

# 16 REGRAS DA PIXAR

**COMENTADAS E INTERPRETADAS  
POR JONI GALVÃO**



**PLOT  
ACADEMY**

# 1

**UM PERSONAGEM DEVE  
SE TORNAR  
ADMIRÁVEL PELA SUA  
TENTATIVA,  
MAIS DO QUE PELO SEU  
SUCESSO.**

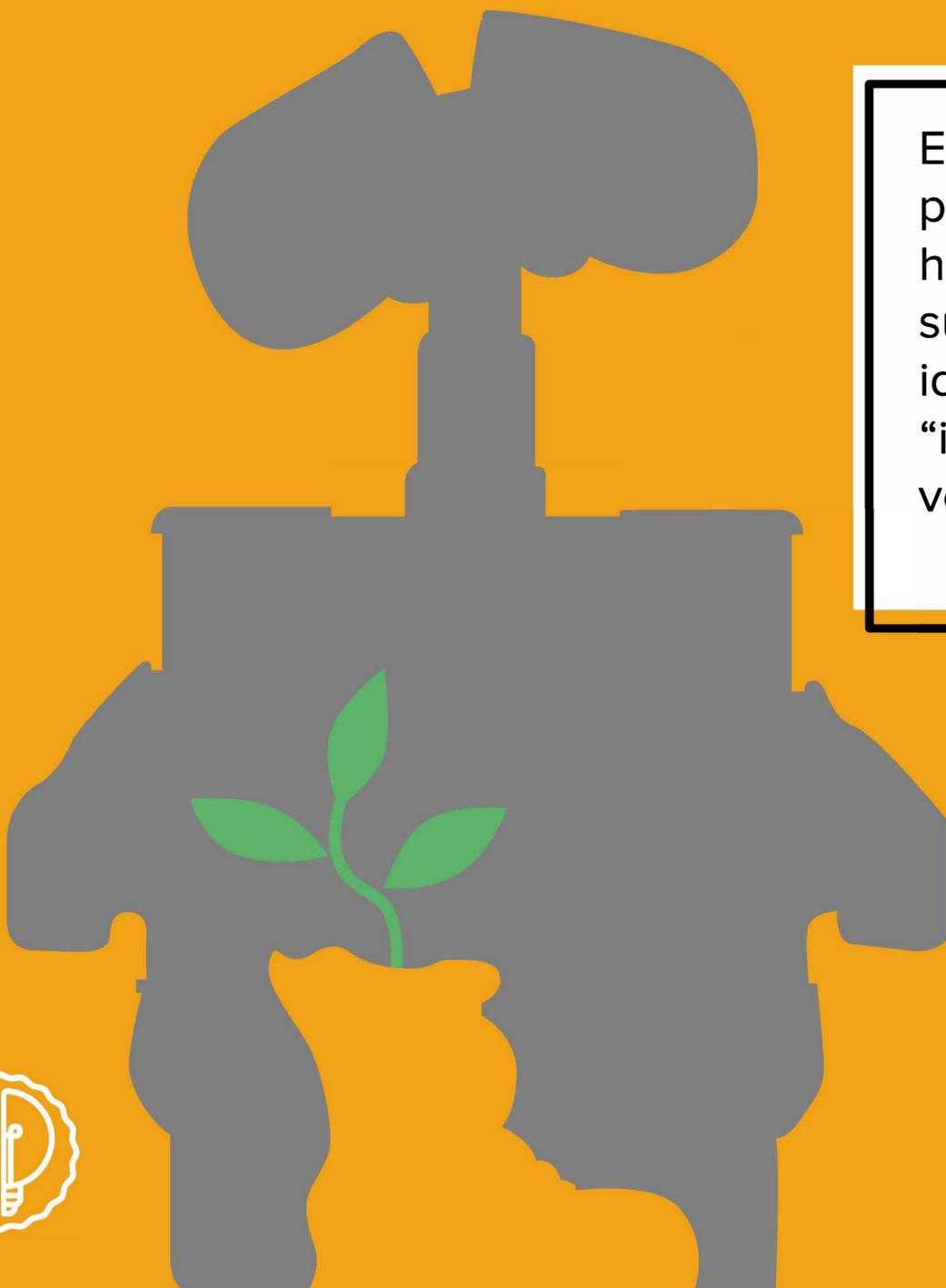
Isso significa que você não precisa ser perfeito mas precisa sim ser lutador e passar confiança de que foi forte o suficiente, mesmo se o final não for feliz.



# 2

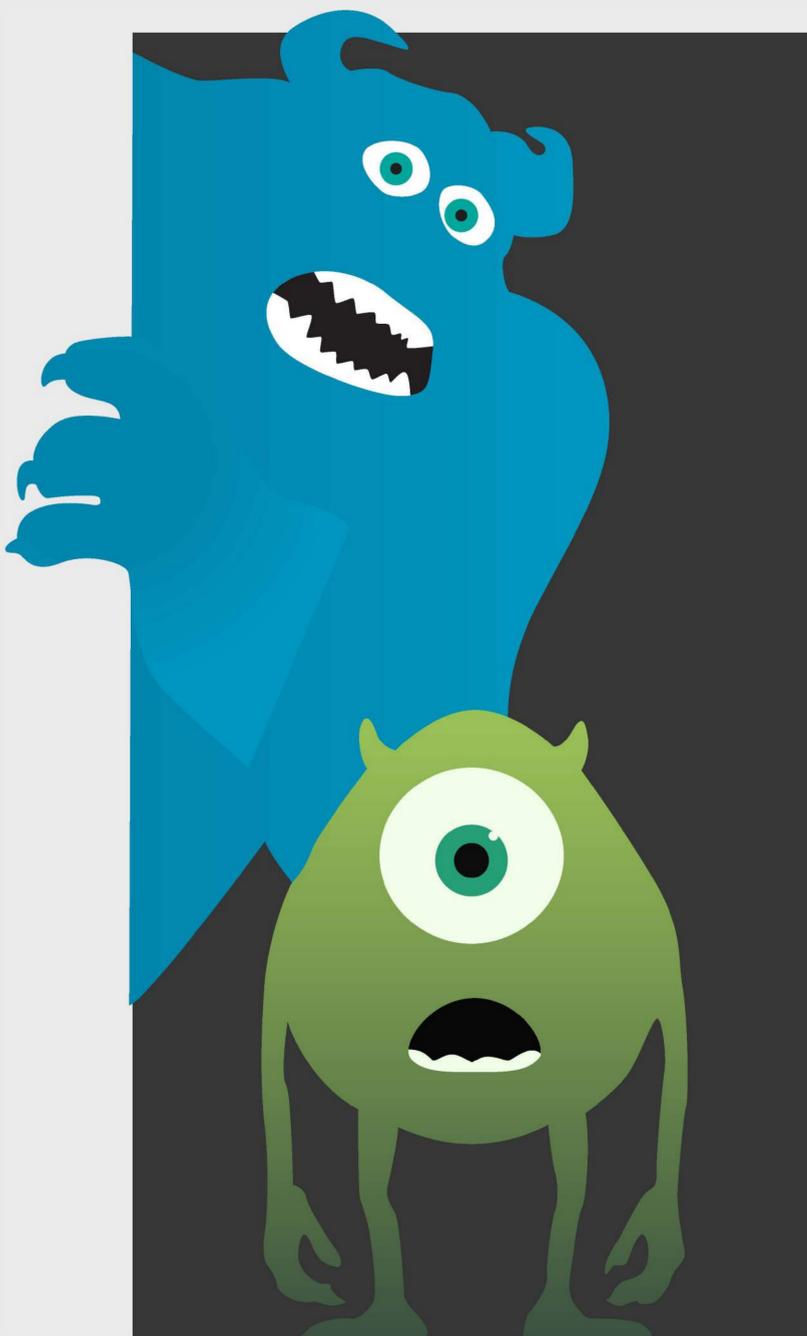
**É PRECISO MANTER EM MENTE O QUE TE CATIVA COMO SE VOCÊ FOSSE PARTE DO PÚBLICO, E NÃO PENSAR NO QUE É DIVERTIDO DE FAZER COMO ESCRITOR. AS DUAS COISAS PODEM SER BEM DIFERENTES.**

Em outras palavras, cuide para que seu conteúdo e história seja relevante pra sua audiência e gere identificação. Não tente “impor” uma ideia só porque você a considera “legal”!

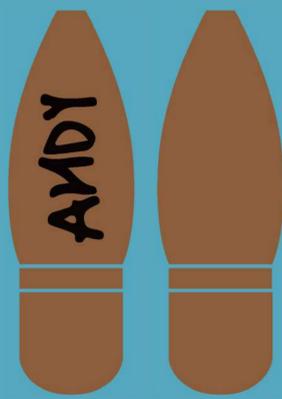


# 3

A DEFINIÇÃO DE UM TEMA É IMPORTANTE, MAS VOCÊ SÓ VAI DESCOBRIR SOBRE O QUE REALMENTE É A SUA HISTÓRIA, QUANDO CHEGAR AO FIM DELA. ENTÃO REESCREVA.



**ERA UMA VEZ**



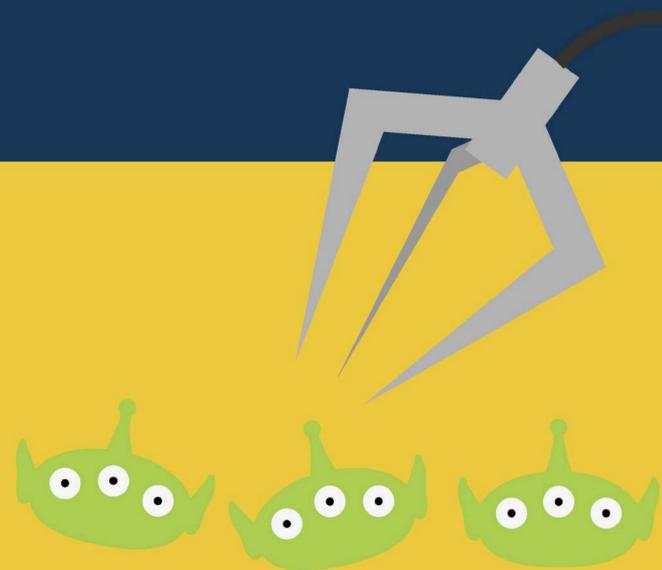
**TUDO DIA**



**UM DIA, ENTÃO**



**POR CAUSA DISSO,**



**ATÉ QUE  
FINALMENTE**



**4**



Essa é a forma natural que o ser humano conta histórias desde sempre. Começa com ambientação e ato 1 (Era uma vez/Todo dia); passa as complicações no ato 2 (por causa disso) e fecha com o ato 3 (ate que finalmente)> Sim, você pode usar para qualquer situação em que precisar contar uma história.

# 5

**SIMPLIFIQUE. TENHA FOCO. COMBINE PERSONAGENS. NÃO DESVIE DO PRINCIPAL. VOCÊ SENTIRÁ COMO SE ESTIVESSE PERDENDO MATERIAL VALIOSO, MAS FICARÁ MAIS LIVRE.**

Óbvio, óbvio e óbvio. Mas vai fazer! É simples até que você comece a escrever. O que eles querem dizer é que ter limitações é importante para que dentro delas você não tenha limites.



# 6

**NO QUE OS SEUS PERSONAGENS SÃO BONS E O QUE OS DEIXA CONFORTÁVEIS? COLOQUE-OS NO LADO OPOSTO A ISSO. DESAFIE-OS. COMO ELES LIDARÃO COM ESSAS SITUAÇÕES?**

A vida como ela é tem desafios que muitas vezes nos colocam em teste. Conhecemos as pessoas pelas pressões que elas passam e pelas decisões que tomam quando estão nestes momentos. O lance é o seguinte: torne difícil a vida do seu protagonista pois sua audiência vai perceber que a vida é assim mesmo e portanto acaba se identificando.



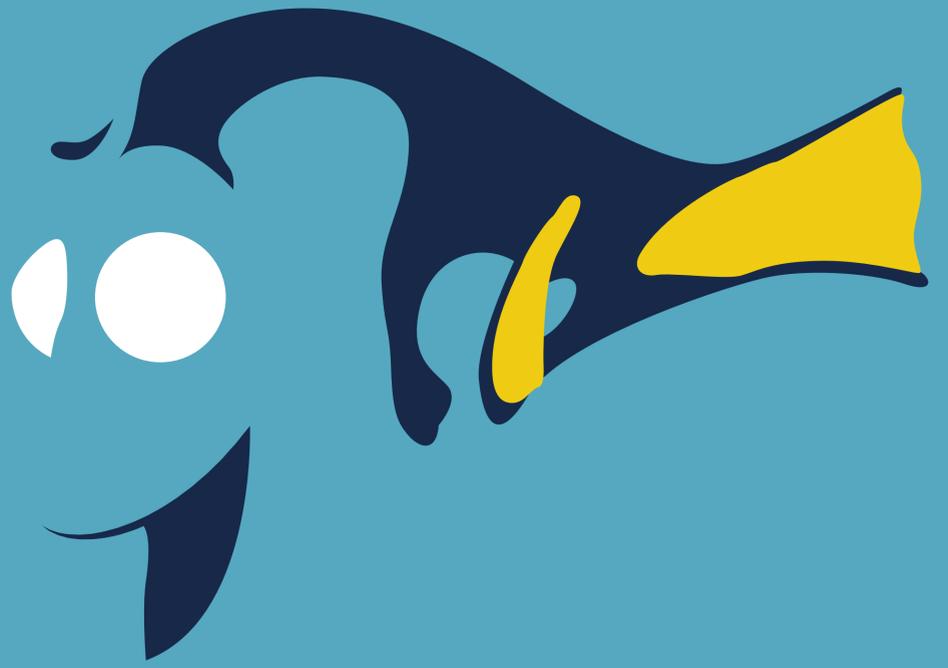
Realmente o final não é nada fácil. “Save the best for the last” é o conselho dado por Robert McKee e você só pode saber o final se souber o que sua audiência deseja.

# 7

**CRIE O FINAL ANTES DE  
SABER COMO SERÁ O  
MEIO. SÉRIO. FINAIS SÃO  
DIFÍCEIS, ENTÃO ADIANTE  
O SEU TRABALHO.**

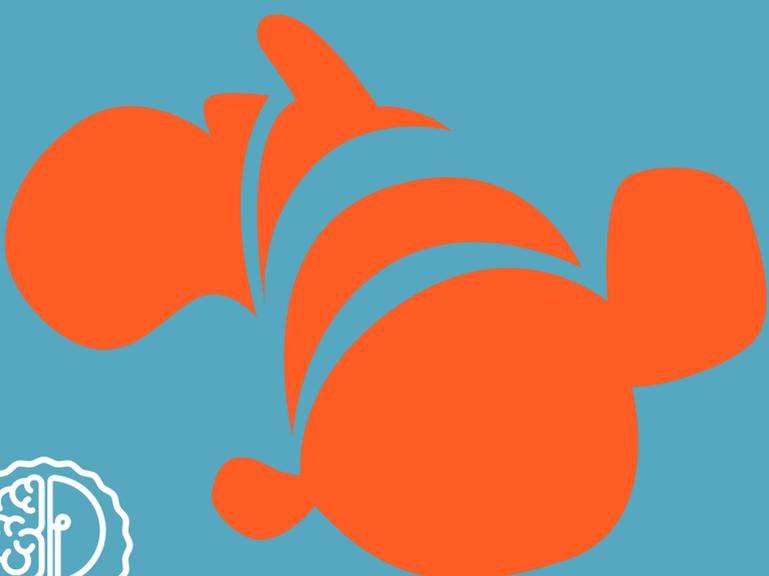


# 8



**SEPARE AS HISTÓRIAS QUE VOCÊ GOSTA. O QUE VOCÊ VÊ DE BOM NELAS É PARTE DE VOCÊ. É PRECISO IDENTIFICAR ESSAS CARACTERÍSTICAS, ANTES DE USÁ-LAS.**

Fique ligado. Tudo que nos é transmitido é feito em forma de história. Aquelas que mais nos tocam tem mais a ver com a gente. Ou com o que somos ou com o que gostaríamos de ser. Pura psicologia. Teoria da projeção! Pros negócios? Aumente cada vez mais seu repertório. Isso te dará maior capacidade de ser criativo e fazer associações. Melhorando assim sua capacidade em criar histórias.



**COLOCAR NO PAPEL  
PERMITE QUE VOCÊ  
COMECE A CONSERTAR  
AS FALHAS. SE DEIXAR  
NA SUA CABEÇA ATÉ  
APARECER A IDÉIA  
PERFEITA, VOCÊ NUNCA  
COMPARTILHARÁ COM  
NINGUÉM.**

9

Comece a escrever mesmo que não tenha nada na cabeça. acredite, a bobagem e o que aparentemente parece sem nexo, pode ser o começo de uma grande história.



# 10

**IGNORE A PRIMEIRA  
COISA QUE VIER A SUA  
CABEÇA. E A SEGUNDA,  
TERCEIRA, QUARTA,  
QUINTA - TIRE O ÓBVIO  
DO CAMINHO.  
SURPREENDA A SI  
MESMO.**

Mais ou menos... Se você já é vivido, tem cabelo branco e já errou muito na vida, pode acreditar nas primeiras ideias que vêm à cabeça. Agora, se você está começando, desconfie muito da primeira ideia; ela geralmente é clichê.

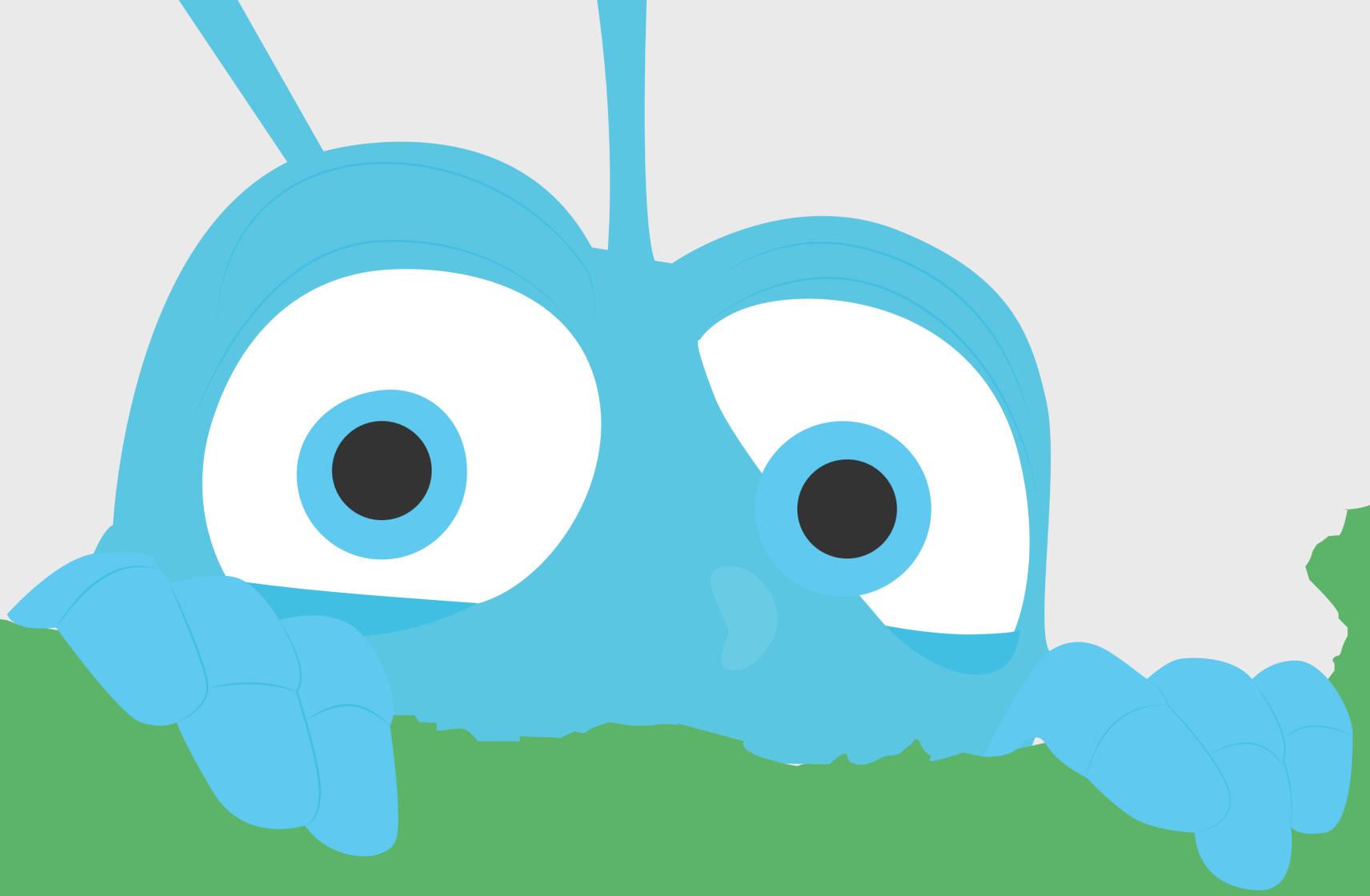


# 11

POR QUE VOCÊ  
PRECISA CONTAR  
ESSA HISTÓRIA?  
QUAL É O  
COMBUSTÍVEL QUE  
QUEIMA DENTRO  
DELA, E DO QUAL ELA  
SE ALIMENTA? ESSE  
É O CORAÇÃO DA  
HISTÓRIA.

Uma boa história deve nos ensinar algo. Melhorar a nossa vida. Você tem algo pra que isso aconteça com a sua audiência? Você consegue resumir este “algo” em uma frase que motive qualquer um a ouvir o que você tem a dizer?





# 12

**SE VOCÊ FOSSE O SEU PERSONAGEM, E ESTIVESSE NA MESMA SITUAÇÃO, COMO VOCÊ SE SENTIRIA? HONESTIDADE DÁ CREDIBILIDADE PARA SITUAÇÕES INACREDITÁVEIS.**

É a tal da empatia. Você precisa sentir o que seu personagem sente para que possa escrever sobre ele. Será mais real, mais autêntico e verossímil. Só da pra ser honesto quando você realmente conhece o íntimo do personagem, com todas as suas falhas e não só os pontos fracos.



O QUE ESTÁ EM  
JOGO? NOS DÊ UMA  
RAZÃO PARA NOS  
IMPORTARMOS COM  
O PERSONAGEM. O  
QUE IRÁ ACONTECER  
SE ELE FRACASSAR?  
COLOQUE AS  
PROBABILIDADES  
CONTRA O SUCESSO.

# 13



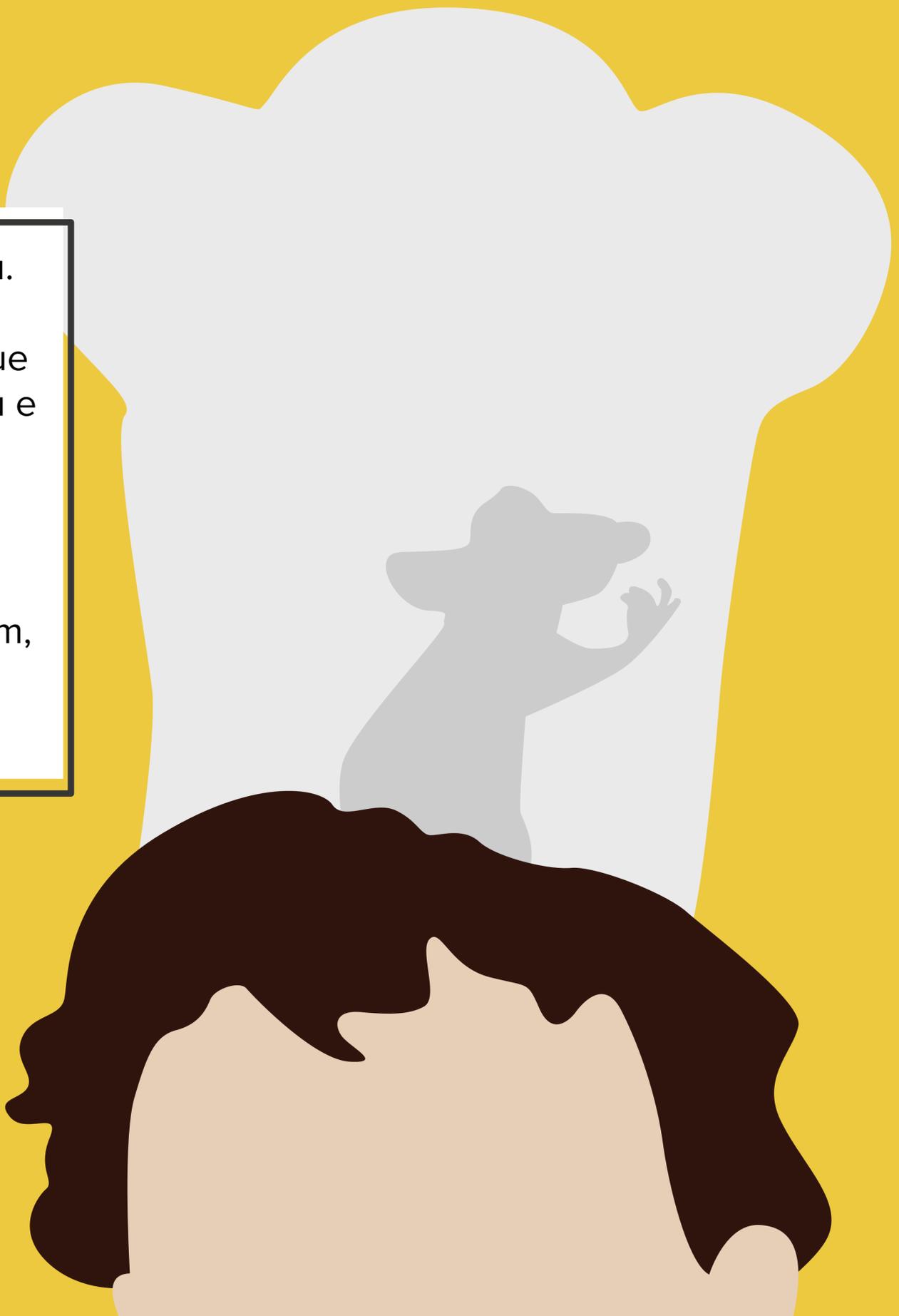
Quantas vezes você se moveu quando descobriu que perderia muito se ficasse paralisado? Então, a mesma coisa numa história. Crie situações que coloque o personagem em risco. E risco pode ser perigo (de perder tudo) e oportunidade (de conseguir tudo).



**COINCIDÊNCIAS  
QUE COLOQUEM  
OS PERSONAGENS  
EM PROBLEMAS  
SÃO ÓTIMAS; AS  
QUE OS COLOCAM  
FORA DELES, SÃO  
TRAPAÇA.**

**14**

Evite o Deus ex-machina. O que no teatro grego significa uma solução que caiu do céu. Você travou e de repente um feitiço apareceu e salvou seu personagem. Isso é mentira, enganação. Coincidências acontecem, mas quando não as desejamos.



# 15

VOCÊ DEVE SE IDENTIFICAR COM AS SITUAÇÕES E REAÇÕES DOS SEUS PERSONAGENS, E NÃO ESCREVÊ-LAS DE QUALQUER FORMA. VOCÊ AGIRIA DA MESMA MANEIRA QUE ELES?

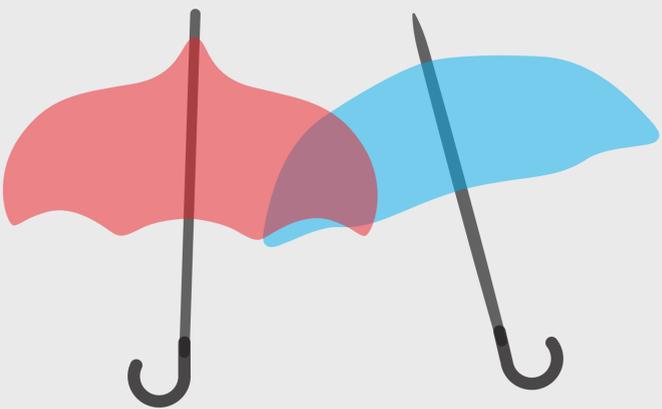
Em outras palavras, a inspiração deve vir de dentro pra fora. Se você sente mesmo aquilo que o protagonista vai sentir, fica mais fácil definir as decisões que ele vai tomar sob pressão.



# 16

O QUE É  
ESSENCIAL NA  
SUA HISTÓRIA?  
QUAL A FORMA  
MAIS CURTA DE  
CONTÁ-LA? SE  
VOCÊ SOUBER A  
RESPOSTA, PODE  
COMEÇAR A  
CONSTRUÍ-LA A  
PARTIR DAÍ.

Economia, síntese sem  
perder significado.  
Menos é mais desde  
que o mais seja  
suficiente para mover  
as pessoas a agirem  
com alto engajamento  
emocional.



THE  
**PLOT**  
KEEP YOUR STORY ALIVE

