**Creatividad y talento, claves del éxito de Pixar**

.- Ana María Pérez-Guerrero, profesora de Comunicación de UNIR, publica un libro en Ediciones Encuentro sobre los genios del cine familiar

*Madrid, 2 de agosto de 2013*

Caracas. Una película anunciada a bombo y platillo en la fachada del cine. El primer largometraje animado íntegramente por ordenador. Corre el año 1995 y la joven **Ana María Pérez-Guerrero**, en la actualidad profesora de Comunicación de [**UNIR**](http://www.unir.net)(Universidad Internacional de La Rioja), se deja seducir por un estilo que va más allá de la técnica. La película es *Toy Story* y el estudio, Pixar.

Tras años de investigación, documentación y rastreo de “ratón de biblioteca”, conjugado con una admiración de adulto y una sensibilidad de niña, Pérez-Guerrero acaba de sacar a la luz en [**Ediciones Encuentro**](http://www.ediciones-encuentro.es/) ***Pixar. Las claves del éxito***.

En sus primeros veinticinco años (1986-2010), periodo analizado en el volumen, Pixar, “sinónimo de cine familiar de calidad”, se ha relacionado con nombres de la talla de George Lucas, Steve Jobs, y Disney, que la compró en 2006 por 7.400 millones de dólares.

El éxito de Pixar Animation Studios “se debe primordialmente al factor humano, no sólo por la aportación particular de sus fundadores en la configuración de su cultura empresarial, sino porque la manera de hacer las cosas en el estudio está basada en las personas”.

Según la profesora de UNIR, Pixar, en una “atmósfera de libertad y armonía”, presenta cuatro pilares: **creatividad**, **técnica**, **gestión de la producción** y **gestión de negocios**. Realmente se puede hablar de un “estilo Pixar”, de unos valores corporativos y un sentido de comunidad, donde conviven la confianza, la solidaridad, la aportación personal, la honestidad, la asunción de nuevos retos y un talante optimista

Además, Pérez-Guerrero destaca en su libro que Pixar invita a los empleados a evaluar su labor al finalizar cada proyecto: “La idea es elaborar una lista de cinco cosas que volverían a hacer, así como de otras cinco que no repetirían, con el fin de mejorar lo que sea necesario en el futuro. Es más, en sus instalaciones tienen una galería dedicada a personajes fallidos para motivar a la exploración y toma de riesgos”.

La profesora de Comunicación apunta otros elementos que Pixar sigue a pie juntillas: solidez de sus guiones, que afrontan tremas profundos desde una perspectiva original; relatos en ambientes intemporales y llenos de humor; preocupación por interesar tanto a niños como adultos, cuidado del público familiar; la responsabilidad de unos profesionales, conscientes por influir en la vida de los espectadores; y compromiso por la calidad y la excelencia.

Dos ejemplos pueden ilustrar la filosofía Pixar:

.- Sus películas incluyen en los créditos los nombres de los niños nacidos durante la producción de cada película. Asimismo, muchos de los hijos de los creativos de la casa han participado activamente en los filmes de sus padres. Nicholas, hijo de Brad Bird, prestó su voz a una de las tortugas infantiles de *Buscando a Nemo*. Ellie, hija de Pete Docter, fue la voz del personaje del mismo nombre, cuando era niña, en *Up*.

.- *Toy Story 2* determinó gran parte del estilo Pixar porque se tuvo que rehacer la película en tiempo récord. A raíz de esto, muchos trabajadores sufrieron un progresivo deterioro de su salud. Para atajar el estrés, un equipo médico y de fisioterapia dio consejos a la plantilla, se adquirió un mobiliario más confortable, los responsables crearon un gimnasio en el edificio, y se ofrecieron clases de yoga y Tai Chi.

El futuro

Tras seis años desde la compra de Pixar por parte de Disney, el estudio ha cosechado grandes éxitos, aunque, desde 2011, de acuerdo con Pérez-Guerero, “algunos han querido ver síntomas de agotamiento creativo en sus producciones, amparados en la *fallida* historia de *Cars 2* y el anuncio de varias secuelas”. En 2013 Pixar acaba de estrenar *Monstruos University*.

 “Si el factor humano ha sido crucial en la trayectoria de logros de Pixar hasta el presente, también lo será para mantener esa dirección en el futuro. El estudio aún es joven y en proceso de crecimiento, al igual que sus líderes creativos. De su creatividad y coraje dependerá, en buena medida, que sepan reinventarse sin perder su identidad… El gran número de sus seguidores se los agradecerá”, opina.

En el libro *Pixar. Las claves del éxito*, Pérez-Guerrero dedica capítulos enteros a cada uno de los nombres principales de estos estudios. Como guía, solo quedan aquí plasmadas un par de ideas de cada uno:

**.- John Lasseter** (*Toy Story 1, Toy Story 2, Bichos, Cars 1, Cars 2*). “El alma artística de Pixar y la figura clave para entender la cultura creativa que se fomenta en la empresa”.

**.- Andrew Stanton** (*Buscando a Nemo* y *Wall-E*). “El primer director de Pixar en introducir el impacto de la muerte de un ser querido en la vida de los personajes. La soledad y la nostalgia son temas recurrentes en sus trabajos”

**.- Pete Docter** (*Monstruos S.A.*, *Up*). “Es un artista cuya comprensión de la imaginación infantil le permite hablar tanto a niños como a adultos”

**.- Brad Bird** (*Los increíbles* y *Ratatouille*). “Tiene la rara habilidad de aportar complejidad, intimidad, ternura e integridad a su obra, en donde sus personajes expresan sentimientos complejos y emociones identificables”.

**.- Lee Unkrich** (*Toy Story 3*). “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”.

También en el volumen publicado por Ediciones Encuentro respiran grandes frases de los personajes de las películas:

.- **Rusell** (*Up*): “Puede que suene aburrido, pero las cosas que más recuerdo son precisamente las cosas aburridas”.

.-  **Andy** (*Toy Story 3*): “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”.

.- **La muñeca Barbie** (*Toy Story 3*, emulando al filósofo John Locke): “La autoridad emana del consentimiento de los gobernados, no de la amenaza de la fuerza”.

**Departamento de Comunicación UNIR**

comunicacion@unir.net 91 567 43 91 <http://www.unir.net/>

**Esperanza Calderón, directora**

esperanza.calderon@unir.net

**Javier Picos** javier.picos@unir.net