

# Rotteracet

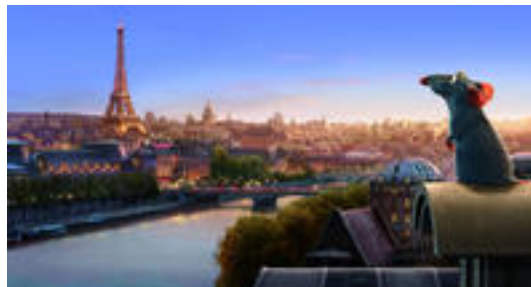
Rune Kreutz ser nærmere på den ualminnelige suksessen til Pixar med utgangspunkt i deres seneste eventyr

*Ratatouille*. Artikkelen tar også for seg historien bak Pixar og Disneys oppkjøp av selskapet. Artikkelen stod opprinnelig på trykk hos [RushPrint](#)

Familieunderholdning er ingen lekestue. En vellykket animert langfilm omsetter for milliarder av dollar i alt fra billettinntekter til cheeseburgere, dataspill og propellhatter. Fallhøyden er enorm for floppene. Det er lenge siden Pixar Animation Studios var utfordreren i denne bransjen, og forventningene til hver ny film fra studioet er skyhøye. Nå står deres åttende, *Ratatouille* (ra-ta-too-ee), for tur og følges med argusblick som det førstefødte avkommet etter ekteskapet med Disney.

*Ratatouille* innfrir og gjør det ettertrykkelig. Regissør Brad Bird leverer en animasjonsfilm en både blir glad av og i. Likevel har den åpnet dårligere enn Pixars foregående fem filmer i USA, men dette sier kanskje mer om Pixar enn noe annet. Studioet kan smykke seg med bransjens høyeste inntjening per film, og kravene til hva som regnes som suksess og ikke blir ditto tøffere. Flere har hevdet, Disney blant dem, at de ikke regnet med at

*Ratatouille* kunne hevde seg helt i toppen. ?It?s not easy marketing a rat as a lovable character.? Det er fristende å ty til billige poenger, men pressetalsmannen setter likevel fingeren på noe. Det er kanskje vanskeligere å markedsføre en rotte enn en mus, selv om det er den mest likandes rotta vi har sett på filmduken noensinne. Det er ikke filmers kvalitet som er avgjørende, men deres salgbarhet. Så lenge markedsføringen fungerer, er det underordnet om filmen er bra, middels eller rett og slett ulidelig.



Selv om

*Ratatouille* ikke når helt opp økonomisk i konkurranse med Pixars tidligere suksesser, er dette en pengemaskin. Publikumstallene fra USA viser at

*Ratatouille* bare blir slått av

*Shrek The Third* blant årets animasjonsfilmer. En samlet omsetning som i skrivende øyeblikk har passert 400 millioner dollar er solid, og på den prestisjetunge rangeringen, film med gnager i hovedrollen, er

*Ratatouille* den best besøkte noensinne (med

*Stuart Little* som nummer to). Foreløpig ligger den på 11. plass blant tidenes mest innbringende animasjonsfilmer, og som nummer to blant amerikanske filmer med Paris som åsted, bare slått av

*The Da Vinci Code*. Alt i følge Box Office Mojo. Hadde dette bare handlet om kvalitet ville

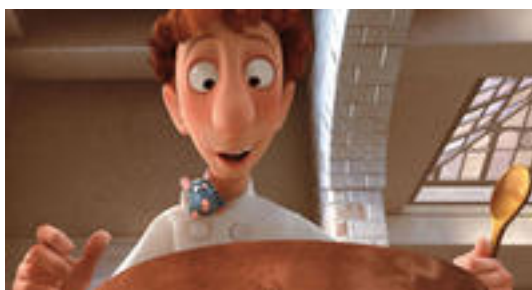
*Ratatouille* slått skogtrollet langt ned i kattestøvlene, men Pixar befester likevel sin posisjon hos publikum og kritikere.

Hva er så Pixars suksessresept?

## There's a rat in the kitchen

For å ta

*Ratatouille* først. Rotta Rémy er utstyrt med en usedvanlig nese og interesse for kokekunst. Hans store ideal er gourmeten Auguste Gusteau som har gjort det til sin læresetning at alle har en kokekunstner i seg. Dette til mange feinschmeckeres forferdelse og spesielt matanmelderne, med Anton Ego i spissen. Den anemiske Ego er full av forakt for Gusteau's matfilosofi, og delaktig i at sjefskokken mister en av sine fem stjerner. Dette blir for tungt å bære for den på alle måter store kjøkkensjefen som dør. Restauranten mister etter normal kutyme ytterligere en stjerne og sliter med å nå fordums høyder. Soussjefen Skinner rykker opp som kjøkkensjef, men er mest opptatt av å selge masseprodusert hurtigmat med Gusteau som merkevare. Staben på sin side fortsetter å repetere gamle resepter i skyggen av det avdøde geniet. I dette miljøet dukker Alfredo Linguini opp. Uten noe som helst talent for kokekunst, men med anbefaling fra sin mor og bønn om å bli tatt inn i lære. Linguini blir ryddegutt og en av hans første oppgaver er å fjerne rotta Rémy fra kjøkkenet og drukne ham i Seinen. Sammen blir de imidlertid et kokekunstens radarpar, med Rémy godt skjult under Alfredos kokkelue mens rotta styrer ham til de store gastronomiske høyder via hårrøttene.



I stil og formspråk er det lekent. I scenene der Rémy kommuniserer med den avdøde Gusteau kommer han til liv i alt fra bokillustrasjoner til sjokkselgerne for hurtigmatsatsningen. Det veksles mellom to- og tre-dimensjonal animasjon og ulike animerte stiluttrykk. Et annet eksempel. Når matopplevelsens sanseoverskridende karakter skal skildres, gjøres det ved hjelp av formspill slik gamle mestere som Oskar Fischinger komponerte dem. Den visuelle musikken, eller synestetisk film, kan dels sees som en hommage til Fischinger, men i større grad er dette det naturlige valget for å skildre sansesammensmeltning og Rémys forhold til smak. Det blir ikke ekskluderende som intertekstuel overflatespill, men Fischinger er valgt som forelegg rett og slett fordi hans filmkunst best skildrer rottas matopplevelse.

Datateknisk er det også mye å glede seg over. Mest fordi det ikke er den anstrengende imitasjonen av virkeligheten som holder en klam hånd om teknologien. Persongalleriet er karikerte, og rotter, kjøkkenstab og spisegjester er tegnet fargerikt. Bymiljøene er nydelig skildret, og unngår plastfoliefølelsen ofte rammer dataanimasjon. Dette ligner ikke på virkeligheten, men på animasjon.

Slik krydres fortellingen kreativt, men den bygger på en velkjent resept.

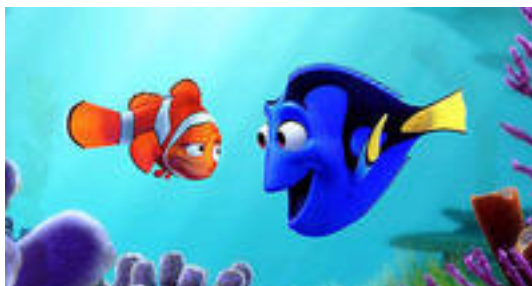
## ?You've got a friend in me?

Et gjennomgangstema hos Pixar er verdien av vennskap. Til tross for tilsynelatende underlegenhet (fysisk, teknologisk eller tallmessig), vil vennskap og samhold gjøre det umulige mulig. Linguini (læregutten) og Rémy (rotta), Sully og Mike i *Monsters Inc.*, Woody og Buzz i *Toy Story*-filmene. Filmene målbærer en tro på det gode i mennesker (representert gjennom

leker, insekter, monstre, fisker, superhelter, biler og rotter), og angriper egen nytte, egoisme og nyttemaksimering. Karakterene handler ikke alltid i tråd med sine høye idealer, som Linguinis hovmod da han tar æren for Rémys kokekunster, eller i

*Toy Story* hvor Woody i et anfall av misunnelse setter Buzz Lightyear i fare. Slik forsterkes menneskelige kvaliteter på godt og ondt, men samtidig fører deres grunnleggende samvittighetsfølelse dem til å handle ?riktig? og rette opp sine feil. Det er ikke ytre styrke eller overlegenhet som gir dem overtaket på sine utfordrere, men indre verdier og tilhørigheten til et fellesskap. Rémy trenger fellesskapet i familien for å redde restaurantens ære. I

*Finding Nemo* trenger Nemo fellesskapet for å komme seg ut av tannlegekontoret, men det er gjennom hans personlige mot og innsats at løsningen gir seg.



Disse motivene skiller seg ikke nevneverdig fra det som er standard familieunderholdning. Pixar serverer basisoppskrifter, men med en betydelig egen vri. Det krydres og smaksettes, men hele tiden i respekt for råvarene. Pixar med John Lasseter i spissen er ekstremt dyktige håndverkere med stor kunnskap om animasjon. De har en respekt for animasjonsfaget, og klassisk historiefortelling, og som Walt har de en respekt for sitt publikum. Kortfilmproduksjonen til Pixar fungerer som utviklingsarbeid og eksperimentering forut for langfilmer. Forfilmen til *Ratatouille*,

*Lifted* er verdt billetten alene. Der Disney grovt har utnyttet sitt karakterunivers med oppfølgerfilmer herfra til helvete, billige TV-serier og rett-på-DVD-søppel, utvikler Pixar nye karakterer med klassikerpotensiale. På mange måter er Pixar i dag mer Disney enn Disney selv.

*Ratatouille* inviterer til en interessant tolkning langs dette sporet. Geniet Gusteau dør. Han etterlater seg en betydelig merkevare. Den nye lederen, soussjefen Skinner, utnytter dette kynisk, mens de ansatte står i stampe mens de forsøker å repetere gamle resepter. Helt til læregutten Linguini, ved hjelp av Rémy, får restauranten ut av myra. Parallellen; Walt Disney dør. Selskapet vet verken hvor de skal og hva de skal der, inntil Michael Eisner entrer sjefsstolen i 1984. Eisner har ikke noe forhold til Disney. Etter eget sigende hadde han ikke engang sett

*Snøhvit*. Med Eisner vokser selskapet seg globalt og ekspanderer til alle tenkelige og utenkelige bransjer. For animasjonsavdelingens del skal oppskriftene følges for å sikre maksimal inntjening til aksjeeiernes glede. Så kommer John Lasseter & Co. Pixar er ikke tilfreds med å koke suppe på gamle spikere. De vil smaksette i tråd med et moderne publikums ønsker, men i respekt for opprinnelige idealer. Eisner jages på dør, og studioets ære gjenreises. Jeg skal ikke avsløre for mye av plottet, og jeg skal heller ikke dra denne strikken for langt, men filmens sluttsekvens bærer bud om at alt fortsatt kanskje ikke er helt som det skal i det magiske riket?

Denne kampen for det autentiske et gjennomgangsmotiv i alle Pixars filmer. Her i form av det hjemmelagete, ekte i kontrast til det masseproduserte og upersonlige. Autentiske og tradisjonelle verdier utfordres av det moderne, men det er gjennom gode gamle verdier protagonisten finner løsningen på utfordringene. I

*Ratatouille* er det den nye kjøkkensjefen med sin mikrobølgemat som blir brukt som kontrast til den ekte matkunsten. Ego elsker mat så inderlig at han bare svelger mat som tilfredsstillende hans svært kresne gane til hundre prosent. Det må en matopplevelse av Proustiansk kaliber til for at Ego igjen skal kunne nyte matkunsten til fulle.



### Suppe på en spiker?

Er alt da bare fryd og gammen for Pixar? Finnes det ingen tegn på slitasje? De har jo tross alt ikke all verdens temavariasjon, og selv om artsmangfoldet fortsatt er langt fra utbrukt, er det ikke et spørsmål om hvor mange ganger vi gidder å se den samme historien om og om og om igjen?

Mye tyder på et umettelig behov for helaftens animasjonsfilm. Det er nærmest noe ritualistisk rundt konsumpsjonen av filmunderholdning og besøks- og salgsrekorder flyttes stadig. Ta en kikk på

*Shrek The Third*. Nok er åpenbart ikke nok, og *The Fourth* og *The Fifth* er under planlegging. Mekanismene i industrien dyrker suksessreseptene, og som markedets wonderboys er det nærliggende at Pixar leverer premisser til andre produksjoner også her hjemme. Men om det er noe å lære av Pixar er det deres insisterende holdning til at imitasjon og resirkulering ikke er bra nok, selv om det er penger å tjene.

Disneys gullalder ble magisk fordi Walt Disney samlet de beste historiefortellerne i sin animasjonsstall. John Lasseters karriere i Pixar/Disney vitner om samme sans for talentdyrking. Men Disneys ørkenvandring i årene etter Walts død, er også en historie om hvordan en mann blir uvurderlig for et selskap. Parallellene er mange og hvis John Lasseter beholder teften og får nødvendig alburom ser horisonten lys ut for Pixar/Disney. Disney har kanskje lært noe av at de en gang sparket unge John ut av selskapet fordi han ble litt for ivrig i sine forsøk på å lage tidenes første helaftens dataanimasjon. Den lagde han i stedet for Pixar. Skjønt, man vet jo aldri.



### Historien om Pixar

Historien om Pixar begynner i 1979. George Lucas trengte hjernekraft til Lucasfilm og rekrutterte forskere fra New York Institute of Technology med ekspertise innen dataanimasjon. Den nye avdelingen fikk navnet Graphics Group, og ble ledet av Ed Catmull.

Graphics Group ble kjøpt av en pengestinn Steve Jobs i 1986, som nylig hadde beriket seg på Apple Computer. Jobs utnevnte seg selv til styreformann i selskapet som ble omdøpt til Pixar, med Catmull som leder. Pixars hovedsatsning var Pixar Image Computer og de innledet samarbeid med blant annet Disney. Innholdsproduksjonen fungerte primært som eksperimentering med teknologiens anvendelsesområder. Pixar hadde ingen umiddelbar suksess som teknologileverandør og for å øke oppmerksomheten om deres produkt ble John Lasseter sendt til bransjemønstringen SIGGRAPH for å vise eksempler på sine korte animasjonsfilmer. Lasseter var rekruttert til Pixar etter å ha fått fyken hos Disney, angivelig for å ha tråkket på noen overordnede tær i forbindelse med planleggingen av en helaftens dataanimert spillefilm. Blant filmene Lasseter presenterte på SIGGRAPH var *Luxo Jr.* (1986) som i dag regnes som pionérarbeid og klassiker innen dataanimert kortfilm.



Til tross for den positive oppmerksomheten rundt Lasseter, slet Pixar med teknologisatsningen. Selskapet holdt seg flytende gjennom innholdsproduksjon, og den endelige redningen kom i 1991 i form av en avtale med Walt Disney Feature Animation om produksjonen av tre dataanimerte spillefilmer, blant disse

*Toy Story*. Produsert for nesten halvparten av Disneys lansering i 1995, *Pocahontas*, spilte den totalt sett inn mer.

*Pocahontas* var ingen flopp og selv om Disney ikke klarte å følge opp den gigantiske kommersielle suksessen med *The Lion King* året før, tjente selskapet gode penger også på indianereventyret. Men blant kritikere og publikum var det *Toy Story* som stjal showet.

Pixars første fem filmer spilte til sammen inn over 2,5 milliarder dollar og Pixar var med dette det mest innbringende av alle industriens melkekyr. Men forholdet til Disney var i ferd med å surne. Steve Jobs og Disneys allmektige leder Michael Eisner kranglet om fordeling av inntekter, rettigheter til allerede produserte filmer og kreativ frihet, og i 2004 da en ny avtale mellom selskapene skulle fremforhandles lå det an til full skilsmisse.

Det er skrevet mye om Eisners rolle som leder av Disney fra 1984 til 2005. Disneys magiske rike går for å være det lykkeligste sted på jord, og det er både fascinerende og besnærende når idyllen sprekker, selv for oss som har vokst opp med mytene. *Disney War* av James B. Stewart er anbefalt lesning for de som ønsker dypdykk i urolighetene.

Kort fortalt kom Eisner til Disney fra fjernsynsnettverket ABC helt blank på Disney. Eisner kom til et selskap som famlet i blinde. Arven fra Walt hadde vist seg vanskelig å håndtere, og Eisner var i sin første periode først og fremst frelseren. Under hans ledelse gikk Disney fra å være et filmselskap med noen avleggere i fornøylesparker, til å bli en global underholdningsgigant. Det ble investert i hotell og reiseliv, nye fornøylesparker åpnet, ABC ble kjøpt opp, spillefilmsdivisjonen opprustet, og animasjonssuksesser som

*The Little Mermaid* (1989),

*Beauty and the Beast* (1991),

*Aladdin* (1992) og

*The Lion King* (1994) befestet Disneys posisjon som familieunderholder.



Det er imidlertid for enkelt å gi Eisner æren for animasjonsstudioets nye bragder. Så tidlig som i 1973 igangsatte Eric Larson et rekrutteringsprogram som de nesten 20 år senere kunne høste fruktene av, men i Disneys vekst til globalt mediekonsern Eisner en nøkkelrolle. Likevel var ikke dette nok til å redde ham, og skuddet for baugen kom med håndteringen av Pixar. Walt Disneys nevø, Roy E. Disney, hadde i følge Stewart, tilnærmet blind tillit til Eisner ved ansettelsen av ham, men ble hans største kritiker. Eisner var ikke lenger noen populær mann i Disney. Som en Gulbrand Gråstein skammet han seg ikke over å saksøke barnehagebarn for å ha dekorert veggene med motiver fra hundremeterskogen. Anklager om nepotisme og herskesyke lå tungt over det magiske riket. Som bærer av Disneygenene tok Roy opp kamphanskene på vegne av Disneyfans verden over, men Eisner var en hard nøtt å knekke.

Det var sammenbruddet i forhandlingene med Jobs og Pixar som ga vann på mølla til Eisners motstandere. Disneys egen animasjonssatsning kunne ikke måle seg mot Pixar, og Eisner måtte endelig forlate sjefsstolen. I 2005 ble forhandlingene gjenopptatt og endte med at Disney kjøpte opp Pixar året etter. Jobs ble som følge av aksjetransaksjonen majoritetsholder i Disney med plass i styret. Ed Catmull ble utnevnt som direktør for Walt Disney Animation Studios og Pixar Animation Studios, med John Lasseter som kreativ leder for studioene.

#### **Pixarfilmer:**

[Toy Story](#) (1995)

Regi: John Lasseter

[A Bug's Life](#) (1998)

Regi: John Lasseter og Andrew Stanton

[Toy Story 2](#) (1999)

Regi: John Lasseter, Lee Unkrich, Ash Brannon

[Monsters, Inc.](#) (2001)

Regi: Peter Docter, Lee Unkrich, David Silverman

[Finding Nemo](#) (2003)



Regi: Andrew Stanton, Lee Unkrich

[The Incredibles](#) (2004)

Regi: Brad Bird

[Cars](#) (2006)

Regi: John Lasseter, Joe Ranft

[Ratatouille](#) (2007)

Regi: Brad Bird, Jan Pinkava (co-director)

### **Artikkelen er skrevet av Rune Kreutz**

Artikkelen [stod opprinnelig på trykk i RushPrint](#)

Kreutz er utdannet cand. philol. fra UiO, og skrev hovedfagoppgaven Absolute Film - animation as music i 1999. Han har forfattet en rekke artikler med animasjon som utgangspunkt for tidsskrifter og nettsteder.

### **Relaterte artikler:**

[John Lasseter - et intervju, del 1](#)

[John Lasseter - et intervju, del 2](#)