

Películas de Pixar en CaixaForum

Decepcionante. Cuando salí de la exposición que CaixaForum había dedicado a Pixar, arrastraba esa sensación: fue un tanto decepcionante.

Las causas son variadas, pero se resumen en una: haber restado terreno del discurso curatorial en pos del efectismo. Pixar fue creada hace ya varias décadas, a la luz de los adelantos que reflejaban sus primeros cortos y del éxito sin ambages que supuso *Toy Story*, tanto a nivel narrativo (punto fuerte de la compañía) como, por descontado, plásticamente y, no menos importante, por su aceptación popular y consiguiente éxito económico. *Monstruos SA*, *Up* o incluso segundas o terceras partes de sagas como la propia *Toy Story*, son verdaderas obras maestras. Y se puede crear a partir de ahí un discurso que enlace con otras manifestaciones, hable de su historia (o de la historia compartida con otras compañías) o que, en general, refleje sus aportes a la historia del arte, del cine, de la animación o de los tres campos. Pero no se logra: la exposición muestra distintos originales, maquetas y hasta un magnífico zootropo (el lector que haya acudido sabrá a lo que me refiero), acúmulo de trabajo casi artesanal que muestra, efectivamente, todo lo que existe detrás de la animación, pero que por su organización (en áreas temáticas planteadas en torno a cada película) e hilo conductor (hablando, por ejemplo, de la importancia del guión), no logran ir más allá del didactismo.

Que el lector no me entienda mal: los niños se habrán divertido, algún adulto habrá descubierto lo que hay detrás de estas películas, pero no hay un trasfondo lo suficientemente fuerte. La exposición de Pixar se ha planteado al estilo de los parques temáticos de Walt Disney (compañía gigante a la que, por cierto, pertenece), con distintas categorías que

hacen todo más digerible al visitante sin crear discurso. Quizás tenga que ver con que esta muestra (originalmente planteada para el MoMA) surgiera desde la mente de una comisaria perteneciente a la propia compañía. Concebida quizás como estratagema publicitaria antes que de otra manera. Eso explicaría muchas cosas.