desafío: es el momento de librar la batalla de su vida y por su vida. Las condiciones

[88] Cfr., *Op. Cit.*, IGLESIAS, Karl, 2007, p. 38.
[89] Se entiende por acto dramático a cada una de las fases en que se articula el proceso dramático de una acción completa. Cfr. SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (coord.), *Diccionario de creación cinematográfica*, Ariel, Barcelona, 2003, p. 94.
[90] *Op. Cit.*, SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2007), p. 186.

de la lucha son mucho más duras antes del clímax de la acción. Por eso, las apuestas emocionales no sólo serán más elevadas sino que también estarán marcadas por la urgencia. Urgencia que emerge cuando un protagonista tiene X tiempo para hacer Y antes de que ocurra Z, por ejemplo. En *Toy Story* 1 esto se traduce en llegar al coche de la familia Davis antes de que abandonen su casa y más tarde, alcanzar el camión de mudanzas. De ahí que el ritmo del tercer acto sea el más ágil de la narración.

La victoria del héroe será la señal de la victoria física de la trama. Sin embargo, aún queda por terminar *la historia interior* de los personajes con el cierre de sus respectivos arcos de transformación. En el acto tercero se presentan ante los protagonistas las posibilidades que con anterioridad les han sido negadas y entonces deben tomar determinadas decisiones cruciales. Es el caso de Woody, que al final del *Toy Story* 3 elige comenzar una nueva aventura en casa de Bonnie junto a sus amigos, aunque Andy siga siendo su dueño, como todavía se refleja en la suela de su bota. Señal de que la amistad y el cariño son vínculos que no cesan por la distancia. Cabe subrayar en este punto, que la eficacia de las estrategias emocionales en este acto pivota en torno a la pertinencia y coherencia de su utilización como resultado de la lógica natural de la acción. Dado que el final es el eje sobre el que gira toda la acción, se puede decir con Dunne que "si la historia se resuelve en la manera en que lo siente el creativo, ésta será la manera más honesta y conmovedora de concluirla"[91].

Como se ha visto el diseño narrativo es una estructura generadora de emociones, en la que la dinámica de los conflictos lleva a la progresión de cierta *intensidad dramática* de la acción hasta llegar al clímax. Es decir, ese momento en que la acción se torna más interesante o emocionante. Momento en el que los elementos visuales de la historia deben apoyar en cada uno de sus elementos, como se verá a continuación.

10.6.5. Ámbito narrativo: ambientación emocional

Ambientación emocional	Expresión visual del subtexto	Construcción de universos diegéticos	Intensidad visual

La ambientación emocional de una historia se expresa en cuatro dimensiones: el *período* en el que se desarrolla, la *duración* en la que transcurre, la *ubicación* en donde tiene

[91] *Op. Cit*, DUNNE, Peter, p. 61-62.

lugar, así como *el nivel de conflicto* o dimensión humana que representa[92]. Cada una de ellas define y delimita con precisión las posibilidades del relato y aporta información emocional a la audiencia respecto al personaje y al avance de la acción. En ocasiones puede llegar a convertirse en un actante dentro de lo que se cuenta, como se ha mencionado al hablar del océano en *Buscando a Nemo* y su carácter de oponente en la aventura de Marlin, en la medida que representa la fuente de obstáculos y complicaciones de esa trama.

Un guionista no improvisa los elementos de la ambientación, más bien los seleccionará con el objetivo de expresar del mejor modo posible las emociones de la historia y de los personajes. Como afirma Sánchez-Escalonilla, "los mundos ficticios (fantásticos o no) resultan verosímiles en la medida en que el lector se reconoce en ellos. Este reconocimiento afecta en primer lugar el ámbito de la intimidad y de la interacción personal, es decir, al ámbito de las historias interiores y de las historias de relaciones de personajes"[93]. A estos efectos, el drama cuenta con determinadas técnicas que adecuan la ambientación a la construcción del subtexto:

La ambientación puede contribuir también a la expresión de estados de ánimo y de la tensión dramática mediante recursos emocionales, entre los que se cuentan: el color, el momento del día en que transcurre la acción, el vestuario de los personajes respecto a su personalidad o a la época, referencias culturales, los cuatro elementos (agua, fuego, aire, tierra)[94]. C*ompañeros emocionales* como perros, caballos y mascotas asociadas con determinadas formas de ser. Asimismo, se pueden mencionar el *atrezzo* seleccionado para decorar los fondos mediante *mood objects* u *objetos emocionales* que apoyan el tono emocional de la narración y dependen de la comprensión que se tenga de los sentimientos del personaje, por lo que no tienen un papel importante en la trama como los *objetos significantes*[95]. Un objeto emocional puede ser la bombilla que WALL-E enseña a EVA o los artilugios que colecciona, mientras que la planta que el robot debe proteger es un objeto significante.

Todos estos elementos van encaminados acompañar la intensidad dramática de la historias a través de la *intensidad visual*, de manera que la imagen apoyen el efecto emocional de la acción. Para suscitar emociones en la audiencia a través de este recurso se consigue con la aplicación del *principio de contraste y afinidad* de los componentes de la imagen: a mayor

[92] El nivel de conflicto es la posición que ocupa la historia dentro de la jerarquía de las luchas humanas. *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 96.
[93] SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, "Fantasía de aventuras: La exploración de universos fantásticos en literatura y cine", *Comunicación y Sociedad*, Nº 2, Facultad de comunicación, Universidad de Navarra, Pamplona, 2009, p. 122.
[94] Por ejemplo, una escena en la que se relate una declaración amorosa no tendrá el mismo efecto si se desarrolla en medio de una tormenta, que si se produce en un día soleado.
[95] Cfr. ROSENFELD, Jordan, *Make a Scene*, Writers Digest Books, Cincinati, 2008,pp. 46-47.

contraste, mayor intensidad visual, mientras que el aumento de la afinidad en un componente visual, decrece la intensidad o el dinamismo visual[96].

10.6.6. Niveles de lectura en los guiones de Pixar

A la luz de los conceptos estudiados en las secciones anteriores, se abordará el análisis de los recursos afectivos orientados a todos los públicos en los guiones de Pixar. Con él se pretende determinar las estrategias empleadas en el diseño de personaje, estructura narrativa y ambiente para conectar con niños y adultos. En este apartado se expondrá brevemente en qué consiste el instrumento de análisis que se desarrollará en los siguientes capítulos.

El estudio de personajes distinguirá a los personajes adultos y niños, de manera que se pueda establecer los elementos que priman en la construcción de unos y de otros. Se explorarán, principalmente los conflictos relativos a los protagonistas, a partir del método desarrollado por Sánchez-Escalonilla en *Conflicto y guión cinematográfico* y se complementará con los niveles del personaje de Dunne tratado anteriormente[97]. Así, no sólo se podrá identificar los ejes que mueven la acción sino también, el modo en que éstos afectan al personaje a lo largo del relato y las estrategias usadas para conectar con un amplio público.

En un nivel común de comprensión de los espectadores, corresponderá explorar el *conflicto externo* del personaje, que en el caso de la figura central del relato, se identifica con el *conflicto básico* del argumento, que surge en la consecución de una meta externa y que abarca toda la trama desde su planteamiento hasta su resolución. Para acceder a un nivel más profundo del análisis, se abordarán los *conflictos de relación*, que son aquellos que como su nombre indica se producen entre personajes y afectan siempre al protagonista y que pueden ser de orden afectivo (romance y afecto familiar), de amistad o de aprendizaje (maestro-discípulo). Por último, los *conflictos internos*, que son desde el punto de vista de las estrategias emocionales el más importante de los conflictos ya que es el problema que humaniza al

[96] BLOCK, Bruce, *The Visual Story, Seeing the Structure of Film, TV, and New Media*, Focal Press, Burlington, 2001, p. 188. Contraste se refiere a la diferencia entre los componentes visuales de la imagen. La afinidad, por su parte, apunta a la similitud entre los componentes visuales, como puede verse entre los grises que están uno junto al otro en una escala, por ejemplo.

[97] *Op. Cit.*, SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2006), "Conflicto y guión cinematográfico", en: HUERTA FLORIANO, Miguel Ángel y SANGRO COLÓN, Pedro (eds.), *Guión de ficción en cine, planteamiento, nudo y desenlace*, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2006, pp. 18-39.

personaje[98]. No en vano son "el motor de las historias que transcurren en el alma de los personajes"[99] y que se pueden ubicar dentro de las *tramas interiores* basadas en las que desarrolla Ronald Tobías en su libro *El guión y la trama*: transformación, madurez, metamorfosis, descubrimiento, sacrificio, desvalido, tentación, precio del exceso, caída y ascenso[100].

En lo que atañe al estudio del diseño narrativo, se pretende explorar los elementos emocionales que permiten en cada acto dramático mantener el interés en niños y adultos, a través de la comparación de tres tipos de historias encontradas en los guiones de Pixar: relatos protagonizados por adultos en las que no participa ningún personaje infantil, las lideradas por un adulto y un niño, y aquellas protagonizadas por adulto, pero en las que interviene algún personaje infantil de peso para la trama. Para ello, Se tomará como referencia primordial las técnicas propuestas por Iglesias en *Writing for Emotional Impact* y Dunne en *Emotional Structure*, Christina Kallas en *Creative Screenwriting, Undestanding Emotional Structure* que se resumieron en la sección anterior, aunque también se acudirá a autores ya citados como Dara Marks, Robert McKee o Antonio Sánchez-Escalonilla.

Por último se atenderá a los aspectos relativos a los universos diegéticos, como uno de los aspectos más evidentes de la mezcla entre lo infantil/adulto. La animación es un medio en el que no hay límites a la hora de representar lo imposible. No en vano, una de sus estrategias narrativas particulares se basa en su capacidad de sintetizar contenidos en imágenes imposibles: *metamorfosis* (la habilidad de cambiar de un formato a otro sin edición), *condensación* (cómo obtener el máximo grado de sugestión con un número mínimo de imágenes), *antropomorfismo* (otorgar rasgos humanos a animales objetos y entornos), *invención* (creación física y material de figuras y espacios imaginarios), *penetración* (visualización de interiores psicológicos, físicos y técnicos inimaginables) y *asociación simbólica* (uso de signos abstractos y visuales y sus significados relacionados)[101]. En este terreno interesa explorar los elementos gráficos de personajes, fondos y acción para conseguir trasladar humor, doble sentido y emociones sin la intervención de diálogos. Así, el *gag* visual, el diseño de los personajes y la construcción de mundos guiarán los aspectos a tener en cuenta, como elementos emocionales de primer orden en la comunicación de sentido a un público heterogéneo.

---

98 *Op. Cit*., Cfr. SHEA, James K., "Keys to Creating Emotionally Engaging Characters", p. 28.
99 *Op. Cit*., SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2006), p. 21.
100 TOBIAS, Ronald B., *El guión y la trama, Fundamentos de la escritura dramática audiovisual*, Eiunsa, Madrid, 1999. La denominación de trama interior no está referida así en el libro de Tobías, sino en el estudio de Sánchez-Escalonilla en el que se basa este estudio de personajes.
101 *Op. Cit.,* WELLS, Paul, 2007 (a), p. 70.

ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS EMOCIONALES

<table>
<tr><th></th><th>CLAVES</th><th>DIMENSIONES</th><th>ESTRATEGIA DRAMÁTICA</th><th>REFERENTES DRAMÁTICOS</th></tr>
<tr><td rowspan="4">Ámbito antropológico</td><td rowspan="4">Niveles del personaje</td><td>Individual</td><td rowspan="5">Construcción de personajes</td><td rowspan="5">▪ Reconocimiento
▪ Fascinación
▪ Misterio</td></tr>
<tr><td>Familiar</td></tr>
<tr><td>Social</td></tr>
<tr><td>Emocional</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Ámbito psicológico</td><td rowspan="3">Apuestas emocionales</td><td>Necesidades comunes</td></tr>
<tr><td>Riesgos psicológicos</td></tr>
<tr><td>Valores</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Ámbito narrativo</td><td>Diseño de estructuras narrativas</td><td>Las emociones en la dinámica de conflictos</td><td>▪ Conflicto básico
▪ Conflicto de relación
▪ Conflicto interno</td><td>Intensidad dramática</td></tr>
<tr><td>Ambientación emocional</td><td>Expresión visual del subtexto</td><td>Construcción de universos diegéticos</td><td>Intensidad visual</td></tr>
</table>

CAPÍTULO 11. LOS PERSONAJES DE PIXAR

Peter Dunne afirma en *Emotional Structure* que lo más importante que un guionista debe saber sobre la figura central del relato es el significado último de su viaje, ya que el protagonista personificará el tema del guión[1]. Y es que como, Andrew Stanton asegura, si el personaje clave de la historia no es comprensible para el público, los espectadores no se sentirán inspirados por "el optimismo romántico que pueda destilar un guión"[2]. Desde la perspectiva del doble nivel de lectura infantil y adulta de las películas de Pixar, ésta no se debe a que en los guiones desarrollen dos tipos de personajes o dos temas diferentes, en donde unos se orienten al espectador maduro y otros se dirijan a los menores. Dichos niveles son fruto de historias elaboradas de manera que un mismo tema pueda ser comprendido por el público, según su madurez. Para ello cada elemento que compone la narración combina rasgos que facilitan que una audiencia heterogénea pueda sentir empatía e interés por lo que se cuenta.

El presente capítulo tiene como finalidad estudiar la tipología de los personajes que pueblan las historias de Pixar, con el objeto de determinar las estrategias empleadas por sus guionistas para suscitar fascinación, reconocimiento y misterio a un tiempo en niños y adultos. Para ello, se estudiarán las técnicas dramáticas más habituales en la construcción de los personajes adultos, mayoritarios entre principales y secundarios, de los guiones del estudio. Por último, se abordará la construcción de los personajes infantiles y su función dentro del universo de estas narraciones.

11.1. Protagonistas adultos

Las figuras centrales de los filmes de Pixar son héroes[3]. Por tanto, se ha elegido esta dimensión de los protagonistas para abordar su estudio y se han establecido cuatro

---

1 *Op. Cit.*, Cfr. DUNNE, Peter, p. 29.
2 *Op. Cit.*, Cfr. McGRATH, Declan, MACDERMONTT, Felim, p. 114.
3 "En el cine clásico o de régimen narrativo fuerte, *héroe* es, en general, función y cualidad del personaje; es decir, se trata de aquel personaje sobre quien recae el peso de la acción y que manifiesta la orientación del relato, pero, al mismo tiempo, es aquel que desempeño funciones que están pautadas como heroicas".

categorías en función del grado de asentamiento heroico en la experiencia del personaje: héroes forjados, viajantes iniciáticos, protagonistas marcados por el trauma y héroes con alma de niño[4]. La utilidad de esta clasificación se orienta a la categorización de los personajes en función de su viaje interior (más o menos perfeccionado), criterio que a su vez condiciona la exploración de las emociones que impulsan sus acciones, los sentimientos que provocan en los secundarios de su entorno y en los espectadores de la historia. Así, un héroe forjado gozará de la admiración de los demás desde los primeros minutos del relato, mientras que el viajante iniciático se gana la admiración, sobre todo, al final de su forja. Al mismo tiempo, suscitará en el espectador la simpatía propia de quien asume una meta valiosa por primera vez.

El análisis que se expone en este capítulo consiste, en primer lugar, en la identificación del conflicto básico de las tramas, en relación con las apuestas emocionales y los temas eternos de la infancia que se estudiaron en el capítulo anterior. El objeto externo es la primera instancia para el reconocimiento de lo que quiere el héroe y, al estar enraizado en las necesidades básicas del hombre, se establece una primera fuente de interés en el público. En segundo lugar, se revisará la caracterización de estos protagonistas a través de los niveles del personaje. Por último, será preciso centrarse en los conflictos de relación y los conflictos internos, de los que se desprenden los valores de las figuras centrales de los relatos, las emociones que experimentan y las que a su vez suscitan.

11.1.1. Héroes Forjados: Woody, Sulley, Bob y Remy

La trilogía de *Toy Story*, *Monstruos S. A.*, *Los Increíbles* y *Ratatouille* tienen en común unos protagonistas dotados de una clara dimensión heroica como punto de partida en sus respectivos guiones: todos ellos tramas de búsqueda a excepción de *Toy Story* 2, cuyo argumento se construye sobre una huida. La elección de este tipo de estructura dramática (tramas físicas, como búsquedas, aventuras, rescates o huidas) facilita la creación de historias plenas de acción, localizaciones exóticas y personajes singulares, al tiempo que permite

MONDELO GONZALEZ, Edisa, "Del hacer y el decir. Sobre la identidad narrativa de los personajes, en: *Cuadernos de Información y Comunicación*, n º 2 Departamento de Periodismo II, Facultad de Ciencias de la Información, Servicio de publicaciones de la Universidad Complutense, 1997, p. 101. Para un análisis exhaustivo del viaje del héroe presente en las películas de Pixar hasta 2006, ver: DURAN CASTELL, Jaume, *Narrativa audiovisual i cinema de animació per ordenador*, tesis doctoral, Departamento de Didáctica de educación visual y plástica – Comunicación audiovisual, Universidad de Barcelona, Barcelona, 2009, pp. 131-237.

[4] Esta clasificación heroica se ha tomado de Sánchez-Escalonilla en *Guión de aventura y forja del héroe*, en donde no figura el héroe con alma de niño. Cfr. *Op. Cit.*, SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2007), pp. 42-56.

profundizar en la transformación del protagonista. Este último rasgo interesa especialmente en Pixar, a la hora de trasladar el aspecto moral del argumento a los espectadores.

El héroe forjado de Pixar dirige sus acciones de protección y servicio a personas cercanas (Andy, Boo, Helen y los niños, y Lingüini), o hacia un grupo social (comunidad de juguetes, Monstruópolis, refinería de gritos, Metroville y la colonia de ratas) a los que se sienten estrechamente atados.

En *Toy Story*, por ejemplo, Woody desea recuperar el amor de Andy a toda costa, para lo que beberá regresar a casa, después de perderse en una estación de servicio. Dado que el niño es la razón de la existencia del juguete y el objeto de sus acciones, la apuesta emocional del filme se ubica en la propia supervivencia y en la necesidad de amar y ser amado. Además, se relaciona con el tema infantil de deseos de independencia: después de todo Woody depende de su dueño. Perdido en el gigantesco mundo de los humanos, cualquier cosa puede pasarle. De este modo, la especificidad de su meta externa (búsqueda del hogar) revela unas motivaciones de orden universal a partir de una lectura común: la aventura del regreso a casa. Y, en un nivel más profundo, están relacionadas con la identidad del héroe y su deseo de recuperar aquello que para él es más valioso[5].

a) Ámbito antropológico

La dimensión heroica de estos protagonistas de Pixar resulta crucial en su caracterización, debido a que contribuye a suscitar admiración en el espectador y el reconocimiento de los valores humanos, sociales y culturales que los animan.

Así, una vez que se introduce el incidente incitador de la trama es más sencillo sentir compasión (empatía) hacia la nueva situación del personaje y comprender sus motivaciones para reaccionar del modo en que lo hace. Desde las *escenas de rutina de vida*, los guionistas de Pixar presentan al héroe en secuencias de salvamento (*Toy Story* 1 y 3, *Los Increíbles*, *Ratatouille*) o a través de diálogos en los que se ensalza su arrojo, como, por ejemplo, la introducción que Waternoose hace de Sulley, al estilo de un presentador de televisión[6].

[5] La necesidad de supervivencia y de amar y ser amado se repetirá en el resto de la trilogía. Intensidad emocional similar a la del objeto externo de Sulley, Bob o Remy, aunque las motivaciones de estos dos últimos héroes se ubiquen en las necesidades del ego (o de poder en el caso de los niño), y las necesidades estéticas (dominio y capacidad de aprendizaje).

[6] La *escena de rutina de vida* es aquella en la que el autor empieza a presentar (por tanto a caracterizar) a sus personajes principales y sobre todo, a su futuro protagonista. Cfr. *Op. Cit.*, LAVANDIER, Yves, p. 125.

WATERNOOSE (Cont.)
Nuestra ciudad espera que ustedes recojan
los gritos de los niños. Sin sus
gritos nosotros no tendremos energía.
Si, es un trabajo arriesgado, y por
eso necesito que se mantengan en forma.
Necesito asustadores decididos, tenaces,
¡exigentes!, ¡que intimiden! Asustadores
de la talla de… ¡James P. Sullivan![7]

El nivel individual y social de los héroes forjados está marcado por la competencia que demuestran en la actividad de protección y servicio a la que se dedican, habilidad que los hace seguros en sus acciones, así como admirados y envidiados por los secundarios de su entorno. Es en el ejercicio de su tarea heroica donde estos protagonistas se encuentran más cómodos, al punto que cuando algo se interfiere con su trabajo se produce en ellos una crisis motivada por una ruptura, alteración o desplazamiento de sus funciones en la vida. Otro tanto ocurre cuando su actuación no es la esperada por la comunidad en la que ocupan un lugar destacado (*Toy Story*, *Monstruos S. A.*), o la sociedad les exige comportarse de un modo que no se corresponde con sus valores (*Los Increíbles*, *Ratatouille*). Así, afloran en estos personajes pasiones asociadas al temor y la ira, como los celos de Woody ante la llegada de Buzz o la tristeza de Mr. Increíble cuando se ve abocado al anonimato.

El atractivo de la personalidad resuelta y comprometida de estos personajes no radica tanto en su competencia "laboral" como en su humanidad. Para ello, los guionistas de Pixar acuden frecuentemente a la paradoja, ya que este recurso facilita la construcción de un subtexto acorde a la edad de los espectadores. En *Los Increíbles*, por ejemplo, Bob presenta a un superhéroe capaz de vencer a grandes monstruos con más o menos facilidad, mientras se muestra torpe en asuntos cotidianos o domésticos, lo cual subraya la heroicidad que requiere la vida corriente en la que vive el propio espectador: una paradoja que, en último término, propicia un nexo de identificación entre personaje y público[8]. Incluso los espectadores más pequeños pueden fantasear sobre el poder de sus propios padres al ver las

[7] STANTON, Andrew, DANIEL, Gerson, *Monsters Inc.*, versión final del guión, diciembre 2001, p. 3. Nótese la economía de medios empleados para, además de presentar al protagonista, establecer las normas del universo diegético. Datos esenciales para el conflicto fundamental de la trama.

[8] En el caso de Mr. Increíble, Brad Bird acude también a la ironía que encierra el apellido de la identidad secreta del superhéroe. En inglés, Parr es el nombre que se da a los salmones pequeños. El nombre del cheff Skinner se basó en el nombre del conductista estadounidense B Frederic Skinner, que durante la segunda guerra mundial realizó experimentos con ratas, y el nombre de Dash alude a la velocidad, además de representar un homenaje al escritor Dashiell Hammett y el suicida al que Mr. Increíble salva la vida se llama en la versión castellana, Jaime Tiro. Esta estrategia que relaciona el nombre de personaje con su conflicto es una técnica emocional que Iglesias y Christopher Keane recomienda con el fin de revelar información sobre el personaje desde su presentación y que para los efectos de la presente investigación se orienta al sector adulto del público. *Op. Cit.*, IGLESIAS, Karl (2005), p. 56; KEANE, Christopher, *Como escribir un guión vendible*, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 2002, pp. 62-63.

dificultades de Bob en su día a día, así como comprender que hasta un superhéroe debe luchar con sus limitaciones[9]. En definitiva, los defectos y paradojas hacen que este arquetipo heroico resulte verosímil por su humanidad, sea accesible y, al mismo tiempo, divertido[10].

La claridad con la que se muestran actitudes y acciones hace que, aun las actuaciones desprovistas de intensidad dramática, establezcan una conexión con el espectador de todas las edades[11]. Estas peculiaridades no son exclusivas de los héroes forjados, pues las comparten con el resto de personajes de Pixar, como el hecho de que en su nivel familiar demuestren cualidades o escondan historias insospechadas. Por ejemplo, Remy no sólo cocina, sino que sabe leer y muestra el nivel de su inteligencia al caminar con las patas traseras para no ensuciar su comida. Woody, por su parte, es una estrella de la televisión de los años 50. Mr. Increíble demuestra complicidad con su hijo por hacer travesuras en clase. Todos estos rasgos contribuyen a suscitar fascinación, fantasía, además de aportar hondura a su caracterización.

En este sentido, la simpatía y el humor es otra técnica emocional empleada en la caracterización de estos personajes. En la vida del héroe forjado de Pixar hay lugar para la risa: comparte momentos de juegos con los compañeros y secundarios con los que se relacionan, hacen bromas o se ven envueltos en circunstancias cómicas. Recurso que añade fascinación al protagonista, sobre todo, si la personalidad de éste es más seria o retraída, como ocurre con Sulley[12]. En su caso, los guionistas compensan su timidez con una cierta exageración en sus reacciones gestuales y al involucrarlo en situaciones ridículas, como el pánico que siente el monstruo ante Boo al comienzo de la historia. Así, tanto niños como adultos pueden establecer una identificación con él al reírse de sus errores, que al mismo tiempo son los de todos, al reflejar los efectos del miedo en las personas. La superación de

---

9 Cawelti dice que la admiración que la audiencia suele sentir por la figura del superhéroe en los relatos de aventuras es similar a la que existe entre un niño con sus padre e involucra sentimientos complejos de envidia y amor característicos de esta relación. Cfr. *Op. Cit.*, CAWELTI, John G., p. 40. En *Los Increíbles*, la identificación de los espectadores en un poco menos excesiva que la que apunta Cawelti, porque se muestra las debilidades y similitudes de estos campeones con la audiencia.

10 "El personaje puede ser bueno o malo pero no aburrido". MARTELL, William C., "Incredible Character Moment", en: *Script*, nº4, Forum, Baldwin, julio-agosto, 2006, p. 20.

11 Se hace referencia a escenas en las que se muestran detalles con los que cualquiera podría sentirse identificado, como en el que Helen aprovecha un espejo para comprobar cómo le queda su traje nuevo de superhéroe, cuando Woody coloca un trozo de papel de váter sobre el inodoro antes de subirse en él o el gesto de cariño y alegría que tiene Carl con Russell al final de la ceremonia de colocación de insignias, en las que el anciano toma los hombros del pequeño para zarandearlo suavemente, en señal de celebración por la consecución de su meta. Para ahondar en este tipo de conexiones en el drama ver: *Op. Cit.*, HUNTER, Claudia, pp. 1-6.

12 "Un personaje que hace reír gana fácilmente la simpatía del espectador". COWGILL, Linda, *Writing Short Films*, *structure and content for screenwriters*, Watson-Guptill, Nueva York, 2005, p. 59. Y esto es especialmente cierto cuando se aplica al sector infantil del público.

los temores es, precisamente, un asunto que se trata a lo largo de toda la historia y un tema de especial interés para el sector infantil del público.

b) Ámbito narrativo: conflictos de internos y de relación

El conflicto es la base del drama y los héroes forjados de Pixar deben resolver aquellos que también surgen en sus relaciones de afecto familiar (*Ratatouille* y *Los increíbles*) y de amistad (*Toy Story*, *Monstruos S. A.* y *Ratatouille*), además de los que se producen con los villanos u oponentes (*Toy Story*, *Ratatouille*, *Monstruos S.A.*, *Los Increíbles*).

La estrategia empleada en estos guiones para expresar la tensión entre protagonistas y secundarios es el balance entre la atracción, entendida como aquello que los personajes tienen en común, y el contraste que se plasma en acciones, diálogos e imágenes[13]. Así, desde el primer momento la audiencia puede comprender qué ocurre entre los personajes. Piénsese, por ejemplo, en *Toy* Story: la tensión entre el realismo del vaquero y el idealismo del guardián espacial se remarca durante todo el relato por medio de binomios como: vigilia-ensueño, finito-infinito, cuarto de Andy-universo, ámbito prosaico-ámbito sublime, volar-"caer con estilo". La tirantez entre ambos surge desde el instante en que se conocen. La intensidad de los celos de Woody se incrementa con cada acierto de Buzz, lo que se agrava con la indignación que le produce comprobar que el muñeco estelar ni siquiera sospecha el hecho de ser un juguete, y por tanto, no está en condiciones de valorar esta realidad[14].

El espectador puede verse reconocido en menor o mayor medida con las emociones del protagonista, aunque no abrigue sentimientos de ira respecto a Buzz gracias a que los guionistas no lo muestran como culpable de todos los males del vaquero: las acciones deshonrosas de Woody contra Buzz convierten al hombre del espacio en víctima. Además, Buzz muestra siempre la actitud propia de un héroe, aunque esté claramente desubicado.

BUZZ
Sheriff, este no es el momento
para asustarte.

WOODY
¡Este es el momento perfecto!
Me he perdido, Andy se ha ido, dentro
de dos días van a mudarse ¡¡y todo por tu culpa!!

[13] Cfr. *Op. Cit.* SEGER, Linda (2000), p. 88.
[14] El tema de los celos es otro tema sensible entre los más pequeños.

BUZZ
¡¿Mi culpa?! Si no me hubieras
empujado por la ventana,
en primer lugar…

WOODY
Oh, ¿si? Pues si tu no hubieras
aparecido con tu estúpida nave espacial
de cartón, quitándome todo lo que
me importaba…

BUZZ
No me hables de lo que importa. Por tu
culpa la seguridad de todo el universo está en
peligro[15].

Este diálogo refleja el conflicto interno de ambos personajes y el choque entre ellos sirve de impulso a los acontecimientos que seguirán en la narración. Pero lo que se quiere destacar, sobre todo, es que, como ocurre en todos los conflictos de relación entre héroes forjados de Pixar, la caracterización de los personajes facilita la empatía por estas dos figuras antagónicas. Los dos se guían por altos valores éticos y, a través de sus reacciones emocionales, se alcanzan a entender sus verdaderas motivaciones. Por eso, la heroicidad de ambos personajes a lo largo del relato hace que la amistad sea una solución coherente y satisfactoria a la subtrama de rivalidad entre ellos. No en vano dos figuras íntegras concilian sus diferencias y se transforma una en la otra mediante una *doble inversión*, como también sucede con los protagonistas del resto de *buddy movies* de Pixar[16].

Por otro lado, en el interior de los héroes forjados se libra una batalla entre el sentido del deber y el querer. La debilidad moral más común en este arquetipo de Pixar es la vanidad y el egoísmo, rasgos antitéticos a los valores propios de la tarea heroica. Sin embargo, la honestidad de sus motivaciones hace que esta pugna interior revierta en la profundidad de todo el personaje. A su vez, esta tensión se manifiesta en el planteamiento infantil y adulto de los problemas, que permite ubicar los dilemas vitales en una doble lectura. Por ejemplo, en primera instancia, Sulley debe decidir entre proteger a Boo o ganar el récord de sustos junto a Mike. En un estrato más adulto se debaten el "amor paternal" y

[15] WHEDON, Joss, STANTON, Andrew, COHEN Joel, SOKOLOW, Alec, *Toy Story*, versión final, febrero 1994, p. 38.
[16] La *doble inversión* es una técnica orientada a mostrar el cambio del personaje en una historia mediante la autorrevelación de protagonista y adversario, en la que "cada uno aprende del otro y el público recibe dos revelaciones de cómo actuar y vivir en el mundo, en lugar de una". *Op. Cit.*, TRUBY, John, pp. 112-113.

la amistad con la ambición profesional. Es decir, "preocupaciones adultas, respecto al trabajo y al éxito profesional, entendido como realización personal"[17].

Los guionistas de Pixar trasladan el conflicto interior del personaje a través de imágenes contrastantes, sobre todo en gestos y actitudes, que revelan la evolución de las emociones del personaje a lo largo del relato. Según Stanton, la efectividad de esta técnica quedaría probada si, eliminado el sonido de la película, el sentido argumental permanece intacto[18]. Los estados de ánimo se comunican claramente al espectador, aunque este pueda ser interpretado con algún matiz distinto según el grado de comprensión del espectador: por ejemplo, la frustración vital de Bob Parr en su nuevo trabajo en *Insurecare* podría ser entendido como simple aburrimiento por los más pequeños. Después de todo, Bob ha dejado forzosamente un oficio excitante y divertido como el de superhéroe.

Pese a la preponderancia de la imagen en el guión, los diálogos son usados como una herramienta que hace patente lo que ocurre en el interior de los personajes, bien sea a nivel de subtexto o no. Un ejemplo del primer caso ocurre en las entrevistas con las que comienzan *Los Increíbles* y que revelan su verdadero sentido a partir del incidente incitador. Sólo la trilogía de *Toy Story* recurre a canciones para expresar los sentimientos más hondos de los personajes y suscitar la empatía del espectador[19].

En los casos en los que los conflictos internos son más complejos, como el de Remy, se acude a las explicaciones sin dejar de aprovechar la efectividad de la imagen, como se puede apreciar a continuación:

```
Estamos cerca de la ventana ahora, cuando de repente es rota por un
libro de cocina. Al instante, la acción se congela.
Inexplicablemente, debajo de sus páginas extendidas, se protege de los
fragmentos de vidrio astillado, una rata…

REMY. Flaco, asustado, casi cómico. No es difícil sentir simpatía por
el chico.

                        REMY (V.O.)
              Este soy yo. Creo que es evidente que
              necesito replantearme un poco mi vida.
              ¿Qué cuál es mi problema? En primero de todos…[20]
```

[17] Cfr. WELLS, Paul, "Where the mild thing are", en: *Sight and Sound*, nº2, Sight & Sound, Londres, febrero de 2002, p. 26

[18] Cfr. *Op. Cit.*, COHEN, David S., p. 32.

[19] Esta táctica es usada en *Cars* para situar al espectador en el dramático cambio que supone para Radiator Springs la construcción de la autopista.

[20] BIRD, Brad, *Ratatouille,* versión final, 2007, p. 2.

El arco de transformación de los héroes forjados de Pixar resulta algo menos moderado, que los que se acostumbra en este arquetipo: la purificación de Woody lo lleva a que renazcan sus virtudes heroicas; Sulley descubre un amor pleno en el sentimiento paterno desarrollado hacia Boo y que la vida no es sólo trabajo; Bob descubre que no hay mayor fuerza que la familia y Remy que no tiene por qué fingir sino seguir los dictados de su corazón. Es decir, un rasgo peculiar de los héroes forjados de Pixar consiste en la huella decisiva que deja en ellos un nuevo aprendizaje: el descubrimiento llevado a cabo en la historia refuerza la condición heroica con la nueva dimensión del mundo ante los ojos del personaje.

Así, las cualidades heroicas se muestran desde una perspectiva positiva que se suma al atractivo del universo diegético y *dimensión particular* del personaje[21]. Rasgos que, en lo que respecta a la audiencia infantil, resultan de vital importancia para entender que más allá de las fabulosas habilidades que posean los héroes (ingenio, talento o superpoder), su labor es un trabajo y ni siquiera un superhéroe está exonerado de entrenar o de luchar consigo mismo para realizar su tarea de protección y servicio[22]. En este sentido, el nivel familiar revela a lo largo de la trama los altos valores del personaje, cuya vida se proyecta en el bien de otros. El héroe forjado es la figura más recurrida por lo guionistas de Pixar y en ellas se destaca el sentido del deber y su opción radical por la familia y la amistad[23].

11.1.2. Viajantes iniciáticos: Flik y Rayo

Los viajantes iniciáticos demuestran aspectos cercanos a la maduración debido a que deben probar su valía. Por eso, estos protagonistas facilitan la identificación con el público al mostrar la tarea heroica como algo accesible a personas comunes y, de manera especial, a los más pequeños. *Bichos* y *Cars* son los dos guiones encabezados por aspirantes a héroes

[21] Al hablar de *dimensión particular* del personaje se hace referencia a lo que ellos son: juguetes, un superhéroes que también es padre de familia, una rata, un monstruo profesional del susto, etc.

[22] No hay que olvidar que, como afirma Francisco Mariano, en el proceso de identificación con un personaje tipo hay un juego de transferencias emocionales que se produce al cargar con valor positivo a dicho personaje, que le otorga un valor ideológico positivo que trasmite valores prosociales. Cfr. MARIANO ROMERO, Francisco José, *Emoción, cine y memoria: análisis de las producciones de Walt Disney y Pixar Animation Studios*, Fundación Ecoem, Sevilla, 2010, pp. 215-216.

[23] En el trabajo sobre socialización infantil a través del cine de animación de Leticia Porto, puede verse cómo los héroes de Pixar realizan muchos más actos positivos relacionados con la amistad o solidaridad, que otros protagonistas de películas de otros estudios. Ver: PORTO PEDROSA, Leticia, "Socialización de la infancia en películas de Disney/Pixar y Dreamworks/PDI, análisis de modelos sociales en la animación", en: *Prisma Social: revista de Ciencias sociales*, nº 4, Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada, Madrid, junio 2009, pp. 8-9.

que Pixar ha producido hasta el momento. Ambos relatos coinciden con las historias tratadas anteriormente en que sus protagonistas adoptan objetivos externos cuyas motivaciones son universales y dan lugar a tramas de búsqueda.

En *Cars*, el objetivo externo de la victoria perseguida por Rayo McQueen genera una alternativa terrible, cuya tensión gravita en torno a las necesidades del ego y se identifica con el tema de la autosuficiencia infantil. Después de todo, lo que el coche busca es ganar la Copa Pistón para convertirse en un triunfador. La motivación es clara, incluso se puede relacionar con parte de las motivaciones de Flik de pretender el reconocimiento de Atta y de toda la colonia de hormigas, aunque su misión principal, –buscar guerreros que salven la comunidad–, hace que se pueda ubicar su meta externa en el riesgo psicológico de sobrevivencia, un matiz que otorga mayor impacto emocional al viaje de la hormiga frente al bólido.

Asimismo, la caracterización de ambos personajes es diferente, por lo que despiertan emociones distintas en la audiencia. En *Cars* se echa en falta técnicas habituales en la creación de protagonistas de Pixar. La escena de rutina de vida de Rayo revela un nivel individual del personaje centrado más en plasmar su debilidad moral (su egoísmo y arrogancia) y la admiración que despierta su potencial como campeón de carreras, que en mostrar su humanidad a través de sentimientos que permitan una conexión más profunda con el espectador.

Al contrario que el resto de protagonistas de Pixar, en el nivel familiar, Rayo es un competidor que está solo, pareciera que no tiene pasado. Su nivel social lo muestra como un individuo frívolo: busca la aclamación de otros y se comporta como cree que los demás esperan de él. Sin embargo, no hay escenas que revelen que este viajante iniciático interese a alguien más, ni señales que indiquen por qué ganar es tan importante para el bólido, más allá del hecho de convertirse en el primer novato en ganar la copa Pistón. En consecuencia, cuando llega el primer punto de giro de la historia (se queda perdido en la carretera), la preocupación del público por el personaje no es tan alta, en términos emocionales. Es más: el espectador entiende que se lo merece, por obligar a Mack a conducir toda la noche[24]. Todo lo contrario sucede con el paradójico Flik: un incomprendido que, aunque pone en riesgo involuntariamente a toda su comunidad, desde su presentación se revela como un joven que intenta mejorar la calidad de vida de su pueblo con los artilugios que inventa y

[24] Nótese que justo lo que lleva al primer punto de giro en *Toy Story* es una acción deshonrosa de Woody. Sin embargo, la atractiva caracterización del personaje hace que el espectador comprenda el por qué de su reacción ante la intromisión de Buzz y se pueda reconocer y justificar sus celos, su frustración, su miedo al convertirse en un juguete perdido y para empeorarlo todo, junto a su rival.

procura ser amable con Dot, la princesa más pequeña de Isla Hormiga. La inseguridad de Flik boicotea sus bienintencionadas acciones, de manera que se muestra como un personaje que lleva las de perder, como un niño al que le salen mal sus tentativas de agradar o ser reconocido. Experiencia que también puede resultar cercana a los adultos.

Las relaciones que Rayo establece durante su estancia en Radiator Springs añaden humanidad a la historia y aportan, hasta cierto punto, la simpatía que falta al protagonista. El contraste entre el bólido y los secundarios explica por qué Rayo debe recorrer un viaje interior que a menudo se desarrolla en tramas de competición[25]. La subtrama amorosa con Sally y la de amistad con Mate se transforman también en relaciones maestro-discípulo, en las que Rayo conoce la amistad verdadera, la preocupación por otros y la importancia de bajar el ritmo y disfrutar la vida. Sin embargo la relación más significativa de todo el guión es la que se produce entre Rayo y Doc, un ex campeón de las 400 vueltas Dinoco que debe cumplir con la labor educativa del profesional veterano. Así, Rayo descubre el sinsentido de ganar por ganar cuando Doc, toda una leyenda de las carreras, le dice que sus trofeos sólo son "tres copas vacías" y reconoce su egoísmo.

Si bien Rayo no muestra un conflicto interno tan atractivo como el de otros personajes de Pixar, el bólido experimenta un arco de transformación creíble que no carece de emoción. Pasa de ser un joven que esconde su miedo al fracaso tras una actitud engreída, a descubrir que un verdadero campeón no persigue valores efímeros, aprende a preocuparse por la felicidad de otros y a contar con la ayuda de los demás. Por su parte, Flik descubre el valor de su ingenio y la fuerza de la comunidad. En ambos casos, el arco de los viajantes iniciáticos de Pixar contribuye a un cambio positivo en las sociedades con las que se relacionan y descubren la fuerza de la amistad y la solidaridad.

11.1.3. Protagonistas marcados por el trauma: Marlin y Carl

La aventura de los protagonistas de *Buscando a Nemo* y *Up* está marcada por la huella que ha dejado en ellos la muerte de sus respectivas esposas. Y, en el caso de Marlin, además, de casi todos sus hijos. La culpabilidad invade la vida de estos personajes, debido a que no pudieron proteger y servir a sus familias de la manera que a ellos les hubiese gustado. Marlin

[25] Como sucede en título como *Rocky* (John G. Avildsen, 1976), *Carros de fuego* (Hugh Hudson, 1981) y *En busca de Bobby Fischer* (Steven Zaillan, 1993). Cabe decir que los protagonistas de estos títulos están caracterizados adecuadamente y en ningún caso resultan antipáticos.

no puede defender a Coral y a sus pequeños en un momento de peligro, mientras que a Carl se le va la vida sin poder cumplir las promesas hechas a Ellie desde la infancia.

Al comienzo de la historia estos héroes se muestran reticentes a la aventura y necesitan una motivación externa o alguien que los empuje a actuar. Si no es por la captura de Nemo o el diario de aventuras de Ellie, ninguno de los dos comenzaría su camino a otros territorios. La apuesta emocional que se sigue de estas tramas de búsqueda, que se concreta en la recuperación del hogar perdido, es de alto impacto dramático, pues lo seres más amados por los protagonistas se encuentran en el núcleo de sus respectivas metas exteriores.

La dimensión particular de los protagonistas de estos guiones conecta de manera inmediata los conflictos interno y básico: Marlin es un padre viudo que busca a su hijo raptado y Carl es un viudo que quiere cumplir la promesa que hizo de niño a su fallecida esposa. El temor a un nuevo fracaso y las recientes heridas interiores les convierten en tipos solitarios y poco dotados para las relaciones[26]. Es fácil entender por qué en su nivel individual el pez payaso es sobreprotector con su hijo y desconfiado con todos. Del mismo modo, la situación del anciano en su entorno y la añoranza de Ellie hacen más profunda su soledad y ponen de manifiesto los sentimientos que le impulsan a marcharse a Las Cataratas Paraíso. En ambos casos, estos protagonistas producen compasión y mueven a la audiencia a compartir sus respectivos objetivos.

Los guionistas de Pixar recurren al empleo de la paradoja y la ironía para configurar la dimensión particular de estos personajes, así como el modo en que representan los aspectos argumentales y temáticos de la historia. Precisamente, este recurso aporta al subtexto unas notas peculiares de encanto, humor y honestidad. Por ejemplo, Marlin se toma la vida con bastante seriedad y pierde todo rasgo de gracia y humor después de perder a su familia, lo que origina mofas por parte de algunos secundarios durante el relato, puesto que esperan que al ser un pez payaso sea más divertido que el resto de la fauna marina. Se apela así a una ironía al alcance de los niños más maduros. De hecho, al final del relato, Marlin aprende hasta a contar chistes. En el caso de Carl, su vejez contrasta con la ardua tarea que asume y que sólo se entiende por amor. Al mismo tiempo, alude al hecho de que la verdadera juventud está en el espíritu más que en la lozanía del cuerpo, como demuestra al descubrir que la vida sigue siendo una aventura.

Por otro lado, la caracterización de Marlin y Carl presentan respectivamente dos aspectos que podrían haberles restado atractivo y dificultado la empatía con el espectador: el

[26] Sobre héroes reticentes y solitarios ver: *Op. Cit.,* VOGLER, Christopher, pp. 71, 73-74.

pez payaso sobreprotege obsesivamente a su hijo y Carl es un anciano amargado. Asimismo, ambos rasgos suponen un obstáculo para la concepción de estos proyectos como *four quadrant film*, en especial a la hora de considerar la simpatía que puede suscitar en la audiencia infantil. Las tragedias de Marlin y Carl no son suficientes por sí solas para conectar con los espectadores. Por estos motivos, la estrategia afectiva empleada por los guionistas se orienta al balance entre el impacto emocional del suceso que marca la vida de estos héroes, su caracterización y la inclusión de acciones en las que entra en juego el humor o la alegría, no sólo del espectador, sino también la del propio personaje.

Parte de esta estrategia emocional consiste en la cuidada presentación de los protagonistas, en la que se subraya la ilusión por la vida y el amor a sus esposas antes de que les sean arrebatadas. En el caso de Carl resulta aún más conmovedor, si se quiere, porque el espectador conoce el arco que experimenta desde la infancia hasta su solitaria vejez. Concretamente, la presentación de *Up*, con un prólogo que sintetiza toda una vida, se orienta a subrayar ante el espectador el valor de una promesa y la profundidad de los sentimientos en juego, al tiempo que se remarca el carácter heroico de Carl en los años previos a la desaparición de Ellie. Sin esta secuencia que precede a la aventura, la conexión de la audiencia con el personaje resultaría más que ardua[27].

El compromiso de los protagonistas marcados por el trauma con la aventura se complica por los compañeros que se suman a sus respectivos viajes. Al igual que otras *buddy movies* de Pixar, el comienzo de estas relaciones es abrupto, debido al carácter solitario de los héroes y a la actitud algo cargante de los secundarios que, en ambos casos, destacan por su inocencia y vulnerabilidad. Sin embargo, las diferencias entre ellos son la mejor manera para influirse el uno al otro, a través de sus correspondientes conflictos de relación.

En *Buscando a Nemo*, "la batalla del protagonista consiste en sobreponerse al miedo por el descubrimiento de la fe y ciertamente, Dory representa al ángel que le muestra cómo seguir (o vivir) sin ser consumido por las preocupaciones"[28]. "Marlin –dice Andrew Stanton– vive atormentado por el pasado y teme al futuro. Es incapaz de disfrutar el momento, justo lo único que puede hacer Dory"[29]. Ésta es parte de la causa de sus roces.

---

[27] Además, ella constituye la piedra angular sobre la que se asienta la verosimilitud del relato y la estrategia emocional del diseño narrativo Como afirma Pete Docter las secuencias en las que se narra la historia de Carl y Ellie, "es la que la audiencia más recuerda, la que conecta al personaje con la realidad y la que justifica el hecho de que vuele con su casa, en lugar de tomar un avión Sudamérica" GAITA, Paul, "Scene Dissection: "Up" director Pete Docter on the film's emotional opening montage", en: *Los Ángeles Time*, 25 de febrero de 2010 [agosto, 2010].
http://www.latimes.com/entertainment/news/la-etw-pete-docter25-2010feb25,0,7581613.story

[28] *Op. Cit.,* PRICE, David, p. 210.

[29] *Op. Cit.*, CHUMO, Peter II (2003), p. 58.

Marlin aprende de Dory a jugar, a burlarse del peligro y a seguir nadando aunque todo pinte mal. La fe que ella tiene en él lo compromete y le enseña que la amistad se basa en la confianza mutua. No obstante, Marlin necesita un elemento que le haga decidirse a abandonar su actitud sobreprotectora hacia Nemo. Por eso, Stanton introduce un nuevo mentor a través de Crush, la tortuga marina, que le cuenta que al pez payaso que las tortugas desovan en la playa para que al nacer sus crías vuelvan solas al mar, por lo que le anima a relajarse y a creer en las habilidades de su hijo[30].

La dinámica de los personajes de *Buscando a Nemo* contribuye a cimentar los temas del guión: el amor y la fe son las armas para vencer el miedo al dolor, pues éste no debe condicionar la vida. Los cambios se producen entre Marlin y Dory, así como entre Nemo y Gill. Cada figura representa una visión sobre la confianza y en esa medida, los personajes son probados hasta el extremo, por lo que se pone de relieve asuntos como el sacrificio, la fidelidad o la apertura hacia los demás.

Por su parte, como explica Docter, Carl también sufre un cambio radical en *Up*: "al igual que Rick en *Casablanca* o Scrooge en *Un cuento de Navidad*, encuentras a un personaje que ha perdido todo sentido de propósito y, al final, regresan a la vida realmente. (…) Una vez que a Carl le empieza a importar Russell, se convierte en un tipo de héroe de acción"[31]. Esta deriva permitió a los guionistas Docter, Peterson y McCarthy jugar con las convenciones del tipo de filmes protagonizados por estos campeones, pero con la particularidad de que se trata de un hombre de setenta y ocho años de edad. Así, un protagonista que parecía no tener nada que decir al público infantil termina conectando con su psicología.

Los héroes traumatizados de Pixar ponen de manifiesto la fuerza del amor, la solidaridad y la generosidad como vías para trascender el sufrimiento. Una vez más, la amistad y la familia son la opción de los protagonistas de la historias del estudio.

11.1.4. Un héroe con alma de niño: WALL-E

Todos los protagonistas adultos de un *four quadrant film*, y por extensión de cualquier historia que considere a la audiencia infantil, responden a una personalidad que, en menor o mayor medida, se acercan a las actitudes de los pequeños ante los problemas de la vida.

[30] El mentor representa la más altas aspiraciones del héroe. No obstante, a esta figura le está permitido animar al héroe, pero no darle ninguna respuesta. La razón es simple: las respuestas del mentor son de él. El héroe necesita encontrar las suyas. Cfr. *Op. Cit.* DUNNE, Peter, p.34.
[31] *Op. Cit.*, Gilchrist, Tod.

Esto es así porque como dice Skip Press, "los niños quieren emular las acciones de los adultos con los que se puedan identificar"[32]. Personajes jóvenes que muestren una actitud inocente, divertida e incluso traviesa. Las figuras centrales de las historias de Pixar poseen alguna de estas características en distintos grados y cuando no, lo guionistas los compensan con personajes de alivio cómico u otras estrategias como las que se han tratado en el apartado anterior. De todos los protagonistas de Pixar, WALL-E es quizá quien mejor representa la inocencia infantil, en combinación con la fuerza moral que exige su dimensión heroica, por lo que se podría decir que atraviesa el viaje del *héroe desvalido*[33].

No obstante, WALL-E es, sobre todo, un *héroe catalizador*, un protagonista que no sufre grandes cambios a lo largo de la aventura, dado que su función principal consiste en provocar transformaciones en los demás[34]. Como ocurre en otros guiones en los que un robot sobrepasa su propia naturaleza mecánica al aspirar al amor, esta dimensión prometeica del personaje viene a ser el mejor recurso para representar el tema central del relato (el hedonismo aleja al hombre de su propia esencia), mediante la paradoja y el contraste de su actitud más humana que las de los propios hombres. El argumento apela en primera instancia a la opción decidida del protagonista por el amor y la conservación del planeta, al tiempo que propicia un grado más profundo de reflexión hacia la manera en que los seres humanos se alejan de su propia naturaleza al evitar el contacto con otros, consumir de manera irracional y vivir de un modo hedonista.

La necesidad dramática de WALL-E consiste en el deseo de amar y ser amado. Él no puede perder la oportunidad de estar junto al único robot femenino con el que ha contactado, lo que hace más interesante la acción, sobre todo cuando su misión adquiere una mayor envergadura y le lleva a sacrificarse por la humanidad. De esta manera, hacia el clímax del guión, la apuesta emocional del protagonista se eleva desde la supervivencia hasta el sacrificio.

El nivel individual, familiar y social de esta pequeña máquina se revela en el primer acto del guión a través de descripciones y acciones a lo largo de ocho páginas sin diálogos. Para este punto, se sabe cuál es su tarea en el planeta gracias a los elementos presentes en

---

[32] *Op. Cit.*, PRESS, Skip, p. 95. Entre este tipo de personajes se puede citar a Forrest Gump, Alex Foley (Eddy Murphy) en un *Superdetective en Hollywood* (Martin Brest, 1984) o Han Solo en *Star Wars*.

[33] La ascensión del héroe desvalido consiste en la inferioridad del héroe respecto a la misión que debe llevar a cabo. "Bajo la apariencia de debilidad, la grandeza moral puede elevar al muchacho inferior y menudo por encima de otros candidatos a la gesta heroica". Cfr. SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2002), p. 92.

[34] *Op. Cit.*, VOGLER, Christopher, p. 74. Esta función catalizadora es compartida con personajes infantiles que, aunque no son heroicos tienen el papel de inducir al cambio a los protagonistas, como se verá en el análisis de Boo o Russell, que son a su vez, intrusos benefactores, como se mencionó en el capítulo sobre Pete Docter.

los fondos. Se muestra su curiosidad, su fidelidad hacia su único amigo o mascota, su perseverancia, su carácter trabajador, su deseo de contactar con un igual y su ternura infantil en gestos como el de balancear su cama al irse a dormir, como si se tratara de una cuna[35]. En el arranque del guión, la imagen que se crea de WALL-E no deja lugar a dudas sobre su personalidad pueril, su soledad y rutina diaria, pero también dibuja una caracterización llena de encanto a través de matices diversos. Al mismo tiempo, en esta presentación del personaje se evita el riesgo de dibujarlo como un protagonista poco inteligente, y así queda patente en sus estrategias de acercamiento a EVA y en el modo en el ha conseguido construirse un hogar en medio de un lugar inhóspito. La inteligencia de WALL-E se confirmará más tarde mediante el ingenio con que salva diversos obstáculos que surgen en la aventura.

A pesar de la escasez de diálogos del guión, la pantomima desvela la "humanidad" y la ternura de este joven que recién descubre el amor y no sabe cómo acercarse a su interés romántico. Pero sin duda, la secuencia elaborada en que WALL-E intenta reanimar a EVA –quizás uno de los momentos de mayor intensidad emocional del guión–, supone el primer paso del viaje interior del personaje. Esta evolución viene marcada por una trama interior de descubrimiento, y así lo corrobora su guionista, Andrew Stanton, cuando asegura que "WALL-E aprende un poco más sobre los entresijos del amor y cómo actuar... [Comprende que el amor] trata más de lo que necesita el otro, que de lo que necesitas tú"[36]. Por eso, el visionado de esta secuencia consigue que EVA se rinda totalmente a WALL-E y descubra que la vida no es sólo cumplir órdenes. EVA, como interés romántico de WALL-E, sufre un cambio radical gracias al héroe: pasa de ser fría y robótica a darse cuenta de que el amor es más importante que tener el control de las cosas.

Por otra parte, como ocurre en las historias de héroes forjados, el influjo de la actitud del robot no sólo se manifiesta en el secundario de la subtrama principal (EVA), sino también en otros secundarios del entorno (el resto de la tripulación del AXIOM). La influencia de este héroe desvalido en los otros personajes sucede de manera involuntaria, y esto aumenta la identificación del espectador con el protagonista, pues se trata de alguien que, por sus cualidades y posterior sacrificio, mueve al resto de personajes a tomar el timón de sus propias vidas y a ser más conscientes de su entorno.

---

[35] Las mascotas son uno de los recursos emocionales que humanizan a un personaje. Woody no sólo juega con Buster sino que tiene en Perdigón una mascota que actúa más como perro que como un caballo.

[36] "Comentarios del director", en: STANTON, Andrew, *WALL-E*, *edición especial* [DVD]., Buena Vista HomeVideo, 2009, 0:40:37.

11.2 Secundarios adultos

Los personajes rara vez existen por sí mismos. La incorporación de secundarios al relato amplía su paleta de colores, ya que estas figuras están destinadas a apoyar el tema del guión, a ayudar al protagonista en su arco de transformación y a comunicar emociones a partir de matrices afectivas que compartimos con otros[37]. Por eso, en el apartado anterior ha sido imposible dejar de nombrar a otros personajes principales de la trama que son distintos del protagonista[38].

En este apartado, se tratarán los compañeros y villanos de los guiones de Pixar. El criterio que se ha elegido para su estudio se rige por la función que estos personajes cumplen dentro de la historia: compañeros a los que se distinguirán por su carácter de héroes forjados, por su alma de niño o por su comicidad. Asimismo, se analizarán los villanos, ente los que se pueden identificar los villanos torpes Chik (*Cars*), Randall (*Monster*) y el chef Skinner; los villanos resentidos Lotso y el apestoso Pete (*TS2*), , dentro de los que se cuentan los héroes caídos (Charle Muntz). Finalmente, se abordará los personajes que desempeñan un papel de apoyo en la trama.

11.2.1. Co-protagonistas adultos

La mayoría de los filmes de Pixar son *buddy movies*, característica que permite a sus guionistas ensalzar la excelencia de la amistad y de los vínculos familiares que existen entre la figura central y sus compañeros. Asimismo, las motivaciones de los co-protagonistas de Pixar para asumir la cuestión dramática están vinculadas a los sentimientos que profesan hacia el héroe principal, de modo que sus apuestas emocionales son bastante altas.

En su dinámica con la figura principal del relato, el co-protagonista tiene la capacidad de alcanzar el nivel emocional del héroe sin mucho esfuerzo. Por eso, este tipo de secundario se emplea como un recurso efectivo para desvelar progresivamente la intimidad del protagonista, a lo largo de la subtrama en la que se desarrolla su relación. Buzz logra poner en evidencia la inseguridad y la vanidad de Woody sin proponérselo. Helen detecta las flaquezas de Bob y le recuerda la importancia de anteponer la familia a los propios

[37] Cfr. *Op. Cit.*, SEGER, Linda (2000), pp. 87 y 109. Cfr. *Op. Cit.*, COWGILL, Linda (2005), p. 36.
[38] Seger define a los *personajes principales* como aquellos que hacen la acción. Por eso, en este término incluye al antagonista y al interés romántico. *Op. Cit.,* SEGER, Linda, 2001 (a), pp. 225-226. Aquí también se incluye al compañero protagonista, figura propia de las *buddy movies*.

intereses. En palabras de Dunne, los compañeros tienen "el gen de felicidad que falta en el héroe", debido a que posee en abundancia las cualidades que le faltan a él[39].

a) Héroes forjados: Helen y Buzz

Hasta el momento, los guiones de Pixar en los que el co-protagonista es un héroe forjado (Buzz y Helen) tienen como figura principal a otro campeón (Woody y Bob) y no a un viajante iniciático. Entre las funciones de estos compañeros se encuentra la de colaborar en la protección de otros secundarios y recordar al héroe central los valores de servicio y protección que los animan en los momentos de mayor confusión. Por su dimensión heroica comparten el tipo de caracterización del protagonista forjado. Su dimensión particular es coherente con el universo de la diégesis y combinan los elementos infantil y adulto: Buzz es un juguete espacial y sofisticado, cuya personalidad es accesible a todos los sectores del público. De hecho, como afirma Rich Quade –director de animación de la película- "Buzz no tiene exactamente un sentido muy agudo de la ironía"[40], rasgo que se aprovecha para conectarlo con la audiencia infantil y para suscitar las risas de los espectadores en general. Del mismo modo Helen, en su doble papel de madre y superhéroe combina rasgos de identificación y reconocimiento en la audiencia. Además ambos co-protagonistas suscitan admiración tanto entre los personajes del mundo diegético como entre los espectadores.

Con excepción de *Toy Story* 1, –Buzz vive en un mundo ideal–, los co-protagonistas de Pixar que son héroes forjados representan la parte más sensata de la pareja principal. Y si bien destaca su personalidad resuelta en el nivel individual, su presencia no resulta tan rotunda dentro del nivel social, dado que el conflicto principal de la trama siempre corresponde al protagonista al que acompaña. En el nivel familiar no sólo resaltan sus valores, sino que sorprenden con habilidades inesperadas como bailar flamenco o pilotar aviones. En el nivel emocional no dudan a la hora de ir al rescate de aquellos que les importan más: Buzz se lanza al rescate de Woody en *Toy Story* 2 y Helen representa a todo lo que puede llegar una madre y esposa por defender a su familia, a través de acciones que combinan realismo y fantasía.

[39] Cfr. *Op. Cit.*, DUNNE, Peter, p. 47.
[40]. LASSETER, John, DALY, Steve, *Toy Story*, *The Art and Making of the Animated Film*, Hyperion, Nueva York, 1995, p. 36.

En este sentido, los guionistas juegan con la identidad de los co-protagonistas para producir humor y obstáculos en la trama: valga como ejemplo, en el caso de Buzz, la inclusión de un gemelo en *Toy Story* 2 y un cambio de configuración en *Toy Story* 3. Por su parte, Helen despliega una sensualidad y poderío como Elastigirl, que no se percibe en su faceta de esposa. No obstante, su fuerte carácter y su condición de madre se mantienen intactos en cualquiera de sus dos facetas.

Los co-protagonistas ofrecen otra perspectiva del tema del relato y reciben un influjo importante de parte de los protagonistas, lo que dota de matices al tono y tema del filme. Helen recuerda a Bob que la familia es la primera prioridad, pero también aprende de él a ser más "flexible" en lo que respecta al desarrollo personal de cada uno de los miembros del núcleo familiar, en donde se cuenta ella misma. Aprende que su postura radical de proteger a los suyos no significa sacrificar aspectos de la propia identidad, lección que aprende de la mano de Edna Mode, cuando la modista pierde los nervios al verla desesperada ante la posibilidad de perder a Bob:

> E
> ¡TÚ ERES ELASTIGIRL! ¡Per favore!
> Recomponte un poco, que ¿qué voy a hacer?
> ¡Vaya pregunta! Le harás ver que no
> has olvidado que él es Mr. Increíble y
> le recordarás quién eres tú.Ya sabes
> donde está,ve, ¡afronta el problema!,
> ¡LUCHA! ¡GANA![41]

La reunión de dos héroes forjados en las historias de Pixar muestra una relación entre iguales y, en ella se ponen de manifiesto los valores heroicos en la vida cotidiana, donde la relación de amistad y de familia exige lealtad, apoyo y sacrificio. En ellos el conocimiento de la propia identidad es el elemento clave que influirá en el héroe central. No es hasta que Helen asume nuevamente su condición de superhéroe que Bob no reconoce el valor prioritario de su familia. Otro tanto pasa con Buzz, ya que al reconocer su dimensión particular (ser un juguete) permite a Woody abandonar su actitud egoísta, en la primera parte de la historia. En las siguientes entregas de la trilogía, la consciencia de su dimensión heroica ayuda a Woody a vencer en los conflictos internos que tiene que afrontar.

[41] *Op. Cit.*, BIRD, Brad, *Guión de Los Increíbles*, p. 72. En el guión, el nombre de Edna es E.

b) Co-protagonista de alivio cómico: Mike, Dory, Lingüini y Jessie

Entre los co-protagonistas adultos de Pixar se encuentran también aquellos que cumplen una función de alivio cómico y tienen además, una labor de apoyo temático a través de sus conflictos interno y de relación con el héroe principal. En todos los casos, este tipo de compañero tiene una cierta dimensión infantil y traviesa (Mike Wazowski), cuya inocencia puede llegar a ser semejante a la del héroe con alma de niño (Dory).

Mike es un personaje a medio camino entre el humor adulto y el infantil gracias a su personalidad extrovertida y, en ocasiones, extravagante que proporciona varias escenas de *slapstick*, estrategia muy efectiva entre los niños de la diégesis y del público. Es, en ocasiones, un embaucador que encanta a su novia pero no a Roz, la agente nº 1 de la CDA. Como parte del equipo de personajes principales de la historia, aporta el rasgo gracioso que le falta a Sulley, es el contraste que hace aún más evidentes las virtudes y timidez del monstruo azul, así como el que le recuerda la meta de ganar el récord de sustos. Pero es, sobre todo, el personaje con el que se desarrolla la subtrama de amistad del guión, estructura donde se ponen de relieve las cualidades y excelencia moral de este tipo de relación[42].

La proyección de este tema en los personajes se plasma mediante el trato de camaradería que se profesan los monstruos y el conflicto que surge entre ellos cuando Sulley opta por proteger a Boo. Esto suscita los celos del cíclope verde (conflicto interno) y se resuelve gracias al afecto que siente hacia Sulley y al ejemplo heroico de su amigo. Así, Mike olvida todo egoísmo y descubre que la verdadera amistad busca el bien del otro, lo que le dispone a colaborar en la protección de Boo y propicia un encuentro más entre Sulley y la pequeña.

Los co-protagonistas con una marcada dimensión infantil tienen además de la función de alivio cómico, la de influir poderosamente en los héroes marcados por el trauma. Sólo personajes inocentes como niños son capaces de sacar a estos protagonistas del dolor y la soledad, pues depositan una gran confianza en la protección de la figura central, al tiempo que le ofrecen una visión optimista ante la vida. Por eso, a pesar de la inocencia que les caracteriza, su sencillez y optimismo les permiten ocupar la función de mentor que no sólo

[42] "La amistad hace al individuo parte de la comunidad, excluye todo interés sobre la utilidad o el placer que pueda proporcionar la relación, tal como cantan los protagonistas en la canción los créditos finales *Si yo fuera rico*". STAMP, Richard, "We Scare because We Care: How Monsters make Friends in Animated Feature Films", en: YODER, Paul, KREUTER, Peter Mario, *Monsters and Mounstrous: Myth and Metaphors of Enduring Evil*, Inter-Disciplinary Press, Oxford, 2004, p. 75.

es propia de los co-protagonistas, sino también de otros secundarios y personajes infantiles, como se verá más adelante[43].

La mejor representante de este tipo de personaje adulto en el mundo de Pixar es Dory. Su caracterización muestra la habilidad de los guionistas del estudio para conseguir que sus continuas faltas de memoria no lleguen a cansar al espectador, al dotar al personaje con habilidades ocultas en su nivel familiar, como saber leer y hablar balleno, que además de aportar atractivo al personaje terminan por constituir un factor decisivo en la resolución de la trama. Desde el punto de vista de las estrategias orientadas al doble nivel de lectura de los guiones de Pixar, Dory funciona, en palabras de Stanton, como un nexo del argumento con la audiencia infantil, mientras Nemo no esté participando en la acción[44]. "Al tratar con ella, –explica el director– Marlin se ve forzado a aprender un mínimo de paciencia y de tolerancia en cada peligro que atraviesan juntos, lo que le prepara para ser mejor padre"[45]. El hecho de que Dory ocupe el papel de hijo de Marlin se plasma en uno de los diálogos que mantienen los personajes dentro del vientre de una ballena:

MARLIN
¿Qué está pasando?

DORY
Voy a preguntar.
(en balleno)
¿Queeeeé…?

MARLIN
Basta de hablar balleno.
¡No sabes hablar balleno!

DORY
Si, que sé

MARLIN
No, no sabes. Crees que puedes
hacer de todo, pero no puedes, ¡Nemo![46]

Por otra parte, el conflicto de Dory aporta una dimensión más a la historia respecto a la memoria y los afectos. Su tragedia es tan grande como la de Marlin. Él vive traumatizado por el recuerdo de la pérdida, mientras ella, al no poder recordar, está imposibilitada para amar y ser amada. Es el reverso de la situación. La soledad de Dory se

[43] "Los jóvenes, en su inocencia, son en ocasiones muy sabios y capaces de ilustrar a sus mayores. La persona más estúpida y bobalicona de una historia puede ser aquélla de la que más aprendamos". *Op. Cit.*, VOGLER, Christopher, p. 85.
[44] *Op. Cit.*, CHUMO, Peter II (2003), p. 58.
[45] Cfr. *Op. Cit.*, PRICE, David, p. 210.
[46] *Op. Cit.*, STANTON, Andrew, PETERSON, Bob y REINOLDS, David, p. 109.

debe a que no puede recordar lo bueno o malo que haya podido vivir. Al acompañar a Marlin en su viaje, éste se convierte en su referencia vital y le da la oportunidad, sin quererlo, de ser útil, de formar parte de la vida de alguien. De ahí viene la transformación de este personaje, tal y como expresa a Marlin en el siguiente diálogo:

```
                    DORY
               … Por favor no te vayas. Por favor.
               Nadie había aguantado tanto tiempo conmigo.
               Y si te vas… Y si te vas…
                 (Trata de retenerlo)
               Yo sólo… Contigo me acuerdo mejor de
               las cosas. ¡Escucha!
                 (Canturreando)
               P. Sherman, calle Wallaby cuarenta…
               y… dos… ¡Oh!
                 (No puede recordar;
                 desesperada)
               Lo sé, me acuerdo porque… cuando te miro,
               lo siento. Y cuando te miro
               estoy… como en casa.

No hay respuesta.
                    DORY
               Por favor… no quiero perder esto.
               No quiero olvidar[47].
```

Por último, hay un tipo de compañero a medio camino entre el alivio cómico y la ingenuidad infantil, al que corresponden Alfredo Lingüini (*Ratatouille*) y Jessie (*Toy Story* 2). Ambos personajes proveen humor físico y fantasía infantil. Lingüini, además de torpe, se deja llevar como una marioneta en las manos de una rata. Sin embargo, al igual que otros compañeros de Pixar, este tipo de personaje tiene algo más que la función de conectar con el humor más infantil. A través de sus conflictos internos apoyan las premisas temáticas del guión, mediante argumentos poderosos que, en ocasiones, pueden ser antagónicos. Así, la contundencia de la historia de Jessie hace más real el miedo de Woody, y acrecienta en el vaquero la tentación de marcharse a un museo en *Toy Story* 2.

En ambos casos, estos personajes acompañan a héroes forjados que les infunden confianza en sus cualidades y en el futuro. En todas las películas de Pixar se procura subrayar la importancia de no encerrarse en sí mismos, sino abrirse a los demás para superar todo complejo. Lingüini se encuentra a sí mismo cuando se da cuenta de que no puede fallar a quienes le han ayudado (Remy y Collette). Por su parte, Jessie resuelve sus temores ante el futuro gracias a la amistad con Woody y con el resto de los juguetes.

[47] *Ibid.*, p. 124.

11.2.2. Villanos y oponentes: Randall, Síndrome, Pete, Muntz y Lotso

La fuerza antagonista más poderosa que actúa en contra de los héroes de Pixar se encuentra en ellos mismos, aunque luego tengan que enfrentarse a personajes que tengan como función impedir que resuelvan la cuestión dramática planteada en la trama. Por lo general, el pesimismo, el egoísmo y la vanidad son los defectos que impiden a los héroes de Pixar superar sus problemas. Y es que en la mayoría de estas películas no es posible resolver el objetivo externo sin resolver antes el conflicto interno de los protagonistas.

La estrategia más recurrida por los guionistas del estudio consiste en crear villanos que representen la sombra de la figura central del relato, para así aportar otra dimensión al tema y al propio héroe. Entre estos villanos se pueden identificar malvados comunes en los largometrajes de animación *mainstream*: aquellos que, pese a su maldad, suscitan risa en lugar de miedo, gracias a su temperamento neurótico, a su torpeza y a sus características físicas, aunque tengan poder para hacer realmente daño, como el chef Skinner en *Ratatouille*[48]. Mucho más temibles resultan las figuras oscuras que destacan por su despotismo y ambición, aunque sus compinches sean algo ineptos, ya que su inteligencia les hace comprender la maldad de sus acciones. Por ejemplo, en *Bichos*, Hopper sabe que, gracias a su actuación violenta y a su tamaño, puede intimidar a las hormigas e impedirles que se den cuenta de que, al ser más numerosas, lo pueden vencer.

Los más grandes villanos de Pixar son personajes resentidos. Es decir, aquellos que no soportan que otros les superen en determinados valores o virtudes[49]. Estos malvados han sido héroes o han estado llamados a ser mejores y se han corrompido. Cada uno de ellos representa lo que sería el héroe de no haber perseverado en sus valores de protección y servicio. Este tipo de personaje de Pixar se enfrenta siempre a un héroe forjado. De ahí, su valor simbólico y su importancia como recurso afectivo del relato. Como explica Hayao Miyazaki, crear un villano que sea realmente un maniaco o un ser vil, que carezca de complejidad, tiene un menor impacto emocional y temático que un personaje que haya sido antes una buena persona, "uno que te haga pensar en aquello que ha llevado al personaje a

[48] No obstante, Skinner comparte una similitud con Remy y es que al igual que la rata se esconde tras el gorro de Lingüini, Skinner se esconde tras el legado de Gusteau. La diferencia entre ambos es más que notable, pues Remy es el genio que "mueve" los hilos, mientras que Skinner se ha acomodado a una situación de pocas exigencias.

[49] Cfr. *Op. Cit.*, MUÑOZ, Juan José (2005), p. 83.

ese punto de maldad"[50]. A este grupo pertenecen seres tan amargados y vengativos como el *apestoso* Pete, Lotso, Síndrome y Charles Muntz.

La capacidad de hacer daño del villano resentido conlleva un riesgo psicológico y físico para el protagonista que llega a la sobrevivencia. Como afirma Michael Kusiac en su artículo "On Villians", "mientras que el héroe trata de hacer lo correcto, al villano no le importa los medios para conseguir su meta"[51]. El villano también persigue su propio objetivo por alguna razón personal, y termina colisionando con el héroe protagonista.

Los personajes resentidos pueden llegar al delirio como Síndrome, Muntz y Lotso, los villanos con más repercusión emocional de todas las historias de Pixar, ya que los protagonistas aprenden algo sobre sí mismo a través de estos oponentes. Muntz supone para Carl la decepción de la ruptura entre héroe mitificado y admirador, es el lado oscuro del héroe y un riesgo: Carl podía haberse convertido en él. En un contexto dramático similar, Síndrome se podría considerar como un producto de Mr. Increíble. Un antiguo fan que reacciona de manera desproporcionada al desdén que le muestra su ídolo: decide desperdiciar su extraordinario genio al servicio de su vanagloria. Todo lo contrario a lo que sucede con Carl: tras descubrir que el aventurero al que ha admirado toda su vida sólo es un ser anclado en el pasado y encerrado en su propio dolor, decide luchar por un futuro esperanzador.

Woody también aprende de la actitud de Lotso ante la vida. Como explica Michael Arendt, la confrontación del vaquero con el oso de peluche "captura en esencia la manera errónea que tienen ambos personajes de ver la vida" [52]. La mayor parte de la historia, Woody y Lotso comparten la idea de que amar a alguien es literalmente estar siempre allí. Sin embargo, la amargura de Lotso, que tiraniza a otros y se basa en el engaño, resulta un ejemplo muy distante de los valores de Woody, quien opta por lo correcto al comprobar que el desprendimiento forma parte del verdadero amor. Cuando el vaquero es testigo de la despedida de Andy de su madre se conmueve con la generosidad de la Sra. Davis. La aceptación de la mujer se convierte en la clave que resuelve el dilema del juguete, la llave del umbral que le llevará a una nueva etapa.

Auto, el piloto automático de AXIOM, es el oponente de WALL-E y la única máquina que ha ocupado el papel de villano en una producción de Pixar hasta el momento. "En muchas formas –dice Jim Reador coguionista de la cinta– el piloto automático es HAL

[50] *Op. Cit*. SOLOMON, Charles, (2009), p. 29.
[51] KUCIAK, Michael, "On villians", en: *Script*, nº1, Forum, Baldwin, 2006, p. 68.
[52] *Op. Cit*., SALOMON, Charles (2009), p. 25.

(la computadora sensible de *2001: una odisea del espacio*) pero orientado a niños"[53]. La gran diferencia entre Auto y WALL-E, así como entre Auto y el resto de robots es que él no encuentra la manera de sobreponerse a su programación. Solo sigue órdenes. WALL-E influye en otros robots de manera que van más allá de su programación, pero Auto no puede, y ese es su error.

Por último, no se puede dejar de mencionar a los personajes que pertenecen al grupo de aliados del protagonista y que, por distintas razones, se transforman en oponentes del héroe en momentos concretos de la trama. Las motivaciones que llevan a estos secundarios a convertirse en un obstáculo para el protagonista responden a su propio afecto hacia la figura central del relato (Django en *Ratatouille*), o a su localidad, como ocurre a algunos de los habitantes de Radiator Springs que retienen a Rayo hasta que el bólido repare la calle que ha estropeado. Asimismo, algunas figuras aliadas del protagonista se interponen entre él y su meta, debido a malos entendidos, como les pasa a los juguetes de Andy en *Toy Story* 1, o por la intervención del villano como ocurre a Buzz en *Toy Story* 3.

11.2.3. Personajes de apoyo

El universo de los personajes de Pixar destaca por el cuidado en la construcción de todas las figuras que pueblan estas historias. No hay un personaje que sobre en ninguna de las tramas. La presencia de todas estas figuras responde a una necesidad dramática y aportan coherencia y colorido a la historia, así como a sus personajes principales. Por ejemplo, en *Buscando a Nemo*, los compañeros de clase del pequeño pez payaso le muestran que todos tenemos limitaciones de diversa índole, pero que éstas no son un obstáculo para tener amigos o llevar una vida normal: Sheldon, el caballito de mar es alérgico al H_2O, Pearl, la pequeña pulpo, tiene un tentáculo más corto que los demás y Tad reconoce, en sus palabras, que es "un pesado". Esta idea la retomará Gill más tarde al mostrarle a Nemo que tener una aleta más corta no debe impedirle seguir adelante.

Otros personajes de apoyo han llegado a cobrar una dimensión considerable, pese a su menor condición dramática. Es el caso de Atta y Colette, que son el interés romántico de Flik y Lingüini respectivamente; de mentores como Gusteau, un fantasma amigable y bonachón; o sencillos alivios cómicos que aportan colorido infantil o tono adulto a las tramas. Los personajes más infantiles vuelven a ser los más ingenuos, como Emile

[53] *Op. Cit.,* HAUSER, Tim, p. 126.

(*Ratatouille*) o Mate (*Cars*)[54]. Entre ellos hay otros personajes que añaden simpatía y humanidad al protagonista o a la historia, como Perdigón (*Toy Story* 2 y 3), Guido y Luigi (*Cars*), pero también un valor simbólico como Dug y Kevin (*Up*). Es también el caso de los artistas de circo en *Bichos*, un grupo de personajes de alivio cómico que, además de actuar como aliados de Flik, contribuyen a dar mayor interés a la trama de los insectos y subrayan el poder de la solidaridad y el compromiso.

En estos tipos de secundarios destaca la originalidad con la que se establecen analogías entre su dimensión particular y su función dentro de la narración, entre la paradoja y el contraste que ofrecen a la acción para apoyar el tema y ofrecer humor para todas las edades. Piénsese por ejemplo en los secundarios de *Toy Story*: Rex es un dinosaurio inseguro y obsesivo, con un complejo de inferioridad. Sólo Buzz conseguirá extraer un gran rugido de su garganta. Sus acciones nerviosas y sus diálogos son ocasión de momentos de tensión y también de risa ante su ingenuidad. Resulta graciosa su afición por los videojuegos, pues conjuga la paradoja de ser un personaje "prehistórico" enganchado a las nuevas tecnologías. Patata, por su parte, es un tipo cínico, que oculta sus celos hacia Woody (debido a su liderazgo), mediante un discurso ácido, lo que se refuerza con su dimensión particular. Como asegura Lasseter su carácter responde, en parte, a que este juguete tiene que soportar que sus partes se caigan constantemente durante el día[55]. Slinky es el amigo fiel e incondicional de Woody, hasta que se produce el malentendido del brazo de Buzz hacia la mitad del guión. Ham es un gran conocedor de la tecnología y no es extraño que sea uno de los villanos de los juegos infantiles de Andy. Al fin y al cabo representa al banco... No obstante, como asegura John Ratzenberger, su carácter algo prepotente se debe a que "está colocado en lo más alto de la estantería la mayor parte del tiempo, de manera que siempre mira a sus compañero desde lo alto, y por eso se cree bastante superior a ellos…"[56]

Esta diversidad de caracteres da colorido a la historia y a la sociedad del cuarto infantil. Desde el punto de vista de la lectura infantil y adulta, la dimensión particular de estos personajes resulta atractiva por el tipo de sociedad y de vida que tienen mientras los humanos no están presentes. Por otra parte, el carácter de cada uno presenta la oportunidad para los mayores de reconocer algunas de las personalidades presentes en su día a día, en su

[54] Emile es el perfecto contrapunto para Remy según el co-director Jan Pinkava "Emile es el típico tipo gracioso (…). Contrasta bellamente con Remy, pues aquellas ambiciones y gustos del protagonistas no son naturales en una rata". Cfr. *Op. Cit.*, PAIK, Karen (b), p. 20.
[55] Cfr. *Op. Cit.,* LASSETER, John, DALY, Steve, p. 16
[56] Cfr. *Ibid.* pp. 18-19.

trabajo o en otros ambientes. El humor que generan estos personajes apela a la ironía y a un doble sentido muy fino y eficaz.

11.3. Personajes infantiles

Los personajes infantiles son minoría en el universo de Pixar. Sin embargo, su presencia en las tramas en las que aparecen resulta decisiva. Evidentemente, la inclusión de un niño en la historia es una de las estrategias más efectivas para la conexión con los espectadores más pequeños. Además, este tipo de personajes proporcionan la oportunidad de tratar los problemas propios de crecer: conocerse y aceptarse, saber hasta dónde se puede llegar, vencer los temores, abordar las relaciones familiares…

En este sentido, la caracterización de estos personajes y sus conflictos son coherentes con el comportamiento, diálogos e inquietudes de edades tempranas, como se verá en este apartado. No obstante, todos los personajes de Pixar están diseñados para entretener a todos los públicos. Su función en la narración tiene varios cometidos: simbólico, temático, de apoyo y alivio cómico. A continuación se comentarán los tres tipos de personajes que se han identificado en la producción de Pixar: los niños que representan la inocencia que debe protegerse, los muchachos representados desde un enfoque menos bondadoso y aquellos que atraviesan los dilemas propios del crecimiento.

11.3.1 La inocencia que se debe proteger: Andy, Boo y Bonnie

La función simbólica del personaje infantil de Pixar es esencial en las historias en las que participan, con independencia de que su presencia en la acción sea constante (Boo y Bonnie) o referencial (Andy). Debido a su carácter simbólico, estos personajes muestran un comportamiento ideal o poco abundante en matices[57]. Por otra parte, el valor actancial del niño como principal beneficiario de las acciones del héroe le otorga además una labor catalizadora en la trama. No en vano, es una de las motivaciones principales del personaje adulto para ser ejemplar y dedicarse al servicio y protección de su inocencia, como ocurre con Sulley en *Monstruos S.A.*, al conocer a Boo y a Woody respecto Andy.

[57] El personaje simbólico posee una sola cualidad, generalmente basada en una idea como el amor, la sabiduría, la compasión o la justicia. *Op. Cit.*, SEGER, Linda (2000), p. 152.

La protección del niño es una tendencia presente en cierto tipo de cine contemporáneo que representa a la infancia como un "vector que impulsa la recuperación de una cierta conciencia de futuro"[58]. En el caso de Pixar, la mirada infantil, libre de prejuicio, su sencillez y su disposición alegre a descubrir, a intentar superarse son aspectos que se subrayan en todas las películas del estudio. Por tanto, la labor alegórica de estos personajes se cumple, sobre todo, en un nivel profundo (adulto) del discurso.

No obstante, Andy, Bonnie, Boo, Emily (*Toy Story* 2) y Daisy (*Toy Story* 3) permiten a los pequeños del público reconocer sus emociones ante situaciones con las que lidia a diario: el miedo a sombras inofensivas, la excitación ante las aventuras vividas en sus juegos, los sentimientos que deposita en un amigo, así como la importancia de cuidar de los demás y de sus cosas. La trilogía de *Toy Story* refleja esto muy bien. Desde el punto de vista de la narración y la empatía con el protagonista, Andy es una figura de gran importancia de la historia. En palabras de Stanton: "el vínculo que hay entre Woody y Andy era el primer asunto que debía pesar a lo largo del guión y tenía que ser tangible desde el primer momento o a nadie le importaría lo que ocurriera con estos personajes"[59]. No en vano la relación de Woody con Andy, desde le punto de vista adultos, se asemeja a la que tiene un padre con su hijo, los sentimientos que le impulsan a velar por su bienestar y el deseo de permanecer siempre juntos[60].

La relación entre los juguetes y sus dueños muestra a los niños aspectos de su propio comportamiento: "el valor del lugar que dan a las cosas y la carga emocional que brindan a los objetos con los que juegan y se divierten"[61]. Al final de la historia, cuando Andy crece y llega la temida separación, el joven mantiene intacta la capacidad de jugar, así como el agradecimiento hacia sus muñecos, de modo que se apela a la nostalgia y a la emoción de todos los sectores del público. De alguna manera, se subraya la importancia de preservar la pureza de la imaginación y la relación con las cosas propias de los primeros años de vida.

---

[58] QUINTANA, Ángel, "¡Salvad a los niños! La infancia como horizonte de cierto tipo de cine contemporáneo", en: LARROSA, Jorge, CASTRO de, Assunçao Inés, SOUSA de, José (comp.), *Miradas cinematográficas sobre la infancia: Niños atravesando el paisaje*, Miño y Dávila editores, Madrid, 2007, p. 94.
[59] *Op. Cit.*, LASSETER, John, DALY, Steve, p. 30.
[60] Cfr. RODGER, Jack Patricks, "Love and Loss in John Lasseter's America", en: *Slant Magazine*, 8 de octubre de 2009, [agosto 2011].
http://www.slantmagazine.com/house/2009/10/love-and-loss-in-john-lasseter%80%99s-amaerica/
[61] *Op. Cit.,* WELLS, Paul (2002), pp. 167-168.

11.3.2. El niño villano: Sid, Darla y Grandullón

Como sucede en el caso anterior, el niño presentado como villano es un personaje de tipo simbólico e informativo que apoya la coherencia de la diégesis y el tema de algunas historias y que en ocasiones es el elemento catalizador de las acciones de los protagonistas, como corresponde a oponentes de entidad.

En ningún caso de los estudiados las figuras infantiles son realmente perversas, aunque puedan presentarse como una amenaza real o potencial para la integridad de otros personajes. Por lo general, esto se debe a la inconsciencia de edades muy tempranas o a una mala orientación por parte del adulto responsable de su cuidado, razones que siempre se muestran en pantalla. Así, por ejemplo, cuando en *Toy Story* 3 los alumnos de la sala oruga casi destrozan a Buzz y a los demás, los muñecos no recriminan a los niños su conducta, pues su edad no es la adecuada para jugar con ellos.

Por otro lado, la representación de niños como monstruos o seres de influjo dañino forman parte de la estrategia de los guionistas de Pixar de jugar con recursos propios de ciertos géneros cinematográficos como el terror, los dramas carcelarios para producir cierto temor e incertidumbre en el público, respecto al destino del protagonista[62]. Asimismo, al seguir la coherencia entre la dimensión particular de los personajes y su realidad, no falta algún momento humorístico, en el que se ofrezca el punto de vista de un juguete introducido en una boca infantil, efecto sugerente que remite a las primeras producciones de la casa como *Tin Toy*.

Sid, Darla o Grandullón son obstáculos en la trama más que villanos. Sid es presentado como la antítesis de Andy y su "maldad" radica en la perspectiva desde la cual su conducta se percibe como peligrosa[63]. Sin embargo, sus acciones están motivadas por su inconsciencia ante el dolor de los juguetes, a la ausencia de la orientación paterna y a su rica pero turbulenta imaginación. Como afirma el guionista Joss Whedon, "si se repara en lo que él está jugando, entonces (Sid) puede ser muy malo y decir cosas malévolas y frotar sus manos y reír como un villano, porque eso forma parte del juego"[64]. De hecho, la escena en

---

62 Cfr. "Comentarios del equipo", en: UNKRICH, Lee, *Toy Story* 3 [DVD], Walt Disney Home Video, 2010. También ver: DURAN CASTELL, Jaume, VILLAGRASA, Sergi y FONSECA, David, "Imágenes en la mente: Los referentes cinematográficos en el cine de animación por ordenador", en: *Revista Iberoamericana de Sistemas, Cibernética e Informática*, nº 1, Nagib C. Callaos, 2009, pp.18-22.

63 *Op. Cit.*, "Andrew Stanton (PIXAR)-transcript-Keynote, Screenwriting Expo 5 (2006),'Understanding Story: or My Journey of Pain'".

64 *Op. Cit.*, LASSETER, John, DALY, Steve, p. 47.

la que el muchacho decide "torturar" a Woody para que revele un secreto, es un claro homenaje a una secuencia de Indiana Jones en *Busca del arca perdida*[65].

Otro tanto ocurre con Darla en *Buscando a Nemo*. Ella, al igual que Sid, se convierte en un personaje catalizador. El comportamiento inconsciente de ambos es la razón para que los protagonistas deban escapar. La niña, cuyo ímpetu ha acabado con la vida de otros peces, es realmente un peligro para Nemo, como le anticipa la pandilla de la pecera. De ese modo, su próxima visita a la consulta del dentista imprime tensión a la subtrama del pequeño pez payaso en Sídney. En palabras de Peter Sohn, "Darla es una bomba de relojería"[66]. La apariencia del personaje y la música que remite a uno de los psicópatas asesinos más famoso del cine, no son más que guiños a los espectadores mayores, que conocen al referente de la banda sonora, al tiempo que subraya la amenaza que representa la niña.

Por otra parte, los creativos de Pixar recurren al punto de vista de los diminutos personajes no humanos para que acciones tan "inofensivas" como golpear el cristal de una pecera tengan unas repercusiones tremendamente molestas para los habitantes del acuario y de ahí, sembrar el temor que la pequeña les inspira. Asimismo, Darla presenta un comportamiento odioso y mal criado que, en cierta forma, es alimentado por su tío. La mima y no la corrige, tal vez porque no hay consciencia por parte de ningún personaje humano de lo que significa para los seres acuáticos algunas de sus actuaciones.

En el caso de Grandullón, se trata de un niño engañado por Lotso, quien se presenta como el adulto que lo protege, cuando en realidad, se aprovecha de su enorme tamaño para reducir a los juguetes de una menor dimensión. Grandullón es un personaje trágico que proporciona muchos momentos de tensión. En concreto, tiene referentes en el cine de terror, donde se ha recurrido a muñecos malignos, como Chuky en *Muñeco diabólico* (Tom Holland, 1988). Por eso, en escenas concretas suscita temor en los personajes principales y secundarios, así como en la audiencia. No obstante, sus creadores se aseguran de que su *back story* lo reivindique y produzca compasión en quienes le temían antes. Al final de la película despierta una gran ternura porque recupera su personalidad infantil y el amor de una madre gracias a Barbie[67].

---

[65] Cfr. "Comentarios de los creadores", en: LASSETER, John, *Toy Story*, *edición especial, 10º aniversario,* [DVD], Buena Vista Home Video, 2005.

[66] *Op. Cit*., COTTA VAZ, Mark, p. 128.

[67] Unkrich y su equipo visitaron muchas guarderías, y en función de lo que vieron decidieron poblar la historia con los juguetes concretos que están en la película. Grandullón ha terminado con ese aspecto por las circunstancias: el paso del tiempo y el uso por parte de innumerables niños.

11.3.3. Personajes en conflicto y madurez: Dot, Nemo, Russell, Dash y Violeta

El comportamiento ideal, propio de arquetipos simbólicos como los tratados hasta el momento, se abandona en los guiones de Pixar cuando se abordan protagonistas infantiles en conflictos internos de madurez. Estas figuras permiten hablar con mayor realismo de los problemas propios de crecer, a través de las subtramas en las que participan de manera muy activa. Se trata de niños que, por sus propios medios, intentan superar sus miedos, su inseguridad ante la vida y colaboran en la solución de algunos obstáculos que se presentan en la historia. Son los casos de Dot, Nemo, Dash, Violeta y Russell. Los problemas que afrontan se ubican especialmente en los temas de la infancia estudiados en el capítulo anterior, concretamente: necesidad de poder, interacción social, así como el dominio y capacidad de aprendizaje según distintas edades. Sólo en el caso de Violeta puede decirse que el personaje deja atrás la infancia.

Las motivaciones que impulsan el viaje de estos pequeños conllevan un riesgo psicológico elevado. En el caso de Nemo, éste debe huir de su cautiverio para volver junto a su padre. El resto de niños se ven en situaciones de gran intensidad dramática a lo largo de la trama, pues ven en peligro sus propias vidas, lo que apela al temor del público de todas las edades, pero en especial de los niños, porque, además, suscita en ellos sentimientos de admiración.

En todos los casos es fundamental la relación del niño con el personaje adulto a través de una relación discípulo-maestro. Dot, Nemo y Russell cuentan con mentores ajenos a su familia: Flik, Gill y Carl. Sólo en el caso de Violeta y Dash este papel es asumido por su propia madre, como se aprecia en la playa de Isla Nomanisa, cuando Helen entrega a sus hijos sus respectivos antifaces:

> HELEN
> Poneos esto, vuestra identidad es
> vuestra posesión más valiosa.
> Protegedla, y si algo va mal,
> usad vuestros poderes[68]

Los conflictos internos y de relación de los personajes infantiles están vinculados a las relaciones familiares y a las preocupaciones relativas a su adecuada integración en la sociedad, así como a superar las dificultades ocasionadas por algún defecto físico o un impedimento de tipo psicológico. Así, Dot está acomplejada por su tamaño y no poder

[68] *Op Cit.*, BIRD, Brad, *Los increíbles,* p. 84.

volar, Nemo tiene una aleta más corta; y Dash y Violeta no pueden mostrarse tal cual son. Estas "taras" son propias de personajes desvalidos, y hace más atractivo el proceso de superación y madurez.

La transformación –pequeña o grande– que experimentan estos personajes los lleva a arriesgar la vida. Es la disposición resuelta de los pequeños por aquellos a los que quieren, a pesar del miedo que puedan sentir. El coste de la lección aprendida no resulta traumático, y algunas de las pruebas por las que pasan combinan la fantasía, la tensión y el humor, como el rito iniciático maorí que transforma a Nemo en Cebo, la carrera de Dash a mil por hora o el vuelo de Russell atado a unos pocos globos.

Asimismo, los conflictos de estos personajes sirven de apoyo temático a la historia a un nivel infantil. Nemo necesita creer en sí mismo y en su padre, tanto como Marlin debe confiar en su hijo. La subtrama que el pequeño pez encabeza representa para los más jóvenes del auditorio la seguridad en el proceso de crecer. Por su parte, Russell es un héroe herido por la ausencia de la figura paterna, cuyo encuentro con amigos que dependen de él (Dug y sobre todo, Kevin) le empuja hacia un futuro esperanzador, al que también se une Carl. Dash, por otro lado, representa la versión infantil de las frustraciones de Bob y aprende con su padre a controlar su superpoder y armonizarlo con el amor familiar.

La presencia minoritaria de personajes infantiles en los guiones de Pixar ha llevado a algunos a malinterpretar el contenido de las historias del estudio en relación con los niños[69]. Por ejemplo, Iris Shepard en su artículo "Representation of Children in the Pixar Films: 1995-2009", afirma que el hecho de que los pequeños se tengan que identificar con personajes adultos, supone que aprendan que lo mejor que pueden hacer es crecer tan pronto como sea posible[70]. Postura con la que aquí no se está de cuerdo.

La visión que las películas de Pixar ofrecen de los niños y de la infancia es positiva en sí misma y libre de complejos. Las situaciones se plantean desde la fantasía infantil y el papel benefactor de los pequeños en la vida del adulto es claro. Aunque, alguno de ellos represente un obstáculo o un peligro para los protagonistas, lo cierto es que los menores no

[69] La mayoría de estos estudios abordan el tema desde una perspectiva sociológica y psicológica con el fin determinar posibles efectos negativos en los niños. Entre ellos se pude mencionar, BOOKER, Keith, *Disney, Pixar and the Hidden Messages of Children's Films*, Preager, 2009.

[70] Cfr. SHEPARD, Iris, "Representation of Children in the Pixar Films: 1995- 2009", en: *Red Feather Journal*, nº 1, primavera 2010, pp. 2-13. [junio 2010]. http://redfeatherjournal.org/1_1_Feb_2010/ Esta postura es algo contrastante, si se tiene en cuenta que la imitación de los adultos es un componente esencial de la formación infantil. De hecho, forma parte de los juegos infantiles a partir de los 3 años de edad. De ese modo, los niños aprenden habilidades que les serán útiles en el futuro. Cfr. HERVAS ANGUITA, Esther, "El juego en educación infantil", en: *Innovación y experiencias educativas, revista digital pedagógica*, nº 6, CSIF Andalucía, Granada, mayo 2008. [junio 2011].
http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_6/ESTHER_HERVAS_1.pdf

son mostrados como algo negativo. Por otra parte, en estos guiones se subraya la importancia del papel protector, afectivo y formativo que tienen los adultos en la vida de los pequeños. Asimismo, se exhorta a los mayores a adoptar la mirada alegre y limpia ante el mundo tan característica de los niños, así como a recuperar el gusto por jugar.

Para finalizar, puede decirse que en los guiones de Pixar se emplean las técnicas dramáticas esenciales para crear personajes atractivos (paradojas, originalidad, etc.). En lo que concierne a las estrategias orientadas a la construcción de una doble lectura infantil y adulta, la caracterización de sus personajes se basa principalmente en la combinación de la fantasía proveniente de figuras clásicas de la literatura y la cultura popular, asociadas principalmente a contenidos infantiles (juguetes vivientes, monstruos, superhéroes o ratas y peces parlantes), con los roles, preocupaciones y situaciones propias de los mayores, generalmente, relativas al mundo laboral y familiar, que les permite desarrollar relatos en los que se reflexione sobre la condición humana.

En este sentido, destaca también como pilar estratégico de la narración, el ingenio de los creativos de Pixar al plasmar la vida cotidiana de personajes extraordinarios (*Monstruos S.A.*, *Los Increíbles*) y también la existencia maravillosa de objetos y seres cotidianos (*Toy Story*, *Ratatouille*, *Bichos, Cars*, *Buscando a Nemo*, *Up*). No en vano, John Lasseter afirmaba en la convención de cómics de San Diego, Comic-Con, en 2010, que al dar vida a seres inanimados suele pensar en el objeto de su existencia para que su historia pueda tener mayor impacto[71]. Como se ha podido comprobar, los creativos de Pixar comparten este criterio y lo extienden a seres vivos como un superhéroe, un monstruo o una rata. Así, los sentimientos que sustentan las motivaciones de los personajes adquieren profundidad y honestidad. De ahí, que la coherencia entre la dimensión particular y lo conflictos del personaje sea determinante en la construcción de un nivel de sentido más profundo.

[71] Cfr., IGLESIAS, Karl, "Pixar's Emotional Core: The Secret to Successful Storytelling", *Creative Screenwriting*, nº 3, Creative Screenwriting, Hollywood, 2010, p. 56.

Dimensión heróica	Nivel individual	Nivel familiar	Nivel social	Nivel emocional	Apuesta emocional	Emoción que suscitan
Héroes forjados	Competencia Seguridad Compromiso	Sentido del deber Protección y servicio	Líder Salvador	Opción radical por la amistad y la familia	Sobrevivencia Amar y ser amado	Admiración Reconocimiento
Héroes por forjar	Jóvenes que buscan probarse	Confusión respecto a sus valores o destrezas	Incomprendido	Solidaridad Superación	Necesidades del ego Sobrevivencia	Reconocimiento Admiración
Héroes heridos	Hombres de familia	Sentido del deber Protección y servicio	Solitarios	Opción por la familia	Sobrevivencia	Compasión
Héroes con alma de niño	Carácter trabajador Creativos	Sentido del deber Protección y servicio	Desvalido	Opción por la humanidad	Amar y ser amado Sacrificio	Ternura Admiración Reconocimiento

CAPÍTULO 12. DISEÑO NARRATIVO DEL GUIÓN Y ESTRATEGIAS EMOCIONALES

Según decía Alfred Hitchcock a Francois Truffaut, a propósito de la construcción de una escena de *Sabotaje* (1942), en la narración cinematográfica "el primer trabajo es crear la emoción y el segundo es preservarla"[1]. Para ello, el diseño narrativo del guión constituye uno de los elementos esenciales para generar reacciones afectivas en el personaje y en el espectador[2]. Asimismo, Kallas sugiere que la estructura debe iluminar la naturaleza creativa del proceso ante el guionista y la audiencia, de manera que el guión represente conocimiento y emoción[3]. En otras palabras, el autor elabora su discurso de un modo que le permita expresar una idea o demostrar su hipótesis, al tiempo que implica a la audiencia en el desarrollo de las peripecias del protagonista, mientras que da sentido a las emociones que éstas le producen[4]. De ahí que se pueda decir que "la magia del cine consiste en la construcción de significados y la creación de sentido que permite una visión emocional"[5].

El propósito del presente capítulo es explorar las estrategias afectivas empleadas en los guiones de Pixar con el fin de mantener el interés de niños y adultos en cada acto dramático. Para ello se comparará tres tipos de historias encontradas en los guiones de este estudio: relatos protagonizados por adultos y que no cuentan con la participación de ningún personaje infantil de peso para la trama (*Cars, Ratatouille, WALL-E*); narraciones

---

1 TRUFFAUT, François, *El cine según Hitchcock*, Alianza, Madrid, 2005, p. 104.

2 No en vano, "la estructura y los personajes están entrelazados. La estructura de los acontecimientos de una historia se traza con las decisiones tomadas por los personajes en situación de presión y la acciones que deciden llevar a cabo, mientras que los personajes son unas criaturas que surgen y se ven alteradas por cómo decidan actuar en una situación de tensión (…) El diseño de los acontecimientos y el diseño de los personajes se reflejan mutuamente. Ningún personaje o personalidad puede expresarse con profundidad si no es a través del diseño narrativo. La clave es la conveniencia". *Op. Cit*., McKEE, Robert, p. 139.

3 *Op. Cit.,* KALLAS, Christina, p. 170. "La trama es más que un patrón de eventos, es el ordenamiento de las emociones". BLACKER, Irwin, *The Elements of Screewriting*, McMillan, 1996, cit., en: COWGILL, Linda, *The Art of Plotting, Add Emotional Suspense and Depth to your Screenplay*, Lone Eagle, Nueva York, 2008, p. 12.

4 De acuerdo con Gustav Freytag, el autor dramático fuerza a la audiencia a creer, por lo que el espectador permite que el mundo del personaje cobre vida, así como todo el dolor y el destino que viene con él, mientras llega a la conclusión de la obra. Así, la audiencia participa de un turbulento proceso creativo, que le proporciona una catarsis similar a la que siente el artista durante la elaboración de la obra. Los sentimientos que se producen a lo largo de este proceso llevan al público más allá de los eventos narrados, al proporcionarle una reflexión sobre el tema abordado en la obra. Cfr. FREYTAG, Gustav, *Thechnique of The Drama: an Exposition of Dramatic Composition and Art*, traducción por Elias MacEwan, Henry Shepard, Chicago, 1900, pp. 22-23.

5 *Op. Cit.,* KALLAS, Christina, p. 170.

encabezadas por un adulto y un niño (*Buscando a Nemo*, *Monstruos S.A.*, *Los Increíbles* y *Up*), y filmes protagonizados por adultos, con secundarios infantiles de importancia (trilogía de *Toy Story* y *Bichos*). Así, se podrá identificar las técnicas dramáticas necesarias en cada caso para la construcción de una doble lectura infantil y adulta del filme. Los casos que se han seleccionado para desarrollar el análisis son *Buscando a Nemo, Ratatouille* y *Toy Story* 3[6].

Las películas de Pixar responden a un diseño clásico o arquitrama, caracterizado por una historia construida alrededor de "un protagonista activo que lucha principalmente contra fuerzas externas antagonistas en la persecución de su deseo, a través de un tiempo continuo, dentro de una realidad ficticia coherente y causalmente relacionada, hasta un final cerrado de cambio absoluto e irreversible"[7]. De acuerdo con este diseño, el orden expositivo de este capítulo seguirá el de los actos dramáticos en la narración clásica y los elementos de la acción que los componen, en donde se pondrá de relieve su papel como parte de la estrategia emocional y la manera en que se presentan para que las películas puedan ser comprendidas por niños y adultos.

14.1. Acto I: establecimiento del núcleo emocional de la historia

El propósito del primer acto de la estructura narrativa es establecer el conflicto dentro de la acción. Desde la perspectiva de las estrategias afectivas del guión, este acto tiene como objetivo primordial suscitar interés (atracción) en el espectador mediante la constitución del núcleo emocional del relato. Éste se obtiene del equilibrio entre la empatía que produzca el personaje en la audiencia, el carácter universal y valioso de sus motivaciones y el impacto de las apuestas emocionales derivadas de los conflictos que se desarrollan a lo largo del relato[8].

Las tramas argumentales de los filmes que aquí se analizan responden a la búsqueda (*Toy Story* 3, *Ratatouille*) y al rescate (*Buscando Nemo*): Woody quiere volver a casa junto a Andy para acompañarlo a la universidad, Remy busca abrirse paso en el mundo de la alta cocina sin morir en el intento y Marlin lucha por recuperar a su hijo. Motivaciones de alto valor que potencian la fuerza temática del guión.

---

[6] Aunque estos títulos serán el objeto principal del análisis se harán alusiones con otras películas del estudio que compartan los criterios de análisis.
[7] Cfr. *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 67.
[8] Cfr. *Op. Cit.,* IGLESIAS, Karl (2010), "Pixar's Emotional Core: The Secret to Successful Storytelling", p. 55.

14.1.1. Primera imagen o nudo de acción: la base de las emociones

La primera imagen que suele dar comienzo a los relatos de Pixar sitúa al espectador en el tipo de historia y nivel de conflicto del ambiente en el que tendrá lugar el relato. Los inicios compuestos por una imagen de ritmo pausado son poco frecuentes en la producción del estudio[9]. En cambio, acuden de manera especial a aperturas en la que se desarrolla un primer nudo de acción que explica los datos esenciales para entender la historia. En buena parte de los casos, se trata de secuencias de gran impacto visual, orientadas a conseguir el entusiasmo de la audiencia a través de la intensidad dramática de la acción y la sorpresa mediante recursos como, por ejemplo, la mezcla de géneros[10]. Estrategias efectivas para suscitar interés y fascinación en todos los espectadores, especialmente en los más pequeños, ya que responden positivamente a la espectacularidad. Piénsese, por ejemplo, en la secuencia de rescate con la que abre *Toy Story* 3.

Si bien este tipo de comienzo no resulta raro en el género de aventuras, también es cierto que las peripecias de este pasaje representan una adecuada estrategia para conectar con un público amplio. Por una parte, se establece una conexión con los más pequeños al presentar cuestiones de su interés en sus mismos términos: un mundo extravagante, excitante e imaginativo y, por la otra, la espectacularidad del mundo diegético y la coherencia entre éste y la dimensión particular de los personajes, que también atraen a los adultos. A este nudo de acción que revela la alegría y diversión experimentada por los muñecos mientras juegan con Andy, le sigue una secuencia elaborada más serena, en la que se reflejan los sentimientos que unen a los personajes a través de momentos significativos de su amistad. De este modo, la apertura del guión establece el tema emocional de la historia: la nostalgia por los tiempos que ya no volverán.

El diálogo presente en esta secuencia, así como en el resto del guión, apoya un sentido más profundo de la historia, suscita interés, conocimiento y humor. El diseño del subtexto de estos relatos se basa en las técnicas habituales para conseguir significados más

[9] Películas como *Bichos* y *WALL-E* pertenecen a este grupo. *Bichos* comienza con una imagen que apunta a las proporciones de la aventura y la rutina apacible de Isla Hormiga, mientras en *WALL-E* se enseña el escenario en el que se enmarca la historia –el espacio y una tierra anegada en basura– al ritmo de la canción *Out There*, anticipación de la aventura que vivirá el robot protagonista del guión.

[10] Es el caso de *Monstruos S.A.*, que comienza como una película de terror en la que los monstruos salen de debajo de la cama para rápidamente mostrar que se trata de una comedia: las criaturas fantásticas tienen pánico a los niños. *Toy Story* 2 comienza con una secuencia espacial del vídeo juego de Buzz, de manera que el espectador es sorprendido al comprender que la historia no tendrá lugar en el espacio. Estos inicios resultan eficaces porque sitúan al espectador en el estilo de la historia, en su humor, además de ofrecer algunas claves de las leyes que rigen el mundo diegético y anticipaciones sobre los eventos posteriores.

hondos, como los juegos de palabras, la ironía y la inferencia, fruto del contraste entre lo que se dice y lo que se presenta en pantalla. El contexto en el que se dice algo es clave para producir humor en el discurso y, en general, para la construcción de sentido[11]. Una de las particularidades de Pixar a este respecto consiste en que, por lo general, las connotaciones que se desprenden de las frases de los personajes son accesibles a los niños, especialmente a los más maduros, como cuando Woody atrapa a *Bart el tuerto* (Sr. Patata):

WOODY
Tienes una cita con la justicia
Bart el tuerto.

BART EL TUERTO
Lo siento Sheriff, pero soy un
hombre casado.

UN GRITO DE GUERRA, Woody levanta la vista
Una guerrera ninja, BETTY LA TUERTA (Sra. Patata) salta al techo del tren, blandiendo un bolso y un kusarifundo

El doble sentido resulta comprensible a la audiencia infantil por su relación con los eventos que se desarrollan en la pantalla, además de basarse en la manera que tienen los niños de interpretar su rol dentro de un juego. Más adelante en la misma secuencia, se produce un diálogo de las mismas características, aunque con un matiz diferente:

WOODY
Ríndete Bart, este es el final
del trayecto.

BART
Siempre quise un final de traca[12].

Al igual que el diálogo anterior, las frases están relacionadas con la acción (la explosión de un puente). Sin embargo, las palabras de Bart van un poco más lejos al representar una anticipación del tipo de tensión y emoción que se vivirá en la última entrega de la trilogía.

En el caso de las historias que requieren una mayor exposición, los creativos del estudio optan por introducir un primer nudo de acción en el que se establezcan directamente las claves del conflicto. Se trata de secuencias iniciales en las que el diálogo

[11] Cfr. HICKS, Elizabeth, *Exploration in to Comedy Scritp Writing for Animated Shorts*, Informe sobre el proyecto de innovación, Universidad de Bournemouth, 2008, p. 8. [septiembre 2009]. http://ncca.bournemouth.ac.uk/gallery/files/innovations/2008/Hicks_Elizabeth_441/innovationsreport.pdf

[12] *Op. Cit.*, ARENDT, Michael, p. 2.

tiene un peso más importante y denotativo que en los inicios de mayor acción, a fin de expresar con claridad los datos concretos que se requieren para entender la historia. Algunos de estos guiones comienzan presentando al villano u oponente antes que al protagonista (*Up*), contando la *backstory* del héroe y su *fatal flaw* (*Los Increíbles*, *Buscando a Nemo*) o estableciendo la premisa en torno a la que girará el argumento (*Ratatouille*). De aquí se deduce la importancia que tiene la naturaleza del tema y los conflictos para la elección de estrategias narrativas orientadas a todos los públicos, más allá de si se cuenta o no con un personaje infantil que atraiga la atención de los niños del auditorio.

Entre los guiones seleccionados como ejemplo, *Buscando a Nemo* y *Ratatouille* pertenecen al grupo de historias que requieren que su primera imagen introduzca las claves del conflicto de un modo directo. En la historia del pez se sitúa al espectador en las motivaciones del protagonista y su verdad emocional. De este modo, se establece el tema emocional de la historia, la culpabilidad y el temor. La primera escena del guión presenta una situación basada en valores y sentimientos universales fácilmente reconocibles por niños y adultos, pues están vinculados al amor familiar: una joven pareja estrena la casa en la que vivirán con sus hijos próximos a nacer. Por otra parte, la contemplación del ambiente idílico donde se han instalado muestra al Candil como un colorido y agradable barrio residencial, que gracias al ingenio con el que se ha creado aporta entretenimiento para todos los públicos.

Los diálogos y actitudes de los personajes en este nudo de acción muestran la personalidad algo insegura del protagonista previo a la muerte de Coral y de sus hijos –teme no caerles bien a los chicos, por ejemplo–, y que se tornará aún más temerosa debido a la pérdida de su familia. Asimismo, anticipa el conflicto interno de Marlin, sus motivaciones y la apuesta emocional que representa el objetivo externo de la trama, como refleja la promesa que el protagonista hace a su pequeño después del ataque de la barracuda[13]:

> MARLIN
> Ya estás con papá… te prometo
> que nunca permitiré que te pase
> nada, Nemo[14].

El impacto emocional de este comienzo de cuatro minutos y medio es rotundo: despierta la compasión del auditorio a partir de la exposición de las alegrías e ilusiones del

[13] Esta promesa se retoma en la escena en el segundo acto, cuando Marlin aprende de su compañera que es una tontería prometer algo tan imposible como proteger a Nemo de todos los peligros de la vida. Asimismo, aparece en el clímax de la historia, en el tercer acto.
[14] *Op. Cit.,* STANTON, Andrew, REYNOLS, David, PETERSON, Bob, p. 5.

protagonista. La imagen con la que concluye resulta conmovedora gracias a la claridad expositiva de la situación: Nemo es lo único que le queda a Marlin. En una lectura más profunda, la imagen de la aleta de Marlin sosteniendo el huevo agrietado en el que late la vida indefensa de su hijo simboliza la responsabilidad y los temores de la paternidad. No en vano representa el *defining moment* del guión[15].

A partir de este momento, comienza la fase de planteamiento en una secuencia que reúne los intereses de pequeños y mayores al representar el primer día de colegio de Nemo. El poder evocador de la secuencia estriba en la plasmación de las emociones que experimentan padres e hijos ante un mismo hecho: la excitación de los niños ante la novedad y el temor de los padres ante la nueva etapa que comienza en sus vidas y la separación que esto implica.

Por su parte, *Ratatouille* es la historia más compleja de los guiones seleccionados, no sólo por la naturaleza de los conflictos del protagonista, sino porque se habla de asuntos un poco más alejados de los intereses del público infantil. El objeto externo de Remy se relaciona con una necesidad estética que, como Seger advierte, es una necesidad difícil de expresar, porque es la más abstracta y la menos generalizada, aunque sea una necesidad reconocible[16]. Dado que Remy no es una rata cualquiera (pez fuera del agua), se podría decir que la necesidad de desarrollar su arte se equipara a la supervivencia en la esfera emocional. De hecho, el protagonista se juega la vida en cada visita a la cocina.

La historia se inicia con la exposición de la premisa argumental: la consigna de Auguste Gusteau "cualquiera puede cocinar" y la presentación de la postura antitética encabezada por Anton Ego. El humor visual y un diálogo claro son las estrategias empleadas en la secuencia inicial para hacer el tema comprensible al público. El humor se apoya especialmente en el contraste entre el aspecto de ambos hombres y el carácter que se desprende de sus respectivas presentaciones: un Gusteau bonachón que se muestra como un personaje positivo, mientras que Ego desprende una severidad que alude a su condición de oponente[17]. En este punto, también hay que reseñar el toque humorístico del apellido del crítico "Ego" en su presentación. La ironía por parte de los creadores es muy fina y

15 El *defining moment* es una secuencia de carga emocional ubicada en el planteamiento y que se enfoca en el dilema interno del personaje. *Op. Cit.*, MARKS, Dara, p. 193. En *Toy Story* 3 este momento se produce cuando Woody observa la fotografía en la que Andy juega con él y Buzz. Imagen que está tapada por la foto de la reciente graduación del chico en el instituto. En el caso de *Ratatouille*, se trata de la imagen de presentación de Remy, cuando se protege con un libro de cocina mientras es lanzado a través de una ventana.

16 Cfr. *Op. Cit.*, SEGER, Linda (2001a), p. 135.

17 El reconocimiento es un factor indispensable para la producción del humor. En el caso de la audiencia infantil también es crucial que quede claro el tipo de carácter o connotación positiva o negativa que tendrá el personaje dentro de la historia. Cfr. WILKEI, Ian, SAXTON, Matthew, "The origins of comic performance in adult-child interaction", en: *Comedy Studies*, nº 1, Intellect, Londres, 2010, p. 23.

accesible al nivel de comprensión adulta. Por último, se sitúa el nivel de conflicto al señalar que el protagonista vive en el lugar del mundo en el que se hace la mejor comida:

UN APARATO DE TELEVISIÓN

Sintoniza un DOCUMENTAL. Un antiguo GLOBO del mundo gira en un mar de nubes, lentamente la TORRE EIFFEL se acerca a la vista en el horizonte, debajo de ella, una diminuta FRANCIA.

NARRADOR T. V.
A todos les gusta rebatir este hecho, pero los franceses sabemos la verdad:
la mejor comida del mundo se hace en Francia.
La mejor comida de Francia se hace en París, y la mejor comida de París, en estos días, la hace el chef Auguste Gusteau.

Vemos imágenes de GUSTEAU: cocinando, firmando su libro de cocina, delante de su famoso restaurante. Gusteau está en sus primeros cuarenta, pero su grosor enorme le hace parecer mayor.

NARRADOR T. V.
(cont.)
Su restaurante es el más aclamado de París, hay que reservar con cinco meses y su brillante ascenso ha suscitado envidias. Es el chef más joven que ha conseguido cinco estrellas. Su libro, "¡Cualquiera puede cocinar!" es el más vendido. Pero no todo el mundo celebra su éxito.

Un hombre alto, delgado, de aspecto severo, con la piel blanca como la panza de un pez aparece en la pantalla del televisor. TÍTULO SUPERIOR: ANTON EGO-crítico gastronómico. Debajo, en cursiva: Inflexible crítico culinario

EGO
Gracioso título, "Cualquiera puede cocinar". Y lo que me hace gracia es que Gusteau cree que eso es verdad. En cambio yo, me tomo en serio la cocina y no… no creo que "cualquiera" pueda cocinar…[18]

Después de este inicio se procede a la presentación del protagonista, quien validará la tesis de Gusteau. La imagen de presentación a la que se ha aludido en el capítulo anterior es impactante y "asegura" la sorpresa y el humor del público, especialmente de los más pequeños. No en vano se explica con gracia un conflicto complejo, en donde las relaciones familiares serán un recurso clave para suscitar empatía en el público.

[18] Cfr. *Op. Cit.*, BIRD, Brad (2007), p. 1.

14.1.2. El detonante

En lo que se refiere al detonante de la acción, los guionistas de Pixar suelen recurrir a acciones específicas (trilogía de *Toy Story*, *Buscando a Nemo, Cars, WALL-E, Monstruos S.A. y Bichos*)[19], más que a catalizadores de situación, que se emplean sólo en las tramas que requieren una exposición más amplia para que puedan ser comprendidas por todos (*Los Increíbles*, *Ratatouille* y *Up*)[20]. En cualquiera de los casos, los incidentes incitadores son emocionalmente poderosos.

En *Toy Story* 3 se aprovecha el revés que representa una confusión de la madre de Andy para que la pandilla de juguetes, menos Woody, terminen entre las bolsas de la basura. La secuencia presenta una amplia paleta de reacciones ante la incertidumbre porque los peores temores de los muñecos se hacen realidad, al creer que su dueño se ha deshecho de ellos: desconcierto (Buzz), indignación (Sra. Patata), envidia (de Patata ante la suerte de Woody que se va a la universidad), cinismo (Ham), pánico (Rex), angustia (Jessie) y tristeza (Barbie)[21].

La variedad de actitudes proporciona momentos de humor para el espectador, aunque los juguetes lo están pasando mal. Sin embargo, el flujo emocional que resulta del detonante es algo agridulce, debido a que a la esperanza de los muñecos en una vida nueva tiene una raíz de resentimiento hacia Andy[22]. La decisión de la pandilla de irse a la guardería suscita en el público la incertidumbre por el destino de estos personajes, aunque por otra parte, se espera que se resuelva el malentendido respecto a que el muchacho los haya abandonado. La inocencia de Andy en todo lo ocurrido produce en el espectador un cierto sentimiento de justicia para el joven y deseo de calma para los sentimientos heridos de los muñecos.

Menos gracioso pero más impactante resulta el detonante de *Buscando a Nemo*: la captura del pequeño pez payaso. Este incidente produce miedo y culpabilidad en los

---

[19] Este tipo de detonante se conoce como detonante cronológico y se caracteriza por su impacto: algo pasa o alguien toma una decisión y el protagonista tiene que ponerse en movimiento. Cfr. *Op. Cit.*, SEGER, Linda (2001a), p. 41.

[20] El *detonante de situación* hace referencia a una serie de incidentes o sucesos que construyen una situación a lo largo de un período de tiempo. A medida que se va construyendo la situación se incrementa el interés del espectador hasta que, al final del primer acto, la línea argumental se define con claridad. Cfr. *Ibid*, p. 42.

[21] En cada uno de los personajes se mezclan todas las emociones señaladas. Sin embargo, en cada uno predomina un sentimiento que se expresa en su actitud particular ante su nueva situación.

[22] El *flujo emocional* es el hilo afectivo invisible que conecta las escenas individuales de un guión: el espectador ve las piezas de la historia y salta de una escena a otra. Sin embargo, es capaz de seguir la emoción porque el guionista provee de puntos de acción necesarios que permiten conectar las unas con las otras, en virtud del hecho de que los eventos externos producen cambios internos en los personajes. El efecto en el espectador es una suerte de *persistencia emocional*, al modo en que ocurre en el fenómeno de la *persistencia retiniana*. Cfr. *Op. Cit.*, HUNTER JOHNSON, Claudia, p. 37-39.

personajes: Marlin experimenta el terror de aquel que ha perdido todo lo que tenía y sus posibilidades de recuperarlo son casi nulas. Además, el pez es consciente de haber sido muy estricto con su hijo, pues el niño le ha dicho que le odia. Por su parte, Nemo ha desafiado a su padre. Ahora tendrá que enfrentarse solo al mundo y tal vez no podrá volver a ver a su papá, el único ser que le ama y le cuida de verdad.

Los sentimientos involucrados en este catalizador tienen sus raíces en necesidades humanas que cualquiera que tenga una familia puede entender con independencia de su edad. Las necesidades de seguridad y de amor se elevan a la supervivencia cuando se comprende que la vida de ambos por separado no sería vida, pero también por el riesgo real que representan los peligros de sus respectivas aventuras. Por tanto, este detonante consigue en el espectador un alto nivel de interés: preocupación y compasión por la situación que los personajes deben resolver.

El incidente incitador de *Ratatouille* apela a una presentación dinámica, en la que sucesos de distinta intensidad emocional no paran de ocurrir, hasta que la corriente de las acciones lleva al protagonista a pactar con Lingüini una colaboración profesional en el primer punto de giro. El primero de estos eventos es la huida de la casa de Mabel, la anciana que intenta matar a todo el clan con su escopeta. Luego, Remy sufre la pérdida de su familia y la soledad en las alcantarillas de París. Gracias al espíritu de Gusteau, la joven rata sale a la superficie y tiene la oportunidad de comprobar cómo se trabaja en la cocina de un restaurante. Más aún, consigue arreglar la sopa que Lingüini ha estropeado y triunfa en su intento de mejorar el plato (catalizador).

En este detonante se identifican estrategias claras para alcanzar un público amplio, a pesar de la complejidad de la historia: predominio de la acción, situaciones emocionales reconocibles y un humor cargado de altas dosis de exageración, sorpresa y emoción en cada recurso de interés utilizado a lo largo de su planteamiento[23]. El humor empleado en este segmento de la historia –que será el de todo el guión– echa mano ya no sólo de la comicidad que provee la apariencia de los personajes, sino de rasgos muy afines a la audiencia infantil: el *slapstick*, *gags* visuales, diálogos graciosos y situaciones absurdas[24].

No obstante, los sentimientos y valores universales constituyen el elemento esencial de la estrategia emocional del detonante. La introducción de la subtrama familiar al

[23] De acuerdo con Hel Helitzer y Mark Shatz, los componentes para una escritura humorística efectiva son: el *target*, hostilidad, realismo, exageración, emoción y sorpresa. Cfr. HELITZER, Hel, SHATZ, Mark, *Comedy Writing Secrets*, Writer Digest Books, Cincinati, 2005, p. 36.

[24] Estrategias empleadas en *WALL-E*, producción que no cuenta con personajes infantiles de peso en la trama. No obstante, otros títulos de las mismas características, como *Cars*, no apela tanto a este tipo de recursos. Además, un guión como *Bichos,* que cuenta con un personaje infantil de importancia, sí que los usa.

comienzo del primer acto, facilita que el guionista establezca un elemento de reconocimiento y empatía al alcance de todos los espectadores, mediante acciones y diálogos que reafirman el afecto entre padre e hijo y entre hermanos. La sinceridad con la que se presenta esta relación refuerza el impacto de uno de los momentos más dramáticos de los eventos incitadores de la historia, cuando todo el clan se ve obligado a huir y Remy cree haber perdido a sus seres queridos. Es probable que los más jóvenes no entiendan la pasión de Remy por la cocina, pero sí pueden comprender su pérdida, que tiene hambre y que la cocina es un lugar realmente peligroso para él si lo descubren. Sólo hay que recordar la frenética sucesión de barreras que la rata debe superar cuando intenta escaparse de la cocina, antes de arreglar la sopa.

14.2.3. La cuestión dramática (primer punto de giro)

Desde la perspectiva del arco del personaje, el primer punto de giro constituye un despertar abrupto para el protagonista[25]. El cambio inesperado de los acontecimientos y el empeoramiento de su situación hacen que el protagonista de Pixar sea consciente de lo que valora su objetivo externo. Sin embargo, este evento le hará ver progresivamente que su vida no era tan feliz como pensaba. Esto último no se denota en primera instancia dentro del discurso, ni el personaje lo siente así de claro. Se trata de que al enfrentar las nuevas circunstancias, la visión errónea que tiene el héroe de la vida comience a resquebrajarse y así, pueda dar los primeros pasos dentro de su transformación[26].

El primer punto de giro de *Toy Story* 3, por ejemplo, se produce cuando Woody decide regresar junto a Andy y deja solos a sus amigos. En el camino de regreso, un revés lo llevará a casa de Bonnie, donde se reavivarán en él las ganas de volver a jugar[27]. En el caso de Remy, éste declara al comienzo del guión que se encuentra muy a gusto con su don pero, en realidad, no puede compartir con nadie sus creaciones y su doble vida le genera tensión. Por eso, el primer punto de giro –aceptar el trato que le propone Lingüini– se

[25] "Si la estructura de la trama es el viaje físico del héroe, el arco del personaje es su viaje emocional". *Op. Cit.*, MARTIN FLINN, Denny, p. 172.

[26] Si el *fatal flaw* y *la necesidad moral* del protagonista se ha establecido en el planteamiento, entonces su mundo interno estará en grave necesidad de reorganización. Este error debe ser condición para estar atascado o atrapado en algún punto de la vida. Cfr. *Op. Cit.*, MARKS, Dara, p. 206. La necesidad moral hace referencia a la necesidad del personaje de superar su debilidad moral (*fatal flow*) a fin de crecer y llevar una vida mejor. Cfr. *Op. Cit.*, TRUBY, John, p. 153.

[27] Ambas situaciones acentúan la nostalgia como reacción afectiva principal de la corriente emocional de la historia. Por un lado, la separación entre amigos afecta a los personajes y al espectador, mientras que las sensaciones vividas por Woody durante el juego con Bonnie, remite a su nostalgia de ejercer como juguete.

presenta como una salvación. En realidad Remy no acepta ayudar a Lingüini por razones totalmente altruistas. Sin embargo, nadie puede culpar al protagonista de egoísmo, después de que Lingüini le cuente que también está solo en el mundo y necesita desesperadamente el trabajo en el restaurante. La empatía con la situación de ambos hace que el pacto entre ellos sea conmovedor: un intercambio de favor y gratitud.

El primer punto de giro de los guiones de Pixar, generalmente, se introduce en el contexto de situaciones que suscitan en el espectador una curiosa mezcla entre la conciencia de riesgo y el distanciamiento que provoca el humor. Quizás, uno de los filmes que ilustre claramente esto es *Buscando a Nemo*. En su primer punto de giro, Dory y Marlin se encuentran en una reunión de "Tiburones Anónimos", cuando el pez payaso reconoce las gafas del Phillip Sherman, el captor de su hijo.

Aunque un niño no comprenda las implicaciones que tiene que los tiburones estén al borde de una crisis de abstinencia, el peligro de la situación es clara: ambos personajes están con unos predadores, que a su vez han sido presentados visualmente como una amenaza (dientes, contraste de tamaños, actitud de Bruce, el tiburón que los lleva a la reunión). La alerta ante lo que pueda pasar se advierte también por el miedo de uno de los "invitados" a la tertulia y del propio Marlin, así como por el hecho de que uno de los escualos se ha comido al pez que traía al encuentro.

En este temible contexto, Andrew Stanton y sus compañeros apelan a la ironía dramática mediante la actitud inocente de Dory, que se entusiasma al pensar que está en una fiesta. Así, distiende las emociones generadas por la situación y logran la risa de la mayor parte del público. Cabe apuntar que la sofisticada ironía de hacer un símil de una reunión Alcohólicos Anónimos se torna aún más inquietante, gracias a que lo que Dory cree que son globos, son en realidad bombas que no han estallado aún. De este modo, la construcción de la escena se basa en un subtexto que subraya el conflicto, sin dejar de aumentar la emoción gracias a una clara presentación de las acciones.

Las consecuencias del hallazgo de las gafas es el producto de un flujo emocional, que va desde el temor ante un posible mal a la certeza de éste: los instintos asesinos de Bruce cobran protagonismo cuando huele la sangre de Dory y comienza una secuencia de persecución del tiburón a la pareja de peces. En este pasaje, el metalenguaje se añade a la ironía dramática para enriquecer el sentido de la acción, especialmente orientado al espectador adulto: Bruce se convierte en una suerte de Jack Torrance, protagonistas de *El resplandor*, mientras sus compañeros le disculpan con excusas relativas al psicoanálisis. Elementos que no afectan el entretenimiento infantil, ni a la coherencia del argumento.

Los disparates que componen el escape de Dory y Marlin de la furia de Bruce son accesibles a la comprensión de la audiencia más joven, al tiempo que no distraen del objetivo principal de la escena. La consecución de las gafas provee una línea de acción para el personaje, que se concreta en un objetivo: obtener las señas de P. Sherman. Por otra parte, sustenta la necesidad dramática de la presencia de Dory como acompañante de Marlin, pues ella es la única de los dos que sabe leer.

En este punto, la empatía hace que el espectador esté inmerso en el relato y se pregunte: ahora que Marlin tiene las gafas, ¿cómo logrará leer las señas del dentista? ¿cómo llegará hasta el consultorio? ¿Conseguirá su objetivo? En el caso de Woody ¿conseguirá volver junto a Andy? ¿Qué pasará con sus amigos? ¿Cómo se reconciliará Woody con Buzz y con el resto de la pandilla? ¿Cómo conseguirán Remy y Lingüini llevar adelante su plan? Y, desde el punto de vista del conflicto interno ¿cómo podrán estos personajes superar los miedos y defectos que les alejan de sus objetivos?

14.1.4. Arranque de tramas secundarias

La trama y las subtramas enmarcan qué está en juego para el protagonista en términos de objetivo externo, conflicto interno y conflictos de relaciones. La trama de acción está relacionada con el objetivo externo; las subtramas, por otro lado, son el resultado de un conflicto de relación que, a su vez, enfrenta metas interiores de los personajes que las protagonizan. Metas interiores que, a su vez, generan los conflictos internos de cada personaje. Durante el primer acto se muestra cómo y por qué estas tres líneas están interrelacionadas. Para saber sobre la trama principal hay que dar a conocer las dificultades que se oponen al personaje para alcanzar su objetivo externo. En el establecimiento de las subtramas, la audiencia necesita ver un problema personal o asuntos internos que obstaculizan la consecución de la meta externa. No en vano, el peligro que representan las metas interiores del protagonista enciende la tensión dramática, en virtud de los afectos en juego[28].

Por otra parte, no hay que perder de vista que "el animal humano es un ser relacional y dialógico, es decir, sólo se constituye en relación con los demás: no hay un yo

[28] "A la pregunta ¿por qué un héroe emprende esta hazaña concreta?, sólo es posible responder desde el mundo interior del protagonista, lo cual nos obliga a introducir un segundo tipo de objetivo: *la meta interior*, que únicamente se alcanza en la intimidad del personaje". SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2002), p. 81.

sin un tú"[29]. De ahí que resulte esencial que los conflictos de relación den una idea del por qué el personaje actúa como lo hace. En este sentido, el hecho de que en los guiones de Pixar se exploren el trato afectivo de amistad y de familia supone un elemento universal de reconocimiento, que incrementa el valor de las motivaciones del protagonista y potencia la estrategia emocional de la trama.

A este respecto alude Pete Docter cuando afirma que el rasgo más poderoso de la historia de Carl en *Up* es el factor humano: "Quizá no hayamos estado en Sudamérica o en Australia o hayamos tenido cualquier otro sueño a lo largo de nuestra vida, pero sí tenemos amigos y familia, y de eso es de lo que se trata la vida, de un sentido de apreciación"[30]. Un sentido que es aplicable a todas las historias del estudio y al impacto que ellas suscitan. La fuerza de los sentimientos establecidos desde el primer acto constituye el flujo afectivo de la historia y por tanto son la base de su tema emocional[31].

Una de las estrategias principales para el arranque de subtramas en los guiones de Pixar consiste en una efectiva presentación de personajes con los que el protagonista mantendrá relaciones más o menos conflictivas. En la mayoría de estas historias, las situaciones en las que se introducen las tramas secundarias suscitan humor y curiosidad en el espectador, al tiempo que el héroe se siente desconcertado, sorprendido y, en ocasiones, maravillado o irritado al chocar con la visión de la vida de estos secundarios. Incluso, hay casos en los que se mezclan todas las reacciones señaladas. Los recursos que se emplean para conseguir este efecto son situaciones cómicas, en las que destaca la singularidad del personaje y, en ocasiones, el uso del metalenguaje y la ironía para alertar al público, respecto a si se tratará de un oponente o un aliado de la figura principal[32].

En el primer acto de *Buscando a Nemo,* un minuto después del rapto del pequeño, Marlin conoce a Dory con lo que se inicia una relación de amistad forzosa. El primer encuentro es literalmente un choque frontal entre los personajes. Marlin pierde la paciencia por las constantes pérdidas de memoria de Dory. Cree que ella bromea con una falsa pista en un momento en el que no puede perder tiempo. La actitud desconcertante de Dory

---

[29] *Op. Cit*., MUÑOZ GARCÍA, Juan José (2003), p. 20.

[30] Cfr. HAUSER, Tim, *The art of Up*, Chronicle Books, San Francisco, 2009*,* p. 10. Cfr. ROSA, Rene, "An interview with Pixar's Pete Docter, director of UP", en: *Ugo.com*, May 28, 2009 [junio 2010]. http://www.ugo.com/movies/peter-docter-interview-up-director

[31] De los filmes de Pixar, el primer acto de *Up*, *WALL-E* y *Toy Story* 3 son los que reflejan de manera más clara cómo opera el establecimiento del tema emocional del relato y su influencia en el segundo y tercer actos dramáticos. En ambos casos el "realismo" de las emociones implicadas son la base que da sentido a la fantasía y a la conclusión del discurso.

[32] Cuando Buzz llega por primera vez al cuarto de Andy, se adopta el punto de vista del guardián espacial, emulando al punto de vista de Darth Vader en *Star Wars*. La referencia a este personaje, advierte al espectador que el intruso será un oponente para Woody.

suscita curiosidad y algo de irritación en el espectador que quiere que Marlin encuentre pronto un rastro, algo que lo lleve hasta su hijo. Sin embargo, la comicidad de las situaciones que ella propicia le hace ganar la simpatía de la audiencia, especialmente de los más pequeños. Es a partir de aquí cuando el pez payaso comienza a lidiar no sólo con su miedo a la vida, sino también con su impaciencia.

La subtrama de Nemo en Australia comienza poco después de la introducción del segundo acto, cuando el niño es lanzado dentro de la pecera; ya libre del control paterno, Nemo siente el terror de estar en un ambiente desconocido, lejos de su papá. Allí, conoce a nuevos amigos, entre ellos la relación más significativa es la que establece con Gill.

En *Toy Story* 3, el dilema en el corazón de Woody comienza a ser probado en el momento mismo en que el vaquero y su pandilla van camino a Sunnyside. La idea que tiene Woody respecto a la aceptación de los cambios contrasta con la de sus amigos, pero más aún con la propuesta antitética de Lotso, cuando llegan a la guardería. Buzz se consuela al comprender que su misión ha terminado, que ahora quienes lo necesitan son su familia y otros niños. Por su parte, Jessie y el resto de juguetes asumen con ilusión su nueva etapa, aunque con cierto resquemor. La promesa de Lotso de una "vida eterna" en la que no sufrirán porque no tienen un dueño parece tentadora, pero tampoco presenta una solución a los anhelos del héroe. Por eso, como Woody se sabe querido por Andy decide volver a casa y dejar atrás a sus compañeros.

La pena por el resentimiento del grupo de muñecos y por la desavenencia entre amigos supone un recurso efectivo para producir preocupación y pena entre niños y mayores, aunque es fácil suponer que su impacto sea mayor en los que han seguido la trilogía. A partir de este momento comienza a aflorar en Woody el dilema entre aceptar que Andy ya no le necesita o sacrificar inútilmente sus deseos más íntimos de vivir por amor al muchacho, debido a una fidelidad mal entendida.

Las relaciones de Remy son altamente conflictivas y variadas. Por eso, las estrategias empleadas para hacer comprensible la complejidad de sus problemas se despliega en la red de personajes. Cada línea de relación representa uno de los tres ámbitos de tensión para el protagonista: el mundo de los humanos a los que admira, y en el que se quiere desenvolver; el mundo de las ratas, que constituye su nivel familiar y su procedencia, así como la esfera de su intimidad, donde se encuentran sus más profundos anhelos y una gran contradicción.

La meta interna de Remy es poder ser él mismo, encontrar su propio camino personal y creativo. La relación anómala, aunque necesaria, que Remy se ve obligado a mantener con los humanos, su familia y consigo mismo hace evidente la necesidad de

superar las dificultades y mostrarse tal cual es. En su trato con los hombres, Remy necesita un intermediario (Lingüini), mientras que para relacionarse con los de su propia especie debe ocultar el uso que da a sus extraordinarias habilidades. En su fuero interno, necesita un interlocutor imaginario que lo entienda para aclarar sus ideas, ya que él mismo es incapaz de encontrar una solución a sus dilemas[33].

El arranque de la relación entre Remy y Lingüini es tan forzoso como el de Marlin y Dory, y del mismo modo revela los prejuicios del protagonista (no todo el mundo debería cocinar). La rata mantiene una interdependencia con el muchacho desde el mismo momento en el que se produce el primer punto de giro de la trama. Una relación de amistad que se origina de una necesidad común: aprovechar la que creen es su única oportunidad de sobrevivir. Lingüini necesita mantener el trabajo y Remy, probar su talento como chef. Gracias a este joven, Remy puede mantener una relación profesional con Colette, que se inicia con cierta rivalidad pero que evoluciona en una relación discípulo-maestro, donde aprenden el uno del otro[34]. Pero las fuerzas externas que se oponen a Remy están representadas por dos relaciones antitéticas que se expresan en dos niveles de lectura. La primera constituida por el chef Skinner y la otra, por Anton Ego.

La subtrama entre Remy y Skinner es una relación de abierta rivalidad, donde la persecución juega un importante papel, especialmente por el humor y la tensión que aporta a la trama. Para ello, Bird recurre a la caricaturización de villano no sólo en su apariencia, sino también en su personalidad. La pugna entre Remy y Skinner deja en evidencia la mezquindad de los mediocres y la ridiculez de sus actitudes histéricas. En un nivel más profundo, esta relación señala la envidia y la falta de esfuerzo personal como el principal obstáculo que impide a algunos explorar su propia capacidad para ser mejores. Por contraste, se subraya la supremacía del talento, aunque no gane todas las batallas.

Un oponente de mayor entidad es Anton Ego, el único que está a la altura de Remy, por compartir una sensibilidad similar, aunque con un enfoque algo diferente (creativo-teórico; artista-crítico). Ego ha consumido su pasión por el arte culinario en un montón de creencias y teorías que hace que olvide la emoción estética presente en dicho arte. Este

[33] La inclusión de un ser diminuto que represente a la conciencia es un recurso que aporta gracia y claridad al tema de la historia, sobre todo en lo que se refiere a la audiencia infantil, como demuestran otras producciones animadas en las que se personifica a la tentación con un ángel y un diablillo u otro personaje como Pepito Grillo en *Pinocho*.

[34] Collette, al igual que Remy, es víctima de los prejuicios de los cocineros por el hecho de ser mujer. Sin embargo, la chica no ha luchado por mostrar su verdadero talento y sólo se ha centrado en seguir siempre la receta. Una salida poco creativa.

enfrentamiento se desarrolla en una trama de descubrimiento que se resuelve con la anagnórisis de Ego.

La subtrama familiar de Remy se introduce durante la presentación que hace el personaje sobre las razones por las que su alma está en crisis. Las relaciones de afecto más significativas que tiene Remy son las que mantiene con su padre y su hermano Emile. De ambas, la más conflictiva es con Django, su progenitor. Aún así, Bird se asegura de presentar una visión positiva de la familia, pues la motivación del jefe del clan es la protección de su hijo. La presencia de Emile, aunque represente algunos problemas para la rata, es la que más conecta con el público infantil debido al humor del secundario y la ternura que se desprende del trato entre hermanos.

Finalmente, la lucha interna de Remy se refleja en una relación maestro-discípulo que mantiene con el fantasma de Gusteau. Sus conversaciones y peleas sirven para que el espectador de todas las edades pueda darse cuenta, ya sin la narración en *off* del comienzo, de los asuntos que se debaten en el corazón de la rata, donde cuestiones como la sinceridad y la honestidad son de especial relevancia. En palabras de Sánchez-Escalonilla, "el conflicto que enfrenta al héroe con su maestro es la mejor herramienta estructural del guionista para plantear sus reflexiones y exponer sus ideas más profundas"[35].

14.2. Acto II: el viaje interior a través de la acción externa

En el segundo acto tiene lugar la acción de la historia. En su transcurso el héroe lucha contra pruebas cada vez más difíciles para conseguir su meta externa. Por tanto, desde la óptica de las estrategias emocionales, se exige un especial cuidado de la tensión del relato y del modo en que el personaje es afectado por los eventos de la narración. No en balde, aquí se desarrollan las relaciones que posiblemente ya han comenzado en el primer acto. En el segundo acto, como asegura Dunne, se despliega la historia bajo la trama, ya que los peligros que empujan al protagonista lejos de su zona de confort, lo espolean para que se acerque cada vez a la confrontación de aquellas cosas que, en el pasado, él negaba que existieran o que le importaran[36].

En este apartado, se abordará la manera en que los guionistas de Pixar trasladan todos estos elementos en unos términos comprensibles a un amplio público y lo preparan

[35] *Op. Cit.*, SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2007), p. 36.
[36] Cfr. *Op. Cit*, DUNNE, Peter, pp. 105-106.

para el segundo punto de giro. La presencia de un recurso de interés en la mitad del segundo acto en todos los guiones del estudio (*midpoint*) permitirá que se analice este segmento de la narración en dos partes: la primera mitad y la segunda. En ambas secciones se tendrá en cuenta los pasos que conducen a la transformación del protagonista. A continuación, se abordará las técnicas emocionales empleadas en este acto dramático para aumentar la tensión del relato, mantener el ritmo y el humor, aspectos fundamentales en las historias de Pixar.

14.2.1. Primera parte del acto II: de la lucha al cansancio

De acuerdo con Dara Marks, la primera parte del segundo acto corresponde al momento del arco de transformación del héroe en el que se desafían los viejos valores, las ideas inefectivas y la percepción desordenada que el protagonista tiene de la cuestión dramática[37]. La transformación es un proceso que exige cansancio, puesto que el cambio no comienza a producirse en realidad, hasta que el personaje se da cuenta de lo inútil que es resistirse a considerar nuevas maneras de ver la vida. Por eso, en este segmento de la narración la figura central del relato debe llegar a ese punto.

Dadas las importantes apuestas emocionales que entraña el conflicto externo de las historias de Pixar, sus protagonistas están altamente motivados llegados al segundo acto. La mayoría de los héroes del estudio se lanzan tras su meta con decisión y sin arrepentimientos. Un rasgo que los potencia y les aporta honestidad porque, como Seger afirma, "la gente [personajes] que dice querer algo, pero no hace nada por conseguirlo, no es sincera" [38]. Cuánto más difíciles sean las barreras que tenga que superar para alcanzar su meta, más fuerza tendrá el personaje.

Sin embargo, la importancia de los asuntos que los protagonistas de Pixar persiguen contribuye también a que se aferren a su visión de las cosas. El miedo a fallar justifica su renuencia a considerar alternativas, a reconocer los defectos o hacer experimentos, lo que los mantiene estancados en el hallazgo de soluciones a los problemas de su vida. Es la obsolescencia de esta actitud lo que la trama intenta validar a lo largo de la historia, sin dejar de subrayar las nobles motivaciones del héroe: factor esencial de la empatía con él[39].

---

[37] Cfr. *Op. Cit.,* MARKS, Dara, p. 228.
[38] Cfr. *Op. Cit.* SEGER, Linda (2001a), p. 173.
[39] Como afirma Eder en su estudio "Casablanca and Richness of Emotions", el espectador evalúa al personaje de acuerdo a su objetivo moral o criterio moral, de acuerdo a sus habilidades y atractivo. De manera que empatiza con ellos y experimenta sentimientos similares debido al *contagio emocional*, identificación, simulación

La estrategia para comunicar al público esta fase consiste en que cada nudo de acción representa una lección para el héroe, mientras que él reacciona ante cada una de ellas intentando probar inútilmente que su postura es la correcta[40]. La claridad del sentido con el que se construyen estos *beats*, permite la comprensión, incluso, de los espectadores más jóvenes. Si se toma como ejemplo *Buscando a Nemo*, se puede apreciar cómo Marlin se resiste a ser optimista y a reconocer que luchar junto a otro es mejor que hacerlo solo.

La primera lección que Marlin aprende de Dory se refuerza con un lema expresado con una tonadilla: "sigue nadando". El recurso musical es una estrategia divertida de aludir al asunto que trata la historia (el miedo no debe condicionar la vida), que resulta eficaz, sobre todo, para la comprensión de los más pequeños, sin traicionar la coherencia del carácter de Dory. Este último aspecto es clave para la construcción del humor. Como Ronald Wolfe dice en *Writing Comedy*, en un buen guión las líneas de diálogo no deberían ser intercambiables[41]. Y es que un personaje bien construido genera una comedia efectiva[42].

Por otra parte, seguir esta consigna lleva a Marlin a luchar contra un pez pescador. Aún así, después de un triunfo cargado de adrenalina, el protagonista se sigue resistiendo a cambiar de actitud y decide separase de su compañera, tras agradecerle su ayuda. Sin embargo, ella es nuevamente quien le salva al lograr que un banco de atunes les digan cómo llegar a Sídney. Queda claro que la actitud hace mucho en la consecución de las metas y hay que saber aceptar la ayuda de los amigos, aunque a Marlin le queden lecciones por aprender. Asimismo, se consolida la necesidad dramática del co-protagonista para la trama.

Con independencia del tipo de recurso de interés empleado en el punto medio, en los guiones de Pixar esta peripecia siempre afecta el nivel emocional del protagonista porque lo empuja a dar un paso adelante en la confrontación con su conflicto interno. Durante el *midpoint* de *Buscando a Nemo*, Marlin es probado en dos terrenos: la confianza y la amistad. Dos aspectos remarcados en la postura temática del guión (la confianza y el amor

---

o proyección. Cfr. *Op. Cit*, EDER, Jen, pp. 231- 250. En palabras de Mckee: "Cuando nos identificamos con un protagonista y sus deseos en la vida, en realidad estamos relacionándolos con nuestros propios deseos en nuestra propia experiencia. A través de la empatía, de la unión ficticia de nuestro yo con otro ser humano irreal, evaluamos y ampliamos nuestra humanidad". *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 178.

[40] Esta dinámica no se produce en WALL-E, aunque EVA si lo experimenta.

[41] WOLFE, Ronald, *Writing Comedy*, Robert Hale, Londres, 2003, *cit.*, en: *Op. Cit.* HICKS, Elizabeth, 2008, p. 8.

[42] Los diálogos de las producciones de Pixar son de una gran riqueza, la misma que tiene la variedad de personalidades de sus secundarios y protagonistas. En *Toy Story* 3, por ejemplo, frases como "me pido el Corvert" en el momento en que Molly decide donar a Barbie o "el regreso de astro neuras", en referencia al cambio de configuración de Buzz no pueden más que corresponder a la personalidad cínica de Ham. Incluso, las frases cursis de Buzz en su faceta de español, son coherentes con su personalidad correcta y heroica.

como armas para vencer el miedo). Dory se ha quedado atrapada en el campo minado de aguamalas y la reacción del pez payaso es clave para la historia.

La decisión del protagonista de volver a buscar a su amiga demuestra cuánto le importa (apuesta emocional), al tiempo que refleja un nuevo vigor en él, que le ayuda a vencer sus miedos. Este rescate redime a Marlin de la culpa de no haber confiado en la opinión de la pequeña pez ángel. La claridad de la acción se basa en el ordenamiento de los eventos de la secuencia: Dory pide a Marlin que confíe en ella cuando le dice que es mejor atravesar el desfiladero que pasarlo por arriba, pero él no le hace caso. A continuación ella lo sigue para tomar el atajo y ambos entran en una situación de peligro. Sin embargo, Dory demuestra su confianza en Marlin al seguir sus consejos y creer que el plan de escape es un juego. Finalmente, a pesar de haberse librado de las medusas, Marlin se expone a sufrir dolorosas heridas por salvar a su amiga.

En este punto, Nemo también es probado en su conflicto interno (la confianza en sí mismo), cuando debe llevar a cabo el plan de huida de la pecera. A pesar de su entusiasmo y de su intento por confiar en sí mismo, falla a la hora de conseguir la misión que Gill le ha encomendado[43].

Algo similar ocurre a Woody en el camino al punto medio del guión. El vaquero conoce, gracias a los juguetes de Bonnie, la verdadera realidad de Sunnyside y, pese a que está muy cerca de la casa de Andy, decide volver a la guardería para rescatar a sus amigos (aumento de la apuesta emocional). Este revés aleja a Woody de su meta externa y lo empuja hacia los eventos que finalmente le llevarán a replantearse su vida junto a Andy en la universidad. Los eventos que preparan el *midpoint* ponen de manifiesto una estrategia afectiva, dirigida a provocar la emoción resultante de la historia y a confrontar las ideas del protagonista con las del villano.

El primero de estos eventos es el juego de Woody con Bonnie y sus juguetes. Si bien el vaquero no tiene ningún género de dudas sobre su lema vital –"estar ahí siempre que su dueño lo necesite"–, lo cierto es que Woody experimenta durante este momento una realidad emocional que niega en su nivel individual: que echa mucho de menos volver a jugar con un niño. Esta secuencia siembra en el personaje la semilla de confianza sobre su futuro y el de sus amigos, una vez pasada la prueba final. El temor ante el destino es menor, si se sabe que se estará en un buen lugar y con buena compañía. Este sentimiento es el que experimentan también los espectadores en la resolución de la trama y el que hace

[43] Este momento corresponde a su primer encuentro con la muerte, concepto que se explicará en el capítulo siguiente.

creíble que Woody se meta en la caja con sus amigos, después de pedirle a Andy que los done a la niña.

Por otra parte, cuando Woody conoce la historia de Lotso no sólo obtiene un motivo para ir junto a sus amigos: también representa la oportunidad de comprender que a pesar de la separación de su dueño, la amistad y el cariño no cesan. Andy y Daisy son inocentes respecto a la pérdida de sus juguetes. El *flashback* que revela la historia del peluche suscita la reflexión del vaquero, como se demuestra hacia el final del acto II, en el enfrentamiento entre Lotso y Woody, durante la fuga de la guardería. En este punto queda claro que Lotso se ha escudado en la mentira y el egoísmo para no aceptar que debe emprender una nueva etapa, por lo que opta por el resentimiento que le hace déspota con otros a los que también engaña, privándoles de una oportunidad de ser felices.

A esta altura del guión, otra verdad es revelada a la pandilla de juguetes de Andy: su dueño no quiso deshacerse de ellos. Woody tenía razón y para colmo, la promesa de felicidad de su nueva situación no era tan real como creían. El reconocimiento de su error le lleva a querer volver junto a Andy.

El sentido de esta parte del guión es claro, pues prepara la confrontación de las posturas de los personajes principales respecto al tema (aceptación de los cambios). La retórica afectiva de estas secuencias se basa en el contrapunto de acciones, en donde los *valores narrativos* van constantemente de positivo a negativo[44]. Primero, la alegría de Woody al jugar y verse cerca de casa de Andy, sentimiento que es reemplazado por el temor ante el destino que se cierne sobre sus amigos. Entretanto, la pandilla siente el desconcierto y la decepción al descubrir que la sala oruga es una especie de salón de tortura. Sin embargo, su consuelo llega con la alegría de saberse queridos por Andy. Emoción que pasa a un segundo lugar frente a la sorpresa y el temor cuando se dan cuenta de que Sunnyside es una cárcel. La intensidad de estas pasiones aumenta en ellos con la mezcla de dolor que les produce que Lotso haya hecho daño a Buzz al cambiar su configuración, y a Woody, sobre quien recae la sospecha de un triste final.

Las emociones principales que se desarrollan en la primera parte del acto II de *Toy Story* 3 tienen su raíz en la amistad, por lo que son comprensibles a todos los niveles. Lo mismo ocurre con la compasión que se siente hacia el villano y su secuaz, aunque esto no será suficiente para impedir que el espectador sienta cierta ira hacia su actitud egoísta. La

[44] "Los valores narrativos son la cualidad universal de la experiencia humana que pueden cambiar de positivo a negativo o de negativo a positivo de un momento a otro (…) Los acontecimientos narrativos producen cambios cargados de significado en la situación de vida de un personaje, se expresan y experimentan en términos de valor y se alcanzan a través del conflicto". McKEE, Robert, pp. 54-55.

ironía dramática, que permite al espectador conocer aquello que no saben los personajes, provoca una mezcla de emociones contradictorias como la confianza de saber que las cosas no son tan malas y el temor de que algo pueda salir mal en la resolución, lo que contribuye a elevar la tensión y el suspense del relato.

En el guión de *Ratatouille*, la primera mitad del segundo acto muestra cómo el protagonista persiste en su visión de las cosas. El trato entre Remy y Lingüini, tras algunos graciosos obstáculos (barreras), consigue funcionar con un sistema ingenioso y atractivo, sobre todo para los más pequeños. Así, sin que nadie se de cuenta de la verdad, los platos de Remy triunfan entre los clientes del restaurante, incluso los menos probables de tener éxito, como el reto que le lanza Skinner con una receta fallida de Gusteau (pinza)[45]. Sin embargo, la incipiente historia de amor entre Lingüini y Colette hace que surjan las primeras complicaciones en la carrera de Remy como chef. Esta tensión no es tan grave para Remy como la aparición de su familia (*midpoint*), un evento que retoma la disyuntiva del protagonista. Nuevamente, el discurso pone trabas entre el personaje y su meta externa, mientras lo empuja a enfrentarse con su conflicto interno, permanecer atado a su familia o seguir su pasión. Y, de este modo Bird lo deja patente:

EMILE
Pero ha sido interesante, la basura
más interesante que... ¡Ey! Pero
¿qué estamos haciendo? Papá no sabe que
sigues vivo. Tenemos que ir a la colonia,
¡todos se van a alegrar!

REMY
Ya... pero, ah... el problema es que
ahora tengo que… que…

Remy señala vagamente a la cocina. Emile frunce el seño.

EMILE
¿Qué? ¿Qué tienes que hacer más
importante que ver a la familia? ¿Hay
algo más importante?

Mira con furia a Remy, cuya resolución comienza a desmoronarse.

REMY
Bueno, yo… yo… si es sólo
una visita...[46]

[45] La pinza es una escena clave que sirve de "enganche" para toda la primera parte del Acto II. Cfr. FIELD, Syd, *El manual del guionista*, Plot, Madrid, 1995, pp. 105-106.
[46] *Op. Cit.*, BIRD, Brad (2007), p. 63.

La resolución de esta secuencia de reencuentro culmina con otro diálogo que revela el nivel emocional del protagonista, después de que su padre le enseñe la vidriera donde exhiben unas ratas muertas como motivo para desconfiar de los humanos:

DJANGO
Esto... así es nuestra vida...
No puedes cambiar la naturaleza.

REMY
El cambio lo dará la naturaleza y para ello tendremos que ayudarla. El cambio está en nosotros.

Remy se vuelve y –sobre sus dos patas traseras– comienza a regresar al Gusteau. Django lo llama.

DJANGO
¿A dónde vas?

REMY
Con suerte... hacia adelante[47].

Las apuestas emocionales aumentan en este punto, pues la rata desafía la postura de su padre. Además, la opción por alcanzar su meta externa sigue siendo peligrosa y con ella tampoco resuelve su tensión interior, todo lo contrario: se incrementa. Asimismo, Brad Bird aprovecha este momento para presentar el argumento opuesto al tema del guión de una manera poderosa, como si se tratase de la verdad que defiende la historia. Estrategia habitual en todos los guiones de Pixar y que lleva al espectador, sobre todo adulto, a la reflexión.

A partir del *midpoint*, tal como afirma Iglesias, el cambio no es sólo para Remy, sino también para todos a su alrededor, hasta que es aceptado como chef[48]. De hecho, la relación entre Colette y Lingüini es el catalizador del agravamiento del conflicto interno del co-protagonista: ser él mismo y ser amado por quien es realmente. De ahí que su propia lucha interior haga más tirante la relación que mantiene con Remy.

[47] *Ibid*, p. 69.
[48] Cfr. IGLESIAS, Karl, "The Seamless Theme", en: *Creative Screenwriting*, nº1, Creative Screenwriting, Hollywood, febrero-marzo, 2008, p. 53.

14.2.2. De un estado de gracia al verdadero descubrimiento

La situación planteada en el punto medio del guión consigue dejar una honda huella en los héroes de Pixar*,* un *momento de luz,* tras el cual experimentan un *período de gracia*, pues en este momento, el personaje cree que todo irá como la seda una vez aprendidas las lecciones del *midpoint*[49]. Cuando Marlin se encuentra con Crush, el pez payaso comprende que debe relajarse y confiar en su hijo. Por eso, se siente impaciente por contar a Nemo sus experiencias. Otro tanto le ocurre a Remy, quien una vez que opta por sus ambiciones culinarias, consigue descubrir que Lingüini es el legítimo heredero de Gusteau. Este cambio de los acontecimientos le permite revivir los viejos tiempos del restaurante y experimentar el reconocimiento del público a su trabajo en la cocina. Woody, por su parte, decide rescatar a sus amigos y consigue sin mayores dificultades regresar a Sunnyside y trazar un plan.

Sin embargo, este período es más bien breve porque los problemas no resueltos y los oponentes originarán un empeoramiento de la situación del protagonista, lo que afecta sus relaciones, ambiciones y logros hasta ese momento. Este cúmulo de circunstancias origina el pasaje más oscuro y revelador para el héroe, hasta que el segundo punto de giro lo lleve a la prueba final en el acto III. En *Ratatouille*, el aparente éxito de Remy agudiza los conflictos de la trama. Lingüini está cansado de ser una marioneta, aunque se toma todo el mérito del genio de Remy, lo que enfurece a la rata. Emile trae cada vez más amigos al Gusteau y esto obliga a la rata a robar comida, con lo que su nivel social y familiar altera cada vez más su nivel emocional. Para colmo, la popularidad renovada del restaurante hace que Ego le lance el desafío más importante que tiene que enfrentar como chef y que Skinner, al descubrirlo, lo rapte para lucrarse con su talento.

Los guiones de Pixar aprovechan esta parte del segundo acto para detenerse en el conflicto interno del personaje y, en la mayoría de los casos, resolverlo mediante una purificación o una revelación de sí mismo, o la superación del trauma que constituía su *fatal flaw*[50].

A esta altura del guión de *Buscando a Nemo*, un nuevo revés probará la fe del pez payaso: Marlin y Dory terminan en el vientre de una ballena. La permanencia en el interior

[49] Cfr. *Op. Cit.*, MARKS, Dara, p. 254.
[50] Los conflictos internos del los protagonistas de *Toy Story* 1 y 2, *Bichos*, *Monstruos S. A.*, *Los Increíbles*, *Cars*, *Up*, *WALL-E* y *Ratatouille* se resuelven en el Acto II, mientras que los de Woody en *Toy Story* 3 y de Marlin, en *Buscando a Nemo*, se resuelven en clímax del Acto III del guión.

del cetáceo significa un momento oscuro que parece alejarlo aún más de su objetivo y que le obliga a confiar en que las cosas cambien. Una vez que Marlin literalmente se suelta, descubre que la ballena los ha llevado, a él y a Dory, hasta Sídney (segundo punto de giro).

Durante los momentos de aparente derrota, la estrategia afectiva empleada apela nuevamente al humor y a la claridad de diálogos y acciones. En este punto, la presencia del compañero es de gran importancia, tanto si se debe purificar junto al héroe como si no[51]. Estos personajes apoyan el sentido que tiene el cambio de fortuna en el camino del protagonista, por lo que adoptan el rol de mentor: animan al héroe y, en la mayoría de ocasiones, manifiestan la clave de su dilema interno. Una escena que sirve de ejemplo sucede cuando Remy termina prisionero de Skinner, en el interior del maletero de su coche.

Remy echado en una esquina de la jaula, solo y abatido. Aparece el ESPIRITU DE GUSTEAU. Estudia a Remy, hablando pausadamente

GUSTEAU
Así que... nos hemos rendido.

REMY
¿Por qué dices eso?

GUSTEAU
(mira a su alrededor)
Estamos en una jaula, en el maletero de un coche y nos espera un futuro de alimentos congelados.

REMY
No, yo estoy en una jaula. Yo me he rendido. Tú... eres libre.

GUSTEAU
Yo sólo seré libre siempre que lo seas tú también en tu imaginación.

REMY
Por favor. Estoy harto de fingir.
Finjo que soy una rata con mi padre. Finjo que soy humano a través de Lingüini. ¡Finjo que tú existes sólo para tener con quien hablar!
¡Tú sólo me dices cosas que ya sé! Yo sé quien soy ¡¿vale?!¿Por qué necesito que vengas a hablarme?, ¿por qué necesito fingir?

Gusteau sonríe con afecto y alivio.

GUSTEAU
Ah, no lo necesitas, Remy...

[51] No todos los compañeros necesitan la purificación del héroe, como es el caso de Dory en *Buscando a Nemo* o Gusteau en *Ratatouille*.

Flota hasta Remy, pone una de sus manos sobre los hombros de la rata

GUSTEAU (CONT'D)
...nunca lo has necesitado

Y con esto, Gusteau... DESAPARECE. Desde fuera se oye un fuerte GOLPE como algo que choca con el pavimento de la calle[52].

Pero el cambio en los protagonistas de los guiones de Pixar no siempre se muestra a través de largos diálogos. Woody acomete el rescate y cuando se encuentra con sus amigos, todos manifiestan su error: el vaquero reconoce cometido un error al dejar a la pandilla sola y los juguetes admiten su culpa por no creer lo que él les había contado respecto a Andy. Sin embargo, Michael Arendt se centra en la evasión de los juguetes de la guardería, de manera que no deja lugar a los discursos. En cambio, deja hablar a las emociones que se derivan de la acción y que son coherentes con las ideas planteadas desde el principio de la historia. La meta es clara: fugarse, y las barreras y complicaciones introducidas con ingenio forman parte de la efectividad de la estrategia emocional.

Es digno de mencionar el sentido de fidelidad y familia de los juguetes que, como Woody y Barbie, abandonan una situación favorable para compartir el oscuro destino de sus amigos o ayudarlos en un mal momento. Asimismo, Arendt en justicia con Buzz lo libra de sufrir conscientemente los rigores del cautiverio. No en vano, es el único que reacciona de manera sensata ante el fin de la infancia de Andy. Esta decisión del creativo aporta realce a la secuencia, ya que el juego de identidades resulta verdaderamente poderoso y atractivo para todos los sectores del público.

14.2.3. Recursos de interés

Es sabido entre guionistas y expertos del guión que la extensión del acto II supone un reto creativo del que no todos los relatos salen airosos. A lo largo de la narración y, especialmente a esta altura, es preciso que no decaiga el impulso, la tensión y el ritmo. En los párrafos anteriores se ha podido comprobar cómo los guiones de Pixar responden a un diseño narrativo sólido, en el que los recursos estructurales mantienen el impulso de la historia encausado hasta el final. El ritmo y la tensión no decaen en ningún momento. Por eso, resulta adecuado acercarse a las estrategias emocionales que se orientan a mantener la tensión y el ritmo en los casos de estudio.

[52] *Op. Cit.*, BIRD, Brad (2007), p. 101.

a) El diseño de la emoción y el suspense

La emoción es un componente indispensable del suspense[53]. El suspense es una de las herramientas dramáticas más útiles para mantener la atención del espectador, ya que suscita en él una mezcla entre esperanza y temor ante la incertidumbre, por lo que aumenta su curiosidad de saber qué pasará con el héroe. La tensión, por su parte, consiste en retrasar la anticipación de los resultados, de manera que aporta interés al relato[54]. Los guiones de Pixar suelen conservar el suspense mediante la empatía con el protagonista, sus altas apuestas emocionales y las escasas probabilidades de que triunfe[55]. La organización de los eventos construye la reacción de la audiencia. Un pasaje de la segunda mitad del acto II de *Ratatouille* es un buen ejemplo:

Remy es secuestrado la noche que debe demostrar a Ego su valía como chef (fracaso/preocupación). Django y Emile lo rescatan (éxito/alegría), así que el protagonista decide acudir al encuentro con el crítico gastronómico (segundo punto de giro, aumento de las apuestas emocionales/tensión-misterio y entusiasmo). No obstante, Remy tiene pocas probabilidades de triunfar: al comienzo de la segunda parte del acto II, Skinner ha denunciado ante un inspector de sanidad la presencia de ratas en el Gusteau (anticipación). Aunque prepare el mejor de los platos, la vida de Remy sigue en peligro y, por ende el destino de Lingüini y del restaurante, lo que potencia la tensión y el suspense de las acciones que conducen al acto III, en donde se despliegan técnicas similares para hacer que la historia sea más interesante aún.

Esta organización de los eventos aumenta la admiración de la audiencia por el héroe que, a pesar del riesgo, decide encarar su situación. Por tanto, se mantiene en el espectador el deseo de que Remy triunfe. Asimismo, la reacción de Remy después de conversar con Gusteau reafirma la importancia de la honestidad, cuestión clave en el tema del guión, mientras que la participación de Django y Emile en el rescate apoya el valor que da la historia a las relaciones familiares.

Todos los guiones de Pixar suscitan urgencia y tensión a partir de la introducción de persecuciones, rescates y huidas: tramas frecuentes en el género de aventuras, cuyo empleo

---

53 Cfr. *Op. Cit.*, TRUFFAUT, François, p. 67.

54 Según Cowgill hay cuatro formas básicas de tensión: aquella que se provoca en torno a *la tarea o meta* del protagonista (¿lo conseguirá o no?), las produce al surgir una interrogante sobre la manera en que los eventos afectarán sus *relaciones* significativas. Asimismo, se plantea una tensión relacionada al *misterio* del por qué y cómo se resolverá la cuestión dramática y la tensión asociada a la *sorpresa*, cuando la acción no va como se esperaba y provoca una anticipación sobre otras posibilidades. Cfr. *Op. Cit.*, COWGILL, Linda (2008), 26.

55 Esta fórmula está basada en los trabajos de Alfred Hitchcock. Cfr. IGLESIAS, Karl, "Four Ways to Make You Tense", en: *Creative Screenwriting*, nº 4, Creative Screenwriting, Hollywood, 2007, p. 42.

como recurso emocional en cualquiera de los actos dramáticos es habitual, en especial a la altura del segundo acto, pues apelan a la necesidad humana de sobrevivencia, lo que eleva claramente las apuestas emocionales, un asunto que entiende la audiencia infantil y adulta[56]. La dinámica de estas tramas físicas, así como de otros recursos de interés como la cuenta atrás o la carrera de obstáculos, ha demostrado su eficacia en el entretenimiento de todas las audiencias. No en balde, también se emplean en la dinámica básica de muchos juegos y relatos infantiles. De ahí que estas herramientas dramáticas también resulten familiares a todos los públicos.

La ubicación de secuencias de rescate o persecución se puede encontrar antes del *midpoint*, como en *Buscando a Nemo*, cuando Bruce quiere comerse a Marlin y Dory[57]. Sin embargo, debido a la intensidad dramática de este tipo de pasajes, lo habitual es encontrarlas en la segunda mitad del acto II, como en *Ratatouille*, donde Skinner acecha a Remy para arrebatarle las pruebas de ADN de Lingüini y Gusteau, poco después del punto medio del guión; o en *Toy Story* 3, que desarrolla toda la segunda mitad del acto II en torno a una huida[58].

b) El compás de la emoción

Otro aspecto a considerar entre las estrategias afectivas de Pixar es el paso de los pulsos dramáticos o *beats* del guión que, como señala William Martell, mantienen a la historia viva y en movimiento[59]. Un rasgo que no tiene que ver con la profundidad del personaje o la empatía que susciten o la resonancia emocional de lo que se cuenta[60]. "El paso de *beats* es la frecuencia de eventos excitantes en la historia y también el espacio entre

---

[56] *Toy Story* apela a los rescates en su acto I, ya no sólo en las secuencias iniciales de salvamento, sino como parte del detonante de la trama. En *Toy Story 2*, si Woody no sale al rescate de Wheezy, Al no lo hubiese robado.

[57] Una de las subtramas de *Toy Story* 2 es un rescate, de modo que se desarrolla a partir del primer punto de giro.

[58] Otras producciones Pixar adoptan esta mecánica: en *Los Increíbles* el rescate de Bob y la persecución a Dash y Violeta; en *Monstruos* S. A., el rescate de Boo y la persecución por el distribuidor de puertas. En *Up,* la persecución de Muntz a Carl y Russell, así como el rescate de Russell por parte de Carl. *Bichos* apela a rescates y persecuciones como recursos de interés en el acto III: el rescate de la reina y Dot, así como la persecución de Hopper a ATTA y Flik.

[59] Cfr. MARTELL, William C., "Your Script's Heartbeat", en: *Script,* nº3, Forum, Baldwin, mayo-junio de 2005, p. 20.

[60] Según Kallas, el instinto narrativo está presente desde la infancia y se pude comprobar al contar algo a un niño. Las reacciones del pequeño, bien de aburrimiento o de interés hará que el narrador acelere o disminuya el ritmo del relato o introduzca elementos de interés para retomar la atención de su destinatario. Por tanto, la experta griega sugiere que el análisis de la estructura emocional del guión es una herramienta útil para evaluar y corregir el ritmo de la historia. Cfr. *Op. Cit*., KALLAS, Christina, p. 172.

ellos"[61]. Si el paso es demasiado rápido el público no puede seguir la historia y el espectador se podría cansar[62]. En cambio si los pulsos dramáticos se concentran en una parte de la trama, la historia se desequilibrará. Por otra parte, el ritmo es crucial en la compresión de la acción, en especial cuando se escribe pensando en un público que incluye a los niños[63].

En este sentido, los guiones de Pixar mantienen un equilibrio entre puntos de acción altamente dramáticos y aquellos más sosegados, dando lugar a un desarrollo de trama y subtramas lógico, con un propósito claro desde el punto de vista del discurso. Si se hace una medición en páginas (minutos) del guión, se puede comprobar un esquema más o menos constante en la introducción de los distintos nudos de acción. Por ejemplo, en *Buscando a Nemo*, una vez introducido el primer punto de giro, la alternancia entre la trama de Marlin y la subtrama de Nemo en Sídney tiene una distancia aproximada de entre cuatro minutos y medio cada vez, hasta que padre e hijo se encuentran en el acto III. Pero la distancia entre nudos de acción complejos es más o menos de diez minutos, en donde el aumento de las apuestas emocionales de una trama sigue a la otra[64]. Aún así, los nudos de acción simples tienen una dosis de conflicto que mantiene constante el interés.

El ritmo de las producciones de Pixar es muy ágil, como corresponde al género de aventuras. Sin embargo, los guiones más complejos como *Los Increíbles* o *Ratatouille*, bien por el número de subtramas o por la naturaleza del conflicto, muestran un paso algo más vertiginoso que el de historias más sencillas como *Bichos* o *Cars*, tal vez como una manera de compensar el peso del diálogo en los pasajes más explicativos del relato. No obstante, esta apreciación no se debería tomar como una estrategia fija para apelar siempre al público infantil, ya que títulos como *Up* y *WALL-E* tienen una cadencia bastante más moderada que las películas mencionadas y tratan temas cercanos a la audiencia adulta.

Por otra parte, historias como *Ratatouille* y *Toy Story* 3 muestran cómo la dinámica de los valores narrativos se equilibra con una variedad de eventos que además de manifestar urgencia y aumentar la tensión consiguen también el alivio del espectador a través del

---

61 *Op. Cit.*, MARTELL, William C., (2005), p. 20.

62 Cfr. *Op. Cit.*, SEGER, Linda (2001a), p. 98.

63 "Los puntos de inflexión no funcionan si exageramos la preparación de lo obvio o si no preparamos suficientemente lo inusual… se debe ajustar lo explicito del montaje al público al que va dirigido. El montaje será más claro para los espectadores más jóvenes, porque no tendrán una cultura narrativa tan desarrollada como la de los público de mayor edad". *Op. Cit.*, McKEE, Robert, p. 292. Asimismo, escribir para niños requiere que la narración sea ágil porque de lo contrario, la volátil atención de los niños se puede perder más rápido que la del público adulto.

64 Los nudos de acción complejos son momentos de especial intensidad dramática que garantizan el interés del guión, a través de una estrategia emocional estudiada y compensada. Los nudos simples corresponden a momento de distensión dramática, son útiles parra el equilibrio del guión y permiten la continuidad de la escaleta. Cfr. *Op. Cit.*, SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2007), p. 154.

humor y la sorpresa. Un buen ejemplo es la secuencia de evasión de Sunnyside. La acción comienza en el minuto 51:45 y termina en torno al minuto 69:15, cuando Lotso aparece para frustrar el plan de escape de Woody y sus amigos.

La huida tiene dos fases: la planificación y la ejecución. Desde que Woody regresa a la guardería y comienza el plan, transcurren casi cinco minutos. La ejecución tiene una duración aproximada de catorce minutos y medio. El desarrollo de esta secuencia está integrado por *beats* de un minuto y de cuarenta segundos que se intercalan de acuerdo a las necesidades expositivas de la acción y de la importancia de su función. La distancia entre nudos de acción complejos es aproximadamente de cuatro minutos:

La anticipación (planificación de la fuga) tiene tres secuencias: Woody llega a la guardería y ve la situación de la pandilla (1 min.), el Condenado le habla de las dificultades de un escape (2 min.), una secuencia de una intensidad dramática mayor a la anterior, pues se apela a una secuencia elaborada propia de los dramas carcelarios. Su contenido y ritmo apoyan la urgencia y la tensión por dichas dificultades. En concreto, se dota de *suspense* al mono como personaje clave para conseguir el éxito de la fuga, de manera que el espectador se pregunta si los personajes podrán salvar este escollo. Finalmente, la tensión se distiende con la reunión de Woody y la pandilla, cuando se ponen de acuerdo en la estrategia de fuga que se oculta al público con una elipsis (1min).

La ejecución del plan se desarrolla a través de tres líneas de acción encabezadas respectivamente por Woody-Slinky, Patata y Barbie con el fin de alcanzar los siguientes objetivos: la obtención de las llaves, la vigilancia fuera de la sala oruga para avisar al grupo el momento propicio para salir y reparar a Buzz[65]. La secuencia evidencia un ritmo constante que reclama la atención del espectador, al que se asusta con los momentos en los que se intenta reducir al mono, pero al que también divierte con situaciones como las transformación de Patata o la "tortura a Ken" y la recuperación de Buzz como aliado, en donde la sorpresa y el absurdo son cruciales para equilibrar las emociones suscitadas con el contenido de la secuencia. La distancia entre momentos de intensidad emocional se desarrolla con un tiempo aproximado de cuatro minutos entre una y otra[66].

[65] A lo largo de todo el relato Michael Arendt aprovecha la acción para darle a cada personaje la oportunidad de lucirse y de conectar con el espectador, tal y como recomiendan Jean-Claude Carriere y Pascal Bonitzer. Cfr. CARRIERE, Jean-Claude, BONITZER, Pascal, *Práctica del guión cinematográfico*, Paidós, Barcelona, 2010, p. 45.

[66] Desde que comienza el plan de fuga (56:00) hasta que el mono es reducido (58:06) Buzz se convierte en español (74: 48), Grandullón está a punto de descubrir a Woody (77:23).

14.3. Acto III: fin del viaje exterior y resolución de conflictos internos

El encuentro con la muerte, bien emocional o física, que la figura central del relato ha experimentado en su descenso a los infiernos, le lleva a la rendición. Su sistema egocéntrico de creencias fracasa y se ve abocado a una nueva manera relacionarse con el mundo. Es entonces cuando el héroe decide su propio destino, en lo que Marks denomina el *momento transformacional*[67]. Desde el punto de vista del arco del personaje, la importancia de este instante radica en que la elección del héroe se debe presentar como un acto consciente y libre. La transformación debe ser un proceso genuino. Después de todo, la felicidad es una tarea personal, y una vez que se ha deliberado la mejor manera de afrontar la cuestión dramática, también es impostergable.

Cuando Remy comprende que debe seguir los dictados de su corazón, corre a enfrentarse a la verdad con todas sus consecuencias y se expone a un riesgo de muerte al presentarse en el restaurante para acudir a la cita con Ego. En este momento, Lingüini lo defiende y confiesa a los cocineros que el verdadero genio es la rata. La resolución de la pareja de compañeros pone de relieve un elemento esencial de la postura temática de la historia: la honestidad consigo mismo y con los demás, como factor indispensable tanto en al expresión artística como en la vida.

La actitud valiente de estos jóvenes no tiene el mismo eco en los secundarios que los rodean, aunque por fortuna sí hace reflexionar a los personajes con los que mantienen relaciones de afecto significativas. Colette confronta sus propios prejuicios con el lema que siempre ha defendido (cualquiera puede cocinar), y termina colaborando con Remy y Lingüini. Django, admirado por el coraje de su hijo, pone a toda la colonia en función de lo que necesita para lograr su sueño. Finalmente, el clímax, en el que la degustación de ratatouille conmueve a Ego profundamente, responde a una efectiva estrategia emocional que valida la premisa argumental del guión y donde se hace justicia a Gusteau.

[67] *Op. Cit.,* MARKS, Dara, p. 287.

EGO
(V.O., CONT'D)
En el pasado nunca oculté mi desdén por el famoso lema del Chef Gusteau: "Cualquiera puede cocinar". Pero me doy cuenta de que no había comprendido lo que realmente quería decir con ello. No es que cualquiera pueda ser un gran artista, sino que los grandes artistas pueden proceder de cualquier lugar[68].

Esta idea es completada por la resolución de las subtramas, donde cada uno encuentra la felicidad tras la aceptación de su realidad tal cual es, como punto de partida para construir un nuevo futuro esperanzador. Los humanos nunca aceptarán a una rata en la cocina. Sin embargo, Remy descubre que no puede negar quién es, ni su procedencia ni su talento, sólo debe seguir los dictados de su corazón con honestidad. Lo mismo que ocurre a Ego, quien pierde su credibilidad como crítico, pero recupera su lado más humano al recobrar su capacidad de emocionarse nuevamente con la comida. Lingüini se encuentra a sí mismo, de manera que puede mantener una relación auténtica con Colette. En definitiva: si bien la genialidad puede provenir de cualquier lugar, sea cual sea el don que se tenga se debe ejercer con sinceridad, con uno mismo y con los demás.

Es posible que el sentido profundo de estas ideas no llegue a todos los espectadores, especialmente a los niños. No obstante, valores como la solidaridad entre amigos y la familia, así como la honestidad se encuentran expresados en el argumento, primera instancia de compresión del relato.

Por otra parte, las estrategias emocionales del acto III de todos los guiones de Pixar suscitan urgencia en el espectador mediante los recursos habituales de esta fase dramática (carrera de obstáculos, cuenta atrás), hasta que el protagonista se enfrenta con el mayor de sus miedos en el clímax y finaliza el viaje exterior. El segundo punto de giro de *Buscando a Nemo* introduce a Marlin y Nemo fortalecidos en la confianza en sí mismos y en la esperanza de un inminente reencuentro. Sin embargo, la trama les tiene preparados un revés que debilitará sus fuerzas para enfrentarse al momento de la verdad. Nemo y la pandilla del acuario fracasan en sus planes de fuga, por lo que se limitan las opciones de que el pequeño vuelva junto a su padre.

Entre tanto, a Marlin y Dory les esperan emocionantes obstáculos con las aves del puerto (persecuciones, cuenta atrás, barreras). La confianza renovada de Marlin le ayuda a creer en Nigel, hasta llegar a la consulta del dentista, donde le aguarda un revés brutal al ver

[68] *Op. Cit.*, BIRD, Brad, p. 114.

el cuerpo sin vida de su hijo (anticlímax), el peor de sus temores frente a sus ojos. Por fortuna, Stanton y sus compañeros apelan a la ironía dramática para compartir con los espectadores la verdad: Nemo esta vivo. Así, amortiguan el impacto de la posible muerte de uno de los héroes, sobre todo al público infantil, al tiempo que indican a la audiencia que no se ha resuelto la cuestión dramática.

Esta estrategia establece una complicidad con el espectador de todas las edades. En muchos juegos infantiles se requiere la consciencia de la simulación para sorprender a otro, por lo que la ironía dramática, al alcance de lo niños, resulta una herramienta eficaz en su entretenimiento, al tiempo que refuerza su implicación en la narración. Asimismo, suscita en el espectador de todas las edades compasión por Marlin, que está derrotado, y el deseo de que se descubra la verdad, con lo que aumenta la tensión del relato. Un efecto que resulta también del *crescendo* de emociones que experimenta la audiencia en cada nudo de acción: la alegría por saber que la pareja de peces ha llegado a Sídney, la preocupación ante el peligro que corren en el puerto y el deseo de que confíen en Nigel, el alivio y alegría de verlos disfrutar del vuelo camino al consultorio del dentista, hasta la frustración producida por el encuentro fallido entre padre e hijo.

De acuerdo con Dunne, la estrategia afectiva debe tener en cuenta que las emociones con las que se inicia el guión sean similares a aquellas que lo culminan. Aunque cabe apuntar que el final debe representar una conexión más profunda con el espectador, pues todo lo que se había roto en el planteamiento ha de ser reparado en el final, y donde la renovación implica el comienzo de algo desde dentro del personaje[69]. Así, el impacto emocional de todo cuanto se ha visto y oído cobra una gran relevancia para validar o no la premisa de la historia. En este sentido, los guiones de Pixar resultan modélicos.

El uso de un anticlímax en el momento del reencuentro de los personajes resulta más que adecuado, ya que la reunión de padre e hijo no resuelve los conflictos internos de Nemo y Marlin. Por eso, situar este momento en el océano brinda la posibilidad de que ambos alcancen sus metas interiores en el rescate de Dory (clímax): Marlin supera la inseguridad patológica que le llevaba a controlar a Nemo y el pequeño consigue demostrar que ha conseguido sentirse seguro de sí mismo y suscitar la confianza de Marlin en sus capacidades.

La conexión entre el clímax del guión y su primer acto muestra más que un simple reestablecimiento del equilibrio. De hecho, el propio guión conecta el *defining moment* con la resolución, cuando Nemo queda atrapado bajo las redes de los pescadores. Marlin nada a

[69] Cfr. *Op. Cit.*, DUNNE, p. 136.

su encuentro y el pequeño aprovecha para pedirle perdón y asegurarle que no lo odia. Finalmente, se asiste al comienzo de un día de colegio en el que los papeles del acto I se intercambian: al pequeño le cuesta despertarse, mientras su padre está entusiasmado. Y es que el acto III y el acto I están estrechamente vinculados en todas las historias, puesto que todo el relato se orienta hacia el final.

En lo que respecta al flujo afectivo del relato, la construcción del guión de *Toy Story* 3 subraya la claridad del tema emocional para potenciar el impacto temático de la historia. La correspondencia entre acto I y acto III es clara. En el acto I se establece la nostalgia resultante del paso de una etapa a otra, mientras que la acción plantea la separación como un aspecto inevitable del proceso. Para explorar la premisa temática se introducen posibles actitudes frente al cambio. En el acto III, algunas de esas actitudes se han modificado, aunque no el sentimiento de nostalgia que subyace en la trama, ni la sombra de la separación que planea sobre el destino de Woody, sea cual sea su decisión al final de la narración. Así, las estrategias afectivas empleadas en este guión se orientan más a la satisfacción emocional del público respecto a la solución de la historia interior que en la consecución de la meta externa.

Si se compara esta historia con *Buscando a Nemo*, por ejemplo, en la que la construcción del discurso suscita el deseo del encuentro entre padre e hijo, en *Toy Story* 3, la organización de los eventos produce en los espectadores, el deseo de que Woody no se separe de sus amigos y que realice sus íntimos anhelos de felicidad de volver a vivir en la imaginación infantil, de manera que los dilemas internos del personaje cobran una especial relevancia frente a la meta externa. Y es que de eso trata la historia, de un asunto que tiene respuesta en el interior del héroe: aceptar los cambios con esperanza, pues el amor y la amistad perviven en el corazón más allá de la distancia y el tiempo.

Al regresar a rescatar a sus amigos, los lazos entre Woody y la pandilla se estrechan más que nunca. El clímax de la acción en el vertedero los confirma como familia y cimienta su apoyo y fidelidad sin condiciones. El afecto hace que cada uno quiera que el otro sea realmente feliz más allá de los propios intereses. La nostalgia es subrayada por el tono de despedida del discurso, no en vano se trata del adiós entre Woody y Andy y del paso a la madurez del muchacho. Por otra parte, también consiste en la despedida entre los personajes y la audiencia. El efecto de la conclusión de *Toy Story* en el espectador es poderoso porque evoca en el público adulto todo aquello que dejó atrás en su niñez, mientras en el sector infantil puede experimentar cierta pena al imaginar cuando deban dejar sus juguetes.

La retórica afectiva empleada para amortiguar la tristeza del adiós consiste en "garantizar" al espectador que los personajes estarán bien. Para ello, presenta a Bonnie y el ambiente que la rodea durante el acto II. Por parte de los sentimientos de los personajes, la reconciliación y la esperanza hacen que la inevitable despedida de Andy no resulte demoledora para nadie, pues las heridas han sido sanadas desde dentro y la amistad y la familia se presentan como la mejor ayuda para enfrentar el futuro.

Walt Disney decía que "un buen final es vital para un filme, ya que constituye el único elemento individual de mayor importancia, porque es lo que la audiencia se lleva consigo al salir del cine"[70]. Como se ha podido comprobar, el remate de los guiones de Pixar resulta emocionalmente brillante por la retórica afectiva empleada en todo el discurso y por la claridad temática de sus historias.

[70] *Op. Cit.*, HAUSER, Tim, p. 152.

CAPÍTULO 13. CONSTRUCCIÓN DE UNIVERSOS DIEGÉTICOS Y ESTRATEGIAS EMOCIONALES EN LOS FILMES DE PIXAR

El cine es un medio visual, de modo que el guionista cuenta la historia a través de las acciones de los personajes, mediante el uso de símbolos y contrastes, entre otras herramientas, con el fin de encontrar una manera de mostrar la conexión entre los eventos, pensamientos, emociones e informaciones de la narración[1]. Como afirma uno de los directores técnicos de iluminación de Pixar, Eduardo Marín, cuando se trata de enmarcar la historia en un lugar, se hace de tal modo que se pueda evocar las sensaciones que produce un sitio a través de sus sonidos y colores[2]. La escena en la que un niño regresa a casa tras caerse de una bicicleta y su madre le da para comer su plato favorito, trasporta a los espectadores hacia una experiencia universal: el poder reconfortante del amor materno, expresado sin palabras, sólo con sencillos detalles. Los colores pasteles e iluminación cálida de la escena, la sonrisa de la mujer y el modo en que acaricia al pequeño desvela la ternura subyacente en el alma de Anton Ego. Un golpe de efecto y un contraste con los ambientes en los que se le ha visto a lo largo de la historia, que establecen un puente entre el personaje y el espectador. No se puede oler la comida, ni degustar su sabor. Sin embargo, el poder sugestivo que Brad Bird imprime a este pasaje del guión de *Ratatouille* tiene una gran efectividad por la comunicación de sentimientos al alcance de casi todos[3].

La creación del mundo particular donde se desarrolla la historia –y la conexión orgánica de este mundo con los personajes– es una parte esencial del arte de contar historias. Como afirma Truby, "lo «visual» que realmente afecta al público es el *mundo de la historia*: una red compleja y detallada donde cada elemento resulta significativo para el guión, y es, en cierto modo, una expresión física de la red de personajes y, en particular del protagonista"[4]. El objeto del presente capítulo consiste en el estudio de las estrategias

---

1 MARTELL, William C., "I Write Pictures!", en: *Script*, nº4, Forum, Baldwin, julio-agosto, 2006, pp. 83-85.

2 Cfr. PÉREZ-GUERRERO, Ana María, "Cars 2, entrevista a dos artistas españoles del equipo", en: *Cinemanet*, 6 de julio de 2011, [julio 2011]. http://www.cinemanet.info/2011/07/cars-2-entrevista-a-dos-artistas-espanoles-del-equipo/

3 Para ver la escena en el guión, consultar anexos del capítulo 13.

4 *Op. Cit.*, TRUBY, John, p. 183. Aunque el ejemplo del párrafo anterior no tiene como figura central al protagonista, sí lo involucra, pues ella revela el poder evocador del arte y la conexión entre Anton y Remy:

emocionales que ha empleado Pixar en la ambientación de las películas que se han venido tratando en este trabajo. Se trata de identificar los recursos utilizados para apoyar el tema de cada filme, los sentimientos del personaje y las emociones que suscitan en el espectador de todas las edades. Para ello se expondrán, en primer término, los rasgos generales que caracterizan los universos diegéticos de Pixar. En segundo lugar, se explorarán sus localizaciones como factor narrativo de interés, no sólo como escenario del viaje exterior del héroe principal, sino también de su transformación interior. Finalmente, se apuntará brevemente algún asunto relativo a la representación gráfica de la acción en estas películas. Este último aspecto corresponde más a la fase de desarrollo en *storyboard* que a la escritura del guión propiamente dicha. Sin embargo, se ha querido incluir como un elemento indispensable en la construcción de un subtexto al alcance de la audiencia según su madurez.

13.1. La ambientación de los guiones de Pixar

El aspecto más evidente en el que se reúnen la lectura infantil y la adulta de las películas de Pixar estriba en el diseño de sus universos diegéticos. En ellos se combina la maravilla que reside en los mundos propios de la imaginación de los niños (antropomorfismo, por ejemplo), con el ingenio con el que los creativos del estudio los convierten en un contexto idóneo en el que la audiencia pueda reconocerse, mediante la creación de figuras y espacios imaginarios asociados a la realidad del espectador. De este modo, suscitan identificación, fascinación e interés en el público y lo impulsan a explorar dichos mundos junto a los personajes de la historia. La mezcla de los elementos citados constituye un factor de atracción instantáneo hacia el filme para todas las edades.

"En Pixar –explica Lee Unkrich– queremos presentar un mundo creíble, pero no necesariamente un mundo realista. En esencia debe ser un universo verosímil para que la audiencia conecte con él y, en un nivel mucho mayor, con la historia y los personajes"[5]. En la medida en que la audiencia se reconozca en estos lugares y las reglas que los rigen desde el comienzo de la narración se mantengan hasta el final, el público mantendrá su

ambos comparten un origen provinciano, tienen un fuerte vínculo afectivo con sus progenitores y viven la comida como una experiencia emocional. Esto refuerza la temática sobre el arte y la familia que se desarrolla en el guión.

[5] RUSSELL, Mike, "The Pixar Palyer: Meet Andrew Stanton and Lee Unkrich- the 'Batman and Robin' behind Pixar's lates 'Finding Nemo'", en: *In Focus*, nº5, The National Association of Theatre Owner, Washington, [mayo de 2003]. http://natoonline.org/infocus/03May/pixar.html

disposición de creer en lo que se le cuenta. Como afirma Sánchez-Escalonilla "la fe del lector [en este caso, el espectador]. no procede de una actitud ante el relato, sino de la verdad del propio relato"[6].

En este sentido, todos los universos diegéticos de los filmes de Pixar ofrecen *realidades coherentes*[7]. La primera característica que se puede señalar a este respecto es la lógica existente entre el mundo de la diégesis y la dimensión particular de los personajes. Los escenarios en los que se desarrolla la acción corresponden a ámbitos que conciernen a la dimensión individual de las figuras que los pueblan. Por ejemplo, *Toy Story* transcurre en localizaciones que se relacionan con la vida de un juguete: habitaciones infantiles, jugueterías, guarderías, mercadillos, etc.

Por otra parte, los mundos diegéticos de Pixar constituyen universos en los que sus reglas de posibilidad son claras. Las sociedades formadas por sus personajes están estructuradas y siguen ciertos códigos de funcionamiento: en la sociedad de la habitación de Andy, por ejemplo, los juguetes no revelan su condición de seres vivientes a los humanos, el lema que rige su actuación es "estar ahí cuando el niño los necesite" y sus líderes son los muñecos favoritos del pequeño. Así, la fantasía infantil (existencia de mundos imposibles) y las reglas bajo las que se rige, en las que todos se pueden reconocer, establecen una lectura que provoca y mantiene el interés de los menores y de los adultos.

La coherencia y consistencia de los principios que rigen los mundos diegéticos de Pixar sustenta la lógica de la estructura narrativa, los detalles de la historia, así como su impacto emocional y temático. Si, por ejemplo, no se comunicara el carácter tóxico de los niños al comienzo de *Monstruos S.A.*, sería mucho más arduo sentirse intrigado por saber lo que pasará en Monstruópolis, y en especial a Sulley y Mike, después de la incursión de una niña humana en el universo de los monstruos. Por otra parte, como relata Stanton, la incorporación del grito, como la fuente de energía lógica de Monstruópolis, fue un factor crucial en la escritura del guión, ya que "dictó el modo en que debería ser construida la ciudad, cómo debería hacerse el trabajo en la refinería, y dio razones para justificar la codicia de Randall y la insensibilidad (inconsciente) de Sulley ante el miedo de los niños"[8]. Asimismo, la ironía que entraña la interacción entre la toxicidad de los pequeños y la

[6] *Op. Cit*., SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2009), p. 63.

[7] Las *realidades coherentes* son ambientaciones ficticias que establecen los modos de relacionarse de los personajes y su mundo, y que mantienen su coherencia a lo largo de toda la narración para crear significado. *Op. Cit*. McKEE, Robert, p. 77.

[8] *Op. Cit.*, "Andrew Stanton (PIXAR)-transcript-Keynote, Screenwriting Expo 5 (2006),'Understanding Story: or My Journey of Pain"'.

necesidad energética de los monstruos, permitió a los guionistas plasmar su reflexión sobre el uso de fuentes energéticas no contaminantes y las intrigas empresariales.

En *Toy Story* 1 y 3, la prohibición de revelar a los humanos la condición viviente de los muñecos potencia el impacto de la lección que Woody y los *freaks* dan a Sid. En la última entrega de la historia, la fidelidad de los juguetes a esta norma hace más conmovedora la iniciativa del vaquero y sus amigos de llamar a Andy a su móvil. Sentimientos que son remarcados por los gestos del rostro de Woody al escuchar nuevamente la voz de su querido dueño y no poder decirle lo mucho que le extraña. En *Buscando a Nemo*, el hecho de que los peces no puedan respirar fuera del agua obligó a recurrir a un personaje como Nigel (el pelícano) para transportar a Marlin y a Dory hasta el consultorio del dentista.

La riqueza de detalles que conforma la creación de un universo también funciona como una estrategia emocional, aun cuando no apoye un momento de intensidad dramática como en los ejemplos del párrafo anterior. La originalidad con la que los creativos de Pixar aprovechan cada elemento de la ambientación aporta fantasía y humor al relato, llegando a sorprender al espectador y en ocasiones a los propios personajes, tal como ocurre a Flik cuando visita Ciudad Bicho para buscar guerreros. Asimismo, los espectadores de *Toy Story* 2 asisten con asombro a las peripecias que la juguetería y la ciudad proporcionan a la pandilla de muñecos, en la subtrama de rescate de Woody[9].

Los creativos de Pixar acuden a lugares comunes frecuentes en la literatura de todos los tiempos para la creación de sus universos. Así, por ejemplo, recurren al *locus amoenus* (cuarto de Andy en *Toy Story* 1 y 2, el panorama de la vieja Ruta 66 en *Cars* o el baile estelar de WALL-E y Eva), o la representación del Hades (cuarto de Sid o la purificación de Rayo en Radiatior Springs). Del mismo modo, en su descenso a los infiernos Marlin y Dory terminan en el vientre de una ballena, símbolo de muerte o peligro mortal, del cual saldrán renovados como lo hiciera Jonás en el relato bíblico. El Laberinto también se convierte en un motivo para el diseño de algunos ambientes, como el escondite de Muntz en *Up*, el bosque de medusas en *Buscando a Nemo* o la caverna donde se refugia Mr. Increíble.

Por otra parte, los creativos de la empresa apelan a la ironía y a la parodia, así como el metalenguaje para crear las ambientaciones de sus filmes, como se verá más adelante en

[9] La belleza de los escenarios de Pixar han alucinado a muchos de sus personajes como la primera vez que Remy ve París desde un tejado, cuando Rayo McQueen contempla junto a Sally las bellezas naturales de los alrededores de Radiator Springs.

este capítulo. Elementos que dan efectividad a la escena y que añaden un sentido más profundo.

La ambientación de Pixar no sólo se orienta a conseguir el asombro, las risas y el deleite por parte del espectador. La nostalgia es otros de los objetivos afectivos que se siguen de sus estrategias en el diseño de universos diegéticos y que se concreta en una pátina retro en todas sus historias. No obstante este afecto por el pasado, como ya se ha dicho en un capítulo anterior, se combina con rasgos del presente y la manera en que se imaginaban el futuro en tiempos pretéritos. Este aspecto establece un puente de comunicación entre el espectador más maduro y el filme, desde la perspectiva de los escenarios y sus componentes, sin apartar a los niños del contenido.

Por otra parte, la combinación de elementos pertenecientes a distintas épocas bañadas en un barniz del pasado, permite a los creativos subrayar cierta añoranza vinculada a la inocencia de tiempos pasados y ensalzar el uso adecuado de la tecnología, en la medida que este aspecto viene a sustituir el elemento mágico, al que tanto recurrían las narraciones del cine de animación del siglo pasado.

La intemporalidad que caracteriza a estos ambientes se ajusta a historias que se desarrollan en ámbitos extraordinarios y que evocan lugares reales como Nueva York (Metroville), una urbe media estadounidense (Monstruópolis), a un pueblo de la Ruta 66 (Radiator Springs) o el Parque Nacional Canaima (Las Cataratas Paraíso).

El nivel de conflicto del relato permite que los argumentos puedan retratar y llamar la atención cuestiones o valores dominantes de la actualidad como el hedonismo (*WALL-E*), la contaminación ambiental (*Monstruos S.A.*, *WALL-E*), la exacerbación de la lucha por ciertos "derechos" (*Los Increíbles*), los prejuicios respecto al origen de la personas (*Ratatouille*), la persecución del éxito por éxito (*Cars*), la dominación de los más fuertes sobre los débiles (*Bichos*), la codicia y el materialismo.

Por último, las tramas se desarrollan en lapsos de tiempo cortos, a excepción de *Up*, en la que el espectador recorre la vida del protagonista desde su infancia hasta su vejez. Sin embargo, al igual que todas las tramas del estudio, tiene un componente que brinda un cierto sentido de urgencia a la aventura. Carl debe llegar a la cima de las Cataratas Paraíso antes de que los globos pierdan helio.

En general, se puede hablar de ambientaciones diseñadas para suscitar asombro, humor, tensión y nostalgia. En este sentido, la sensibilidad y madurez del espectador permitirá una mayor o menor reacción ante la sugestión de las imágenes que se le presentan. Aún así, la claridad de las acciones y la carga emocional que comunican los

ambientes son comprensibles en un primer nivel de entendimiento, de manera que el sentido más profundo que se desprenda de estos factores no interfiera el seguimiento e impacto en todos los sectores del público.

13.2. Localizaciones como elemento de intensidad dramática

El guionista –dice Dunne– debe reflexionar sobre el poder que tienen los escenarios de incidir en el núcleo emocional de la historia, a la hora de elegir los lugares en los que se desarrollará la narración[10]. Cada localización debe aportar información sobre el modo en que los personajes se ven afectados por los eventos de la trama, y apoyar el sentido emocional de las escenas. En los párrafos siguientes, se expondrá la utilización de los recursos afectivos aplicados a los emplazamientos en los que se desarrollan los viajes exterior e interior de las figuras centrales de los relatos y el modo en que la ambientación contribuye a comunicar las emociones que viven a lo largo de los momentos más importantes de su viaje.

Se distinguirán tres lugares clave: el hogar como el espacio donde suceden los momentos dramáticos de alteración y ajuste (primer y tercer acto)[11]. Es decir, el punto de partida del viajante y de retorno. En segundo lugar, se tendrán en cuenta los paisajes de la aventura, que hacen referencia a los variados territorios de exploración. Finalmente, se tratará los ámbitos tenebrosos que los protagonistas de Pixar deben visitar para experimentar un peligro de muerte, que más que física será de tipo interior, y que les ayudarán a vencer su *fatal flow* para así enfrentar la prueba final de sus tramas físicas. En cada uno de estos espacios, se atenderá a la intensidad visual, a los elementos emocionales que intervienen en ellos y al modo en que contribuyen a comunicar el estado de ánimo del personaje, en sus niveles individual, familiar y social.

[10] Cfr. *Op. Cit.*, DUNNE, Peter, p. 115.

[11] Los conceptos de alteración y ajuste son acuñados por Eugene Vale. VALE, Eugen, *Técnicas del guión para cine y televisión*, Gedisa, Barcelona, pp. 96-110. Truby, por su parte, relaciona los escenarios de esta fase dramática con el cambio que experimenta el protagonista desde la esclavitud hasta la libertad. "Un mundo esclaviza (o libera) según la relación que exista entre elementos más importantes –la tierra (elementos naturales), la gente (espacios creados por el hombre) y la tecnología (herramientas)– y cómo afectan al protagonista. La manera singular de combinar estos elementos define la naturaleza del mundo narrativo". *Op. Cit.*, TRUBY, John, p. 223.

Escenarios	Estrategia dramática	Personaje
Hogar	Contraste Intensidad visual Elementos emocionales	Nivel Individual Nivel familiar Nivel social Nivel emocional
Territorio de exploración		
Hades		

Para abordar el presente análisis se han seleccionado como casos de estudio cuatro filmes de Pixar: *Monstruos S. A.*, *Los Increíbles*, *Up* y *Toy Story* 3. La razón que justifica la elección de estos títulos responde al hecho de que cada uno de ellos representa una modalidad de mundo diegético habitual del estudio: mundos cerrados en los que existe una separación entre el mundo primario (humano) y el secundario (seres antropomorfizados), como es el caso de *Toy Story*; mundos abiertos, como es el caso de *Monstruos S.A.*, donde una niña humana entra en el universo de los monstruos, mundos implicados donde lo fantástico interfiere en el mundo real (*Los Increíbles*) y en universos en los que se introducen elementos propios de las fábula, como que los animales hablen (*Up*). Asimismo, corresponden a tramas en las que participan personajes adultos y personajes infantiles en distintos grados de madurez y peso dentro de la trama. Aspecto que ayudará explorar el modo en que se presenta la ambientación de estos guiones, como recurso de interés para públicos heterogéneos.

13.2.1. El hogar: el sitio al que se pertenece

En las películas de Pixar, los personajes transitan un largo camino que siempre retorna hacia el hogar perdido, aunque en ocasiones éste no se corresponda con el espacio físico que habitaban al comienzo de sus respectivas aventuras, recurso a un lugar común frecuente en los relatos primordiales[12]. El hogar es entendido aquí como "el lugar donde alguien es reconocido y amado"[13]. Es decir, no se trata tanto de un espacio físico como de un ámbito emocional vinculado a personas concretas. De ahí que algunos de los sitios de los que se hablará a continuación tengan más relación con el tópico *locus amoenus* que con el

[12] Es el caso de de cinco de los once títulos de Pixar que aquí se estudian y que son: *Toy Story* 1 y 3, *Los Increíbles, Ratatouille* y *Up*.
[13] Cfr. *Op. Cit.*, SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2009), p. 181.

hecho material de una casa. No obstante se hará mención a las viviendas y estancias que habitan los personajes como un recurso dramático que brinda información sobre ellos[14].

En todos los casos, las moradas de los protagonistas de Pixar remiten a un sitio en donde el personaje se siente protegido y seguro, percepciones que condicionan las acciones sucedidas en estos escenarios y que los creativos de Pixar trasladarán a los componentes visuales del filme. Así, tanto adultos como niños pueden identificarse y comprender los estados de ánimo asociados a esos espacios, siendo éstos los del propio personaje y los que quiera comunicar la narración al espectador. Al tratarse de un ámbito íntimo, por lo general ambos sentimientos se suelen identificar.

La presentación del hogar se produce en el primer acto de la trama, antes de que se introduzca el detonante que empujará al protagonista a la aventura. La entidad verdadera del hogar como lugar al que se pertenece se revela en el tercer acto, cuando el protagonista enfrenta la prueba suprema y retoma el equilibrio de su vida.

a) El hogar como elemento informativo y de apoyo al tema

La vivienda de las figuras centrales de Pixar siempre revelan aspectos de su nivel individual y del modo en que se relaciona con el mundo exterior, mediante el tipo de casa, de muebles, pero también revelan aspectos de sus niveles familiar y emocional a través de pequeños detalles que muestran sus elecciones espontáneas (verdad inconsciente) y que hablan de su historia pasada (portarretratos con fotos, trofeos, recuerdos, etc.). En *Monstruos S.A.*, el piso de solteros de Sulley y Mike es un recurso idóneo para aportar datos sobre los personajes. A través de ciertos objetos se deduce su gusto por el deporte, el jazz y la lectura. Es en este ámbito donde se conoce su *backstory*: la existencia de la madre de Sulley (llamada telefónica) y de Celia, la novia de Mike (portarretrato), así como el osito de peluche del cíclope, que indica un rasgo un tanto infantil del personaje, y que se empleará

[14] Del latín, *locus amoenus*, significa lugar placentero. Es un tópico literario que tiene su origen en Homero y que cobró mayor relevancia durante la Edad Media. Consiste en la descripción de un lugar idílico. Los elementos recurrentes en la descripción del *locus amoenus* son: prado, sombra, aves canoras, un arroyo cristalino. En la actualidad, el tópico tiene vigencia. Los autores recurren al tema para describir lugares agradables, propicios para la paz, el amor y la tranquilidad. El cine acude a él cuando habla de paisajes recordados y soñados. Este concepto se puede aplicar también a lugares concretos o personas. Ver: HÉRNANDEZ VALCÁRCEL, Maria del Carmen, "El *Locus amoenus* en la Edad Media española", en: *Actas del Simposio Virgiliano: conmemorativo al bimilenario de la muerte de Virgilio*, Universidad de Murcia, Murcia 1984, pp. 321-340. CURTIUS, E. R. *Literatura europea y latina*, Fondo de Cultura económica, México 1981 o el glosario online de la Universidad de Hawai, [julio 2011].
http://www2.hawaii.edu/~zuen/demo/explication/voc/locus1.html

como recurso de anticipación con el que, más tarde, se dará a conocer el poder energético de la risa y el llanto.

Pero la importancia del domicilio del equipo asustador, respecto al nivel emocional del personaje, reside en que es el escenario elegido por los guionistas para representar las escenas más íntimas del protagonista. Es allí donde Sulley puede conocer mejor a Boo y comenzar a experimentar sentimientos paternales hacía ella, especialmente en el dormitorio del monstruo, como representación de su lugar particular, que se conecta con el ámbito íntimo de la habitación de la pequeña. En ambos escenarios el monstruo y la niña se relacionan de manera más cercana. La escena en la que Sulley devuelve a Boo a su casa transforma la habitación de la niña en el hogar del monstruo, el lugar que añora y al que regresa gracias a la generosidad y sacrificio de Mike. Se convierte en definitiva en la representación el espacio más profundo (emocional) de Sulley[15].

Gastón Bachelard apunta en *Poética del espacio* que la casa es un factor privilegiado en lo que respecta al estudio fenomenológico de los valores de intimidad del espacio interior, siempre y cuando se le considere a su vez en su unidad y complejidad, con el fin de integrar todos sus valores particulares en un valor fundamental[16]. Es ahí donde se encuentra la semilla de la felicidad del personaje. Por eso, los creativos de Pixar utilizan el contraste entre las estancias de una casa y las diferencias entre ésta y otros escenarios de la historia para comunicar el mundo íntimo del protagonista, como se puede apreciar en *Los Increíbles*:

La vivienda de los Parr responde al nuevo estatus de normalidad que ellos tienen que asumir después de ser apartados de la vida pública. Se trata de "una casa de elegante diseño modernista lleno de muebles de 1950, aparatos futuristas, donde predominan los colores pasteles y está situado en los suburbios"[17]. Sin embargo, dentro de esta casa, los objetos emocionales cobran un importante relieve dramático en el cuarto donde Bob atesora sus recuerdos de glorias pasadas. La ambientación de este espacio contrasta con el resto de la casa. Se trata de un lugar destinado a comunicar al espectador la nostalgia del protagonista y dar a conocer el modo en que la sociedad admiraba a sus superhéroes. Al mismo tiempo, este escenario revela la vanidad (comprensible) del personaje, pues no sólo echa en falta su ocupación de protección y servicio, sino también la fama y el reconocimiento de los ciudadanos de Metroville.

---

[15] Algo similar en *Toy Story*, como se verá más adelante. La imaginación infantil y su inocencia como el lugar al que se desea regresar.
[16] Cfr. BACHELARD, Gastón, *Poética del espacio*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2000, p. 27-28.
[17] HILL, Michael "A Home for Heroes: The Incredibles domestic desing", paper presentado en el Simposio Imaginary World 2005, Universidad tecnológica de Sidney, Sidney, 2005, [junio 2010] http://www.dab.uts.edu.au/research/conferences/imaginary-worlds/a_home_for_heroes.pdf

En esta estancia, Bob se ha construido un refugio donde mitigar su frustración, al margen de su familia[18]. No obstante, las razones de su malestar no se deben a su mujer y a sus hijos, pese a las pequeñas crisis domésticas. Si se compara el ambiente de su cuarto de recuerdos con el que predomina en el resto de la casa, como el comedor familiar durante la cena, se verá claramente que ellos no son el problema del superhéroe. La comida es sólo la representación de un momento íntimo de los Parr orientado a mostrar su normalidad como familia, a revelar el conflicto interno de los personajes y a suscitar humor y empatía del público, al reconocerse en las situaciones que allí tienen lugar.

La afinidad de los componentes visuales empleados en la casa de Bob indica en el personaje un nivel de confort mayor que el que se desprende de escenas desarrolladas en *Insuricare* o en las calles de Metroville, en medio de un atasco. Los primeros son espacios agobiantes, de colores carentes de saturación, que encuentran sus opuestos en las secuencias de juventud de los superhéroes. Durante la fase de ajuste de la historia, los colores se ven más integrados y brillantes, por lo que reflejan la alegría y armonía entre los personajes.

La importancia que tiene el núcleo familiar en *Los Increíbles* incide en la concepción última del hogar, donde se subraya la preponderancia de la unión entre ellos frente al hecho material de la vivienda. Los Increíbles se consolidan como familia durante su aventura lejos de las fronteras de Metroville, de manera que lo de menos es el sitio en el que residen, tal y como demuestra el gesto de protección que tienen cada uno de los ellos durante la resolución de la trama y la poca importancia que dan a la pérdida total de su residencia.

La casa de los protagonistas de Pixar se muestra siempre como un lugar íntimo y acogedor mediante el uso de una intensidad visual dominada por el principio de afinidad, con el objeto de connotar el bienestar y confort que experimentan los que viven en ella, además de revelar la estabilidad y equilibrio en términos emocionales.

La mayor parte de estas viviendas hacen referencia al nido, en cuanto a que es un lugar al que se desea regresar[19]. Para Woody, la habitación de Andy es el lugar al que pertenece y a donde siempre ha regresado. Las residencias de los villanos, en cambio, representan fortalezas que impiden que otros penetren en su interior o que salgan[20]. Sólo en

[18] "Todo espacio reducido donde nos gusta acurrucamos, agazaparnos sobre nosotros mismos, es para la imaginación una soledad, es decir, (…) el germen de una casa", *Op. Cit.*, BACHELARD, Gastón, p. 126.
[19] Cfr. *Op. Cit.*, BACHELARD, Gastón, p. 93.
[20] Bachelard denomina "concha" a este tipo de hogar. Cfr. *Ibid.*, p. 126. Otros personajes que no son villanos viven en conchas o fortalezas. La casa Edna Mode es una fortaleza, pero el diseño y ambientación que se emplea en su representación tiene una connotación de poder muy distinta a, por ejemplo, la base de

el caso de *Up* el hogar sufre varias transformaciones, pues pasa de nido a concha. Después de la muerte de Ellie, Carl usa su residencia como un lugar donde refugiarse de la realidad circundante y luego, como vehículo de su aventura. Aún así, se diferencia claramente de la morada del villano: el dirigible de Charles Muntz se oculta en una cueva ubicada en un sitio inexpugnable.

b) El valor simbólico de las viviendas: un hogar no es una casa

Los personajes de *Up* y de *Toy Story* tienen un vínculo afectivo muy estrecho con los lugares donde residen, aunque al igual que en las historias estudiadas, esto se debe al amor que profesan a aquellos con los que han convivido. Sin embargo, al final de los respectivos relatos, el desprendimiento de esos lugares es una lección aprendida. En este sentido, el valor que tienen sus casas para los protagonistas está íntimamente asociado a sus apuestas emocionales. En el caso de *Up*, el valor simbólico de la vivienda del protagonista llega convertirla en un personaje más.

La casa de Carl pasa por varios usos: club de exploradores (derruido), residencia del matrimonio Fredicksen (reconstruido- nido/concha) y nave voladora (atada a miles de globos). La presencia de Ellie se identifica tanto con la vivienda, que cuando ella fallece, Carl habla constantemente con su mujer, como si se tratara de la propia edificación. Ya en Sudamérica, Carl tira de la casa mientras camina por la selva, como si se tratara de un gran globo, y mira hacia su antigua morada cuando le habla a su esposa. Un trato que Russell asume con naturalidad e imita, a modo de juego, como cuando intenta que Kevin sea su mascota. Esto resulta divertido para la audiencia de todas las edades y coherente con la imaginación infantil que sustenta al relato desde su planteamiento[21]:

operaciones de Síndrome, pues manifiesta la altura profesional de la diseñadora y los clientes para los que trabaja, el Olimpo de los superhéroes.

[21] Y es que el hecho de que Ellie sueñe con llevar su casa por el aire hasta las Cataratas Paraíso contribuye a la credibilidad del mundo diegético y estable una conexión con la imaginación los niños del público.

El ave salta y se esconde tras Russell.

CARL
Sheesh! ¿Puedes creer esto, Ellie?

RUSSELL
¿Ellie?
(Capta la idea)
(Más)

RUSSELL (Cont'd)
¡Ey!, Ellie, ¿puedo quedarme con el pájaro?
Uh-huh. Uh-huh.
(a Carl)
Ella dice que me deje quedármelo.

CARL
(A Ellie)
Pero yo le dije que no…
(Se da cuenta de lo que está haciendo)
¡Te dije que no! N-O[22].

Esta asociación entre personaje y edificación se puede apreciar también en la primera escena en que se muestra la casa. El pequeño Carl está en su mundo de ensueño, simulando ser Charles Muntz…

PRESENTADOR DE NOTICIERO (O.S.)
Si, como el mismo Muntz dice: La aven…

VOZ DE NIÑA (O.S.)
¡La aventura nos espera!

Carl se detiene. ¿Quién dijo eso?

La voz proviene de una CASA en ruinas, ventanas tapiadas y el jardín invadido de maleza.
La veleta, encima de la casa, se gira tirada por cuerdas[23].

Por otra parte, la casa de los Fredicksen se asocia a los sentimientos y valores que Ellie despertó en Carl: amor a la vida, acogimiento, compañerismo, deseos de aventura. Un tesoro que juntos cultivaron con mimo a diario, y que se expresa en objetos emocionales como los instrumentos que el anciano utiliza para pilotar la vivienda, la pintura de la casa, el botellón con las monedas, un pájaro de cerámica (anticipación de Kevin), así como las fotos y elementos de la aventura (binoculares, compás y gafas), así como objetos

[22] *Op. Cit.*, DOCTER, Pete, PETERSON, Bob, McCARTHY, Tom, pp. 43-44.
[23] *Ibid.*, p. 5.

significantes (el álbum de aventuras)[24]. Sin embargo, el hogar de Carl al final de la historia es el *Espíritu de la aventura*, el dirigible de Muntz. Gracias al contraste entre la casa voladora del anciano y la del aventurero corrompido, los creadores de Pixar vuelven a subrayar que un hogar no es una casa.

A pesar de las diferencias estéticas y funcionales de los hogares de estos personajes, ambos espacios sirven a sus dueños para lo mismo: recordar el pasado. Carl conserva cada foto y objeto que le recuerda su vida junto a Ellie. Muntz usa su dirigible como una especie de museo arqueológico, donde observa los esqueletos hallados en sus expediciones y los cascos de los exploradores que ha eliminado. La gran diferencia consiste en el valor real de aquello en lo que los personajes han puesto su corazón. Cuando el anciano se da cuenta de que su nuevo hogar está con el pequeño, es capaz de desprenderse de todo aquello que cuidaba tanto y que lo lastraba para emprender su rescate. Por su parte, Muntz es capaz de destruir todo lo que le importa con tal de acabar con el único que puede quitarle la última oportunidad de recuperar su gloria.

Muntz muere antes de que la residencia de los Fredicksen (Ellie) se precipite sobre la cima de las Cataratas Paraíso y Carl debe quedarse con su dirigible. Es aquí donde el cambio de vivienda simboliza un encuentro más pleno con Ellie, pues lo que Carl halla en su viaje es la visión de aventura que ella mantuvo a lo largo de la vida y que él tenía de pequeño. El dirigible le permitirá seguir surcando cielos. Esta nave que representaba el futuro en los años 30, reúne en el filme el pasado de Carl, el presente y el futuro que espera al protagonista junto a sus compañeros, Russell y Dug.

Pero si hay un filme cuyo punto de partida y destino remite a un lugar idílico, relacionado con el Edén, es *Toy Story*. Aunque aquí se analiza la última entrega de la historia, es inevitable comparar la habitación de Andy adolescente con la primera habitación de cuando era niño. Como se dijo en el capítulo sobre John Lasseter, el cielo fue la inspiración para el espacio infantil y en esa parte de la trilogía se contrastaba con el cuarto "infernal" de Sid. En la última *Toy Story*, se concibió el relato como parte de las películas anteriores, como aquella que concluiría la aventura. De este modo, *Toy Story* 3 muestra una habitación que se ha transformado casi por completo.

[24] Los instrumentos que Carl utiliza para pilotar la casa están ubicados en el mismo lugar que Ellie situaba el timón en sus juegos infantiles. Cfr. "Comentarios del director", en: DOCTER, Peter, *Up*, [DVD], Buena Vista Home Video, 2010, 0:40:37. En cierto sentido, Carl no abandona su casa al comienzo de la aventura, más bien se la lleva consigo, una idea que Russell encuentra inteligente, pues el anciano trae consigo sus propias cosas. Visión que refuerza el tono divertido y imaginativo del relato para los pequeños. Sin embargo, desde la perspectiva adulta, la culpa que ha invadido el recuerdo de Ellie es un lastre para Carl.

EN EL ARMARIO

Woody sube, observa la habitación: carteles, una guitarra, los libros de texto. Se vuelve a un tablero de corcho, donde la foto de graduación de Andy está puesta. Lo levanta para encontrar...

Una fotografía muestra un Andy de ocho años de edad, que llevaba un sombrero de vaquero y posa con Woody y Buzz, y todos los juguetes de Andy.

Woody mira un pasado feliz que nunca podrá volver[25].

Woody ya no forma parte del decorado de la habitación, al estar guardado en un baúl junto a sus amigos. Ahora, en su mundo, el temor a ser sustituido de las primeras entregas se convierte en la posibilidad cercana de ser desechado. La misión diaria de estar ahí siempre que Andy lo necesite ya no existe porque Andy ha crecido. La intensidad visual de la escena, que se aprecia en el filme, mas no en el guión, contrasta con los colores brillantes de la secuencia de la aventura imaginaria del juego de Andy que la precede. Al tiempo que el principio de afinidad, la acerca a las imágenes lavadas de los videos caseros, donde se narra la vida del muchacho y sus compañeros inanimados. Sin duda, están ambientadas para mostrar la pena y la incertidumbre de Woody, y para suscitar nostalgia y compasión en los espectadores, especialmente en aquello que han crecido junto a los personajes de esta historia. Como afirma el diseñador de producción de la cinta, Ralf Eggleston, "la habitación de Andy fue para todos un tipo de fantasía infantil"[26].

La visión del cuarto del adolescente contrasta con el jardín de Bonnie, hogar de destino de Woody y del resto de muñecos, al tiempo que conecta con el inicio de la aventura en la primera entrega de la trilogía, en la medida que la imaginación infantil se revela como el verdadero hogar de Woody y los demás, el único lugar en el que se establece la amistad del juguete con el niño, en cuanto que es allí donde el muñeco está vivo para el pequeño, y es su compañero de aventuras[27].

La representación idílica del jardín de Bonnie constituye el verdadero paraíso de los personajes y recuerda la colina en la que Carl y Ellie disfrutaban proyectando su vida. En este jardín edénico, Andy dice adiós a su infancia y deja en buenas manos a sus juguetes para que comiencen una nueva aventura. Los creativos de la película procuraron que la ambientación de esta secuencia comunicara confianza en los espectadores respecto al

[25] *Op. Cit.*, ARENDT, Michael, p. 16.
[26] Cfr. *Op. Cit.*, SOLOMON, Charles (2010), p. 60.
[27] La elección de este escenario sirve también para dar coherencia al relato, pues es un lugar neutral en el que Andy puede sentirse libre de jugar con Bonnie sin ser el blanco de las burlas de su hermana y la extrañeza de su madre y de los espectadores.

bienestar de los protagonistas en el futuro, así como a trasmitir la nostalgia por los buenos tiempos y la esperanza ante la aceptación de las etapas de la vida[28]. De hecho, la última imagen del guión es la visión de un cielo azul lleno de nubes, que remiten al papel que decoraba la habitación de Andy en la primera entrega.

En definitiva, la noción de hogar que comunican las historias de Pixar también remite a la importancia de la familia y la amistad sobre el hecho material de las edificaciones. La idea de seguridad y protección tiene más que ver con estos factores que con una casa, un asunto que niños y adultos pueden comprender e identificarse con las emociones que evoca este concepto.

13.2.2. El paisaje de la aventura

El verdadero viaje del protagonista –tanto exterior como interior– se lleva a cabo en los escenarios correspondientes al mundo especial, durante el acto segundo de la trama, al que también se conocerá como la fase de lucha. En los guiones seleccionados como casos de estudio los protagonistas se adentran en las profundidades desconocidas de sus espacios cotidianos (refinería de gritos), territorios ignotos (Cataratas Paraíso) y misteriosos (Isla Nomanisan), así como sitios añorados que se transforman en una pesadilla (Sunnyside), donde serán probados hasta el extremo.

Como es habitual, la ambientación de estos lugares revela el cambio de dimensión que cobra el argumento. Por ejemplo, en *Los Increíbles*, la acción que corresponde a la aventura se desarrolla en la Isla Nomanisan, propiedad de Síndrome. Como afirma Rick Sayre, supervisor de dirección técnica, "es su reino y más amplio lienzo, un lugar con una tecnología que nadie más tiene [y que]. evoca la guarida de un genio del mal"[29]. En ella, los superhéroes se enfrentan a duras pruebas para sobrevivir y consolidarse como familia. Es el infierno donde los héroes sufren una prueba de catarsis[30].

La isla es por definición un lugar aparte, por lo que algunos guiones suelen tomarlo como un laboratorio, con el fin de escenificar una utopía o una distopía, al igual que suele hacerse con la selva para mostrar el proceso evolutivo[31]. La variedad de localizaciones dentro de la isla permite una gran variedad de contrastes entre los momentos emocionales

[28] *Ibid.*, pp. 168-169.
[29] COTTA VAZ, Mark, *The Art of The Incredibles,* Chronicles Book, San Francisco, 2004, p. 97.
[30] Como ocurre a Rayo en Radiator Springs o a Buzz y Woody en el cuarto de Sid o Mike y Sulley en su destierro helado.
[31] *Op. Cit.*, TRUBY, John, p. 200.

que se suceden dentro de cada lugar de Nomanisa. Su ambientación combina la más alta tecnología con la naturaleza salvaje de sus alrededores: volcanes, cascadas de agua, cuevas y vegetación. Allí, el escenario se convierte en una fuente de obstáculos. Así Dash se traga literalmente un montón de mosquitos en su huída de los guardias de la isla y el agua le presenta un reto a superar. Del mismo modo, la tierra delata la ubicación de Violeta cuando se hace invisible.

Nomanisan es un escenario engañoso, como el propio villano. Al principio parece un paraíso para suscitar alegría en el público, pues Bob ha conseguido el trabajo soñado[32]. Sus cuevas prestan protección y cobijo a Mr. Increíble y a sus hijos. En la secuencia en la que Dash y Violeta conversan ante una fogata se crea un momento íntimo, que minutos más tarde, se transforma en un escenario de peligro, gracia a la bola de fuego que origina un cohete al despegar. Manifestación visual de las emociones y peligros de la historia.

Isla Nomanisa y el Tepuy venezolano (*Up*) tienen similitudes como escenarios del mundo especial, pues sirve como *arena general* de la guarida del villano[33]. En ambos sitios la tecnología a la disposición del oponente contrasta con la naturaleza circundante. Los protagonistas acceden desde el aire y en el caso de la selva, una densa bruma sirve de umbral entre el mundo ordinario de Carl y el misterioso territorio de formas caprichosas. Las características topográficas de la selva sudamericana son aprovechadas para subrayar el misterio sobre los peligros del viaje y producir humor en determinados momentos de la aventura, como cuando Carl cree haber visto a una persona y se trata de una formación rocosa.

Desde el punto de vista de las estrategias orientadas a niños y adultos, estos escenarios son presentados desde la mirada del personaje que los explora. Para Boo, la refinería de gritos es un lugar para investigar, donde incluso se relaciona con otros pequeños de Monstruópolis. Aunque sienta miedo en los momentos de tensión, lo cierto es que para ella es un juego estar allí. Otro tanto ocurre a Dash y a Russell, que a pesar de las pruebas que tienen que afrontar en el mundo especial, disfrutan mientras indagan los rincones de los nuevos territorios. En esa medida, el universo en el que se adentra les ofrece un cierto entretenimiento que es el mismo que se comunica a los espectadores.

Los mundos especiales de *Toy Story* 3 y *Monstruos S.A.* no son exóticos como los de *Up* y *Los Increíbles*. Sin embargo, son lugares recónditos de sus mundos cotidianos. Sulley

[32] *Op. Cit.,* COTTA VAZ, Mark, p. 110.
[33] *Arena de la historia* es el espacio básico del drama. Es un espacio particular y unificado como en el caso de Síndrome. Cfr. *Op. Cit.* TRUBY, John, p. 189.

debe adentrarse en los sótanos de la refinería de gritos en la que trabaja para conocer en profundidad la verdad de la empresa. Por su parte, Sunnyside se convierte en el escenario perfecto para un relato de fugas carcelarias, todo lo contrario de la habitación infantil en la que están habituados a vivir. Esta edificación construida por el hombre, en la que los niños son cuidados mientras sus padres trabajan, se convierte en la prisión de unos juguetes, con una serie de garitos, celdas y viviendas de lujo de algunos de personajes que detentan el poder, todo esto a partir de los elementos propios de la guardería. Cada objeto de esta peculiar localización se aprovecha como recurso para crear una atmósfera de peligro y de tensión mientras los juguetes llevan adelante su fuga.

Los paisajes de las aventura en el mundo especial en las películas de Pixar aprovechan cada elemento de los escenarios para comunicar los momentos de intensidad dramática de la narración, sin olvidar el humor. Escenas como la de Dash a mil por hora o la de Russell pilotando la casa de Carl no están exentas de la excitación que produce la inconsciencia de los niños ante el peligro. Emociones que también se suscitan en el espectador: tensión y humor al ver a los pequeños librar sus propias batallas a partir de su capacidad. La intensidad visual de estos escenarios es variada, pero mucho mayor que la que corresponde al mundo ordinario. Sin embargo, el nivel de contraste entre los componentes visuales aumenta en la siguiente fase.

13.2.3. Descenso a los infiernos

El descenso a los infiernos o la visita al Hades es un lugar común literario que tiene sus antecedentes en la antigüedad, en figuras como Orfeo o Hércules y forma parte de una de las fases del camino del héroe a la que Vogler denomina *odisea o calvario* y consiste en el encuentro del protagonista con la muerte. "El secreto de la Odisea es sencillo: los héroes deben morir para poder renacer después"[34]. Este momento crítico de la narración se ubica, generalmente, en el *midpoint* del guión y por tanto, no debe confundirse con el clímax de la historia, aunque como se verá más adelante, la prueba final pueda darse en el abismo.

Los héroes de Pixar atraviesan, en su mayoría, los niveles de interpretación del descenso a los infiernos expuesto por Sánchez-Escalonilla en su artículo "Heroes in Hell, the Descense into Death in Film Structure". De acuerdo con el estudioso madrileño, existen tres estratos en la visita al averno: el Hades como un encuentro temprano con la

[34] Cfr. *Op. Cit*, VOGLER, Christopher, pp. 191.

muerte, en el que el protagonista ve de cerca el final, pero sale airoso de ese trance; el rescate del Hades, donde la figura central de la narración se interna en el infierno para rescatar a las víctimas del peligro mortal, y el infierno como purificación del personaje, donde logra vencer el *fatal flow* que le impide alcanzar su meta externa [35].

Así, algunos protagonistas son conducidos durante su viaje a lugares donde tienen una primera visión de la muerte para mostrar su vulnerabilidad y prepararse para la prueba final. Por ejemplo, en *Los Increíbles*, Bob ve el esqueleto de Ultravisión en la gruta de la isla de Síndrome. En *Up* Russell y Carl comprueban el destino de otros exploradores que han visitado a Muntz con anterioridad[36]. Sulley es desterrado al mundo de los humanos, una deshonra para los monstruos, que para él cobra algo más de sentido. El personaje es privado de volver al mundo en donde ha dejado a Boo, que está en peligro. Además, la vida como la creía no existe ya: Sulley ha hecho daño a la niña sin querer, aparentemente ha perdido a su mejor amigo y Waternoose, su mentor en la empresa, comparte los planes malvados de Randall.

Asimismo, los héroes de Pixar suelen adentrarse en el Hades para rescatar a seres queridos en peligro. Es el caso de Sulley que vuelve a Monstruópolis, después de su destierro, para salvar a Boo y devolverla a su hogar. Woody también se interna en Sunnyside para rescatar a sus amigos. No obstante, su verdadero encuentro con la muerte es un destino que comparte con su pandilla en el incinerador de un vertedero de basura. Es la prueba suprema y su resurrección.

Todas las películas de *Toy Story* abordan la muerte, pero en esta última entrega, la cercanía del final es tangible. Si se compara el infierno literal que debe visitar Woody con otros descensos a los infiernos de los héroes de Pixar, el incinerador es el escenario que representa con más contundencia la inminencia del final. En él, la muerte es real. Aunque esto no significa que el Hades particular de otros protagonistas de Pixar no represente un riesgo muy alto, una purificación y una *derrota aparente*[37].

La comunicación de los momentos más sombríos de los protagonistas contrasta especialmente con el hogar desde donde parte el personaje. Las tonalidades frías de las cuevas del Yeti y Síndrome, así como la siniestra ambientación del dirigible de Muntz distan

[35] SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, "Heroes in Hell, the descense into death in film structure", en: *Journal of Popular Film and Television*, Heldref Publications, 2005, pp. 152-156. Sánchez-Escalonilla no utiliza el término *fatal flow*, que se introdujo en el capítulo 10 y que suele usar la consultora de guiones Dara Marks.

[36] En *Toy Story* 1, por ejemplo, Woody y Buzz ven como Sid "opera" a la muñeca de Hanna y en *Buscando a Nemo*, Marlin y Dory debe atravesar un bosque de medusas que terminan por herirlos pero no matarlos.

[37] La *derrota aparente* es el momento en que el protagonista cree firmemente que ha perdido frente al adversario. El mundo que representa este momento suele ser el más angosto de todos los representados. *Op. Cit.*, TRUBY, John, pp. 239-240.

mucho de la atmósfera cálida y confortable que desprenden otros lugares del recorrido. Por otra parte, estos espacios infernales se ubican en territorios asociados al sufrimiento, como el hielo impersonal que se ha relacionado a la muerte y a la vida dura. Del mismo modo que se ha hecho con los ambientes naturales agrestes y desconocidos que sirven para ocultar la tecnología empleada para el mal[38].

Los peligros que sufren los héroes en el mundo infernal están relacionados con la pérdida de las personas a las que aman más (Boo, Helen y los niños) y sus objetivos externos (la casa de Ellie, por ejemplo). En medio del dolor, Bob se purifica de su vanidad y descubre que no hay gloria que le aporte la alegría que le da su familia. Carl se da cuenta de que la aventura lo espera en las cosas cotidianas y que su fidelidad no debe ser un lastre, sino la auténtica vivencia del legado de su esposa. Sulley encuentra a alguien por quien merece la pena sacrificarse de veras y ser más consciente de sus actos[39].

Las localizaciones en las que los creativos de Pixar escenifican momentos claves de la narración (el estadio inalterado, la alteración, la lucha y el ajuste), remiten a lugares comunes y convenciones propias de las aventuras. La utilización de los componentes visuales y los elementos emocionales contribuyen a una comunicación visual de la intensidad dramática. Al estudiar el sentido del hogar en las historias de Pixar y contrastarlas con los ámbitos correspondientes al Hades, se comprende cómo estos ambientes inciden en los intereses temáticos de cada narración en rescatar como valor insustituible a la familia y a la amistad.

Desde el punto de vista de las estrategias emocionales para entretener a niños y adultos, los guionistas aprovechan cada elemento para despertar la imaginación e introducir al espectador de todas las edades en la historia, mediante los colores, las acciones y diseño de estos lugares[40]. Es posible que el público infantil no vea el alcance de sus significados, pero sí que es posible que comprenda las sensaciones que se le comunican a través de los elementos estéticos de la ambientación.

---

38 Cabe acotar que de todos los escenarios de Pixar, Radiator Spring, pese a ser un lugar idílico, representa un descenso a los infiernos donde Rayo purifica su arrogancia y egoísmo.

39 Otros ejemplos del infierno como purificación del héroe en las películas de Pixar son: Woody en el cuarto de Sid en *Toy Story* 1, el destierro de Flik en *Bichos*.

40 Los componentes visuales y auditivos contribuyen a crear sensaciones. En el caso del color, éste corresponde a momentos específicos de la historia y contribuye así a crear una curva de acción y emoción a lo largo del relato. Cfr. BACHER, Hans, *Dreams World*, Focal Press, 2008, pp. 138-139. En suma, se trata de parte del lenguaje cinematográfico que los niños aprenden gradualmente y, en esa medida comprenden los códigos empleados en las películas para comunicar emociones. El color es clave para los fondos porque a través de él se comunican emociones, sensaciones, momentos del día, luces y sombras, con las que se crea sensación de profundidad. Sobre este tema ver: *Op. Cit.*, FURNISS, Maureen, *Art in Motion: Animation Aesthetics*, John Libbeey, Londres, 1998, pp. 71-75.

13.3. La construcción de subtexto y los elementos de la escena

Las estrategias dramáticas que los creativos de Pixar aplican a la creación de universos diegéticos no sólo se ciñe al uso del contraste y la intensidad visual para comunicar sentido a través de las localizaciones donde se desarrolla la acción. Estos profesionales también acuden a la utilización de elementos significantes, que adquieren valor simbólico dentro de la misma historia o elementos emocionales que tienen ya una carga afectiva en el mundo del espectador, y que se incorpora al relato con el fin de enriquecerlo, crear un subtexto capaz de apoyar el tema, subrayar la acción, revelar al personaje y establecer una conexión con la audiencia.

El uso de símbolos –en palabras de Truby– es vital para la tarea del narrador porque proporcionan un lenguaje oculto que influye a nivel emocional en el público. Un símbolo es una imagen dotada de un poder especial que guarda valor para el espectador. De ahí que sea el condensador-dilatador más concentrado de la técnica de la narración[41]. En este epígrafe se estudiará el uso de la red de elementos significantes y emocionales en los filmes de Pixar, en donde se contempla la plasmación de la dimensión individual de los personajes (apariencia), el subtexto de las acciones, así como el uso del metalenguaje como táctica afectiva que vincula a las producciones de Pixar entre sí y a ellas con el público que las sigue.

13.3.1. Diseño de personajes y su red de objetos simbólicos

Del mismo modo que la ambientación apoya la temática del relato, el diseño de personajes crea a través de los componentes visuales las metáforas y simbolismos que contribuyen a subrayar los planteamientos argumentales y temáticos de la historia. Por ejemplo, en *Toy Story* se eligen dos de los mitos de Estados Unidos –el vaquero y el astronauta– para desarrollar la trama de rivalidad, que también se apoya en el contraste antigüedad / modernidad y western / ciencia-ficción, que se resuelve con una relación de amistad entre Woody y Buzz. Asimismo, el diseño de cada figura alude a su dimensión íntima y particular, como se aprecia en la red de símbolos asociados al sheriff. La estrella, el sombrero y la cartuchera para el revólver, que en su caso está vacía, remite al carácter

[41] Cfr. *Op. Cit.*, TRUBY, John, p. 271.

heroico del guardián, su estatus dentro de la sociedad del cuarto infantil y su carácter pacífico[42].

Desde el punto de vista de las estrategias orientadas a públicos heterogéneos, la elección de muñecos de los años 50 y 60 en este guión facilita el impacto emocional en todos los sectores de la audiencia[43]. Los mayores, más allá de reconocer las implicaciones que puedan traer consigo que Woody sea un vaquero y Buzz un astronauta, encuentran también un sentido afectivo más profundo. En palabras de Wells, estos "personajes de animación hacen participar a los espectadores con la necesidad humana de unión y afecto (…) Estos juguetes traen a la memoria de los adultos la relación que tuvieron con sus juguetes y el incondicional afecto que le otorgaron"[44]. Se apela así no sólo a la nostalgia, sino a un punto de referencia intrínseco dentro del desarrollo personal del auditorio.

El vestuario también es un rasgo a través del cual se comunica información importante sobre los conflictos del personaje, el tema de la historia, así como un elemento para propiciar el humor del espectador. En *Los Increíbles*, por ejemplo, el uso de antifaces apoya el tema de la protección y reconocimiento de la identidad. Asimismo, las capas que algunos superhéroes utilizan son ocasión para innumerables *gags*[45]. En otras producciones del estudio, se aprovecha la ropa de algunos secundarios para hacer guiños al espectador. Por ejemplo, en *Toy Story* 3, la camiseta de uno de los niños de la sala Oruga, es alusiva al número de Rayo McQueen, protagonista de *Cars*.

La elección de los colores y las líneas también se utilizan como un elemento distintivo y asociado a los personajes. En el mundo de *Up*, por ejemplo, las figuras geométricas como el cuadrado y el óvalo se identifican claramente con Carl y con Russell respectivamente, así como las líneas curvas se asocian a Ellie, gracias a los objetos que el personaje utiliza y que decoran su casa[46]. Así, en la escena en la que los sillones del matrimonio se quedan en la cima de Las Cataratas Paraíso, no hace falta palabras para explicar que, al vaciar su casa, Carl no ha desechado a Ellie, sino que el matrimonio

---

42 El otro elemento asociado al vaquero es el caballo, en este caso Perdigón constituye un compañero emocional de Woody, ya que más que se aguerrido corcel, actúa como mascota.
43 El Sr. Patata se lanzó en 1952, Slinky en 1953, Barbie 1959, los soldados de plástico en 1964, Ken en 1961.
44 *Op. Cit.*, WELLS, Paul (2002), p. 168.
45 Cfr. KARAMINAS, Vicky, "Luck Favours the Prepared, Constructing Contemporary Superhero Identities in American Popular Culture", en: paper presentado en el Simposio Imaginary World 2005, Universidad tecnológica de Sidney, Sidney, 2005, [agosto, 2010].
http://www.dab.uts.edu.au/research/conferences/imaginary-worlds/representing_traumatic_space.pdf
46 Algo similar se hace con WALL-E y EVA, un requerimiento que se expresa ya en el guión de la película. Cfr. *Op. Cit.*, STANTON, Andrew, REARDON, Jim, p. 8.

permanece unido en el lugar de los sueños infantiles de ella y en el corazón siempre joven de él[47].

Otro caso digno de resaltar sobre el diseño de la apariencia del personaje se encuentra en *Los Increíbles*, donde la dimensión particular del personaje influye en su propio diseño. Brad Bird cuenta que se inspiró en los arquetipos familiares para otorgar los poderes a cada miembro de los Parr: "el padre se espera que sea el más fuerte de todos, por eso, el superpoder de Bob es la fuerza. La madre siempre está yendo en diferentes direcciones y por eso la hice elástica. Los adolescentes, particularmente las chicas, son inseguras y defensivas, de modo que pensé en la invisibilidad y en los campos de fuerza para Violeta. Los niños de diez años son bolas de energía hiperactiva y los bebés son un potencial sin descubrir"[48].

En esta misma película, se puede encontrar un ejemplo que deja patente cómo el diseño apoya el contenido profundo del filme mediante la creación de la apariencia de protagonista y villano. En el capítulo sobre personaje se decía que Síndrome era un producto de Mr. Increíble. Esto mismo debieron pensar los artistas de historia Tony Fucile y Teddy Newton, quienes tuvieron la tarea de crear el aspecto de Síndrome. Cuando llegaron con sus bocetos finales –relata Lou Romano, diseñador de producción de la cinta– repararon en que el personaje ¡era Brad Bird!, "la misma cara, ojos e intensidad, pero en un grado mayor…"[49]. Aunque el aspecto de Bob/Mr. Increíble no está basado en el director, sino que remite a una vieja gloria del fútbol americano, Bob comparte rasgos físicos con el villano –y por tanto, con Bird–, lo mismo que con Dash, por razones obvias. De esta manera, el diseño de los personajes hace que las similitudes entre oponente y héroe sean realmente inquietantes: una muestra de lo que puede llegar a ser el protagonista si abandona sus valores heroicos[50].

Escribir para niños exige la máxima sencillez y economía[51]. A este respecto, el manejo de una red de objetos significantes condensa una gran cantidad de información

---

[47] En su artículo "Representation of Children in the Pixar Films: 1995- 2009", Iris Shepard relata cómo respondieron sus hijos de ocho y cuatro años a las pregunta de cómo reconocían el sexo de los robots. El mayor de los niños, declaró que por sus voces y porque "además, EVA es más bonita y limpia". Por su parte, el chico menor respondió que por la forma de EVA y porque "ella viste un traje". *Op. Cit.*, SHEPARD, Iris, "Representation of Children in the Pixar Films: 1995- 2009", p. 5. Aunque ésta no es una muestra significativa, el uso de líneas y colores parece ser un recurso fácilmente reconocible por la audiencia menos madura.

[48] *Op. Cit.*, PRICE, David, pp. 220-221.

[49] *Op. Cit.,* COTTA VAZ, Mark (2004), p. 126.

[50] Otro personaje que tuvo como inspiración a un componente del equipo de producción fue Russell, cuyo diseño se baso en Peter Sohn, animador veterano y director del corto *Parcialmente nublado*.

[51] Cfr., *Op. Cit.*, LAVANDIER, Yves, p. 496.

emocional sobre el protagonista, que puede ser reconocido por el espectador con más o menos profundidad, según su madurez. Para ello, los guionistas de Pixar dejan patente, en un primer nivel de comprensión, el valor de los objetos y la significación que ellos tienen tanto para el personaje como para la historia. La estrategia empleada para trasladar estos significados a la audiencia infantil se acerca a la misma dinámica que los pequeños usan en sus juegos[52]. En el momento que una cosa adquiere un nuevo sentido, se explica el por qué de la metáfora o se muestra a través de una acción reconocible que este cambio es importante en la relación de los personajes[53]. Así, la interpretación de los símbolos en el relato resulta más accesible a todos.

El reconocimiento es fundamental en la construcción del subtexto. En *Los Increíbles*, por ejemplo, se expresan las sospechas de una posible infidelidad por parte de Bob tan sólo con el hallazgo del pelo de Mirage en el traje de Mr. Increíble. Una connotación orientada sólo a los adultos. No obstante, el guión orienta a los niños hacia las sospechas de Helen de que Bob le miente respecto a su trabajo, a través de un remiendo en la prenda del superhéroe y la escucha de una llamada de Mirage.

En cambio, en *Up*, la chapa de refresco que Ellie da a Carl para hacerlo miembro del club de exploradores, se expresa en una acción propia de los niños. Un objeto de desecho se convierte en un símbolo de amistad y un distintivo. En un nivel más profundo remite a la familia que ello forman y a la exclusividad de la relación. Llegado el final de la historia, la insignia, adquiere un significado más amplio, aunque cumple la misma función del principio. La tapa de botella se convierte en el botón que falta en el fajín de Russell y que le permitirá lograr su meta externa: su transformación en un explorador Senior, lo cual no es poco. Sin embargo, en un nivel más hondo, constituye el verdadero componente que falta a Russell para ser feliz (meta interior): tener una figura paterna con su incorporación a la familia de Carl.

---

52 Entre los tres y cinco años, se desarrolla la imaginación infantil, de manera que en sus juegos, los niños de esa edad son capaces de crea símbolos a partir de cualquier cosa: una caja de zapatos se puede transformar en un camión o un castillo. Cfr. *Op. Cit.*, HERVAS, Esther, p. 2.

53 En *Bichos,* Flik explica a Dot que debe tener paciencia porque está creciendo, como una semilla. Esta escena tendrá una significación emocional entre los personajes y entre ellos y el público. En *Cars*, se asocia el vacío que queda de una actitud de búsqueda del éxito por éxito, con la imagen de los trofeos de Doc y su conversación con Rayo.

13.3.2. El uso del metalenguaje como estrategia emocional

El metaleguaje es un discurso articulado sobre otro discurso[54]. En el caso de Pixar, en este trabajo se ha venido insistiendo en el modo en que los cineastas del estudio hacen referencia a otros filmes. La influencia de otros directores en los autores de la casa se hace patente en una clave más culta que lúdica. No obstante, sería injusto negar que este recurso se emplee con frecuencia para suscitar las risas del auditorio. Esta táctica busca sobre todo al público más maduro.

Pero, así como se hace referencias a títulos de las cinematografía de todos los tiempos, en la producción de Pixar se recurre a la inclusión de personajes y elementos que se asocian al propio estudio, como son objetos característicos de sus películas anteriores y de aquellas por estrenar. Esta es una costumbre que es ya tradición entre sus seguidores de todas las edades y que representa una técnica emocional que conecta al público con la empresa[55]. Un espectador infantil o adulto que siga los lanzamientos de Pixar puede participar en el juego de reconocer estos *guiños*, sin que éstos entorpezcan la narración sino que la enriquezca con un elemento lúdico. Gracias a este recurso se integra el mundo real a un mundo virtual, el diegético, donde se encuentran una serie de marcas, empresas y símbolos asociados a Pixar. Entre ellos se pueden mencionar algunos ejemplos:

- **Dinoco**: marca de carburantes y estaciones de servicio (*Toy Story*), patrocinador principal de las 400 vueltas Dinoco (*Cars*).
- **Buy and Large**: empresa que fabrica casi todo y que gobierna el mundo apocalíptico de WALL-E.
- **Pizza Planet**: centro de ocio y restaurante de comida rápida (*Toy Story*), su camioneta ha aparecido en casi todos los filmes de Pixar, menos en *Buscando a Nemo*, por el predominio de las localizaciones submarinas.
- A113, número del aula de CalArts en la que estudiaron John Lasseter y Brad Bird. Aparece en casi todas las producciones de la casa.
- Entre objetos emblemáticos del estudio se pueden mencionar la pelota y el flexo de *Luxo Jr.* que aparecen en *Toy Story*, *Monstruos S.A*, entre otros.

[54] Cfr. HAYWARD, Susan, *Cinema Studies: The Key Concepts*, Routedge, Nueva York, 2006, 219.

[55] Esta estrategia no es original de Pixar, ya Disney ha empleado técnicas similares en producciones del pasado como Basil, el súperdetective o cualquiera de los largometrajes del segundo florecimiento de la animación mainstream estadounidense. Asimismo, en Disney Channel se juega con la identificación de figuras alusivas a Mickey Mouse en elementos del decorado de sus escenarios, por ejemplo.

- Varios de los personajes de sus cortos han saltado a los largometrajes de la casa. Entre otros ejemplos se pueden mencionar los casos de Lingüini, protagonista del corto *Abducido*, y del anciano protagonista de *El juego de Geri,* que hace su aparición estelar como el restaurador en *Toy Story* 2.
- Personajes de sus largometrajes aparecen en otros largometrajes como Nemo y Jessie en *Monstruos S. A.*, y Lotso en *Up*. En el caso del pez y del peluche se trata de una introducción previa a sus respectivas películas. En *Toy Story* 3, se puede comprobar el paso del tiempo para Boo, que asiste a Sunnyside (sala Mariposa), así como para Sid, que se dedica a recoger la basura. Se le puede reconocer por su camisera negra, estampada con una calavera en el pecho y por su gusto por el rock[56].

13.2.3. La actuación del personaje más allá de las palabras

De acuerdo con Alfred Hitchcock, "cuando se escribe una película es indispensable separar claramente los elementos de diálogo y los elementos visuales y, siempre que se pueda, conceder preferencia a lo visual sobre el diálogo. Sea cual sea la elección final, con relación a la acción que se desarrolla, debe ser la que con mayor eficacia mantenga el interés del público (…) el rectángulo de la pantalla debe estar cargado de emoción"[57]. Y es que como afirma Kallas "la emoción está en lo que la imagen comunica. Las emociones influyen el conocimiento de la experiencia humana, debido a que ellas mismas son un medio de comunicación"[58].

Hasta ahora se ha hablado de cómo los componentes visuales de las películas de Pixar pueden contribuir a comunicar compasión al comienzo de *Up* o nostalgia en el cierre de *Toy Story* 3, mediante el uso simbólico de elementos, en donde un simple cambio de corbatas puede significar el paso de los años en la vida de un personaje. Este apartado sobre lo visual se detendrá brevemente en la representación de la acción, con el fin de hacer un apunte sobre otra estrategia narrativa, que en este caso corresponde más a la fase de

[56] Cfr. VV.AA., *Pixarpedia, a complete guide to the world of Pixar... And Beyond!*, DK, Londres, 2010, p. 327. El efecto emocional en aquellos que reconocen al personaje oscila entre la sorpresa, la risa y la pena porque con el paso de los años, Sid se dedica a recoger basura, mientras Andy va a la universidad…
[57] *Op. Cit*. TRUFFAUT, François, p. 59.
[58] *Op. Cit.*, KALLAS, Christina, p. 110.

storyboard que a la de escritura del guión, pero que se considera importante dentro de las técnicas orientadas al entretenimiento de públicos heterogéneos[59].

La representación de la acción está compuesta por el propósito que se plantea con ella y por su expresión. En animación, como explica Wells, la plasmación visual de la acción generalmente viene influida por la tradición de la caricatura, donde operan los mecanismos de la sátira. La caricatura permite incluir comentarios connotativos a través de la exageración de ciertos actos físicos y del diseño, que a su vez permiten redefinir y exagerar aspectos del cuerpo o de la ambientación[60]. Un ejemplo es el tamaño del Sr. Puaj, jefe de Bob en *Los Increíbles*. El contraste entre director y empleado hace más patente e irónico que seres mezquinos puedan tener un cierto poder sobre el trabajo de personas más fuertes y de mayor altura moral.

El humor visual se relaciona a la discrepancia entre la figura y el fondo, la forma visual y su significado habitual[61]. Esto ocurre, por ejemplo, en *Up*, cuando Carl oprime la cabeza de un sapo, como si se tratara de un reloj despertador al que le apaga la alarma; en *Monstruos S. A.* donde un personaje tan adorable como Boo asuste a las criaturas fantásticas[62].

El absurdo de las situaciones suscita la risa de la audiencia en general, mientras el sentido más profundo de las escenas llega con claridad a la audiencia más adulta. La paranoia de los miembros del CDA cuando un monstruo ha tenido un contacto mínimo con un niño, consigue divertidos *gags*, que contienen una crítica hacia ciertas actitudes obsesivas y temores de la sociedad respecto al posible daño que pueden ocasionar algunas sustancias, por ejemplo.

Escenificar supone colocar a los personajes en una posición específica en la escena para revelar los matices de lo que se quiere comunicar con la acción, esto incluye cada gesto del personaje y cómo muestran aquello que no se debe decir de manera directa[63]. En *Los*

---

[59] Como afirman Thomas y Johnston, escribir un *gag* es distinto que plasmarlo visualmente, porque en el proceso del dibujo se cuenta además con la sensibilidad del artista, del animador que imprime con su trazo, el movimiento y la personalidad del personaje. Cfr. THOMAS, Frank, JOHNSTON, Ollie, *Too Funny for Words*, Abbeville Press, Nueva York, 1987, p. 15.

[60] Cfr. *Op. Cit.*, WELLS, Paul (2000), p. 188.

[61] Cfr. LORENZO HERNÁNDEZ, María, "The Double Sense of Animated Images, A view on the Paradoxes of Animation as a Visual Language", en: *Animation Studies*, Vol 2, 2007, p. 37.

[62] Cfr. DELMAN, Todd Scott, *Collaboration With Children in the Character Design Process for a Short, Animated Film*, tesis de máster en Bellas Artes, Universidad estatal de Ohio, 2004, pp. ii-iii.

[63] Cfr. *Op. Cit.*, BAXTER, Charles, pp. 13-14.

Increíbles se pueden encontrar escenas construidas a partir de un subtexto inteligente, como la discusión nocturna de los esposos Parr[64]:

BOB
¡Revivir los días de gloria es mejor
que actuar como si no hubieran existido!

HELEN
Si, existieron. Pero esto, nuestra
familia, ¡es lo que está pasando ahora,
Bob!¡Y te lo pierdes! No puedo creer
que no vayas a la graduación de tu hijo!

BOB
¡No es una graduación! ¡Pasa de cuarto
a quinto grado!

HELEN
¡Es una ceremonia..!

BOB
¡Es una locura! Celebran la mediocridad,
pero si alguien es genuinamente excepcional…

HELEN
¡No se trata de tí, Bob!
¡Se trata de Dash!

BOB
¿Quieres hacer algo por Dash?
¡Deja que compita! ¡Que haga deporte!

HELEN
¡Yo no soy el enemigo aquí!
¡Sabes por qué no podemos!

BOB
¡Porque sería estupendo!

HELEN
¡No se trata de ti![65]

En esta línea, Helen se alarga hasta sobrepasar la estatura Bob. El uso que hace Helen de su superpoder enfatiza el punto que debate el personaje y subraya el conflicto interno de Bob, quien se muestra realmente incómodo al no poder gritar lo frustrado que se encuentra. Al mismo tiempo, este acto de Helen fue un recurso que Brad Bird y los artistas de historia usaron como "una salida física para mostrar que la discusión era entre

[64] Este filme es la única producción de Pixar que hasta el momento ha usado la metamorfosis como estrategia narrativa, en las transformaciones de Jack Jack en manos de Síndrome.
[65] *Op. Cit.*, BIRD, Brad, *The Incredibles*, versión final del guión, p. 34.

iguales"[66]. La intensidad de la discusión entre la pareja y el contraste entre la envergadura del hombre y la figura menuda de ella, podría presentar una inquietante sensación de que él podría hacerle algún daño[67].

La utilización de la imagen y las posibilidades de la animación es aprovechada también para dejar claro el objetivo de la escena. Asimismo, el uso de la elasticidad de Helen en dos ocasiones dentro de la secuencia, mantiene el elemento fantástico y la consciencia del espectador de que está viendo un filme de animación. Es un recurso que distiende la intensidad de la situación y que permite a los más jóvenes comprender que es una discusión que no irá a más, aunque reconozcan el miedo de Violeta y Dash ante la escena que protagonizan sus padres, y que lleva a la mayor de los niños a sospechar que la unidad de su familia está en peligro.

El poder comunicativo de los componentes visuales y el modo en que se utilizan en las películas de Pixar revela cómo las estrategias emocionales orientadas públicos conforman un todo, en donde cada elemento apoya el doble nivel de lectura infantil y adulta. Asimismo, los universos diegéticos, su ambientación y red de elementos emocionales y significantes no dejan lugar a dudas de la importancia que tienen la familia, la amistad y la mirada infantil como valores primordiales en toda la producción de Pixar.

[66] "The Oscar; best Screenplays: The Incredibles, Written by Brad Bird", en: *New York Time*, 13 de febrero de 2005, [agosto 2010]. http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9B07E1D91F3BF930A
[67] Cfr. *Op. Cit.*, "Comentarios del director", en: BIRD, Brad, *Los Increíbles* [DVD].

Luego de analizar el proceso creativo y los elementos propios del guión –personaje, diseño narrativo y ambiente– en las historias de Pixar desde 1995 hasta 2010, se puede concluir que no existe evidencia alguna de que los creativos de este estudio cinematográfico sigan una fórmula dramática única para orientar sus contenidos a públicos heterogéneos, aunque existan coincidencias estilísticas en ellos. Los guiones de Pixar son el resultado de unas estrategias narrativas compensadas y pensadas para que cada elemento que compone el relato facilite la conexión con una amplia audiencia.

Las técnicas dramáticas empleadas por los guionistas de Pixar se distinguen por su uso original, que responde a las necesidades narrativas de cada proyecto, en donde se apela a valores y necesidades básicas del ser humano, que dada su universalidad pueden ser comprendidas por los espectadores de distintas edades según su madurez.

I. El estudio del proceso creativo de Pixar, así como de la trayectoria y estilo particular de cada uno de sus directores, no deja lugar a dudas de que, si bien los guiones de la productora responden a unos ciertos rasgos relacionados con su marca, cada una de sus historias refleja los intereses temáticos y estéticos de su realizador. De este modo, se descarta el seguimiento de una fórmula para obtener un mismo tipo de tramas o arquitramas.

II. Por su parte, la filosofía creativa y el proceso de desarrollo de Pixar muestran una clara influencia en la elaboración de la doble lectura infantil y adulta en las historias que producen, al propiciar ambientes de colaboración destinados a un sólo interés: la calidad de la historia. A esta dinámica se suma el tiempo empleado a la reescritura del guión y al cuidado de los detalles que componen la narración, puesto que facilita la construcción de un subtexto adecuado a una audiencia heterogénea.

III. Pese a que cada película de Pixar es fruto de los intereses temáticos y artísticos de sus directores, el conjunto de las producciones del estudio reflejan una evolución temática que ha implicado una sofisticación más o menos acusada del discurso, como puede ser el uso de recursos como el *flashback* y situaciones más bien oscuras para los niños. Aún así, se pueden seguir considerando historias para todas las edades.

IV. El análisis comparativo de los guiones de la filmografía de Pixar –desde *Toys Story* 1 hasta *Toy Story* 2– deja ver una serie de coincidencias en el modo de diseñar sus contenidos para orientarlos a niños y adultos. Estas tendencias revelan un factor poliédrico en la matriz creativa y del estilo de todos los proyectos de Pixar hasta 2010:

a. Los personajes, las historias y el ambiente evidencian la conjunción de la fantasía propia de la imaginación infantil con las cuestiones adultas. La fantasía permite al narrador hacer alegorías de los retos que el hombre debe enfrentar a cualquier edad: la separación, la paternidad, la protección de su familia, los propios temores, la aceptación del paso del tiempo y la muerte, entre otros asuntos de hondo calado antropológico.

b. Las premisas creativas de estos guiones beben de relatos fundamentales, pero también del cine de todos los tiempos y de la cultura popular. De este modo los creativos de Pixar actualizan los referentes y presentan de una manera atractiva y cercana las cuestiones que se tratan en las historias.

V. La paradoja subyace también en todas las *story line* de los guiones estudiados. La unión entre el elemento ordinario (familiar) sobre el cual se construyen los personajes de Pixar, y las circunstancias extraordinarias en que se ven envueltos. Una vuelta de tuerca que siempre promete conflicto y emociones intensas. Esta paradoja de las dimensiones ordinaria y extraordinaria ha terminado conformando una premisa presente en todas las *story lines* de los guiones de Pixar

VI. La sencillez de las premisas argumentales se combina con la complejidad que suponen la construcción de un subtexto que permite abordar en profundidad los temas y conflictos presentes en la historias destinando su contenido a los espectadores más maduros.

VII. La intemporalidad de sus relatos se combina con un elemento nostálgico que permite hablar a todos los públicos y que mantiene vigente las historias.

VIII. La elección del género de aventura en todos los guiones estudiados evidencia la idoneidad de este género para elaborar contenidos orientados a públicos de todas las edades, especialmente lo más jóvenes, gracias a sus amplias posibilidades para presentar escenarios desconocidos, misteriosos y espectaculares, con lo que se puede ofrecer un entretenimiento cargado de imaginación y emoción.

IX. Los elementos fundamentales y estructurales de los guiones analizados ponen en evidencia el aprovechamiento del elemento lúdico propio de ciertas técnicas dramáticas como la ironía y el metalenguaje para, de manera ingeniosa, suscitar el interés y la participación del público de todas las edades en su propio entretenimiento.

a. El elemento lúdico presente en las dinámicas narrativas no supone en estos guiones una táctica destinada sólo a suscitar humor, sino también a apoyar aspectos de la narración como el conflicto del personaje, a revelar su nivel emocional en un sentido profundo y a proporcionar conocimiento sobre el tema del argumento.

b. El elemento lúdico se revela también en la combinación de géneros presente a lo largo del relato y que forma parte de su estrategia emocional.

c. Las situaciones de juego dentro de las historias de Pixar también se emplean como un puente de reconocimiento de ciertas situaciones dramáticas, especialmente para los niños más pequeños presentes tanto en la diégesis como en el público.

d. En todos los guiones analizados, la ironía dramática se plantea en distintos grados de sofisticación y en medio de situaciones fácilmente reconocibles para los espectadores de todas las edades. Esto implica, por una parte, la construcción de un subtexto adecuado a la comprensión del público y, por la otra, la necesaria prevención para que el propio recurso no interfiera en el desarrollo argumental ni en su comprensión

e. El uso de la ironía, el metalenguaje o la introducción del aspecto lúdico a través de estrategias narrativas en cada guión de Pixar pone de relieve la imaginación y el ingenio de los creativos del estudio. Ninguna de las historias estudiadas usa de la misma manera estas herramientas.

X. Dado que las emociones son un factor clave en la comunicación estética, la elección de un enfoque basado en las estrategias afectivas resultó adecuada y útil para comprender el objeto de estudio de esta investigación. De las estrategias emocionales empleadas en los guiones analizados se pude concluir:

a. La fuerza de las historias de Pixar se basa principalmente en el factor humano que contienen. Esto se traduce en que sus protagonistas persiguen objetivos externos poderosos, tienen motivaciones valiosas y sus relaciones con personajes secundarios son relevantes y universales, es decir, compresibles en todos los niveles.

b. Las estrategias emocionales de los guiones estudiados son un vehículo para potenciar temas de entidad. No se busca emocionar por emocionar.

c. En los guiones de Pixar se recurre a las emociones como un instrumento eficaz para revelar el ámbito más íntimo del personaje (expresado en una meta interior) y la propuesta temática del guión. La universalidad de los sentimientos representados en cada escena y las reacciones afectivas que suscitan se adecuan al grado de compresión del espectador, según su edad.

d. La estrategia afectiva de Pixar para construir contenidos orientados a públicos heterogéneos no se limita a los sentimientos implicados en los conflictos, sino a también a un tipo de reconocimiento e identificación presente en escenarios y situaciones en las que no se refleja tensión alguna, para reforzar la implicación del espectador con el relato.

XI. El diseño de personajes en los guiones estudiados apunta al empleo de técnicas dramáticas orientadas a suscitar fascinación, reconocimiento y misterio en todas las edades, con independencia de si se trata de una figura infantil o adulta. Para ello se recurre a la paradoja como elemento enriquecedor de su dimensión particular y de su caracterización:

a. Los personajes provienen en su gran mayoría de figuras clásicas de la fantasía asociadas a la audiencia infantil, como las fábulas, en donde objetos inanimados y animales pueden hablar, o bien los humanos poseen superpoderes o se transforman en héroes de acción a pesar de ser unos abuelos. Sin embargo, sus roles y preocupaciones suelen corresponderse a roles y preocupaciones de personajes psicológicamente adultos.

b. La dimensión particular de los personajes de Pixar constituye una de las bazas principales de su atractivo para los espectadores de todas las edades. En un primer nivel de sentido, las figuras de Pixar conectan de manera directa con la imaginación infantil. Sin embargo, atraen al adulto que es capaz de comprender la estrecha relación que existe entre la dimensión particular de los personajes con sus conflictos y caracterización. Así, un juguete es un personaje idóneo para representar la generosidad que supone el amor de un padre hacia un hijo, pues lucha por estar junto al niño siempre que lo necesite; una tortuga puede hablar de no controlar en exceso a los hijos, o una rata que quiere ser chef pueda ser la figura que trate el tema de la discriminación, por mencionar algunos ejemplos.

c. La caracterización de todos los personajes de Pixar resulta sólida y su coherencia se revela en todos los aspectos que la componen. Los diálogos reflejan claramente la personalidad de los personajes y apoyan a un subtexto emocionalmente impactante.

XII. Las implicaciones de que todos los guiones de Pixar hasta el momento sean protagonizados por adultos, aunque en ocasiones se hacen acompañar por co-protagonistas infantiles, parece indicar que éste es un medio idóneo para alcanzar al público familiar.

a. El hecho de contar un protagonista adulto facilita que la línea principal del argumento pueda tratar cuestiones que interesen a mayores y niños, así como profundizar en los conflictos del personaje y en su arco de transformación para lograr un mayor impacto temático en el público.

Asimismo, la presencia de una figura central no infantil permite desarrollar tramas encabezadas por héroes forjados o relatar la historia de un viajante iniciático. Historias

que resultan atractivas para la audiencia, en la que el personaje suscita admiración y emulación.

b. La caracterización de los protagonistas y co-protagonistas adultos permite combinar rasgos infantiles y adultos en el personaje y así se facilita su identificación por parte de espectadores de diversas edades.

XIII. La mayoría de los guiones de Pixar están protagonizados por héroes o por candidatos a serlo. Este aspecto es fundamental, desde el punto de vista de los valores humanos que promueven las historias del estudio y el tipo de modelos que propone.

a. La preponderancia numérica de héroes forjados sobre otros arquetipos en las producciones de Pixar, lleva a pensar en el interés que tiene la productora en presentar una opción excelente como modelos de vida tanto a niños como a adultos.

b. Los guiones estudiados ofrecen una visión optimista de la heroicidad de sus personajes tanto adultos como infantiles, lo que hace accesible a todos los sectores de la audiencia, aunque no deja de mostrar cómo las peores batallas se libran en el corazón del héroe.

c. La importancia del heroísmo en estos guiones se revela también a través de la figura antagónica de algunas de sus historias, donde los villanos de mayor repercusión son aquellos que estuvieron llamados a ser héroes o son héroes caídos.

XIV. El personaje infantil de Pixar encarna varias facetas de la niñez, en donde el elemento simbólico cobra una importancia vital para trasladar los valores y el argumento moral del guión. Así, la figura de los niños representa la inocencia a la que hay que proteger, la mirada sin prejuicios ante la vida que hay que imitar y modelos de conducta en los que los pequeños y los adultos de la audiencia se pueden reconocer.

a. El mundo infantil es presentado como el ámbito de la ingenuidad, de la alegría, de la imaginación y de la exploración. De aquí se deduce una cierta admiración hacia los niños en estos guiones, en especial por su peculiar manera de ver el mundo sin prejuicios.

b. La sencillez infantil se muestra como un elemento benefactor en los personajes heridos.

c. La valoración del comportamiento infantil se muestra en el relato de una manera clara, lo que brinda a los pequeños la posibilidad de apreciar comportamientos en los que se puede reconocer y las consecuencias de sus actos.

d. El tratamiento de los niños en las historias de Pixar refleja el papel del adulto como protector de su inocencia y el garante de su felicidad.

XV. Las relaciones de los personajes en los guiones estudiados no sólo añaden profundidad a la historia, sino que también representan un rasgo crucial en la construcción de niveles de lectura, gracias a su capacidad de suscitar identificación y reconocimiento de los espectadores con la narración.

a. La exploración de relaciones de amistad y de familia por parte de los guiones de Pixar es un rasgo fundamental en el éxito de la estrategia emocional orientada a audiencias de todas las edades, debido a la universalidad y valor que tienen en la vida de todo hombre.

b. La importancia de las relaciones familiares y de amistad en los argumentos analizados, así como su reiterada presencia dentro de estas historias, evidencia el alto valor que tienen dentro de la producción de Pixar, donde se revelan como las relaciones más excelsas de la vida de cualquier persona y a cualquier edad.

XVI. La red de personajes resulta indispensable para trasladar un tono infantil y adulto a las historias, así como para comunicar el tema del guión en distintos niveles de lectura.

XVII. El diseño narrativo de las historias de Pixar resulta a todas luces canónico. Cada uno de los componentes estructurales del relato sugiere un cuidado excepcional en la selección de los eventos para revelar progresivamente al personaje y sustentar la postura temática del guión.

a. Cada acto dramático cumple su función de suscitar de atracción (acto I), tensión y anticipación (acto II), así como satisfacción (acto III), mediante el establecimiento de altas apuestas emocionales y su aumento progresivo.

b. La claridad de las acciones y el modo en que están ordenadas dejan patentes las ideas que el discurso quiere demostrar en un primer nivel de compresión del relato. Asimismo, este diseño narrativo facilita el flujo emocional y su incremento a lo largo de los actos dramáticos, de manera que el tema afectivo pueda ser reconocible.

c. El ritmo dramático reclama la atención del espectador en todo momento y no impide la comprensión.

d. En cada uno de los guiones estudiados se emplean persecuciones, rescates y el manejo de la ironía dramática como recursos de suspense y tensión, así como para provocar un sentido de urgencia, lo que lleva a pensar su efectividad para mantener las apuestas emocionales en un nivel muy alto y el poder que esto tiene en todas las edades.

e. Cada elemento estratégico del diseño narrativo es aprovechado para mostrar las reacciones del protagonista en cada evento del guión, de manera que pueda verse con cierta claridad su arco de transformación, aunque la dimensión más profunda se expresa a través del subtexto.

XVIII. El aspecto más evidente en el que se reúnen la lectura infantil y la adulta de las películas de Pixar estriba en el diseño de sus universos diegéticos. La clave en la que radica su atractivo para todas las audiencias es la combinación de la maravilla que reside en los mundos propios de la imaginación de los niños y el ingenio con el que los creativos de Pixar convierten estos espacios en contextos en los que el público pueda reconocerse, mediante la creación de figuras y espacios imaginarios asociados a la realidad del espectador.

a. Los ambientes representan, por una parte, una visión extraordinaria del mundo ordinario (*Toy Story*, *Ratatouille*) y, por la otra, refleja la cotidianidad de espacios singulares e imaginativos (*Up*, *Monstruos* S.A., *Cars*,) y en algunos casos futuristas y apocalípticos (*Los Increíbles, WALL-E).*

b. En los guiones estudiados se aprecia un aprovechamiento de las reglas de posibilidad que rigen estos mundos para los objetivos dramáticos el relato, al tiempo que ofrecen una sólida base para la verosimilitud de la historia.

XIX. El poder comunicativo de los ambientes y localizaciones son aprovechados en los guiones para provocar la intensidad emocional de la estructura narrativa, de manera que esta información pueda trasladarse a través de su diseño a los espectadores.

a. Las localizaciones en las que los creativos de Pixar escenifican momentos claves de la narración (el estadio inalterado, la alteración, la lucha y el ajuste) remiten a lugares comunes y convenciones propias de las aventuras, en donde la utilización de los componentes visuales y los elementos emocionales contribuyen a una comunicación visual de la intensidad dramática.

b. En los guiones de Pixar se aprovecha la red símbolos, objetos emocionales y significantes de sus ambientes para despertar la imaginación e introducir al espectador de todas las edades en la historia, mediante los colores, las acciones y el diseño de localizaciones. Es posible que el público infantil no aprecie el alcance de sus significados, pero sí las sensaciones que se le comunican a través de los elementos estéticos de la ambientación.

c. Los guionistas de Pixar dejan patente, en un primer nivel de comprensión, el valor de los objetos y la significación que ellos tienen tanto para el personaje como para la historia, en la se siguen una estrategia comunicativa cercana a la dinámica del juego. En el momento que una cosa adquiere un nuevo sentido, se explica el porqué de la metáfora o se muestra a través de una acción reconocible que este cambio es importante en la relación de los personajes. Así, la interpretación de los símbolos en el relato resulta más accesible a todos.

d. La extensión de lo lúdico como estrategia narrativa orientada a amplias audiencias alcanza a una táctica de fidelización con la marca Pixar, al crear una serie de sellos y vínculos de complicidad con el espectador de cualquier edad que siga la producción del estudio. De este modo se emplea un tipo de ironía dramática al alcance de los niños más maduros a través de la ambientación de sus historias.

e. Al estudiar el sentido del hogar en las historias de Pixar y contrastarlas con los ámbitos correspondientes al Hades, se comprende cómo estos ambientes inciden en los intereses temáticos de cada narración en rescatar como valor insustituible a la familia y a la amistad.

XX. La transmisión de los valores en los guiones de Pixar se expresa en el argumento, primera instancia de comprensión de una historia, pero se profundiza en ellos a través del arco de los personajes y a la organización de los eventos de la trama. De este modo, los espectadores pueden comprender la propuesta moral de las historias según su grado de madurez.

a. La representación de las virtudes y defectos de los personajes se llevan a cabo de manera diáfana, al mostrarse las consecuencias nocivas de ciertos comportamientos, así como el efecto benefactor de sus acciones nobles.

b. En este sentido, el arco de transformación de los personajes de Pixar deja patente la capacidad que tiene un individuo en la vida de los demás, así como la importancia de la solidaridad entre los miembros de una comunidad.

c. Debido a la preponderancia de los valores heroicos, el egoísmo, la mentira y la vanidad son presentados como las actitudes más negativas.

XXI. Al finalizar este trabajo surgen otras líneas de investigación que completen la visión sobre la construcción de un doble nivel de lectura infantil y adulta, que requerían un trabajo de investigación de audiencias mediante metodologías de análisis específicos como, por ejemplo, grupos de discusión. Así como otros análisis cualitativos sobre la preponderancia de ciertas estrategias sobre otras.

AMIDI, Amid, *The Art of Pixar Short Films*, Chronicle Book, San Francisco, 2009.

Aristóteles, *Retórica*, (traducción de Quintín Racionero), Gredos, Madrid, 1999.

Aristóteles, *Ética Nicomaquea*, (traducción de Julio Pallí Bonet), Gredos, Madrid 1985.

Aristóteles, *Poética*, (edición trilingüe, por Valentín García Yebra), Gredos, Madrid, 1974.

AUSTIN, Thomas, *Hollywood, Hype and Audiences, Selling and Watching Film in the 1990s*, Manchester University Press, Manchester, 2002.

BACHELARD, Gastón, *Poética del espacio*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2000.

BACHER, Hans, *Dream Worlds, Production Design for Animation*, Focal Press, Oxford, 2008.

BALIO, Tino, *Grand Desing, Hollywood as a Modern Business 1930-1939*, Charles Scribner's Sons, Nueva York, 1993.

BALLON, Rachel, *Breathing Life into Your Characters*, Writer Digest Book, Cincinati, 2003.

BAXTER, Charles, *The Art of Subtext*, Graywolf Press, Saint Paul, 2007.

BAZALGETTE, Cary, BUCKINGHAM, David (eds.), *In front of the Children: Screen Entertainment and Young Audience*, British Film Institute, Londres, 1995, pp.92-108.

BEIMAN, Nancy*, Prepare to board!*, Focal Press, Oxford, 2007.

BELTON, John, *American Cinema, American Culture*, McGraw Hill, Nueva York, 2005.

BERISTÁIN, Helena, *Diccionario de retórica poética*, Editorial Porrúa, México, 2000.

BERTRAND, Claude- Jean, *La televisión en Estados Unidos ¿qué nos puede enseñar?*, Rialp, Madrid, 1992.

BLOCK, Bruce, *The Visual Story, Seeing the Structure of Film, TV, and New Media*, Focal Press, Burlington, 2001.

BRENES, Carmen Sofía, *¿De qué tratan realmente las películas?, claves prácticas para analizar y escribir guiones de cine y televisión*, Eiunsa, Madrid, 2001.

BROOKEN, Keith, *Drawn to Television: Prime Time Animation from The Flinststones to Family Guy*, Praeger, Westport, 2006.

BORDWELL, David, *The Way Hollywood Tell It. Story and Style in Modern Movies*, University of California Press, Berkeley, 2006.

BUCKLEY, A. M., *Pixar: Company and its Founders*, ABDO, Minnesota, 2011.

BURRUWAY, Janet, *Writing Fiction, A Guide to Narrative Craft*, Harper Colling, Nueva York, 1992.

CABRERA, Julio, *Cine: 100 años de filosofía*, Barcelona, Gedisa, 1999.

CANEMAKER, John, *Two Guys Named Joe*, Disney Editions, Nueva York, 2010.

_____ (ed.), *Storytelling in Animation an Anthology,* The American Film Institute, Los Ángeles, 1988.

CAPARRÓS LERA, José María, *Breve Historia del Cine Americano, de Edison a Spielberg*, Littera, Barcelona, 2002.

CAPODAGLI, Bill, JACKSON, Lynn, *Innovate the Pixar Way, Business Lessons from the World's Most Creative Corporate Playground*, McGRaw Hill, Nueva York, 2009.

CARRIERE, Jean-Claude, BONITZER, Pascal, *Práctica del guión cinematográfico*, Paidós, Barcelona, 2010.

CASTILLA del PINO, Carlos, *Teoría de los sentimientos*, Barcelona, Tusquets, 2001.

CAWELTI, John G., *Adventure, Mystery and Romance: Formula Stories as Art and Formal Culture*, University of Chicago Press, 1977.

CHOLODENKO, Alan (ed.), *The Illusion of Life II, More Essays on Animation*, Power Publications, Sidney, 2007.

CLARKE, James, *Animated Films*, Londres, Virgin Books Ltd., 2004.

COTTA VAZ, Mark, *The Art of Finding Nemo*, Chronicle Books, San Francisco, 2003.

_____, *The Art of The Incredibles*, Chronicle Books, San Francisco, 2004.

COWGILL, Linda, *The Art of Plotting, Add Emotional Suspense and Depth to Your Screenplay*, Lone Eagle, Nueva York, 2008.

_____, *Writing Short Films*, *Structure and Content for Screenwriters*, Watson-Guptill, Nueva York, 2005.

_____, *Secrets of Screenplay Structure*, Lone Eagle Pub, Los Ángeles, 1999.

CRANE, Diana, KAWASHIMA, Nobuko, KAWASAKI, Ken'ichi, *Global Culture: Media, Arts, Policy, and Globalization*, Routledge, Nueva York, 2002.

CURTIUS, E. R., *Literatura europea y Edad Media latina*, Fondo de cultura económica, México, 1981.

DANCYGER, Ken, RUSH, Jeff, *Alternative Scriptwriting*, Focal Press, Londres, 2002.

DIEZ PUERTAS, Emeterio, *Narrativa Fílmica*, Fundamentos, Madrid, 2006.

DIXON, Wheeler Winston (ed), *Film Genre 2000, New Critical Essays*, Universidad de Nueva York, Albany, 2000.

DORR, Aimée, *Television and Children: A Special Medium for a Special Audience*, Sage, Thousand Oaks, 1986.

DUNNE, Peter, *Emotional Sctructure, Creating the Story Beneath the Plot*, Quill Driver Books, Sanger, 2008.

EGRI, Lajos, *The Art of Dramatic Writing*, A Touchtone Book, Nueva York, 1960.

EISNER, Michael, SCHWARTZ, Tony, *Work in Progress, Risking Failure, Surviving Success*, Hyperion, Nueva York, 1999.

FIELD, Syd, *Cómo mejorar un guión*, *guía práctica para identificar y solucionar problemas de guión,* Plot, Madrid, 2002.

_____, *El manual del guionista*, Plot, Madrid, 1995.

_____, *Screenplay*, Nueva York, Dell Publishing, 1984.

FIJO, Alberto (ed.), *El breve encuentro*, Cine Dossat 2000, Madrid, 2004.

FORERO, María Teresa, *Escribir para televisión, manual para guionistas*, Paidós, México, 2002.

FREYTAG, Gustav, *Thechnique of The Drama: an Exposition of Dramatic Composition and Art*, traducción por Elias MacEwan, Henry Shepard, Chicago, 1900.

FRYE, Northrop, *Anatomy of Criticism*, Princeton University Press, Priceton, 1957.

FURNISS, Maureen, (ed.), *Animation- Art and Industry*, John Libbey, New Barnet, 2009.

_____, *The Animation Bible*, Laurence King, Londres, 2008.

_____, *Art in Motion: Animation Aesthetics*, John Libbeey, Londres, 1998.

GARFINKEL, Asher, *Screenplay Story Analysis*, Allworth Communications, Nueva York, 2006.

GUARNER, José Luís, *Historia del cine americano: muerte y transfiguración (Hollywood 1960-1992)*, Laertes, Barcelona, 1993.

HAHN, Don, *The Alchemy of Animation, Making an Animated Film in the Modern Age*, Disney Editions, Nueva York, 2008.

_____, *Animation Magic*, Disney Press, Nueva York, 1996.

HARRIES, Dan, *Film Parody*, BFI Publishing, Londres, 2000.

HAYWARD, Susan, *Cinema Studies: The Key Concepts*, Routedge, Nueva York, 2006.

HAUSER, Tim, *The Art of WALL-E*, Chronicle Books, San Francisco, 2008.

_____, *The Art of Up*, Chronicle Books, San Francisco, 2009.

HELITZER, Hel, SHATZ, Mark, *Comedy Writing Secrets*, Writer Digest Books, Cincinati, 2005.

HERVÁS ICARS, Christian*, El diseño gráfico en la televisión*, Cátedra, Madrid, 2002.

HILLIER, Jim, *The New Hollywood*, Studio Vista, Londres, 1993.

HIRSCHBERG, Jeffrey, *Reflection of the Shadow*: *Creating Memorable Heroes and Villians for Film*, Michael Wiese Production, Studio City, 2009.

HOOD, Ann, *Creating Character Emotion*, Story Press, Cincinnati, 1998.

HOOKS, Ed, *Acting in Animation, A Look at 12 films*, Heinneman, Portsmouth, 2005.

_____, *Acting for Animators, a Complete Guide to Performance Animation*, Heinneman, Portsmouth, 2003.

HUERTA FLORIANO, Miguel Ángel, SANGRO COLÓN, Pedro (eds.), *Guión de ficción de cine, planteamiento, nudo y desenlace*, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2006.

HUNTER JOHNSON, Claudia, *Crafting Short Screenplays that Connect*, Focal Press, Oxford, 2005.

IGLESIAS, Karl, *Writing for Emotional Impact*, WingSpan Press, Livermore, 2005.

JONES, Angie, OLLIFF, Jamie, *Thinking Animation: Building the Gap Between 2D and CGI*, Thompson Course Technology, Boston, 2007.

KALLAS, Christina, *Creative Screenwriting, Undestanding Emotional Structure*, Palgrave Macmillan, Nueva York, 2010.

KANFER, Stefan, *Serious Business:The Art and Comerce of Animation in America from Betty Boop to "Toy Story"*, Dacapo press, Nueva York, 1997.

KEANE, Christopher, *Como escribir un guión vendible*, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 2002.

KERLOW, Isaac V., *The Art of 3D Computer Animation and Effects*, John y Wiley & Son, Nueva Jersey, 2004.

KITCHEN, Jeff, *Writing a Great Movie: Four Advanced Tools for Dramatist*, Sheri Smith, 2003.

KUNZ, William, *Culture Conglomerates: Consolidation in the Motion Picture and Televisión Industries*, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, 2007.

KURTTI, Jeff, *A Bug's Life, The Art and Making of an Epic of Miniature Proportions*, Hyperionm, Nueva York, 1998.

LASSETER, John, DALY, Steve, *Toy Story*, *The Art and Making of the Animated Film*, Hyperion, Nueva York, 1995.

LASSETER, John, DOCTER, Pete, *The Art of Monsters, INC.*, Chronicle Books, San Francisco, 2001.

LAVANDIER, Yves, *La dramaturgia*, Eiunsa, Madrid, 2003.

LEWIS, C. S., *De este y otros mundos. Ensayos sobre literatura fantástica*, Alba, Barcelona, 2004.

LÖHR, Paul, y MAYER, Manfred, *Children Television, and the New Media: a Reader of Research and Documentation in Germany*, Publicaciones de la Universidad de Luton, Luton, 1999.

MANOVICH, Lev, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación, la imagen en la era digital*, Paidós, Barcelona, 2005.

MARIANO ROMERO, Francisco José, *Emoción, cine y memoria, análisis de las producciones de Walt Disney y Pixar Animation Studios*, Fundación Ecoem, Sevilla, 2010.

MARINA, José Antonio, *El laberinto sentimental*, Anagrama, Barcelona, 1996.

MARKS, Dara, *Inside Story: The Power of the Tranformational Arc,* A&C Black, Londres, 2009.

MARTIN FLINN, Denny, *How Not to Write a Screemplay*, Lone Tagle, Los Ángeles, 1999.

MARTÍN, Jerónimo José, ARESTÉ, José María, URBINA, Antonio, *Cine 96*, Palabra, Madrid, 1997.

MARTIN, Rod, *The Psychology of Humor, an Integrative Approach*, Elsevier Academia Press, Burlington, 2007,

MARX, Christy, *Writing for Animation, Comic and Games*, Focal Press, 2007.

MACBETH, T. (ed.), *Tuning to Young Viewers*, Sage, Thousand Oaks, 1996.

McDONALD, Paul, WASKO, Janet (eds.), *The Contemporary Hollywood Film Industry*, Blackwell, Malden, 2008.

McGRATH, Declan, MACDERMONTT, Felim, *Guionistas*, Océano, Barcelona, 2003.

MacINTYRE, Alaistor, *Tras la virtud*, Crítica, Barcelona, 1987.

McKEE, Robert, *El Guión, sustancia, estructura, estilo y principios de la estructura del guión*, Alba, Barcelona, 2006.

MUÑOZ GARCÍA, Juan José, *De Casablanca a Solas, la creatividad ética en cine y televisión*, Eiunsa, Madrid, 2005.

_____, *Cine y misterio humano*, Rialp, Madrid, 2003.

NEALE, Steve, SMITH, Murray (eds.), *Contemporary Hollywood Cinema*, Routledge, Londres, 1998.

NEALE, Steve (ed.), *Genre and Contemporary Hollywod*, British Film Institute, Londres, 2002.

NEUWIRTH, Allan, *Makin' Toons, Inside the Most Popular Animated TV Shows and Movies*, Allworth Press, Nueva York, 2003.

PAIK, Karen, *To infinity and Beyond!, The story of Pixar Animation Studios*, Virgin Books, 2007.

_____ *The Art of Ratatouille*, Chronicle Books, California, 2007

PAGNOL, Marcel, *El castillo de mi madre*, Rialp, Madrid, 2000.

PARKER, Philipps, *Arte y ciencia del guión, una completa guía de iniciación y perfeccionamiento para el escritor*, Manontroppo, Barcelona, 2003.

POAGUE, Leland, (Ed.) *Frank Capra Interviews*, Universidad de Missippi, Jackson, 2004.

PRESS, Skip, *What Moviegoers Want:And Hollywood Often Ignores*, Skip Press, 2003.

_____*The Complete Idiot Guide to Screenwriting*, Alpha Book, Indianapolis, 2001.

PRICE, David A., *The Pixar Touch, the Making of a Company*, Alfred A. Knopf, Nueva York, 2008.

PRINCE, Stephen, *A New Pot of Gold: Hollywood Under the Electronic Rainbow*, 1980-1989, Berkeley, University of California Press, 2002.

RILEY, Phaedra, *Animate Pillow Project*, Tisch School of Arts, Universidad de Nueva York, Nueva York, 2005.

RYDALL, Derek, *I Could've Written a Better Movie Than That*, Michael Wiese, Studio City, 2005.

ROSENFELD, Jordan, E., *Make a Scene, Crafting a Poweful Story One Scene at a Time*, Writer's Digest Books, Cincinnati, 2008.

SALOMON, Charles, *The Art of Toy Story* 3, Chronicle Books, San Francisco, 2010.

_____, *The Prince of Egipt: A New Vision in Animation*, Thames and Hudson, Londres, 1998.

SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, *Fantasías de aventuras*, Ariel, Barcelona, 2009.

_____, *Estrategias de guión cinematográfico*, Ariel, Madrid, 2007.

_____, *Steven Spielberg, entre Ulises y Peter Pan*, CIE Dossat 2000, Madrid, 2004.

_____(coord.), *Diccionario de creación cinematográfica*, Ariel, Barcelona, 2003.

_____, *Guión de aventuras y forja del héroe*, Ariel, Madrid, 2002.

SÁNCHEZ NORIEGA, José Luís, *Historia del cine en películas 1990-1999*, Mensajero, Bilbao, 2007.

SCHMIDT, Victoria Lynn, *45 Master Characters*, Writers Digest Book, Cincinnati, 2001.

SCOTT, Jeffrey, *How to Write for Animation*, The Overlook Press, Woodstock, 2002.

SEGER, Linda, *Writing Subtext, What Lies Beneath*, Michael Wiese Productions, Studio City, 2011.

_____(a), *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*, Rialp, Madrid, 2001.

_____ (b), *Cómo llegar a ser un guionistas excelente*, Rialp, Madrid, 2001.

_____, *Cómo crear personajes inolvidables*, Paidós, Barcelona, 2000.

SILVER-LASKY, Pat, *Screenwriting for 21st Century,* Batsford, Londres, 2004.

SIMON, Mark, *Storyboards, cómo dibujar el movimiento,* Omega, Barcelona, 2009.

SINGLETON-TURNER, Roger, *Television and Children*, BBC Television Training, Londres, 1994.

SITO, Tom, *Drawing the Line, The Untold Story of the Animation Unions from Bosko to Bart Simpson*, The University Press of Kentucky, Lexington, 2006.

SNYDER, Blake, *Save the Cat!: the Last Book on Screenwriting You'll Ever Need,* M. Wiese Productions Studio City, 2005.

SPEAMANN, Robert, *Ética: cuestiones fundamentales*, Eunsa, Pamplona, 1998.

STABILE, Carol, HARRISON, Mark (eds.), *Prime Time Animation*, Routledge, Nueva York, 2003.

STEMPEL, Tom, *Framework: A History of Screenwriting in the American Film*, Continuum Publishing Company, Nueva York, 1998.

SURREL, Jason, *Screenplay by Disney, Tips and Techniques to Bring Magic to Your Moviemaking*, Disney editions, Nueva York, 2004.

TASKER, Ivonne (ed.), *Action and Adventure*, Routledge, Nueva York, 2004.

_____, *Aproximación al nuevo Hollywood*, Estudios culturales, Madrid, 1998.

TARKOVSKI, Andrei, *Esculpir en el tiempo*, Rialp, Madrid, 1991.

THOMAS, Bob, *Disney's Art of Animation. From Mickey Mouse to Beauty and the Beast*, Hyperion, Nueva York, 1991.

THOMAS, Frank, JOHNSTON, Ollie, *Too Funny for Words*, Abbeville Press, Nueva York, 1987.

_____, *Disney Animation*: *The illusion of Life*, Abbeville Press, Nueva York, 1981.

TOBIAS, Ronald B., *El guión y la trama, fundamentos de la escritura dramática audiovisual*, Eiunsa, Madrid, 1999.

TOLEDANO, Gonzalo, VERDE, Nuria, *Cómo crear una serie de televisión*, T&B, Madrid, 2007.

TRUBY, John, *Anatomía de guión, el arte de narrar en 22 pasos*, Alba, 2009.

TRUFFAUT, François, *El cine de Hitchcock*, Alianza, Madrid, 2005.

VV. AA., *Pixarpedia, a complete guide to the world of Pixar... And Beyond!*, DK, Londres, 2010.

VAN EVRA, Judith, *Television and Child Development*, Lawrence Erlbaum Associates Publisher, New Jersey, 1998.

VanTASSEL, Joan, *Digital TV over Broadband*, Focal Press, Boston, 2001.

VALE, Eugene, *Técnicas del guión para cine y televisión*, Gedisa, Barcelona, 1996.

VELARDE, Robert, *The Wisdom of Pixar, an Animated Look at Virtue*, IVP Book, Downers Grove, 2010.

VIDALES, Nereida (ed.), *Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento*: *un futuro conectado*, Laertes, Barcelona, 2008, pp. 167-177.

VOGLER, Christopher, *El viaje del escritor*, Manontroppo-Robinbook, Barcelona, 2002.

VOYTILLA, Stuart, PETRI, Scott, *Writing the Comedy Film, Make'em Laugh*, Michael Wiese Production, Michigan, 2003.

WALLIS, Michael, FITSGERALD WALLIS, Suzanne, *The Art of Cars*, Chronicle Books, San Francisco, 2006.

WASKO, Janet, *Understanding Disney*, Polity Press, Cambridge, 2001.

WEISHAR, Peter, *Blue Sky The Art of Computer Animation, Feacturing Ice Age and Bunny*, Harry Abrams INC. Nueva York, 2002.

WELLINS, Mike, *Storytelling Through Animation*, Charles River Media, Himghan, 2005.

WELLS, Paul (a), *Fundamentos de la animación*, Parramón, Barcelona, 2007.

_____ (b), *Scritpwriting, Developing and Creating Text for a Play, Film or Broadcast*, AVA Publishing, Londres, 2007.

_____, *Animation and America*, Edimburgh University Press, Edimburgo, 2002.

_____, *Understanding Animation*, Routledge, Londres, 2000.

WHITAKER, Harold, HALAS, John, *Timing for Animation*, Focal Press, Londres, 1981.

WIEDERMANN, Julius (ed.), *Animation Now!*, Tashen, Madrid, 2007.

WINDER, Catherine, DOWLATABADI, Zahra, *Producing Animation*, Elsevier Focal Press, Boston, 2001.

WHYDHAM, Lee, *Writing for Children & Teenagers*, Writers Digest's Book, Cincinnati, 1980.

WRITGHT, Jean Ann, *Guionización y desarrollo de la animación*, Focal Press, Ámsterdam, 2005.

WRIGHT, Kate, *Screenwriting is Storytelling, Creating a List Screenplay that Sell!*, A Perigee Books, Nueva York, 2004.

WOOG, Adam, *John Lasseter, Pixar Animator*, Gale Cengage Learning, Detroit, 2009.

YEPES STORK, Ricardo, *Fundamentos de antropología*, Eunsa, Pamplona, 1996.

ZABALA, Lauro (coord.), *Reflexiones teóricas sobre el cine contemporáneo*, Programa editorial Compromiso, Gobierno de México, México, 2010.

ARTÍCULOS Y ENTREVISTAS

ACKERMAN, Alan, "The Spirit of Toy: Resurrection and Redemption in Toy Story and Toy Story 2", en: *University of Toronto Quaterly*, nº4, Toronto, Otoño 2005, pp. 895-912.

ADAM, Jason, "INT: John Lasseter", en: *JoBlo.com*, 7 de noviembre de 2008.
http://www.joblo.com/Index.php?id=13476

ALARCON, Tonio L., "Walt Disney: recuperando el tiempo perdido", en: *Dirigido por...*, nº 410, Dirigido por, Barcelona, abril 2010, pp. 42-43.

_____, "Pixar, la técnica al servicio de la historia", *Dirigido por...*, nº 410, Dirigido por, Barcelona, abril 2010, pp. 44-45.

ARGENT, Daniel, "Monster, Inc., Andrew Stanton on Writing for Pixar", en: *Creative Screenwriting*, nº 6, Creative Screenwriting, Hollywood, noviembre-diciembre, 2001, pp. 22-23.

ARGY, Stephanie, "EToon's time! Animation Writer Draw New Frontier in Television", en: *Written by*, nº 11, WGA, Los Ángeles, noviembre 1998, pp. 18-24.
AYUSO, Rocío, "Entrevista con John Lasseter: Por un cine adulto", en: *Cahiers Du Cinéma España,* nº 25, julio-agosto, Caimán, Madrid, 2009, p. 33.

BALA, Kirab, "Pixar-Disney: Parting Ways", CFAI Business School Case Development Centre, Hyderabad, India, Caso 304-196-1, 2004, p. 6.

BALL, Ryan, "Ratatoiulle director Brad Bird", en: *Animation Magazine*, noviembre 6 de 2007.
http://www.animationmagazine.net/article/7577

BARRIER, Michael, "The Iron Giant and Other Disappointment", en: *MichaelBarrier.com*, junio 2003.
http://www.michaelbarrier.com/Essays/Iron_Giant/essay_iron_giant.htm

_____, "The Golden Touch" en: *Michael Barrier.com*, 20 de junio de 2006.
http://www.michaelbarrier.com/Commentary/Cars/Cars.htm

_____, "Brad Bird, an interview with Michel Barrier", en: *Michel Barrier. com,*. 27 febrero.
http://www.michaelbarrier.com/Interviews/Bird/Bird_Interview.htm

_____, "The Juggler", en: *Michel Barrier.com*, 24 de noviembre de 2004.
http://www.michaelbarrier.com/Commentary/Incredibles/Incredibles.htm

BERENS, Jessica, "Ratatouille: The Year of the Rats", en: *Telegraph*, 29 de septiembre de 2007, Telegrapdh Media Group, Londres.
http://www.telegraph.co.uk/culture/3668253/Ratatouille-The.year-of-rats

BERNAL, María, "Así son los 'Monstruos' de la Disney", en: *Fotogramas*, nº 1900, Comunicación y publicaciones S.A., Barcelona, febrero, 2002, pp. 82-84.

BIRD, Brad, "Director and After Efeccts, Storyboarding Innovation on The Iron Giant", en: *Animation World Magazine*, AWM, Noviembre, 1998.
http://www.awn.com/mag/issue3.8/3.8pages/3.8birdmacromedia.html

BLACKWELDER, Rob, "A Giant Among Animators, Boyish Director Brad Bird Celebrates the Silly and Serious Sides of Cartoons with His Brilliant Feature Debut", en: *Splicewire*, 19 de julio de 1999.
http://splicedwire.com/features/bradbird.html

BORDWELL, David, "A glipse of Pixar Kitchen", en: *David Bordwell's Website on Cinema*, 10 de abril, 2008.
http://www.davidbordwell.net/blog/2008/04/10/a-glimpse-into-the-pixar-kitchen/

BROC, David (a), "Críticas. *Cars:* a favor", en: *Fotogramas & DVD*, nº 1953, Comunicación y publicaciones, Barcelona, 2006, p. 13.

BOUCHER, Geoff, "Brad Bird: Hollywood isn't brave enough to copy Pixar process", en: *Los Ángeles Time*, 10 de agosto de 2011.
http://herocomplex.latimes.com/2011/08/10/brad-bird-hollywood-isnt-brave-enough-to-copy-pixar-process/

BROC, David (b), "Estos coches hablan", en: *Fotogramas & DVD*, nº 1953, Comunicación y publicaciones, s.a., Barcelona, julio de 2006, pp. 94-98.

BUNN, Austin, "Welcome to Pixar Planet", en: *Wire*, nº 12.06, junio 2004.
http://www.wired.com/wired/archive/12.06/pixar.html?pg=3&topic=pixar&topic_set=

BUTLER, Matthew y JOSCHKO, Lucie, "Final Fantasy or The Incredibles: Ultrarealistic Animation, Aesthetic and The Uncanny Valley, en: *Animation Studios- Animated Dialogues*, Society for Animation Studies, Los Angeles, 2007, p. 55-63.

CANEMAKER, John, "A Part-Human. Part-Cartoon Species", en: *The New York Times*, 10 de marzo de 2004.
www.nytimes.com/2004/10/03/movies/03cane.html

CANBY, Vincent, "Die Hard Calls to the Kidults", en: *New Yor Time*, 31 de julio de 1988.
http://www.nytimes.com/1988/07/31/movies/film-view-die-hard-calls-t

CANO CALDERON, Amelia, "Cine para niños, un capítulo de la literatura infantil", en: *Revista Interuniversitaria de formación del profesorado*, nº18, septiembre/diciembre 1993, pp53-57.

CARTWRIGHT, Nancy, "Nancy Cartwright Chats Whit Brad Bird", en: *Animation World Network*, AWN, 30 de junio de 2009.

http://www.awn.com/articles/people/nancy-cartwright-chats-with-brad-bird

CASAS, Quim, "Los globos de Pixar", en: *Dirigido por…*, nº 391, Dirigido por S. L., Barcelona, julio-agosto de 2009, p. 40-41.

_____, "Los Increíbles /2004", en: *Dirigido*, nº 347, Dirigido por, Barcelona, julio agosto, 2005, pp. 55-56.

CASCAJOSA VIRINO, Concepción, "Pequeña/Gran pantalla: La relación entre el cine y la televisión en los Estados Unidos", en: *Revista Historia y Comunicación Social* nº 11. Departamento de historia de la Comunicación Social, Universidad Complutense, Madrid, 2006, pp. 21-44.

Cars, notas de producción, Disney-Pixar, 2006.
http://disney.go.com/cars/movie-production-notes.html

CAREY, George, WYNNE, Tryee, y ALEXANDER, Kristin, *An Environmental Scan of Children's Interactive Media from 2000 to 2002*. Informe preparado para Markle Foundation por Just Kid Inc., 3 de junio de 2002.
http://www.markle.org/downloadable_assets/imc_environmentalscan.pdf.

CATMULL, Ed, "How PIXAR Fosters Colletive Creativity", en: *Harvard Business Review*, Harvard Business School, Cambridge, septiembre 2008, pp. 1-11.

CATRYSSE, Patrick, "The protagonist's dramatic goals, wants and needs", en: *Journal of Screenwriting*, Vol. 1, Nº 1, Intellect Limited, Bristol, 2010, pp. 83-97.

CEBALLOS, Maritza, "Las pasiones: interacción y retórica", en: *Signo y Pensamiento*, nº 49, diciembre 2006, Departamento de Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, pp. 170-187.

CHANDLER, Daniel, *Introduction to Genre Theory*:
http://www.aber.ac.uk/media/Documents/intgenre/intgenre1.html
http://faculty.washington.edu/farkas/TC510/ChandlerGenreTheory.pdf

CHUMO, Peter II., "The Incredibles, Written By Brad Bird", en: C*reative Screenwriting*, Creative Screenwriting, Hollywood, nº 5, noviembre-diciembre, 2004, pp. 22-23.

_____, "Best of 2003, Finding Nemo", en: C*reative Screenwriting*, Creative Screenwriting, Hollywood, nº 5, noviembre-diciembre, 2003, pp. 58-60.

CIRILE, Jim, "Meet the Four Qadrants", en: *Creative Screenwiting*, Creative Screenwriting, Hollywood, nº 2, marzo-abril, 2005, pp. 42-43.

CLINCH, Catherine, "The State of the Market", *Creative Screenwiting*, en: Creative Screenwriting, Hollywood, nº 1, enero-febrero, 2006, pp. 61-64.

COBURN, Ian, "Motivate Audiences With Motivation", en: *Scripmag.com*, 18 de agosto de 2006. http://www.scriptmag.com/earticles/earticle.php?544

COHEN, David, "Shaping Up, Pixar's Unique Approach to Story and Screenwriting", en: *Script*, nº 3, Forun, Baldwin, mayo-junio, 2009, pp. 40-45.

_____, "Script to Screen: Monster Inc.", en: *Script, Where Film Begins*, nº 6, Forum, Baldwin, noviembre-diciembre, 2001, pp. 30-33.

COHEN, Karl, "Monsters Inc.", en: *Animation World Network*, 20 de octubre de 2001, AWN.
http://www.awn.com/articles/reviews/monsters-inc-secret-behind-why-pixar-so-good

_____, "Milenstones of the Animation Industry in the 20th Century", en: *Animation World Magazine*, AWM.
http://mag.aun.com/?article_no=1079

Computer Graphics, *focus: concept development for computer animation*, nº2 , ACM SIGRAPH, Broadway, mayo 2001.

CORLISS, Richard, "Up, Up and Away: A new High for Pixar": en: *Time*, 28 de mayo de 2009.
http://www.time.com/time/printout/0,8816,1896685,00.html

_____, COLE, Patrick y SMILGIS, Martha, "Alladin's Magic", en: *Time*, 9 de noviembre de 1992.
http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,976941,00.html

COSTA, Jordi, "Monstruos S.A.", en: *Fotogramas*, nº 1900, Comunicación y publicaciones, Barcelona, febrero de 2002, p. 11.

_____, "La épica a vista de hormiga", en: *Fotogramas*, nº 1864, Comunicación y Publicaciones, Barcelona, febrero 1999, pp. 118-119.

COVERT, Colin, "Pete Docter's golden Boy!", en: *Star Tribune.com*, Minneapolis, 8 de marzo de 2010
http://www.startribune.com/entertainment/movies/86775477.html?page=2&c=y

COWAN, Mel, "Pixar confunder mulls meaning of success", en: *USC News*, Universidad del sur de California, 10 de diciembre de 2009.
http://uscnews.usc.edu/arts/pixar_co-founder_mulls_meaning_of_success.html

DALY, Steve, "'Ratatouille' mastermind Brad Bird discusses his recipe for success: a big handful of comedy, two dashes of sweetness -- and a million cups of fun", en: *Entertainment Weekly*, nº 941-942, 25 de junio de 2007.
http://www.ew.com/ew/article/0,,20043277,00.html

DAY, Aubrey, "Interview woth John Lasseter, The Pixar/Disney Boss on Toy Story 3, Up, 3D and more...", en: *Total Film.com*. 3 de junio de 2009.
http://www.totalfilm.com/feacture/interview-john-lasseter

DeFAO, Janine, "To Fatherhood and Beyond: Pixar Director Make Toy Story and family affair", en: *Bay Area Parent Magazine*, junio 2010, pp. 20-21.

DE PEDRO AMATRIA, Gonzalo, "Utopía en plástico, Toy Story 3, de Lee Unkrich", *Cahier du Cinéma España*, nº 36, Caimán, Madrid, julio-agosto, 2010, pp. 24-25.

DESOWITZ, Bill, "Partly Cloudy, According to Sohn", en: *Animation World Magazine*, 24 de abril de 2009.
http://www.awn.com/articles/ipartly-cloudyi-according-sohn/page/1%2C1

_____, "Presto Change of Pixar", en: *Animation World Magazine*, 23 de mayo de 2008.
http://www.awn.com/articles/production/iprestoi-change-o-pixar

_____,"Ratatouille Pixar Style: Bon Appétit", en: *Animation World Magazine*, 29 de junio de 2007, AWN.
http://www.awn.com/articles/production/iratatouillei-pixar-style-ibon-appetiti

_____, Brad Bird Talks Ion Giant 10th Anniversary", en: *Animation World Magazine*, 29 de octubre de 2009, AWN.
http://www.awn.com/articles/2d/brad-bird-talks-iron-giant-10th-anniversary

_____, "Unkrich Talks Toy Story Trilogy", en: *Animation World Network*, 15 de junio de 2010, AWN.
http://www.awb.com/articles/3d/unkrich-talks-toy-stroy-trilogy

DIVINE, Christian, "Art of the Heart", en: *Creative Screenwriting*, Creative Screenwriting, Hollywood, enero 2000, pp. 4-3.

DONALDSON, Catherine Victoria, "Brad Bird", en: *Notable Biographies*.
http://www.notablebiographies.com/newsmakers2/2005-A-Fi/Bird-Brad.html#ixzz0u38JkVfo

DRAY, Frederic T., "Tapping into the Blockbuster Mystique", en: *Script*, nº 4, Forum, Baldwin, julio-agosto 2000, pp. 38-41.

DRURY, Jack, "Collaboration-To infinity and Beyond: The Pixar Model", en: PHIPPS, Maurice, HAYASHI, Aya, *Proceeding of 2008-200.9 National Conference on Outdoor Leadership, Connecting with Nature,* WEA, National Office, Bloomington, pp. 51-53.

DURAN CASTELL, Jaume, VILLAGRASA, Sergi y FONSECA, David, "Imágenes en la mente: Los referentes cinematográficos en el cine de animación por ordenador", en: *Revista Iberoamericana de Sistemas, Cibernética e Informática*, nº 1, Nagib C. Callaos, 2009, pp.18-22.

DURAN CASTELL, Jaume y FONSECA, David, "Disabled personages in the full-length films of Pixar animation studios (1995-2006)", en: P*roceedings of the 1st ACM SIGMM International Workshop on Media Studies and Implementations that Help Improving Access to Disabled Users* (*MSIADU '09*). ACM, Nueva York, pp. 13-18.
http://doi.acm.org/10.1145/1631097.1631102

DURAN CASTELL, Jaume, "Toy Story (1995), De John Lasseter, el primer llargmetratge generat íntergrament per ordinador, obre una nova trajectòria en el camp de l'experimentació digital", en: *Nova época*, volumen 1 (2), 2008, pp. 289-293.

ECKERLIN, Debra, "The Small Screen: Animation", en: *Script*, nº3, Forum, Baldwin, mayo-junio, 2008, pp. 65-69.

EDER, Jen, "Casablanca and Richness of Emotions", en: *Journal of Literary Theory*, volumen 1, nº 2, W de G, Berlin, 2007, pp. 231- 250.

ELFMAN, Mali, "Interview with Up Director, Pete Docter", en: *Screen Crave.com*, 27 de mayo de 2009.
http://screencrave.com/2009-05-27/interview-with-up-director-pete-do

ELLER, Claudia, "Disney's Low Key Superhero", en: *Los Ángeles Time*, 12 de junio de 2006
http://articles.latimes.com/print/2006/jun/12/business/fi-catmull12

ELLIOTT, Ted, ROSSIO, Ferry, "Shrek: The Following Article Has Been Approved for all Audiences", en: *Script*, nº 3, Forum Inc., Baldwin, mayo-junio 2001, pp. 38-41.

ELROD, Tom, "Focus on the family: Pixar's Small-c Corservatism", en: *Slant Maganzine*, 9 de octubre de 2009.
http://www.slantmagazine.com/house/2009/10/focus-on-the-family-pixars-small-c-conservatism/

ESTRADA, Javier. "John Lasseter: 'En Animación no hay que dar nada por sentado'", en: Metrópolis, 1 de agosto de 2007.
http://www.elmundo.es/metropoli/2004/02/10/cine/1076367605.html

EVANIER, Mark, "'Toon Writing' To Infinity... and Beyond!", en: *Written by*, nº5, WGAW, Los Ángeles, 2008, pp. 10-12.

F. F., "Pixar, la factory de los éxitos", en: *Fotogramas*, nº 1922, Comunicación y publicaciones s.a., Barcelona, diciembre 2003, pp. 154-156.

FALCONE, Jorge, "De Altamira a Toy Story: evolución de la animación cinematográfica", en: *Proyectos en el aula*, nº8, Centro de estudios en Diseño y Educación, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, mayo, 2002, pp. 49-60.

FARAGO, Andrew, DESOWITZ, Bill, "Roger Rabbit Turns 20", en: *Animation World Magazine,* 30 de noviembre 2008.
http://mag.awn.com/?article_no=3840

FEENET, Mark, "WALL-E World", en: *Globe Newspaper*, junio 22 de 2008.
http://www.boston,com/ae/moviess/aricle/2008/06/21/wall_e_world/?page=full

FEENEY, F.X., "Brad the Bard: Animating Poetry and Stagecraft with Brad Bird", en: *Written By*, WGAW, Hollywood, nº 5, 2008, pp. 51- 57.

FERNÁNDEZ, Fausto, "Viaje al fondo el mar con Nemo", en: *Fotogramas*, nº 1922, Comunicación y publicaciones, Barcelona, diciembre de 2003, pp. 146-152.

FERNÁNDEZ VALENTÍ, Animación digital: origen y culminación, en: *Dirigido por...*, nº 410, Dirigido por, Barcelona, abril 2010, pp. 38-41.

_____ "DreamsWorks la revancha de Jeffrey Katzenberg", en: *Dirigido por*..., nº 410, Dirigido por, Barcelona, abril 2010. pp. 46-47.

_____ "Otros estudios a la sombra de los grandes", en: *Dirigido por*..., nº 410, Dirigido por, Barcelona, abril 2010. pp. 48-49.

_____Tomás, "Los Increíbles, las miserias de los superhéroes", en: *Dirigido por*…, nº 340, Dirigido por, Barcelona, diciembre 2004, p. 14.

_____, "Toy Story, la revolución digital", en: *Dirigido*…, nº 245, Dirigido por, Barcelona, abril 1996. pp. 8-9.

FIJO, Alberto, "¿Buena la tercera parte? No. Buenísima", en: *Filasiete*
http://www.filasiete.com/articulos/criticas/toy-story-3/?searchterm=Toy%20AND%20story%20AND%203*

FOLEY, Jack, "The Incredibles, I Like Genuine Jeopardy in Movies", en: *Indie London*, en:
http://www.indielondon.co.uk/film/incredibles_feat.html

_____, "Ratatouille, Preview & Press US Reaction", en: *Indie London*
http://www.indielondon.co.uk/Film-Review/ratatouille-preview-us-reaction

FRENCH, Laurence, "A interview with Lasseter",
http://www.fortunecity.com/skyscraper/pointone/581/interview1.html
http://www.fortunecity.com/skyscraper/pointone/581/interview2.html
http://www.fortunecity.com/skyscraper/pointone/581/interview3.html

FUNES, Virginia, "«Cinevidencias»: la interacción de las audiencias, el cine y la educación", comunicación presentada en: Luces en el laberinto audiovisual. Congreso iberoamericano de comunicación y educación

GAITA, Paul, Scene Dissection: "Up" director Pete Docter on the film's emotional opening montage, en: *Los Ángeles Time*, 25 de febro de 2010.
http://www.latimes.com/entertainment/news/la-etw-pete-docter25-2010feb25,0,7581613.story

GALLAGHER, Sharon "Interview with Pete Docter", en: *Radix Magazine*, 26:1, Berkeley, 1999.
http://www.radixmagazine.com/page1PeterDocter.html

GARSON, Patrick, "Incredible Movies: The secret identity behind children's film", en *Screen Education*, Issue 38, ATOM Publishing, St. Kilda West., 2005, pp. 28-35.
http://www.metromagazine.com.au/shop/product.asp?pID=969&cID=3

GILBEY, Ryan, "Short and Sweet", en *New Stateman*, 3 de abril de 2006, New Stateman Limited, Blackfriars, pp. 44-46.

GILCHRIST, Todd, "A Chat with Pixar's Pete Docter", en: *Cinematical.com*, 20 de abril de 2010.
http://www.cinematical.com/2010/04/20/a-chat-with-pixar-pete-docter/

COPLAN, Amy, "Catching Characthers' Emotions: Emotional Contagion Responses to Narrative Fiction Film", en: *Film Studies*, nº 8, verano 2006, pp. 26-38.

GRISWOLD, Jerry, "The literary antecedents of 'Up': The new animated film has a variety of literary antecedents, including fairy tales and even 'Heidi.'", en: *Los Angeles Time*, Los Ángeles, 7 de junio de 2009. Disponible *online* en:
latimes.com/entertainment/news/arts/la-ca-up7-2009jun07,0,7813918.story

GUTIERREZ MOAR, María del Carmen, PEREIRA RODRIGUEZ, M. Del Carmen y VALERO IGLESIAS Luís Fernando, "El cine como instrumento de alfabetización audiovisual", en: *Teoría de la educación*, nº 18, Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca, 2006, pp. 229-260.

HABER, Joel, "Kid Stuff, Writing for The Family Film Market", en: *Script*, nº4, Forum, Baldwin, 2005, pp. 24-27.

HANSER, Eva, McKEVITT, Paul, LUNNEY, Tom y CONDELL, Joan, "Text-to-Animation: Affective, Intelligent and Multimodal Visualisation of Natural Language Scripts", en: *Artificial Intelligence Review*, Universidad del Ulster, Londonderry, junio 2009.

HARTLAUB, Peter, "Dueling Pixar directors Andrew Jimenez and Andrews Translate Their One-upmanship into an Oscar- nominated Short", 27 de febrero de 2006.
http://articles.sfgate.com/2006-02-27/entertainment/17282879_1_ed-catmull-pixar-film-street-musicians

HAX, Andrés, "XXI Palabras claves de la cultura del nuevo siglo", en: *El Clarín.com*, Grupo Clarín, Buenos Aires, 26 de junio de 2005.
http://www.clarin.com/diario/2005/06/26/sociedad/s-04802.htm

HEMPEL, Jessi, "Pixar University: Thinking Outside the Mouse", en: *SFGATE.com*, 4 de junio de 2003.
http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/gate/archive/2003/06/04/pixar.DTL

HENNE, Mark, HICKEL, Hal, JOHNSON, Ewan, KONISHI, Sonoko, "The Making of Toy Story", en: *41ts Interantional Computer Conference*, primavera de 1996, pp. 463-468.

HERNÁNDEZ VARCÁRCEL, María del Carmen, "El *Locus amoenus* en la Edad Media española", en: *Actas del Simposio Virgiliano: conmemorativo al bimilenario de la muerte de Virgilio*, Universidad de Murcia, Murcia 1984, pp. 321-340.

HERVAS, Esther, "El juego en educación infantil", en: *Innovación y experiencias educativas, revista digital pedagógica*, nº 6, CSIF Andalucía, Granada, mayo 2008.
http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_6/ESTHER_HERVAS_1.pdf

HICKS, Chris, "Disney a Brand that Sticks", en: *Deseret News*, 17 de marzo de 2011, Salt lake city, Deseret Companies.
http://www.deseretnews.com/article/700119373/Disney-A-brand-that-sticks.html

HICKS, Elizabeth, *Exploration in to Comedy Scritp Writing for Animated* Shorts, Informe sobre el proyecto de innovación, Universidad de Bournemouth, 2008. http://ncca.bournemouth.ac.uk/gallery/files/innovations/2008/Hicks_Elizabeth_441/innovationsreport.pdf

HILL, John, "Good dialogue is to dye for", en: *Script*, nº3, Forum, Baldwin, 1998. pp. 19-21 y 60-61.

HILL, Michael "A Home for Heroes: The Incredibles domestic desing", paper presentado en el Simposio Imaginary World 2005, Universidad tecnológica de Sidney, Sydney, 2005. http://www.dab.uts.edu.au/research/conferences/imaginary-worlds/a_home_for_heroes.pdf

HOGG, Trevor, "Animated Storyteller: A PIXAR Animation Studios Profile", en: *Flickeringmyth.com, Movies News, Reviews, Articles, Opinions and More*, noviembre de 2009. http://flickeringmyth.blogspot.com/2009/11/animated-storytellers-pixar-animation_18.html

HOLLERAN, Scott, "Iron Lion, an Interviews with Tim McCanlies", en: *Boxofficemojo.com*, 16 de octubre de 2006. http://boxofficemojo.com/features/?id=1257&p=.htm

HOOKS, Ed, "Adrenaline Moments and Conflicts: Two Essentials for Good Storytelling", en: *Computer Graphics*, mayo 2001, pp. 40-41.

HOROWITZ, Marilyn, "Working Villian First", en: *Script*, nº 4, Forum, Baldwin, julio-agosto 2004, pp. 60-63

HURWITZ, Matt, "I'm The Hero in this Picture", en: *Written By*, nº5, WGA, Los Ángeles, mayo 2003, pp. 35-45.

IGARTUA, Juan José, MUÑIZ MURIEL, Carlos, "Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica": en: *Comunicación y Sociedad*, nº 1, Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra, Pamplona, 2008. pp. 25-52.

IGLESIAS, Karl, "Pixar emotional Core: The Secret to Successful Storytelling", en *Creative Screenwriting*, Creative Screenwriting, Hollywod, mayo junio de 2010, pp. 54-57.

_____, "The Seamless Theme", en: *Creative Screenwrinting*, nº 1, Creative Screenwriting, Hollywood, enero-febrero 2008, pp. 52-53.

_____, "Four Ways to Make You Tense", en *Creative Screenwriting*, nº4, Creative Screenwriting, Hollywood, julio-agosto, 2007, pp. 42-43.

_____, "What at Stake?", en: *Creative Screenwrinting*, nº 1, Creative Screenwriting, Hollywood, enero-febrero 2007, pp. 38-39.

_____, "Learning to Love Concept", en: *Creative Screewriting*, Creative Screewriting, Hollywood, julio-agosto de 2005, pp. 42-43.

IVAN, Sophie, "Up", en: *Sight&Sound, The industrial Film Magazine*, volumen I9, BFI, Londres, octubre de 2009, p. 80.

KARAMINAS, Vicky, "Luck Favours the Prepared, Constructing Contemporary Superhero Identities in American Popular Culture", paper presentado en el Simposio Imaginary World 2005, Universidad tecnológica de Sídney, Sídney, 2005.
http://www.dab.uts.edu.au/research/conferences/imaginary-worlds/representing_traumatic_space.pdf

KERNION, Jette, "AFF Panel: Writing Family Films", en: *Cinematical*, 31 de octubre de 2006.
http://www.cinematical.com/2006/10/31/aff-panel-writing-family-films/

KIM, John, "Andrew Stanton: Epic in Miniature", en: *Script*, nº5, Forum, Baldwin, 1998, pp. 36, 54 y 55.

KIRCHEIMER, Mónica S., *Nuevas apariciones del dibujo animado cinematográfico*, ponencia presentada en IV Jornadas de jóvenes investigadores, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Instituto de investigaciones Gino German, Buenos Aires 19, 20 y 21 de septiembre de 2007
http://www.iigg.fsoc.uba.ar/jovenes_investigadores/4jornadasjovenes/EJES/Eje%204%20Objetos%20culturales%20Arte%20Estetica/Ponencias%20eje%204/KIRCHHEIMER%20MONICA.pdf

KOHN, Ayelet, " Prime-Time 'Fable Families': Political and Social Satires for Segmented Audiences", en: *Emergences*, volumen 10, nº1, Taylor y Francis Ltd, 2000, pp. 106-109.
http://www.informaworld.com/10.1080/713665780

KRÄMER, Peter, "It's aimed at kids – the kid in everybody": George Lucas, *Star Wars* and Children's Entertainment", en: *Scope online journal on film and tv studies*, nº20, Universidad de Notiingham, junio 2011.
http://www.scope.nottingham.ac.uk/reader/chapter.php?id=9

KUCIAK, Michael T., "On villians", en: *Script*, nº1, Forum, Baldwin, 2006, pp. 68-71.

KÜNG, Lucy, What Make Media Films Tick? Exploring the Haidden Drivers of Firm Performans", en: PICARD, Robert, *Strategics Responses to Media Market Changes*, Jönköping International Business School, Research Report, Nº2, 2004. Universidad de Jönköping.

LAHN, Daniel, "WALL-E, batallón de limpieza: El amor de las Galaxias", en: *Fotogramas & DVD*, nº 1978, Comunicación y publicación S.A., Barcelona, 2008, p. 84-87.

La MONICA, Paul, "Disney Buys Pixar", *CNN Money*, 25 de enero de 2006.
http://money.cnn.com/2006/01/24/news/companies/disney_pixar_deal/

LASSETER, John, "You are Now Only Limited by Your Own Imagination", en: ZAHED, Ramin (ed), *Animation Magazine 20 years Collection*, Animation Magazine, Westlake Village, 2007, p. 15.

_____, "Thricks to Animation Characters with a Computer", en: *Computer Graphics* , mayo 2001, pp. 45-47.

_____, "Principles of Traditional Animation Applied to 3D Computer Animation", en: *AM*, *Computer Graphic*, Volumen 21, nº 4, Julio, 1987, pp. 35-44.

LEHRER, Jonah, "Animating a Blockbuster: How Pixar Built Toy Story 3", en *Wired Magazine*, 24 de mayo de 2010.
http://www.wired.com/magazine/2010/05/process_pixar/all/1

LERMAN, Gabriel, "Entrevista a John Lasseter: el proceso siempre comienza de la misma manera: todo pasa por el argumento", en: *Dirigido por*…, nº 410, Dirigido por S. L., Barcelona, abril 2011, pp. 54-57.

_____"Pete Docter & Bob Peterson: para nosotros, estas películas son pedacitos de vida", en: *Dirigido por*…, nº 391, Dirigido por S. L., Barcelona, julio-agosto 2009, pp. 42-45.

L'ECUYER, Jonathan, "An Oscar Shout-out", en: *Gloucester Time.com*, 23 de febrero de 2009.
http://gloucestertimes.con/local/x645319966/An-Oscar-shout-out/print

LORENZO HERNÁNDEZ, María, "The Double Sense of Animated Images, A view on the Paradoxes of Animation as a Visual Language", en: *Animation Studies*, Vol 2, 2007, pp. 36-44.

LYONS, Mike, "Toon Story: John Lasseter's Animated Life", en: *Animation World Magazine*, AWM, noviembre 1998, nº3.8.
http://www.awn.com/mag/issue3.8/3.8pages/3.8lyonslasseter.html

LUCHINI, Alberto, "John Lasseter y su visión de la animación", 10 de febrero de 2010.
http://es.paperblog.com/john-lasseter-y-su-vision-de-la-animacion-42389/

LUSCOMBE, Belinda, "Why Adults Cry So Easily in Animated Kids Movies", en: *Time*, Time Inc., 11 de octubre de 2010.
http://healthland.time.com/2010/10/11/why-adult-cry-so-easily-in-animated-kid-movies/

MARIOTTI, Greg, "Pete Docter", en: *Pixar Talk*.
http://www.pixartalk.com/pixarians/pete-docter/

MARTELL, William C., "It' Symbolic!", en: *Script*, nº, Final Draft, Baldwin, mayo-junio, 2011, pp. 76-79.

_____, "I Write Pictures", en: *Script*, nº 3, Forum, Baldwin, mayo-junio 2008, pp. 82-85.

_____, "Incredible Character Moment", en: *Script*, nº4, Forum, Baldwin, julio-agosto, 2006, pp. 20-23.

_____, "Your Script's Heartbeat", en: *Script*, nº 3, Forum, Baldwin, mayo-junio 2005, pp. 20-23.

_____, en: "Why Genre?", *Script*, nº 2, Forum, Baldwin, marzo-abril 2005, pp. 20-23.

"Creating Compelling Characters", en: *Script*, nº 2, Forum, Baldwin, marzo-abril 2004, pp. 20-23.

_____, "Decisions, Decisions", en: *Script Secrets*, http://www.scriptsecrets.net/articles/decision.htm

MASTERS, Kim, "Cinema: Dole's Bomb Squad", en: *Time*, 12 de agosto de 1996. http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,984979,00.html#ixzz0kssp6jwp

McCALLUM, Kate, "The animte feature and the making of Madagascar", en: *Script*, nº 3, Forum, Barldwin, mayo-junio de 2005, pp. 32-35.

McCRACKEN, Harry, "Luxo Sr. An Interview with John Lasseter", en: *Animato*, nº 19, invierno de 1990. http://www.harrymccracken.com/luxo.htm

MENDELSOHN, Aaron, "Writing Family Films", en: *Script*, nº2, Forum, Baldwin, marzo-abril, 2001, pp. 58-59.

MILLAR, Elizabeth, "SPECIAL REPORT: What Makes Pixar Run?" en: *MacNewsWorld*, 29 de mayo de 2004. http://www.ectnews.com/about/reprints/

MILLER, Bob, "Lean, Mean Fighting Machine", en: *Animation World Magazine*, 31 de julio de 1999. http://www.awn.com/articles/people/lean-mean-fighting-machine-how-brad-bird-made-iron-giant

MINZBERG, Henry, "Rebuilding Companies as Comunities", en: *Harvard Business Review*, julio-agosto de 2009, pp 1-5.

MONDELO GONZÁLEZ, Edisa, "Del hacer y el decir. Sobre la identidad narrativa de los personajes, en: *Cuadernos de Información y Comunicación*, n º 2, *Departamento de Periodismo II, Facultad de Ciencias de la Información,* Servicio de publicaciones de la Universidad Complutense, 1997, pp. 99-105.

MORING, Mark "What's *Up*, Doc(ter)?", en: *Christianity Today*, 26 de mayo de 2009. http://www.christianitytoday.com/ct/movies/interviews/2009/petedocter.html?start=2

MORSE, Gardiner, "Innovation, Inc.", en: *Harvard Bussiness Review*, Harvard Business School, agosto, 2002, pp. 18-19.

MUNSO, Danny, "Inside Pixar's Toy Chest", en: *Creative Screenwriting*, nº 3, Creative Screenwriting, Hollywood, mayo-junio, 2010, pp. 22-27.

_____, "Rewriting Hollywood, Pixar's Risks Pay Off", en: *Creative Screenwriting,* nº1, Creative Screenwrinting, Hollywood, enero-febrero, 2010, pp. 34-35.

_____, "Top List", en: *Creative Screenwriting*, nº1, Creative Screenwriting, Hollywood, enero-febrero de 2009, p. 30.

_____, "Popular Mechanics", en: *Creative Sreenwriting*, nº 4, Creative Screenwriting Hollywood, julio-agosto de 2008, pp. 28-31.

NELSON, Julie, "Bloomingnton Native co- wrote and directed 'Up'", en: *Kare 11.com*, Minneapolis, 3 de marzo de 2010.
http://www.kare11.com/news/news_article.aspx?storyid=842899&cat

NICKELODEON/YANKELOVICH YOUTH MONITOR, *Invasion of the Spotligth on Planet Youth*, informe de Yankelovich Youth Monitor para Nickelodeon, New York, octubre de 2001.

NOYER, Jeremy, "Pete Docter's *Up*-bringing!", en: *Animated Views*, 8 de junio de 2009.
http://animatedviews.com/2009/pete-docters-up-bringing/

OAKES, Keily, "The 12 –year Incredible Journey" en: *BBC News Entertainment Report*, 28 de octubre 2004.
http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/3959829.stm

O'CONNOR, Aine, "Docter keeps Pixar magic on the Up", en: *Independent Ireland*, 4 de octubre de 2009.
http://www.independent.ie/entertainment/film-cinema/docter-keeps-pixar-magic-on-the-up-1903757.html

"On Disney's Pixar Acquisition: Pricey, but Worth it", en: *Seeking Alpha*, 2 de julio de 2007.
http://seekingalpha.com/article/39888-on-disney-s-pixar-acquisition-pricey-but-worth-it

OSMOND, Andrew, "Cartoon Movies: Acting Their Age?", *Animation World Magazine*, 4.8, noviembre 1999.
http://www.awn.com/mag/issue4.08/4.08pages/osmondfeatures.php3

PACHECO, Jonathan, "Grandpa Carl's Flying House: Up and Howl's Movin Castle", en *Slant Magazine*, 7 de octubre de 2009.
http://www.slantmagazine.com/house/2009/10/grandpa-carl%E2%80%99s-flying-house-up-and-howls-moving-castle/

PALACIOS, Jesús, "Los Increíbles", en: *Fotogramas*, nº 1934, Comunicación & Publicaciones, Barcelona, diciembre, 2004, p. 19.

_____"Los Increíbles, una familiar de superhéroes", en: *Fotogramas*, nº 1934, Comunicación y Publicaciones, Barcelona, diciembre 2004, pp. 118-122.

PARDO, Alejandro, "The Disney-Pixar Partnership: Did The Big Mickey Eat the Small Nemo or the Other Way Around?", caso de estudio, Institute of Entertainment & Media Management (UCLA Anderson School of Management), Los Ángeles, 31 julio 2006.

PARERA, Josep, "25 años antológicos", en: *Imágenes de actualidad*, nº 314, Dirigido por, Barcelona, junio 2011, pp. 16-17.

PATRIZIO, Andy, "An Interview with Brad Bird, The Real Mr. Incredible Talks About His Oscar-winning Movie", en: *IGN DVD, edición del Reino Unido*, 9 de marzo de 2005. http://uk.dvd.ign.com/articles/594/594806p1.html

PÉREZ GUERRERO, Ana María, "Cars 2, entrevista a dos artistas españoles del equipo", en: *Cinemanet*, 6 de julio de 2011. http://www.cinemanet.info/2011/07/cars-2-entrevista-a-dos-artistas-espanoles-del-equipo/

PINTOFF, Ernest, *Animation 101*, Michael Wiese Produtions, Studio City, 1999.

POND, Steve, "Pete Docter: Pixar Movies Are Lousy… at First", en: *The Wrap, Covering Hollywood*, The Wrap News INC., 28 de octubre de 2009. http://www.thewrap.com/movies/column-post/pete-docter-pixar-movies-are-lousy-%E2%80%A6-first-9319?page=1

PORTO PEDROSA, Leticia, "Socialización de la infancia en películas de Disney/Pixar y DreamsWorks/PDI, análisis de modelos sociales en la animación", en: *Prisma Social: revista de Ciencias sociales*, nº 4, Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada, Madrid, junio 2009, pp. 1-20.

POWELL, Pat, "Animated Expressions: Expressive Style in 3D Computer Graphic Narrative Animation", en: *Animation*, "Process Makes Perfect: How Pixar Masteres Their Unique Brand of Storytelling", en: *Creative Screenwriting*, nº1, Creative Screenwriting, Hollywood, enero- febrero, 2007, pp. 42 - 47.

PRICE, David, "How Pixar Cheated Death", en: *Inc.*, Junio de 2006, nº 6, p. 34. http://www.inc.com/magazine/20060601/priority-turnarounds.html

REIS, Detlef (trd.), "John Lasseter's Seven Creative Principle", en: *Animation Magazine*, nº2, Animation Magazine, Westlake Village, febrero 2009, pp. A6- A8.

ROBERTSON, Barbara, "To South America and Beyond", en: *Animation Magazine*, nº5, Animation Magazine, Westlake Village, junio- julio 2009, pp. 6-8.

_____, "Meet Geri, a new face of animation", en: *Computer Graphic World*, CGW, Glandale, febrero de 1998.

_____, "Pixar Goes Comercial in a New Market", en: *Computer Graphic World*, CGW, Glandale, junio 1986, pp. 61-61 y 66-70. https://design.osu.edu/carlson/history/PDFs/pixar-image-processor.pdf

ROBINSON, Tasha, "Interview Andre Stanton", en: *AV club*, 25 de junio de 2008. http://www.avclub.com/articles/andrew-statnont,14263/

_____, "Interview Pete Docter", en: *AV club*, 28 de mayo de 2009. http://www.avclub.com/articles/pete-docter,28465/

RODGER, Jack Patricks, "Love and Loss in John Lasseter's America", en: *Slant Magazine*, 8 de octubre de 2009.
http://www.slantmagazine.com/house/2009/10/love-and-loss-in-john-lasseter%80%99s-amaerica/

RODRÍGUEZ, Sergi, "Shrek, felices para siempre" y "Toy Story 3", verano animado", en: *Fotogramas & DVD*, nº 2001, julio 2010, Hachette, Barcelona pp. 92-97.

ROOMEY, Jonathan, "Toy Story 3", en: *Sight&Sound*, nº8, Sight & Sound, Londres, agosto, 2010, p. 77.

RODRÍGUEZ ROSELL, María del Mar, MELGAREJO MORENO, Irene, "Cine infantil: aproximación a una definición", en: *Doxa, Comunicación*, revista interdiciplinar de estudios de comunicación y Ciencias sociales, nº 10, Universidad San Pablo CEU, Madrid, pp. 167-181.

ROSA, Rene, "An interview with Pixar's Pete Docter, director of *UP*", en: *Ugo.com*, May 28, 2009.
http://www.ugo.com/movies/peter-docter-interview-up-director

ROSS, Jonathan, "Regus London Film Festival interview 2001, John Lasseter I", en: *The guardian*, 19 de noviembre de 2001.
http://www.guardian.co.uk/film/2001/nov/19/londonfestival2001.londonfilmfestival1

RUSSELL, Mike, "The Pixar Palyer: Meet Andrew Stanton and Lee Unkrich- the 'Batman and Robin' behind Pixar's lates 'Finding Nemo'", en: *In Focus*, nº5, The National Association of Theatre Owner, Washington, mayo de 2003.
http://natoonline.org/infocus/03May/pixar.html

RYFLE, Steve, "Ted Elliot & Terry Rossio" (I), en: *Creative Screenwriting*, nº 3, Creative Screewriting, Hollywood, mayo-junio, 2001, 63-66.

_____, "Ted Elliot & Terry Rossio" (II), en: *Creative Screenwriting*, nº 1, Creative Screewriting, Hollywood, mayo-junio, 2002, 53-57.

SALS, David, "A Striking New Approach to Caracter Arc" en: *Script*, nº2, Forum, Baldwin, marzo-abril, 2005, pp. 24-26.

SALVÁ, Nando, "Pixar el estudio que borró a disney del lápiz", en: *Cinemanía*, nº143, Progresa, Madrid, agosto 2007, pp. 78-83.

SÁNCHEZ, Sergi, "Entre el cielo y la tierra, *Up*, de Pete Docter y Bob Peterson", en: *Cahier du cinéma España*, nº, Caimán, Madrid, julio-agosto de 2009, pp. 31-32.

_____, "Críticas. Cars: en contra", en: *Fotogramas & DVD*, nº 1953, Comunicación y publicaciones, Barcelona, 2006, p. 13.

SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio, "La guerra de las galaxias", (en prensa), 2011.

_____, "Fantasía de aventuras: La exploración de universos fantásticos en literatura y cine", *Comunicación y Sociedad*, Nº 2, Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra, Pamplona, 2009, pp. 109-136.

_____*"Heroes in Hell, the descense into death in film structure", en:* Journal of Popular Film and Television,nº4 volumen 35, Heldref Publications, invierno 2005, pp.149-156.

SCHLENDER, Brent, "Pixar's magic man", en: *CNNMoney*, 17 de mayo de 2006.
http://money.cnn.com/2006/05/15/magazines/fortune/pixar_futureof_fortune_052906/index.html

SCHLENDER, Brent, FURTH, Jane, "Steve Jobs' Amazing Movie Adventure Disney is Betting on Computerdom's Ex-boy Wonder To Deliver This Year's Animated Christmas Blockbuster. Can He di for Hollywood What the Did for Silicon Valley?", en: *Fortune Magazine*, 18 de septiembre de 1995.
http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/1995/09/18/206099/index.htm

SGAROW, Michael, "Writer Michael Arndt learn the Pixar way for 'Toy Story 3'", en : *The Baltimore Sun*, 17 de junio de 2010.
www.baltimoresun.com/entertainment/movies/bs-ae-film-sragow-0618-20100617,0,4094208.sttory

SHAW, Ian G.R., "WALL-E's World: animating Badiaou's Philosophy", en: *Cultural eography*, nº 17, 2010, pp. 392-405.
http://cgj.sagepub.com/content/17/3/391

SHEA, James K., "Keys to Creating Emotionally Engaging Characters", en: *Script*, nº2, Forum, Baldwin, marzo-abril, 1998, pp. 28-29 y 59-60.

SHEPARD, Iris, "Representation of Children in the Pixar Films: 1995- 2009", en: *Red Feather Journal*, nº 1, Creative Common, primavera 2010, pp. 2-13.
http://redfeatherjournal.org/1_1_Feb_2010/

SIEGAL, Donald Alan, "Songs in Animated Features", en: *Animation World Network*, AWN, 1 de noviembre de 1999.
http://mag.awn.com/?article_no=1129

SINGER, Greg, "The Secret of Pixar Storytelling", en: *Animation World Network*, AWN, marzo 2007.
http://www.awn.com/articles/secret-pixar-storytelling

_____, "Producing Animation: Words of…", en: *Animation World Network*, AWN, 29 de octubre de 2002.
http://www.awn.com/articles/people/producing-animation-third-millennium

SITO, Tom, "The Late, Great, 2D Animation Renaissence_ Part 1" en: *Animation World Magazine*, febrero 13 de 2006.
http://mag.awn.com/index.php?article_no=2786&page=1

_____, "Disney's The Fox and the Hound: The Coming of the Next Generation", en: *Animation World Magazine*, AWN, noviembre de 1998.
http://www.awn.com/mag/issue3.8/3.8pages/3.8sitofox.html

SLOCUM, Charles B., "Animating Live Action", en: *Written By*, nº5, WGAW, Los Ángeles, 2008, p. 14.

SMITH, Sara, PAQUETTE, Scott, "Creativity, Chaos and Knowledge Management", en: *Business Information Review*, nº 27, 2010, pp 118-123.
http://bir.sagepub.com/content/27/2/118

SNIDER, Burr, "The Toy Story; How John Lasseter came to make the first 100- percent computer- generated theatrical motion picture", en: *Wired Magazine*, diciembre 1995.

SOLOMON, Charles, "WALL-E, The final Frontier", en: *Animation Magazine*, nº6, Westlake Village, junio-julio 2008, pp. 14-16.

_____, "Pulling the CG Rabbit Out of Hat", en: *Animation Magazine*, nº 187, Aimation Magazine, Westlake Village, septiembre, 2008, p. 28

_____"Its Here: Why Aren't you Watching?" en: *Los Angeles Times*, Sección de Agenda, 27 de agosto, 1999.

_____, " A Bug'sLife: Pixar Does Again", en: *Animation World Magazine*, AWN, diciembre 1998
http://www.awn.com/mag/issue3.9/3.9pages/3.9solomonbug.html

SPARK, Nick T., "Working Out the Bugs, an Interview Woth Pixar's Lee Unkrich, Supervising Film Editor of A Bug's Life", en: *Editors Guild Magazine*, enero-febrero, 1999.
http://www.editorsguild.com/v2/magazine/Newsletter/JanFeb99/int_unkrich_bugs_life.html

SPECTOR, Josh, "The Craft of Writing the Four Quadrant Film", en: *Creative Screenwriting*, nº3, Creative Screenwriting, Hollywood, mayo-junio 2005, pp. 70-73.

STAMP, Richard, "We Scare Because We Care: How Monsters make Friends in Animated Feature Films", en: YODER, Paul, KREUTER, Peter Mario, *Monsters and Mounstrous: Myth and Metaphors of Enduring Evil*, Inter-Disciplinary Press, Oxford, 2004, pp. 69-79.

"Star Wars: The Year's Best Movie", en: *Time*, 30 de mayo de 1977.
http://www.time.com/time/printout/0,8816,914964,00.html

STEFANIK, Richard Michaels, "The Mega Hit Movies of 2003", en: *Script,* nº 1, Forum, Baldwin, enero-febrero, 2004, pp. 72-75.

STERNGOLD, James, "Children's movies, facing a tough market, find a home on a revived Disney series", en: *New York Time*, 17 de noviembre de 1997.
http://www.nytimes.com/1997/11/17/business/media-entertainment-children-s-movies-facing-tough-market-find-home-revived.html?pagewanted=1

STEWART, James B., " A Collicion of Creativity and Cash", en: *The New York Time*, 1 de julio de 2011.
http://www.nytimes.com/2011/07/02/business/02stewart.html?_r=1&pagewanted=all

TABOR, Dan, "Lee Unkrich Director of Toy Story 3", en: *Geekadelphia.com*, 11 de noviembre de 2010
http://geekadelphia.com/2010/11/11/lee-unkrich-director-of-toy-story-3-interview/

TAYLOR, William, "Pixar's Blockbuster Secrets Wall-E is just the latest No. 1 movie for the animation giant, whose success owes more to its corporate culture than its movies' content", en : *Harvard Business Online* , 10 Julio de 2008.
http://www.businessweek.com/print/managing/content/jul2008/ca20080710_173268.htm

Team PIXAR, "The Pixar Philosophy, What it's like to work at the greatest animation Studio in the World", en: *ING UK*, 16 de julio de 2008.
http://uk.movies.ing.com/articles/890/890717p2.html

"The Toon That Changed My Life", en: *Animation Magazine*, nº1, Westlake Village, febrero 2010, pp. 22-25.

"The Oscar; best Screenplays: The Incredibles, Written by Brad Bird.", en: *New York Time*, 13 de febrero de 2005.
http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9B07E1D91F3BF930A

THOMAS, Frank, "Can Classic Disney Animation Be Duplicated On The Computer?", en: *Computer Picture*s, nº 4, julio-agosto, 1984, pp. 20-26.
http://www.pixartouchbook.com/storage/FrankThomasArticle.pdf

THOMPSON, Kristin, BORDWELL, David, "Rat rapture", en: *David Bordwells' Website on Cinema*, 24 de agosto, 2007.
http://www.davidbordwell.net/blog/2007/08/24/rat-rapture/

_____, "Reflections on Cars", en: *David Bordwells' Website on Cinema*, 8 de octubre, 2006.
http://www.davidbordwell.net/blog/2006/10/08/reflections-on-cars/

"Toy Story (juguetes) Cine Cibernético", en *Fotogramas & Vídeo*, nº 1829, Comunicación y Publicaciones, Barcelona, marzo de 1996, pp. 110-111.

TSCHANG, Ted, GOLDSTEIN, Andrea, "Production and Political Economy in the Animation Industry: Why Insourcing and Outinsurcing Occur", ponencia presentada en *DRUID Summer Conference*: *Industrial Dymanic, Innovation and Development*, Elsinore, del 14 al 16 de junio de 2004.
http://www.druid.dk/conferences/summer2004/papers/ds2004-92.pdf

TURAN, Kennet, "Movie Review: *Ratatouille*: The film is audacious and its unlike hero is to hard to resist", en: *Los Angeles Times*, junio 29 de 2007.
http://www.calendarlive.com/cl-et-ratatouille29jun29,1,6391389.story

_____, "Animation Infinity and Well Beyond", en: *Los Ángeles Times*, 27 de diciembre de 1999.
http://articles.latimes.com/print/1999/dec/27/entertainment/ca-47866

VanDERR WERFF, Tod, "The Studio as Autor: An introduction to Pixar's Week", en: *Slant Magazine*, 5 de octubre de 2009.
http://www.slantmagazine.com/house/2009/10/the-studio-as-author-an-introduction-to-pixar-week/

VALL, Toni, "Cars", en: *Cinerama*, nº 130, Progresa, Madrid, julio 2006, p. 100.

_____(b), "Cars, la jungla de asfalto", en: *Cinerama*, nº 130, Progresa, Madrid, julio 2006, pp. 56-60.

_____(c), "John Lasseter: 'Me fascina Frank Capra'", en: *Cinerama*, nº 130, Progresa, Madrid, julio 2006, p.59.

VERINI, Bob, "The Top Ten Scriptwriters of the Decade", en: *Script,* nº6, Final Draft, Baldwin, noviembre-diciembre, 2010, pp. 38-47.

_____, "Breaking the Ice", en: *Script*, nº2, Forum, Baldwin, mayo-abril, 2002, pp. 34-37.

VIYUELA ILLERA, Esther, *El cine norteamericano de los ochenta y noventa.*
http://www.nochedecine.com/documentos/cineusa80_90.pdf

VOYTILLA, Stuart, "Structuring the Memorable Comic Secuence", en: *Script*, nº3, Forum, Baldwin, mayo-junio 2005, pp. 72-75.

WALKER KNIGHT, Ryland, "Ratatoulle's sense of taste, of place", en: *Slant Magazine*, 8 de octubre de 2009.
http://www.slantmagazine.com/house/2009/10/ratatouilles-sense-of-taste-of-place/

"WALL-E", en: *Cineramanía*, nº 155, Progresa, Madrid, agosto 2008, pp. 87-90.

WALL-E, Notas de producción. Disney-Pixar, 2008.
http://wdsfilmpr.com

WALTER, Ben, "The Great Leap Forward", en: *Sight & Sound*, nº3, BFI, Londres, marzo de 2009, pp. 38-39.

WELLS, Paul, "Where the mild thing are", en: *Sight & Sound*, nº2, Sight & Sound, Londres, febrero de 2002, pp. 26-27.

WEINRAUB, Bernard, "Hollywood is Testing the Family Values' Value", en: *New York Time*, 12 de noviembre de 1992.
http://www.nytimes.com/1992/11/12/movies/hollywood-is-testing-family-values-value.html

WESTBROOK, Caroline, "Fine Tooning" en: *Empire* 115, enero de 1999, pp. 108-11.

WHARTON, David Michel, "A Bird In Hand, How Brad Bird and Mark Andrews Reshaped A Rat's Tale into Ratatouille", en: *Creative Screenwriting*, nº 3, Creative Screenwriting, Hollywood, mayo-junio, 2007, pp. 63-66.

WILKIE, Ian, SAXTON, Matthew, "The Origins of Comic Performance in Adult-child Interaction", en: *Comedy Studies*, nº1, Londres, 2010, pp. 21-32.

WILLIAMS, Phillip, "Getting the Bug's Out", en: *Script*, nº 5, Forum, Baldwin, 1998, pp. 32-54.

WITHBECK, Wendy, "Everyting That Needed To Know About Character Development I Learned From a Fish", en: *Script*, nº 16, 7 de abril 2010, p. 28.

WLOSZCZYNA, Susan, "Pixar Whiz Reanimates Disney", en: *USA Today*, 3 de agosto 2006.
http://www.usatoday.com/life/movies/news/2006-03-08-cars-main_x.htm

WOLFF, Ellen, "Fantastic Weather", en: *Animation Magazine*, nº 5, Animation Magazine, Westlake Village, junio-julio, 2009, p. 9.

WOOD, Jennifer, "Creating the Pixar Phenomenon: Screenwriter/Genius Andrew Staton on Family Films ans Fish", en: *MovieMaker, The Art and Business of Making Movies*, 2 de marzo de 2007.
http://www.moviemaker.com/screenwriting/article/creating_the_pixar_phenomenon_2672/

YAMGOTCHIAN, Alejandro, "Los trabajos de un notable animador, Brad Bird a propósito de *Ratatouille*", en*: Arte 7, el primer portal de cine de Uruguay*, julio 2007. http://www.arte7.com.uy/Pag/01/2007Julio/BradBird.htm

YOUNG, John, "Pixar's 25 anniversary: How the studio changed the animation game", en: *Entertainmen Weekly*, 17 de agosto de 2011.
http://insidemovies.ew.com/2011/08/17/pixar-25th-anniversary/

TESIS

BROWN, Noel, Hollywood, *The Family Audience and the Family Films, 1930-2010*, tesis doctoral en filosofía, Escuela Literatura, Lenguaje y Lingüistica, Universidad de Newcastle, junio, 2010.

DECKER, Johnathan Tye, *The Portrayal of Gender in the Feature-Length Film of Pixar Animation Studios: A Content Analysis*, tesis de master en Ciencias, Facultad de ciencias, Universidad Auburn, Alabama, 2010.

De LEONARDIS, Maria Chiara, *Fra Creativita' e Industria: Structture Narrative e Coinvolgimento dello Spettatore nei Film prodotti da Pixar Animation Studios,* tesis doctoral, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milán, 2008.

DELMAN, Todd Scott, *Collaboration With Children in the Character Design Process for a Short, Animated Film*, tesis de master en Bellas Artes, Universidad estatal de Ohio, 2004.

DURAN CASTELL, Jaume, *Narrativa audiovisual i cinema de animació per ordenador*, tesis doctoral, Departamento de didáctica de educación visual y plástica – Comunicación audiovisual, Universidad de Barcelona, Barcelona, 2009.

DYE, Charles Eugene, *Now and All they are important: A Post-Structural Critique of Humanism, Aldo Leopold's "The Land Ethics", And Disney/Pixar WALL-E*, tesis de master en Bellas Artes, Universidad de Montana, Bozeman, diciembre 2008.

FARLEY, R. E., *Play and Trasnformation: The Animated Aesthetic*, tesis de master en Artes, Departamento de inglés, Brisbane, Universidad de Queensland, 1998.

PABLO PELAYO, Borja; ZHENG, Wei, *A discussion of Motivation for Creativity Within the Business Context: From the Perspective of the Generation Y*, tesis de master, Baltic Business School, Univesidad de Kalmar, Kalmar, primavera 2009.

PEÑA ACUÑA, Beatriz, *Humanismo y cine: el tratamiento de la dignidad humana en la obra de Steven Spielberg*, tesis doctoral, Departamento de Filología española, Lingüística general y Teoría de la literatura, Universidad de Alicante, Alicante 2009.

RISUM JESEN, María, *Disney/Pixar short films in relation to branding, including branding through storytelling*, tesis de licenciatura en Administración, Aarhus Business School, Aarhus, 5 de mayo de 2010

SAVORY, Louis, *La nostalgia de acuerdo con Pixar*, tesis de licenciatura de la Cultura, Sociedad y Medios de Comunicación, Universidad de Linköping, Estocolmo, 2009.

VIDAL ORTEGA, Miguel, *Contribución de la animación cinematográfica al desarrollo del trucaje cinematográfico y los efectos especiales del cine contemporáneo*, tesis doctoral, Universidad politécnica de Valencia, Departamento de Dibujo, 2008.

GUIONES

ARENDT, Michael, *Toy Story 3*, última versión.

BIRD, Brad, *Ratatouille*, última versión.

BIRD, Brad, *Los Increíbles*, última versión.

CHAMBERLIN, Doug, WEBB, Chris, *Toy Story II*, primera versión, 20 de diciembre de 1996.

DOCTER, Pete, PETERSON, Bob y McCARTHY, Tom, *Up*, última versión.

STANTON, Andrew, REARDON, Jim, *WALL-E*, última versión.

STANTON, Andrew, PETERSON, Bob, REYNOLDS, Davis, *Finding Nemo*, última versión del guión.

STANTON, Andrew, DANIEL, Gerson, *Monsters Inc.*, versión final del guión, diciembre 2001.

WHEDON, Joss, STANTON, Andrew, COHEN Joel, SOKOLOW, Alec, *Toy Story*, versión final, febrero 1994.

MATERIAL AUDIOVISUAL

(*Making of*, comentarios de los creativos y documentales)

BIRD, Brad, *Perro de familia*, en: *Historia asombrosas*.

BIRD, Brad, *El gigante de hierro,* edición especial, [DVD-Rom PC], Warner Home Entertainment, 2004

BIRD, Brad, *Los Increíbles*, edición especial dos discos, [DVD], Buena Vista Entertainment, 2005.

BIRD, Brad, *Ratatouille,* [DVD], Walt Disney Company Iberia, 2007.

DOCTER, Pete, *Winter*, corto de CalArts, 1988.

DOCTER, Pete, *Palm Spring*, corto de CalArts, 1989.

DOCTER, Pete, UNKRICH, Lee, *Monstruos S.A.*, [DVD], Buena Vista Home Entertainment, 2002.

DOCTER, Pete, PETERSON, Bob, *Up*, [DVD], Walt Disney Studios, 2009.

HAHN, Don, *Waking Sleeping Beauty: From 1984 to 1994 a perfect storm of people and circumstances changed the face of animation forevere*, [DVD] Buena Vista Home Entertainment, 2010.

IWERKS, Leslie, *La historia de Pixar*, en: WALL-E, [DVD], Walt Disney Studios Home Entertainment, 2008.

LASSETER, John, *Toy Story*, *edición 10mo aniversario* [DVD], Buena Vista Home Entertainement, 2005.

LASSETER, John, *Toy Story* 2, [DVD], Buena Vista Home Entertainment, 1999.

LASSETER, John, *Cars*, [DVD], Buena Vista Home Entertainment, 2006.

LASSETER, John, STANTON, Andrew, *Bichos*, [DVD], Buena Vista Home Entertainement, 1999.

STANTON, Andrew, UNKRICH, Lee, *Buscando a Nemo*, [DVD], edición especial 2 discos, Buena Vista Home Entertainment, 2003.

STANTON, Andrew, *WALL-E,* [DVD], edición especial 2 discos, Walt Disney Studios Home Entertainment, 2008.

UNKRICH, Lee, *Toy Story* 3, [DVD], Walt Disney Studios, 2010.

VV. AA. *Los mejores cortos de PIXAR, volumen 1*, [DVD] Disney Studios Home Entertainment, 2007

WEBs

Alvy Ray Smith Web site
http://alvyray.com/default.htm
http://alvyray.com/Pixar/

Animaholic. Org
http://blog.animaholic.org/

Box Office Mojo
http://boxofficemojo.com/alltime/world/

David Bordwell.net
http://www.davidbordwell.net/

/Film, blogging the reel world
http://www.slashfilm.com/

Film Rating.com
http://www.filmratings.com/filmRatings_Cara/

Internet Movie Database (IMDb)
www.imbd.com

Industrial Light and Magic
http://www.ilm.com/

Lee Unkirch
http://www.whosay.com/leeunkrich/
http://www.youtube.com/leeunkrich

Lucas Film
http://www.lucasfilm.com/

Motion Picture Association of America
http://www.mpaa.org/

Pixar Animation Studios
www.pixar.com

Pixar talk
http://www.pixartalk.com/

Pixar times
http://pixartimes.com/

The Pixar podcast
http://www.thepixarpodcast.com/

Upcoming Pixar
http://pixarplanet.com/blog/

Premisas creativas y referencias fílmicas						
Director	**Película**	**Referencias argumentales o premisas creativas**		**Películas a las que se evoca o se hace referencia**		
		Adulto	**Niños**	**Niños**	**Mundo PIXAR**	**Adultos**
John Lasseter	***Toy Story***	Historias en las que juguetes y objetos inanimados cobran vida cuando nos son vistos *Soldadito de Plomo* *Tin Toy* *A Great Big Bunch of you (1932)* *We're In the Money (1933)* *I like Montain Music (1933)* *Beaty and the Beast (1934)* *Midnight in a Toy Shop (1930)* *Mother Goose Melodies (1931)* *The Clock Store (1931)* Arquetipo Juguetes Huida a media noche, El castillo de Cagliostro *48 horas, Thelma y Louise, Fugitivos*	Historias en las que juguetes y objetos inanimados cobran vida cuando no son vistos *Soldadito de Plomo* *Tin Toy* *A Great Big Bunch of you (1932)* *We're In the Money (1933)* *I like Montain Music (1933)* *Beaty and the Beast (1934)* *Midnight in a Toy Shop (1930)* *Mother Goose Melodies (1931)* *The Clock Store (1931)* Juguetes Imaginación infantil	Producciones Disney Mickey Mouse El rey león	*Luxo Jr.* *Sueño de Red* *André y Wally B.* A.113	Cine bélico *La parada de los monstruos* *El exorcista* *Encuentros en la tercera fase* *Star Wars* *Indiana Jones* *Contra el imperio de la droga*
	Bichos	*Los siete samuráis* *Los siete magníficos* *Three amigos* *La cigarra y la hormiga* *Animación de Chuck Jones* *David y Goliat*	*La cigarra y la hormiga* Animación de Chuck Jones Imaginación infantil		A-113 Grap Soda Darla	*How a mosquito operates*
	Toy Story 2	*Toy Story 1* Coleccionismo de juguetes Concepto de Purgatorio	*Toy Story 1*	Película de Buzz Lightyear *Parque Jurásico* *Pinocho* *Blancanieves* *Mickey Mouse y las habichuelas*	*Cortos pixar* *A.113* *Bichos*	*El imperio contraataca* *Parque Jurásico* *Regreso al futuro 2* *Star treck* *Robocop* *James Bond contro Goldfinger* *Dos hombres y un destino* *Viva las Vegas*
	Cars	*Dr. Hollywood* *Brigadoon* Vacaciones familiares del director La ruta 66	*Little Blue Coupe*		Pajaritos Toy Story	
Andrew Stanton	***Buscando a Nemo***	*Bambi* *Dumbo* Anécdota personal del director Acuario Marine World	*Dumbo* *Bambi*	*Pinocho* *Merlín el encantador*	*Los Increíbles* A-113	*Tiburón* *Psicosis (fragmento musical)* *El resplandor*
	WALL-E	*Hello Dolly!* *Annie Hall* *2001 Odisea en el espacio* *Star Wars* Películas en las que robots experimentan sentimientos humanos *El club de los cinco*	Conservación ambiental	*Cortocircuito* (diseño personaje) *Fantasía* *Marte y más allá*	*Toy Story* *Buscando a Nemo* *Luxo Jr.*	*Odisea en el espacio* (fragmento musical) *Marte y más allá* (Ward Kimball, 1957) *Fantasía* *Soy leyenda*
Pete Docter	***Monstruos S.A.***	Arquetipo Monstruo Temores infantiles *Nightmare* (John Lasseter) Refinería de Point Richmon	Conservación ambiental Temores infantiles Literatura y cine sobre monstruos buenos	*Mi vecino Totoro* *Kiss me cat*	*Buscando a Nemo* *Toy Story 2*	
	Up	Vuelos de Charles Limberg Vuelos de Howard Hughes *Vías Cruzadas* *El mago de Oz* *¡Que bello es vivir!* *Fitzcarraldo* *El mundo perdido* *Going in style* *El globo rojo* Spencer Tracy y Krik Douglas Selva venezolana *La vuelta al mundo en 80 días* *Above the beyond* Películas Errol Flynn Noticieros cinematográficos	*El castillo ambulante* *El mago de Oz* *Mi vecino Totoro*		*Toy Story 3* Camioneta de Pizza planet Luxo Jr. WALL-E (BNL) A-113 Soda Grap	*La legión invencible* *Que bello es vivir* *Los justicieros del oeste* (Kirk, Douglas 1975) Diseño de Mary Blair
Brad Bird	***Los Increíbles***	Vida personal del autor *Powers* *Watchmen* *James Bond 007* *Los cuatro fantásticos* Cine de superhéroes	*Spy Kids* Comics de superhéroes	*Spy Kids*	Camioneta de Pizza planet	*El apartamento* *Agente 007 James Bond* *Spiderman 2* *Los cuatro fantásticos* *Eduard manos de tijeras* *Xmen*
	Ratatouille	Historias de superación			*Los Increíbles* Camioneta de Pizza Planet Dug (Up) *WALL-E*	*Un americano en Paris* *Uno de los nuestros* *La ventana indiscreta*
Lee Unkrich	***Toy Story 3***	*Toy Story 1 y 2* *La leyenda del indomable* *Cine carcelario* *Guarderías* *Tin Toy*	*Toy Story 1 y 2*	*Mi vecino Totoro*	Camioneta de Pizza planet *Buscando a Nemo* *Tin Toy* *Toy Story 2* *Monstruos. S.A.* *André y Wally B.* *WALL-E (BNL)*	*La leyenda del indomable* Cine carcelario Cine de terror *El despertar del diablo* (Sam Raimi, 2003) *Dulce hogar… a veces (Ron Howard)* *Misión imposibles* (Brian de Palma, 1996) *Cadena perpetua* La gran evasión