

edição de vídeo

design editorial

branding



Formado em Administração de Empresas e Comunicação Social com Habilitação em Cinema na FAAP, **Fabio Sallva** é videomaker e técnico de som direto na **Sallva**, onde também é **editor de vídeo** e **designer gráfico**.

# Noemi Jaffe 2025

entrevista, produção, captação de som, edição de vídeo e criação de legendas para o canal How You Look, realizado no **Illustrator**, **Photoshop**, **Premiere** e **Logic**, em 2025.

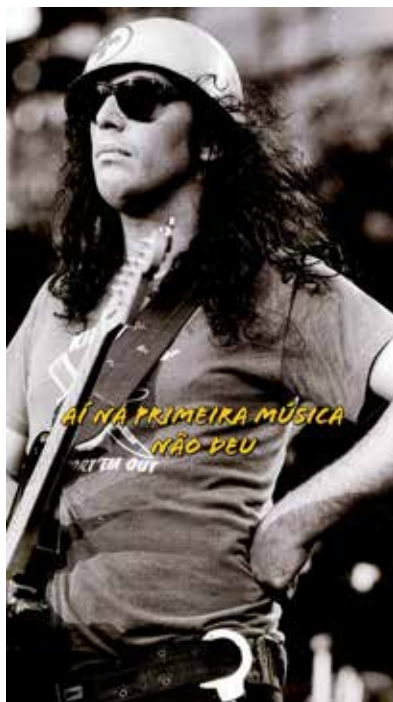
[YouTube – How You Look](#)



# Ivo Meirelles 2025

entrevista, produção, edição de vídeo e criação de legendas para o o documentário "Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso, realizado no **Photoshop** e **Premiere Logic**, em 2025.

[Instagram](#) – @sallvafilmes





# Claudio Tognoli 2025

entrevista, produção, edição de vídeo e criação de legendas para o o documentário "Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso, realizado no **Photoshop** e **Premiere Logic**, em 2025.

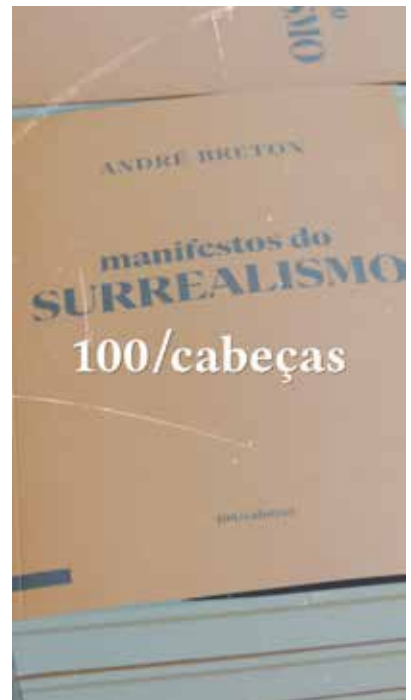
[Instagram](#) – @sallvafilmes



# Edições 100/cabeças 2025

edição do vídeo "Manifestos do Surrealismo", realizado no **Premiere**, em 2025.

[Instagram – 100/cabeças](#)

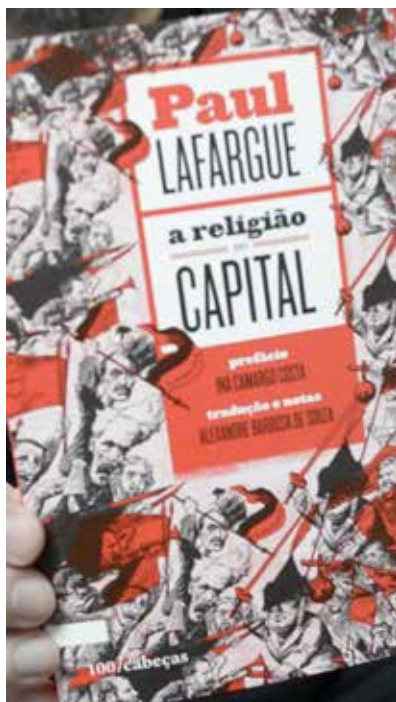




## Edições 100/cabeças 2025

captação de som e edição do vídeo "Daniel Justi comenta A Religião do Capital", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2025.

[Instagram – 100/cabeças](#)



## Edições 100/cabeças 2025

captação de imagem, de som e edição do vídeo "Diogo Cardoso fala sobre Dicionário Abreviado do Surrealismo", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2025.

[Instagram – 100/cabeças](#)



## Edições 100/cabeças 2025

captação de imagem, de som e edição do vídeo "Alexandre Barbosa de Souza fala sobre Antologia de Mitos, Lendas e Contos Populares da América", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2025.

[Instagram – 100/cabeças](#)

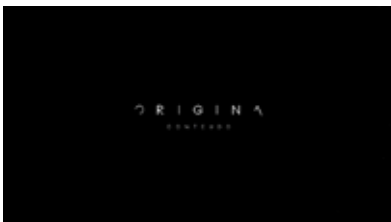




# Tempo de Dança 2025

captação de som direto para a série "Tempo de Dança", gravado com **Sound Devices 702T** e **MixPre-3 II**, em 2025.

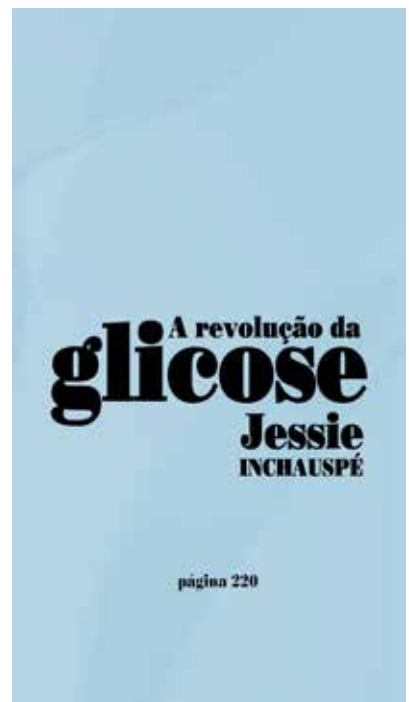
[YouTube – Origina Conteúdo](#)



# A Revolução da Glicose 2025

edição, animação alltype e  
sound design do vídeo "A  
Revolução da Glicose", realizado  
no **Premiere** e **Logic**, em 2025.

[Instagram](#) – @sallvafilmes



# Campanha Guilherme Boulos 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Nunes x Marçal", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[YouTube](#) – [Guilherme Boulos](#)





# Campanha Guilherme Boulos 2024

edição, animação alltype  
de legendas do vídeo "Que  
Oportunidade Ricardo Nunes  
Te Trouxe", realizado no  
**Premiere e Logic**, em 2024.

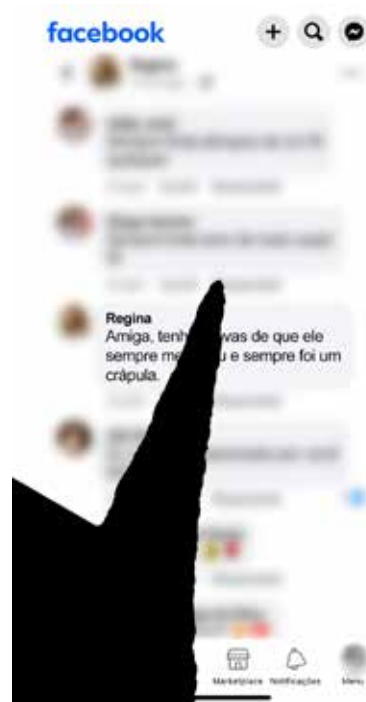
[Instagram](#) – [Juvandia Moreira](#)



# Campanha Guilherme Boulos 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Que Oportunidade Ricardo Nunes Te Trouxe", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – Gabinete do Amor





# Edições 100/cabeças 2024

edição do vídeo "Editora Ameli e Edições 100/cabeças na Feira do Livro SP", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram – 100/cabeças](#)





# Edições 100/cabeças 2024

edição do vídeo  
"Lançamento do livro  
Dicionário Abreviado do  
Surrealismo", realizado no  
**Premiere e Logic**, em 2024.

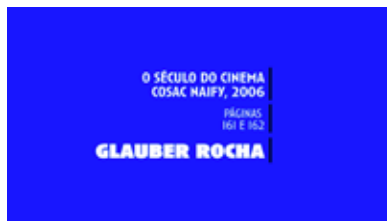
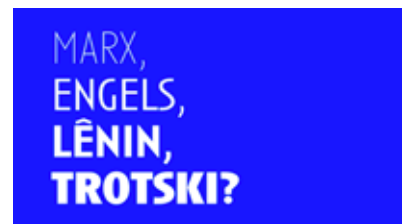
[Instagram – 100/cabeças](#)



# Glauber Rocha 2024

edição e animação alltype do vídeo "O Século do Cinema – Glauber Rocha", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[YouTube](#) – O Século do Cinema





# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "CUT 41 Anos: direitos, democracia e sustentabilidade", realizado no Premiere e Logic, em 2024.

[YouTube - CUT Brasil](#)





# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Halloween da CU", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil



# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Outubro Rosa", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil





# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Eleições Municipais – A Luta Continua", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil

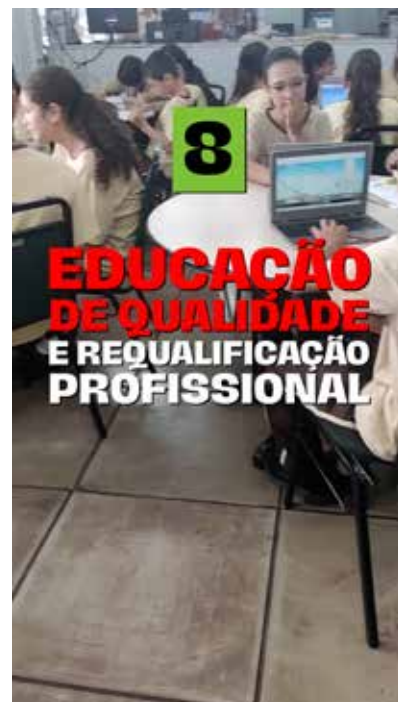




# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Plataforma da CUT para as Eleições 2024 – parte 2", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

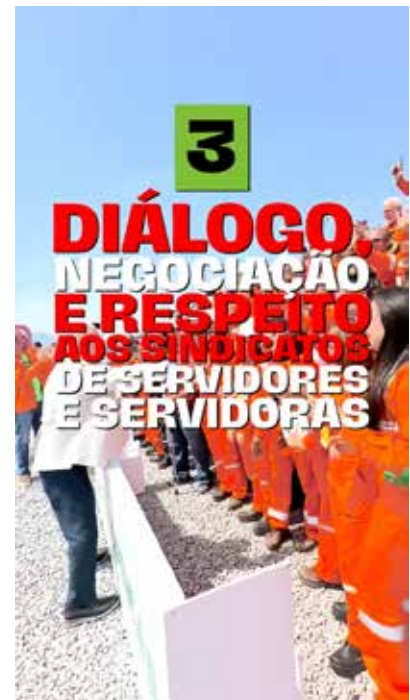
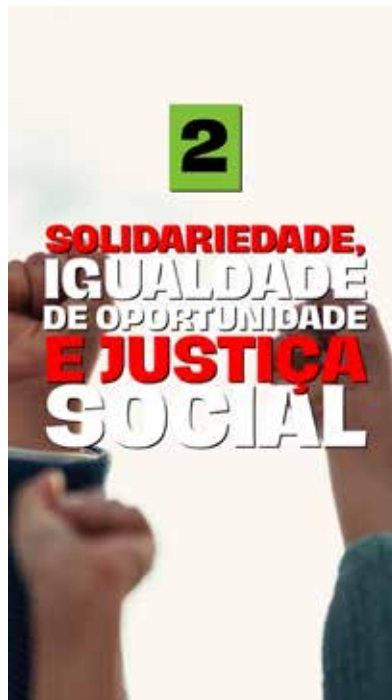
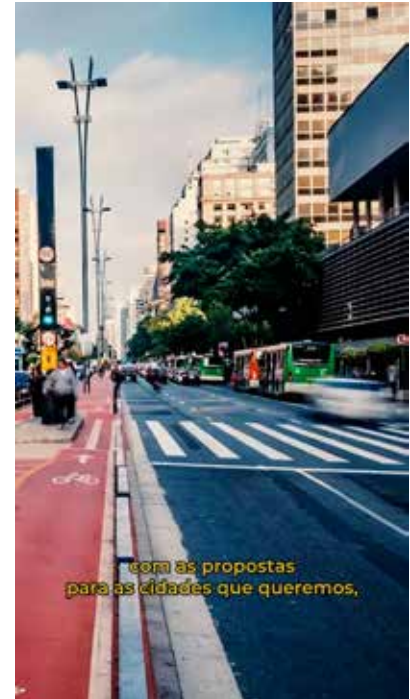
[Instagram – CUT Brasil](#)



# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Plataforma da CUT para as Eleições 2024 – parte 1", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram – CUT Brasil](#)





# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Classe Trabalhadora Comemorando em Paris", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil

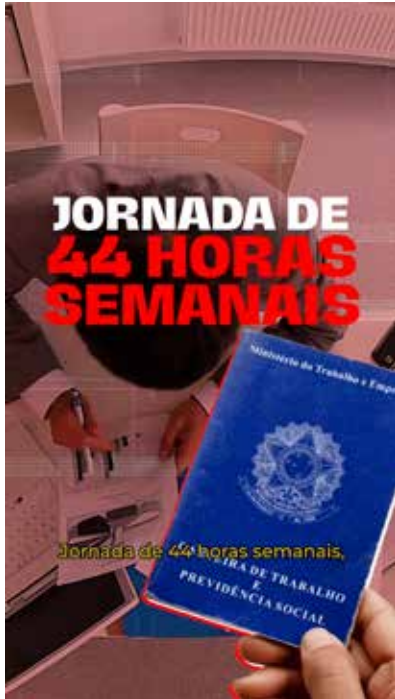




# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype  
de legendas do vídeo "CLT  
Premium", realizado no  
**Premiere** e **Logic**, em 2024.

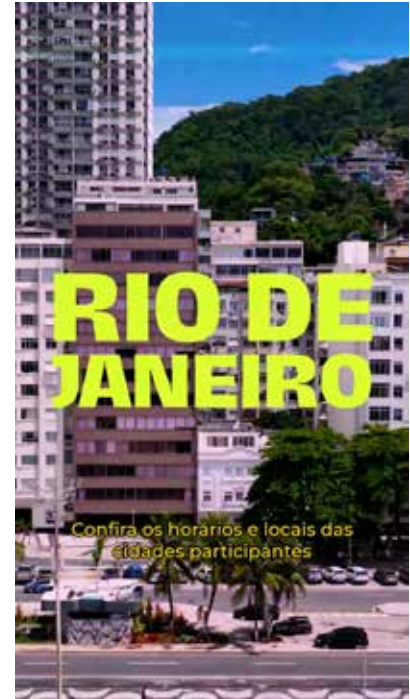
[Instagram](#) – CUT Brasil



# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Bora Pra Rua Contra os Juros Altos!", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil





# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Por Que Seguimos na Luta Contra os Juros Altos", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil

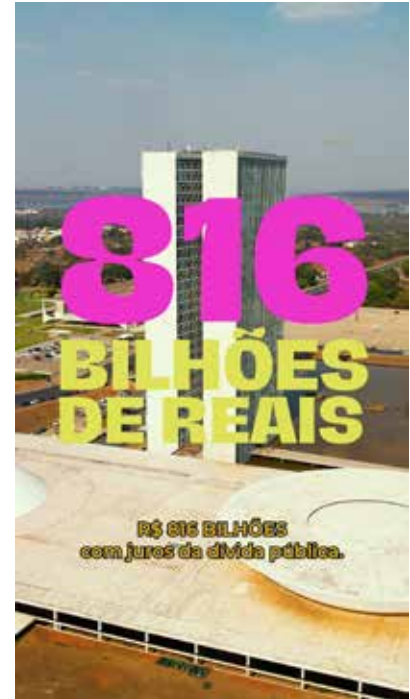
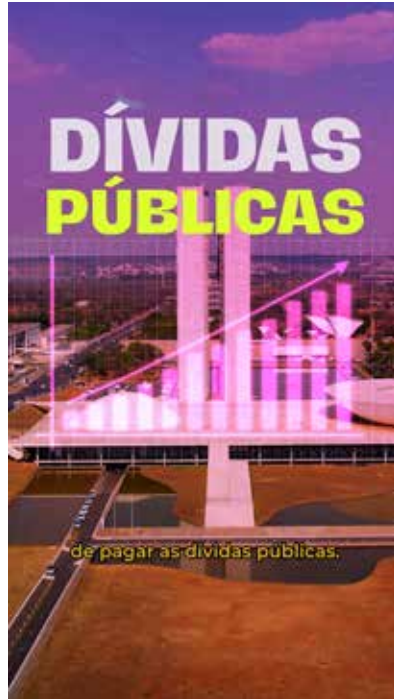




# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Juros da Dívida Pública", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil



# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Manipulação no Banco Central", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil





# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Criança Não é Mãe, Estuprador Não é Pai", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil

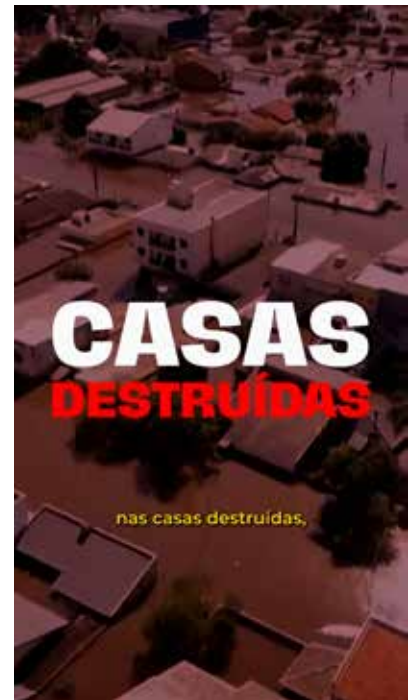




# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Na Luta Pela Reconstrução de Empregos no RS", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil



# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "PLC 12/24 Motoristas e Previdência", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil



Curta, salve e compartilhe





# CUT Brasil 2024

edição, animação alltype de legendas do vídeo "Negociação Coletiva para Motoristas de Aplicativo", realizado no **Premiere** e **Logic**, em 2024.

[Instagram](#) – CUT Brasil



Curta, salve e compartilhe



# Fred Di Giacomo 2024

produção, captação de som, edição de vídeo e criação de legendas para o canal How You Look, realizado no **Illustrator, Photoshop, Premiere e Logic**, em 2024.

[YouTube](#) – [How You Look](#)





# Aline Bei 2024

entrevista, produção, captação de som, edição de vídeo e criação de legendas para o canal How You Look, realizado no **Illustrator**, **Photoshop**, **Premiere** e **Logic**, em 2024.

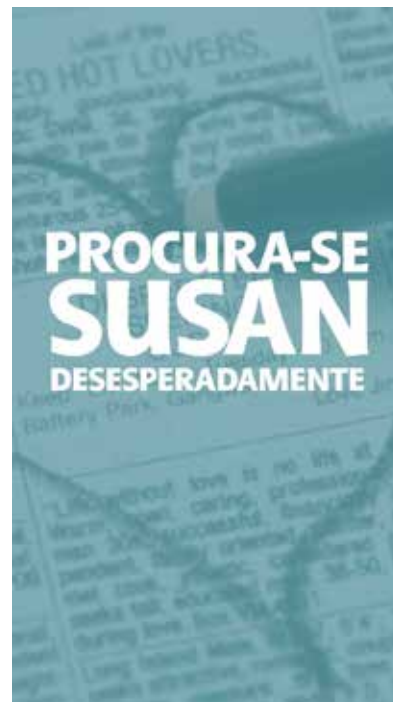
[YouTube](#) – [How You Look](#)



## O Cinema Sallva 2022-2024

edição e animação alltype de teasers "O Cinema Sallva" para o Instagram da "sallva.", realizado no **Premiere** e **Logic**, desde 2022.

[Instagram](#) – @sallvafilmes



[Instagram](#) – Procura-se Susan Desesperadamente



[Instagram](#) – Baixio das Bestas





# O Cinema Sallva 2022-2024

edição e animação alltype de teasers para o podcast "O Cinema Sallva", realizado no **Premiere**, **Apple Motion** e **Logic**, desde 2022.

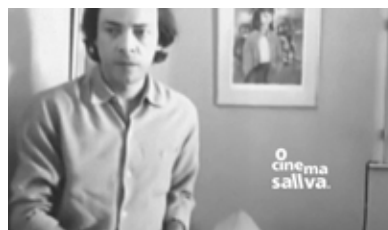
[YouTube](#) – O Cinema Sallva



[YouTube](#) – Psicose



[YouTube](#) – Cidade Oculta



[YouTube](#) – Matou a Família e Foi Ao Cinema



[YouTube](#) – Loucos de Paixão

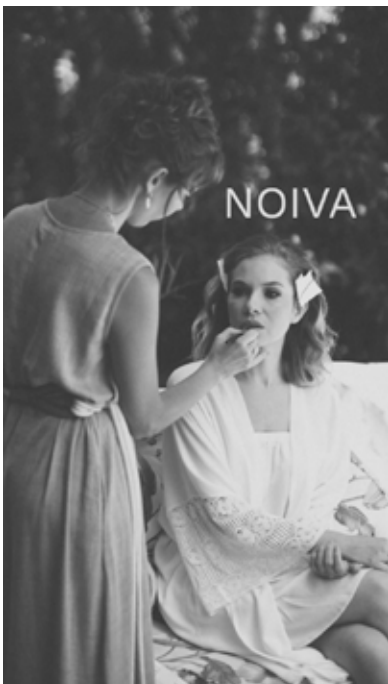


[YouTube](#) – Blue Jasmine

# Raji Atelier 2023

slideshow com letreiros animados para Raji Atelier realizado no **Apple Motion** e **Logic**, em 2023.

[Instagram – Raji Atelier](#)

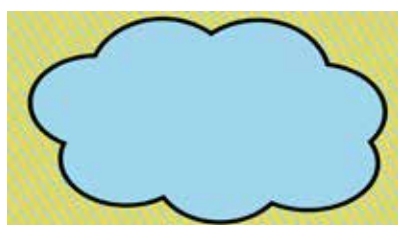




# Galãs Feios 2017

vinheta dos 20 primeiros episódio para o canal "Galãs Feios", realizado no **Illustrator**, **Photoshop** e **Apple Motion**, em 2017.

[YouTube – Galãs Feios](#)



# Vai de Cevada 2016-2021

vinheta em stop motion para o canal "Vai de Cevada", realizado no **Photoshop** e **Premiere**, de 2016 a 2021.

[YouTube – Vai de Cevada](#)





# Aonde o Mura Mora 2014-2017

edição de vídeos e criação de vinheta em stop motion para o canal "Aonde o Mura Mora", realizado no **Photoshop** e **Premiere**, de 2014 a 2017.

[YouTube – Aonde o Mura Mora](#)



# How You Look 2023

media kit para o canal  
 "How You Look",  
 realizado no **InDesign** e  
**Photoshop**, em 2023.  
[YouTube – How You Look](#)



**hYL**

**Quem Somos?**

How You Look registra e documenta pessoas nas ruas de São Paulo e Buenos Aires. Foi o primeiro canal criado em 2016 pelo Proa 41, da Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo. Atualmente são mais de 100 pessoas registradas.

**Por que How You Look?**

O Brasil não é o que está nas ruas. Pequenos detalhes nas roupas de pessoas, para poder mostrar um pouco mais de gente, e inspirar um espírito de empatia.

**O que fazemos?**

Mantido por um fotógrafo e um cinegrafista, temos equipe por site a pessoa para gravar na rua uma entrevista e fazer 2 vídeos.

O material é divulgado nos nossos canais (Instagram, YouTube e TikTok) e também publicado em nosso blog.

**Uma atividade de observação das ruas.**

**sallva**  
 +55 11 9414-1291  
 @sallvafilmes

**hYL**

**Propósito**

A nossa especialidade é encontrar lugares no nosso lugar de atuação e captar histórias através das roupas que usam.

How You Look fala sobre a vida mundana e para isso pega sempre nas roupas, signos, influências e modos de se deslocar no português do dia a dia.

**Perfil How You Look**

O nosso público não é feito exclusivamente para mulheres. Nosso foco é registrar quem passa por perto de nós e mostramos que, nessa pesquisa sobre "modos de vestir", as mulheres em geral são mais bagagem para gerar bons conteúdos. Querem que seja visto, porque que não menos uma certa dose de sensibilidade harmoniza com nosso tema.

How You Look não é de exclusão, não é de festa, então, não é de "fala comemorativa". **HOW YOU LOOK É DO DIA A DIA.** De dia comum, de um dia qualquer. E em dia qualquer também pode ser especial.

**sallva**  
 +55 11 9414-1291  
 @sallvafilmes

**hYL**

**Como fazemos**

Nossos registros acontecem tanto casualmente – nas feiras e algumas ruas de São Paulo para Suzart e perfil HYL – como também planejamos combinando com a pessoa o dia e local de registro. Nosso trabalho contínuo e exposto autorização de uso de imagem e voz e acontece em três etapas:

**1. Fotos**

Essas são as imagens em uma foto aberta (não fechada) e outra mais fechada (personalidade aberta).

**2. Entrevista**

Resumo para a pessoa durante o seu registro de 2 minutos. O nosso propósito é fazer perguntas:

1. Como a roupa influencia sua maneira de se vestir?
2. O que você gosta mais sobre o modo de vestir na cidade italiana e na sua forma de se vestir?
3. Qual são suas inspirações no vestir?

**3. Vídeo**

É feito em dois formatos:

1. Horizontal (até um minuto) do site e no YouTube e TikTok.
2. Vertical (até 15 segundos) no Instagram e TikTok.

Tudo os vídeos são publicados em português com legendas em inglês e espanhol.

**sallva**  
 +55 11 9414-1291  
 @sallvafilmes

**hYL**

**Nosso blog**

O nosso site é atualizado manualmente no site do Sallva. Além disso, a 1000h. Free e segura, há também o statement, de caráter editorial.

**1. SP Agora**

Aprenda mais registros, mais pessoas.

**2. Arquivo SP**

Novos registros realizados em 2023 e 2024.

**3. Buenos Aires**

Novos registros nos lugares parquês.

**4. Arts, Prints e Acessórios**

Diário de bordo, quando você se encontra sozinho.

**sallva**  
 +55 11 9414-1291  
 @sallvafilmes

**hYL**

**Oportunidades de negócio**

- Conteúdo de marca, profissionalmente no termo de vestuário e acessórios ao mercado na economia criativa.
- Conteúdo de moda, como postagens e canais no YouTube, com foco em tendências de moda e comportamento.
- Solução de produção combinada, para registros especificamente uma pessoa.
- Material e coleta de dados para produção e análise de modo, que buscam tendências mundiais de moda.

**Nossos serviços**

Novos sites completos:

- produção de 2 vídeos
- gravação de entrevista

O material é finalizado no mesmo dia do registro.

Novos editamos 2 vídeos, nos formatos horizontal e vertical e finalizados com legendas em português.

**Valor da diária**

R\$ 2.000 por registro (incluindo o material de produção e distribuição).

**sallva**  
 +55 11 9414-1291  
 @sallvafilmes

**hYL**

**Temas para o mundo e pelo experimento**

Abias mais expandindo para serem descobertas em todos os lugares, inclusive fora do modo - com todo respeito aos dados.

**sallva**  
 +55 11 9414-1291  
 @sallvafilmes



# Vitrine Lab 4ª Edição 2023

apresentação de campanha de marketing do filme "Noites Alienígenas", realizado no InDesign e Phostohop, em 2023.

Vitrine Filmes – Vitrine Lab



### DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIA

Definição sobre filme aberto ao público. Pela capacidade de se conectar com uma audiência menor e especializada, a obra não apresenta a narrativa como foco central, sob o ponto de vista de temas como fotografia, som, design e edição sonora. Por isso classificamos *Noites Alienígenas* como um filme fechado para nichos abastados.

### FILME FECHADO

- presença de genericidade da obra em sua linguagem;
- apresenta um mundo estético;
- apresenta a presença pontual de seu diretor, de atores, e falta de personagens, no início e a produção cultural deve passar em um contexto de recente chegada das famílias estrangeiras sustentadas no território urbano;
- possibilidade de vídeo predominantemente vertical, com uma narrativa, ou um documentário. Não cabem o gênero de ficção científica, filmes como a câmera na mão, e o modo plano longo;
- o empacotamento de uma boa história que possa atrair, excitar e sustentar de perspectiva dos personagens no vídeo;
- a trama de *Noites* e o sucesso de *Paul* com sua inventividade (as interações no marketing, em um mundo ambíguo e inquietante, fazendo uso de estímulos de fácil identificação).

exercício de marketing campanha de lançamento, por Fabio Sallva

### SWOT

Abaixo, logo à análise do potencial do filme, qualificando-o como de impacto sobre certos segmentos.

FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
<b>FORÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- filme com alto nível (Elio) (D&amp;G) e nome não profissional;</li> <li>- produção que utiliza a tecnologia, a cultura e a diversidade do Brasil, para criar algo que não é o mercado de produção;</li> <li>- possui uma realidade pouco conhecida do Brasil;</li> <li>- apresenta produções que representam um investimento no meio audiovisual;</li> </ul>	<b>FRACUREZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- falta investimento em dar um toque mais em geral;</li> <li>- filme fechado, ausência de personalidade com os personagens e a história;</li> <li>- filme antigo pouco de que também não responde para o gênero;</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- primeiro filme do Acir a ter uma linguagem nacional;</li> <li>- análise de oportunidades, indígena no mercado;</li> <li>- filme criado graças por redes sociais;</li> <li>- filme paralelo;</li> </ul>	<b>AMEAÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- classificação restrita, 18 anos;</li> <li>- falta inovação de linguagem;</li> <li>- ausência de profundidade emocional;</li> <li>- pouco conexão com o espectador;</li> </ul>

exercício de marketing campanha de lançamento, por Fabio Sallva

### DESIGNHO DE CAMPANHA

As oportunidades, desafios e debates que o filme levanta com olhar de respeito:

### GENERICIDADE

Estuda a regra dos filmes antigos produzidos em cinco anos atrás, adicionando *Cidade de Deus* para não de ser visto como filme como *Noites Alienígenas* que também trabalha com anos de produção.

exercício de marketing campanha de lançamento, por Fabio Sallva

### DESIGNHO DE CAMPANHA

As oportunidades, desafios e debates que o filme levanta com olhar de respeito:

### TAGLINE

"É o crime pelo progresso. É um dia perseguido, muito lágo que pode ser técnica e pessoal, de se tornar algo pouco mais do que."

"Nada mudou no Acir, nada mudou no Brasil. Não é a primeira vez que um jovem negro morre por crime organizado. É por que o Cinema não classa isso mais?"

**"É o crime pelo progresso."**

exercício de marketing campanha de lançamento, por Fabio Sallva

### ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO

Compreendendo que o filme adequado a um público jovem, visando a geração, através de ações a partir do modelo 70/20/10

<b>70% MATERIAS ORIGINAIS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vídeo;</li> <li>- texto (qual formato possível);</li> <li>- vídeo com a ideia e a ideia do filme;</li> </ul>	<b>20% MÍDIA ON-LINE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- criação de conteúdo com a ideia central do filme no YouTube e demais aplicativos;</li> <li>- vídeos de perguntas e respostas com temas pessoais;</li> <li>- publicação nos vídeos, vídeos de corte através de sites do filme, sendo produzido e marketing;</li> </ul>	<b>10% MATERIAL PROMOCIONAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- acompanhar a vida dos jovens não profissionais, de filme para engatar um documentário sobre a vida do Acir e o vídeo de Acir 10 anos depois, a história do filme e <i>Cidade de Deus</i> - 10 Anos Depois;</li> </ul>
---	---	--

exercício de marketing campanha de lançamento, por Fabio Sallva

### OBJETIVOS DA CAMPANHA

Pode a parte de distribuição e programação, através de nichos e objetivos de campanha:

### RESULTADOS ESPERADOS

- Público em locais estratégicos;
- Estilos próprios;
- Boa de fit;
- Resposta por canal de TV e plataformas OTT;

exercício de marketing campanha de lançamento, por Fabio Sallva

# How You Look 2022

cartazes e flyers para o canal "How You Look", realizado no **Photoshop**, **Illustrator** e **InDesign**, em 2022.

[YouTube – How You Look](#)





# Vai de Cevada 2021



### QUEM SOMOS

Vai de Cevada (VDC) é apresentado por Filipe Ely e produzido pela SALLVA. Em 2021 o canal chega a sua 4ª temporada "Some Top" com 10 episódios lançados no YouTube. Buscamos **promover o consumo de cervejas artesanais** através de um formato de **talk show fora do comum** com gravações abertas, amadas e espontâneas.

### FORMATO

Sob o olhar do apresentador brasileiro **Beccato** os convidados são indagados a partir da **relevância da cerveja na vida deles** e degustam de um rótulo de **cerveja artesanal** através do bloco **Cerveja da Noite**. Além do papo, há um bloco chamado **Fluxo Resenha**, em que o convidado revela como **lida com a vida além sobre o por-puro**.

### OPORTUNIDADES

- conexão diversa** - há de comedião a influenciador
- logotipo de apresentador** - perfil do convidado gera mais identificação
- prêmios de bebidas em conjunto**
- gravação remota** - respeito aos produtores de empresas de Cerveja

"Um papo legal é um papo com cerveja"

### EPISÓDIOS POPULARES

Realização	R\$6K
Visões	3.40K
Reações	R\$2K
Comentários	300
Reações	400
Comentários	4.000
Reações	10.000
Comentários	80

### PÚBLICO

MIXA ETÁRIA (%)

10% 18-24  
35% 25-34  
30% 35-44  
15% 45-54  
5% 55-64  
5% 65+

### MERCADO BRASILEIRO

Mundo de cerveja (em bilhões de litros)

Ano	Consumo (bilhões de litros)
2016	13,8
2017	14,28
2018	13,4
2019	13,24
2020	13,4
2021	13,8
2022	14,28

### MERCADO BRASILEIRO

Número de cervejeiros

Ano	Número de cervejeiros
2014	100
2015	120
2016	140
2017	160
2018	180
2019	200
2020	220
2021	240
2022	260

### MERCADO BRASILEIRO

Porcentagem de consumo de cerveja artesanal de cada tipo % (em bilhões de litros em 2021)

Tipologia	Porcentagem
Ambar	10%
Preto	10%
Cor-de-rosa	10%
Outros	70%

### FORMAS DE ANUNCIAR

- gravação remota e interativa** - 30 minutos de duração no vídeo (até 20x)
- cerveja da noite** - conteúdo diário e episódico - produção de 400x (até 100 vídeos)
- trips, embudos e decks** (para publicar durante o conteúdo)
- podcasts** - presença em formato de que 60"

Realizamos sua estratégia e geramos mais conteúdo

### VALORES

**R\$ 400** anúncio Cerveja da Noite, inclui: gravação de vídeo em 4K, conteúdo diário de 30 segundos, produção de 400x

**R\$ 1.000** por episódio, inclui: gravação de vídeo em 4K, conteúdo diário de 30 segundos, produção de 400x

**R\$ 2.000** por temporada, inclui: gravação de vídeo em 4K, conteúdo diário de 30 segundos, produção de 400x

### GARANTIAS

- divulgação diária** nos canais: Instagram, Facebook e Twitter
- podcasts** - inserção nos principais podcasts de áudio



media kit para o canal "Vai de Cevada", realizado no Keynote, em 2021.  
[YouTube - Vai de Cevada](https://www.youtube.com/channel/UCvdc)

# Vai de Cevada 2021



## 🍺 QUEM SOMOS

**Vai de Cevada (VdC)** é apresentado por Paloma Kisys e produzido pela SALLVA. Em 2021 o canal chega a sua 6ª temporada 'home bar' com 50 episódios veiculados no YouTube. Buscamos **promover o consumo de cervejas artesanais** através de um formato de **talk show fora do comum** com gravações abertas, remotas e interativas.

📺 f 📷 📱 @vaideceবাদা SALLVA  
sallva.com



## 🍺 FORMATO

Sob a trilha do trombonista brasileiro **Bocato**, os convidados são instigados a falar da **relevância da cerveja na vida deles** e degustam de um rótulo de cerveja artesanal através do bloco **Cerveja da Noite**. Além do papo, há um bloco chamado **Pior Ressaca**, em que o convidado revela uma história da vida dele sobre o pior papo.

CEVADA  
NOITE

PIOR  
RESSACA

📺 f 📷 📱 @vaideceবাদা SALLVA  
sallva.com



## 🍺 OPORTUNIDADES

- conteúdo **diverso** (vai de cerveja a humanidades)
- **sugestão de entrevistados** (perfil do convidado gera mais visualizações)
- envio de **brindes aos convidados**
- **gravação remota** (respeito aos protocolos de segurança da Covid-19)

"Um papo legal é um papo com cerveja!"

📺 f 📷 📱 @vaideceবাদা SALLVA  
sallva.com



## 🍺 EPISÓDIOS POPULARES



visualizações: **86K**  
curtidas: **3.6K**



visualizações: **82K**  
curtidas: **5K**



visualizações: **48K**  
curtidas: **1.8K**

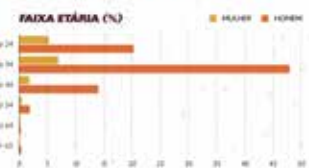


visualizações: **12.000**  
curtidas: **412**

📺 f 📷 📱 @vaideceবাদা SALLVA  
sallva.com



## 🍺 PÚBLICO



Perfil **adulto, masculino e paulistano**, que frequenta o centro expandido de SP (eixos Pinheiros + Vila Madalena e Santa Ceclia + República) com estilo de vida **alternativo** (fora do padrão sem ser cara).

📺 f 📷 📱 @vaideceবাদা SALLVA  
sallva.com



media kit para o canal "Vai de Cevada" (formato mobile), realizado no Keynote, em 2021.

[YouTube – Vai de Cevada](#)



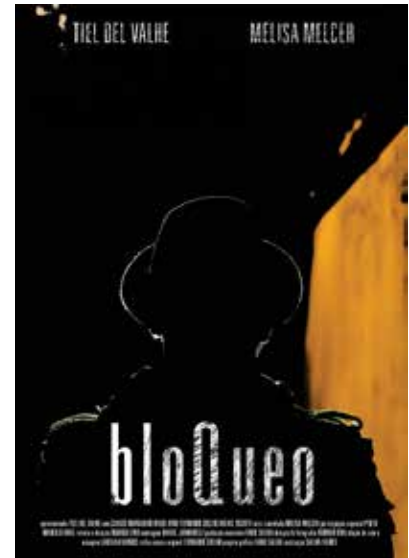
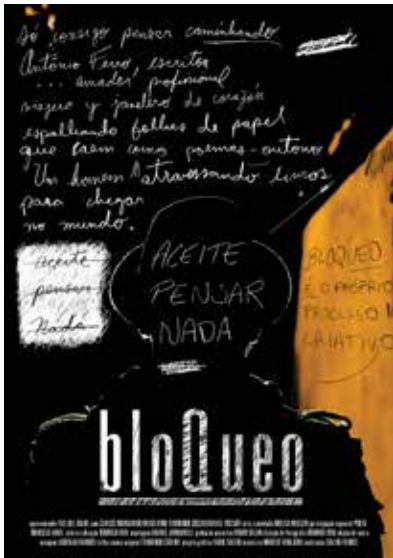
# Domingos e Veronese 2020



apresentação em pdf, formato A4, para o escritório "Domingos e Veronese", realizado no **Illustrator** e **InDesign**, em 2020.

[Site – Domingos e Veronese](#)

# Bloqueo 2017



posters e material promocional  
para o curta-metragem  
"Bloqueo", realizado no  
**Illustrator, Photoshop e  
InDesign**, em 2011.

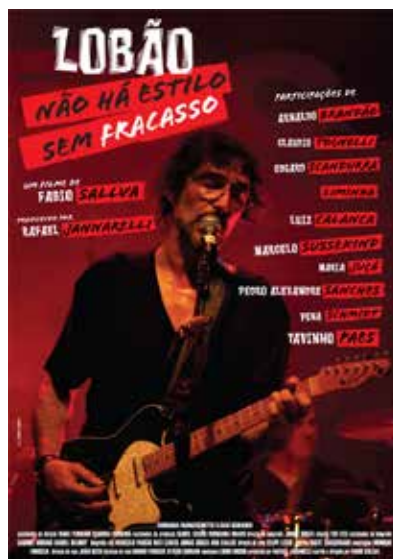
[YouTube – Bloqueo](#)



# Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso 2011

posters para o documentário “Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso”, realizado no **Illustrator**, **Photoshop** e **InDesign**, em 2011.

[YouTube – Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso](#)



# Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso 2011

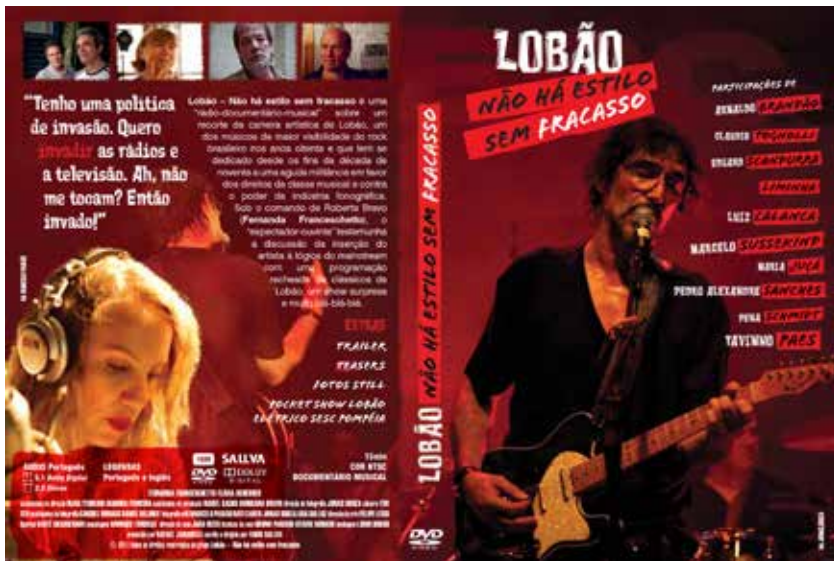


encartes de DVD para o documentário "Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso", realizado no **Illustrator**, **Photoshop** e **InDesign**, em 2011.

[YouTube – Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso](#)



# Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso 2011



encartes de DVD para o documentário "Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso", realizado no **Illustrator**, **Photoshop** e **InDesign**, em 2011.

[YouTube – Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso](#)

# Revista Bravo! 2010



diagramação de páginas duplas (A4) para a revista "Bravo!", realizado no InDesign, em 2010.



# Revista Bravo! 2010



diagramação de páginas duplas (A4) para a revista "Bravo!", realizado no InDesign, em 2010.

# São Paulo S.A 2010

material promocional (encartes) do filme "São Paulo – Sociedade Anônima", realizado no InDesign, em 2010.





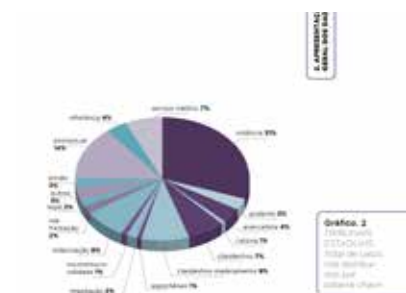
# Aborto e Religião nos Tribunais Brasileiros 2008

diagramação do livro "Aborto e Religião nos Tribunais Brasileiros", por Tamara Amoroso Gonçalves, realizado no InDesign, em 2008.

PDF – Aborto e Religião nos Tribunais Brasileiros

## Aborto e Religião nos Tribunais Brasileiros

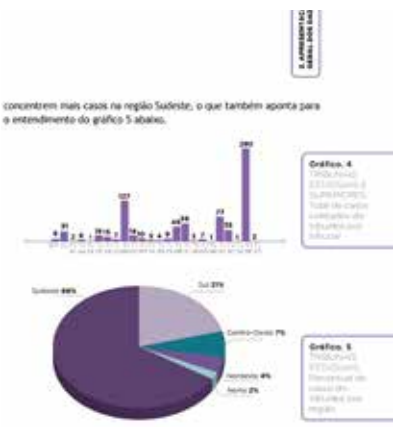
Tamara Amoroso Gonçalves (coord.)  
Thais de Souza Lapa



Já com relação aos dados dos tribunais superiores, nota-se que os tipos de casos que chegam a estas instâncias apresentam menor variação temática. Observa-se também que os casos de violência assumem proporção não tão destacada, como se verifica nos tribunais estaduais.

Nesta instância, os casos classificados com as palavras-chave "violência" e "processual" correspondem a 25% cada, indicando diminuição em relação aos casos de violência e aumento dos casos com temas processuais, quando comparados com os dados dos tribunais estaduais ou dos tribunais estaduais e superiores em conjunto. Identificou-se 17% de casos de abortos clandestinos, 13% de má-formações fetais, 8% de abortos clandestinos utilizando medicamentos e 3% para casos classificados como acidente, anencefalia, prisão e serviço médico. É interessante notar como casos de má-formações fetais, em geral, parecem aderir com maior intensidade às cortes superiores, pois representam um percentual relevante de casos. Os acórdãos que versam sobre anencefalia e má-formação, em conjunto, somam 16% do total de casos que alcançam esta instância de julgamento.

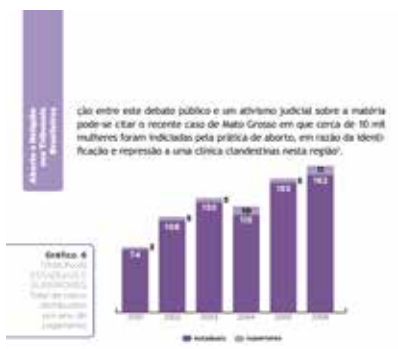
Observa-se que o STJ e o STF apresentam número bastante reduzido de casos, o que confirma sua vocação para tratar de temas mais complexos, como, no caso do STF, de situações que envolviam controle de constitucionalidade, notadamente pela via direta. Assim, essas cortes,



concentrem mais casos na região Sudeste, o que também aponta para o entendimento do gráfico 5 abaixo.

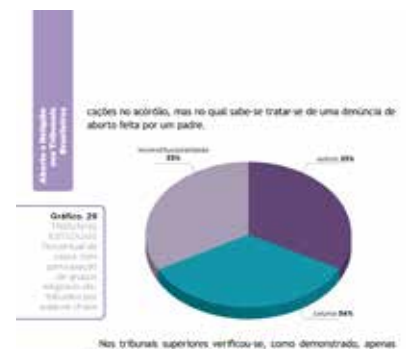
Ao analisarmos o julgamento de casos nos tribunais estaduais e superiores, nota-se uma tendência crescente de potencialização de demandas referentes a abortos no período de 2001 a 2006. Enquanto em 2001 era julgado um total de 74 casos nos tribunais estaduais e apenas 19% nos superiores, no ano de 2006 estes números subiram para 162 e onze, respectivamente. Estes dados apontam para uma maior discussão dos temas nos tribunais, o que pode estar relacionado à questão do debate público da anencefalia e à politização do tema na sociedade.

Pode-se dizer que o aborto está hoje "na pauta do dia", seja em razão do debate público sobre anencefalia, seja em razão dos movimentos conservadores para o recrudescimento e agravamento das



ção entre este debate público e um ativismo judicial sobre a matéria pode-se citar o recente caso de Mato Grosso em que cerca de 10 mil mulheres foram indicadas pela prática de aborto, em razão da identificação e repressão a uma clínica clandestina nesta região.

No período analisado nesta pesquisa, observou-se que os principais instrumentos legais que levaram a discussão do aborto aos Tribunais são o Recurso em Sentido Estranho (RSE), com 189 casos; a apelação em recurso como recurso utilizado em 185 dos casos; a apelação civil em



ações no acórdão, mas no qual sabe-se tratar-se de uma denúncia de aborto feita por um padre.

Nos tribunais superiores verificou-se, como demonstrado, apenas um caso com interferência de grupos religiosos, relacionado a um pedido de interrupção de gestação devido ao feto ser acometido por má-formação fetal grave. Um padre impetrou um habeas corpus em favor do feto após a autorização do aborto já ter sido concedida judicialmente, e a gestante recorreu ao STF.

Diversamente do que ocorre com os acórdãos com interferência direta da religião, aqueles que apresentaram grupos religiosos como parte da ação distribuem-se apenas entre os tribunais estaduais do Distrito Federal, Rio de Janeiro e Santa Catarina, além do STF.



Assim, tem-se a identificação destes grupos como integrantes dos processos relativos ao tema aborto apenas nas regiões Centro-Oeste,

# Ivo Meirelles 2025

criação de thumbnails para as entrevistas do documentário "Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso", realizado no Photoshop, em 2025.

[YouTube](#) – não há estilo sem fracasso



**LOBÃO**  
NÃO HÁ ESTILO  
SEM FRACASSO





# Cláudio Tognolli 2025

criação de thumbnails para as entrevistas do documentário "Lobão – Não Há Estilo Sem Fracasso", realizado no Photoshop, em 2025.

[YouTube – não há estilo sem fracasso](#)



**LOBÃO**  
NÃO HÁ ESTILO  
SEM FRACASSO

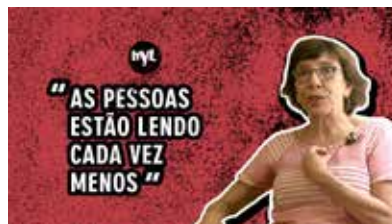


# How You Look 2023-2025

criação de thumbnails para o canal "How You Look", realizado no **Illustrator e Photoshop e Premiere**, desde 2023.

[YouTube – How You Look](#)

# hyl





# How You Look 2023-2025

criação de thumbnails para o canal "How You Look", realizado no **Illustrator e Photoshop e Premiere**, desde 2023.

[YouTube – How You Look](#)

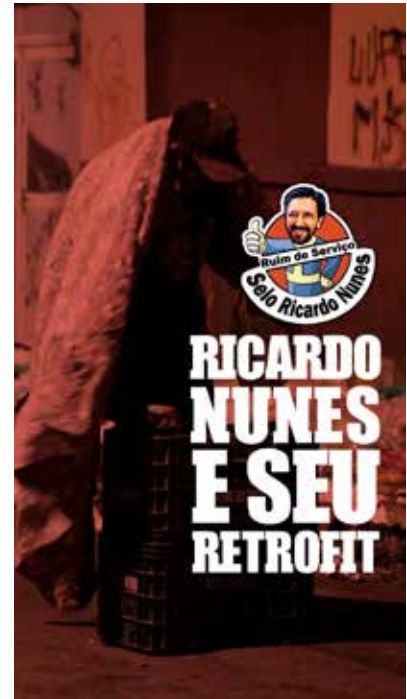
# hYL



# Campanha Guilherme Boulos 2024

criação de capas para a campanha de Guilherme Boulos à prefeitura de São Paulo, realizado no **Photoshop**, em 2024.

[YouTube](#) – Guilherme Boulos

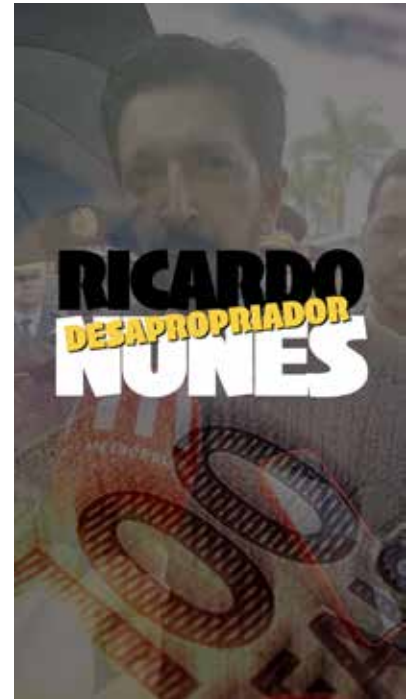
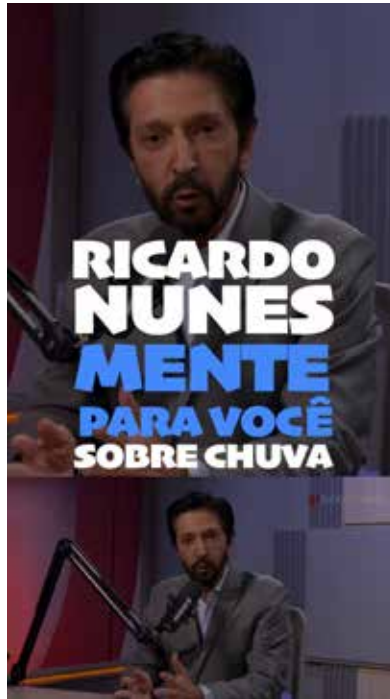
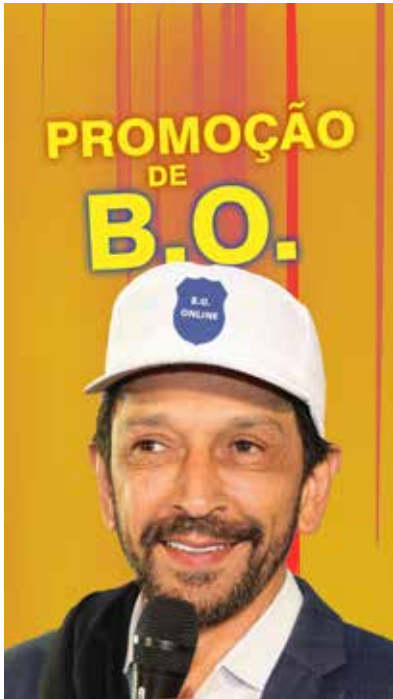




# Campanha Guilherme Boulos 2024

criação de capas para a campanha de Guilherme Boulos à prefeitura de São Paulo, realizado no **Photoshop**, em 2024.

[YouTube](#) – Guilherme Boulos



# Campanha Guilherme Boulos 2024

criação de capas para a campanha de Guilherme Boulos à prefeitura de São Paulo, realizado no **Photoshop**, em 2024.

[YouTube](#) – Guilherme Boulos





# Campanha Guilherme Boulos 2024

criação de capas para a campanha de Guilherme Boulos à prefeitura de São Paulo, realizado no **Photoshop**, em 2024.

[YouTube](#) – Guilherme Boulos



# Campanha Guilherme Boulos 2024

criação de capas para a campanha de Guilherme Boulos à prefeitura de São Paulo, realizado no **Photoshop**, em 2024.

[YouTube](#) – Guilherme Boulos





# Gerson & Grey 2024

roteiro, pesquisa de imagens, edição e animação alltype do vídeo "Breaking Boundaries", realizado no **Premiere**, em 2024.

[YouTube – Gerson & Grey](#)



**GERSON  
& GREY**  
*the right move*



*We know that true transformation begins with authentic connections.*

*We understand that in the dynamic world of business, each decision directly impacts the success and growth of companies.*

*We are the support, the connection that enables companies and professionals to go further.*

*We go beyond. In collaboration with our clients, we implement customized solutions to optimize the end-to-end process.*

*Our services are available globally.*

*Our team is composed of experienced and passionate professionals who embrace, value and promote cultural diversity in all its forms.*

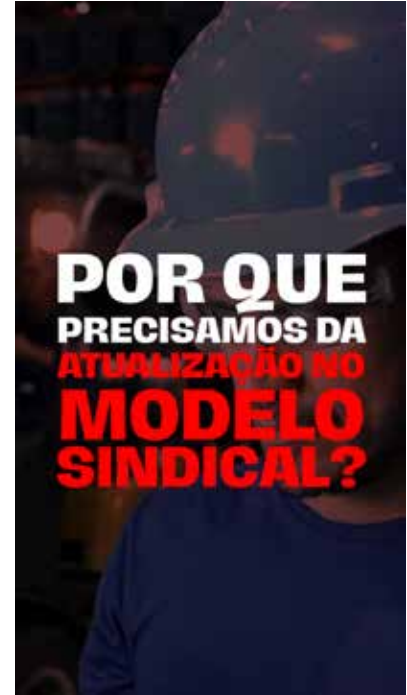
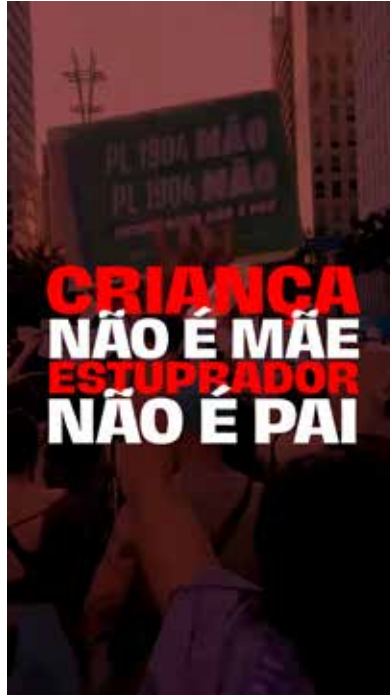
*We build reliable relationships, enabling your company to promote significant opportunities for the professional development of people.*

*Gerson & Grey, breaking boundaries.*

# CUT Brasil 2024

criação de capas para o Instagram da "CUT Brasil", realizado no **Photoshop**, em 2024.

[Instagram – CUT Brasil](#)

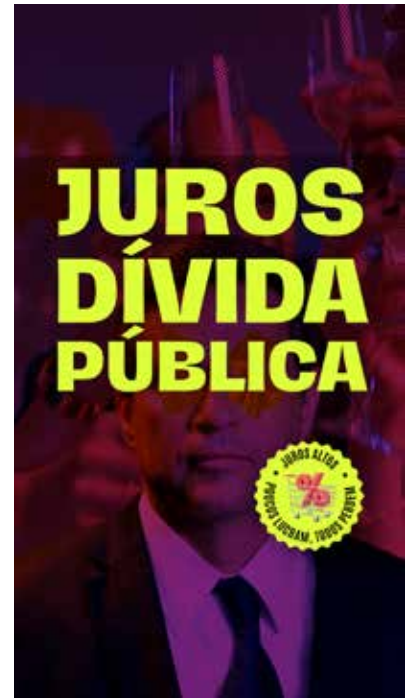




# CUT Brasil 2024

criação de capas para o Instagram da "CUT Brasil", realizado no **Photoshop**, em 2024.

[Instagram – CUT Brasil](#)



# Ivone Silva 2024

criação de capas para o Instagram de "Ivone Silva", realizado no Photoshop, em 2024.

[Instagram – Ivone Silva](#)

## Ivone Silva



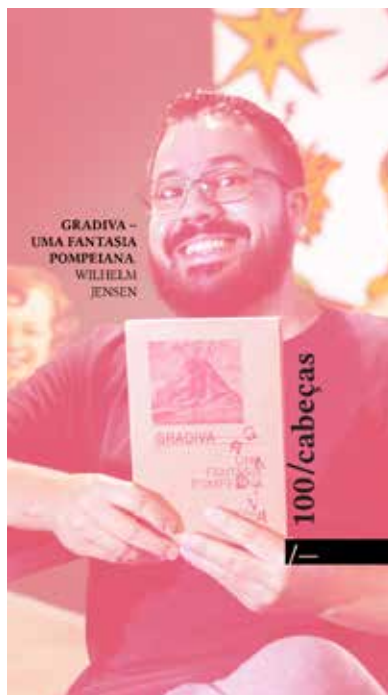


# Edições 100/cabeças 2024

criação de capas e thumbnails para a editora "100/cabeças", realizado no **Photoshop**, em 2024.

[Instagram](#) – 100/cabeças

## 100/cabeças



# Vai de Cevada 2023

criação de thumbnails e edição de cortes para o canal "Vai de Cevada", realizado no **Illustrator**, **Photoshop** e **Premiere**, em 2023.

[YouTube](#) – Cortes do Vai de Cevada

## VAI DE CEVADA





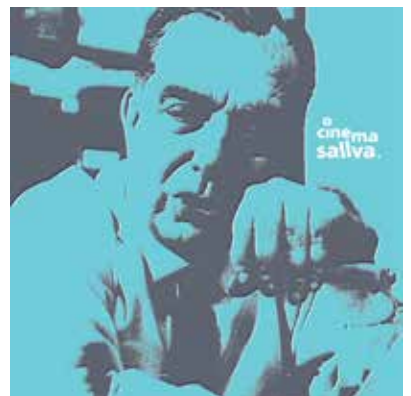
# O Cinema Sallva 2023-2024

criação de capas para o podcast "O Cinema Sallva", realizado no **Illustrator** e **Photoshop**, desde 2023.

[Podcast – O Cinema Sallva](#)



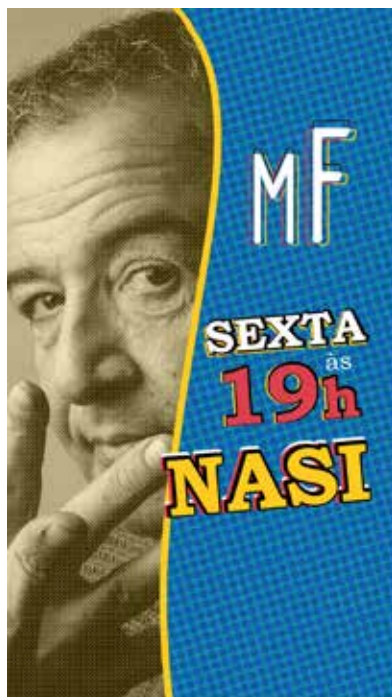
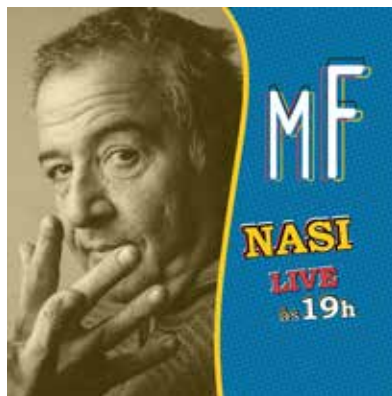
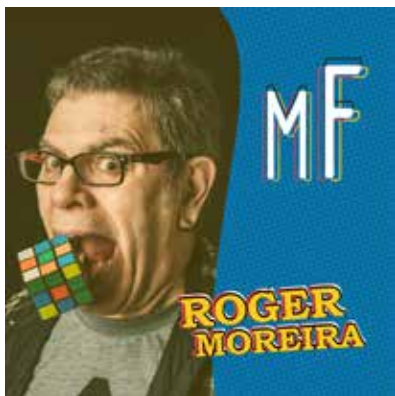
o  
cinema  
sallva.



# Marcus Falantis 2020

criação de identidade visual, capas e thumbnails para o canal "Marcus Falantis", realizado no **InDesign**, **Illustrator**, **Photoshop** e **Premiere**, em 2020.

[YouTube](#) – Marcus Falantis





# Marcus Falantis 2020

criação de identidade visual, capas e thumbnails para o canal "Marcus Falantis", realizado no InDesign, Illustrator, Photoshop e Premiere, em 2020.

[YouTube – Marcus Falantis](#)



# Aonde o Mura Mora 2014-2017

criação de thumbnails para o canal "How You Look", realizado no **Illustrator e Photoshop**, de 2014 e 2017.

[YouTube – Aonde o Mura Mora](#)

