

— PORTFÓLIO · 2020 — 2006

# DIREÇÃO DE ARTE & *CAMPANHAS*

Quinze anos de campanhas de moda que construíram marcas, moldaram estilos e definiram estações — do rock alternativo ao design sustentável.

*"A imagem de moda não documenta o produto. Ela cria o desejo que o antecede."*

— ELOIR SANTOS

COMUNICAÇÃO

Eloir Santos

DIRETOR DE ARTE · 391 TRÊSNOVEUM



FOTO DE CAPA · DA TRIBU · VERÃO 2020

— CONTEÚDO · ORDEM CRONOLÓGICA INVERSA

## Campanhas 2020 — 2006

- DA TRIBU · VERÃO 2020
- LADY ROCK · VERÃO 2016
- PALMELA · 2011
- EXSS DENIM · VERÃO 2011
- OPERA ROCK · VERÃO 2010
- POLO USA · VERÃO & INVERNO 2010
- OPERA ROCK · INVERNO 2009
- OPERA ROCK · VERÃO 2009 · "TASTE OF BLUE"
- OPERA ROCK · INVERNO 2008
- OPERA ROCK · INVERNO 2007
- OPERA ROCK · VERÃO 2007
- OPERA ROCK · INVERNO 2006

— PORTFÓLIO DIGITAL

## Acesse *online*

- Campanhas · [partiu.link/Campanhas](http://partiu.link/Campanhas)
- Visual Merchandising · [partiu.link/VisualMerchandising](http://partiu.link/VisualMerchandising)
- Cenografia & Figurino · [partiu.link/CenografiaFigurino](http://partiu.link/CenografiaFigurino)
- Eventos · [partiu.link/Eventos](http://partiu.link/Eventos)
- SENAC · [partiu.link/Senac](http://partiu.link/Senac)
- Portfólio Completo · [partiu.link/tresnoveum](http://partiu.link/tresnoveum)

*"Design com propósito. Comunicação que move."*

2020 · DA TRIBU

# DESIGN SUSTENTÁVEL & ARTE

---

Diversidade, artesanato contemporâneo e estética que  
comunica propósito — a campanha mais conceitual da  
trajetória.

01

2020 — VERÃO · DESIGN SUSTENTÁVEL

## Da Tribu Verão 2020

Direção artística de fotografia para marca de **design sustentável** — jóias e acessórios feitos com materiais reutilizados. Campanha com seis modelos de perfis distintos, fundos coloridos e paleta vibrante.

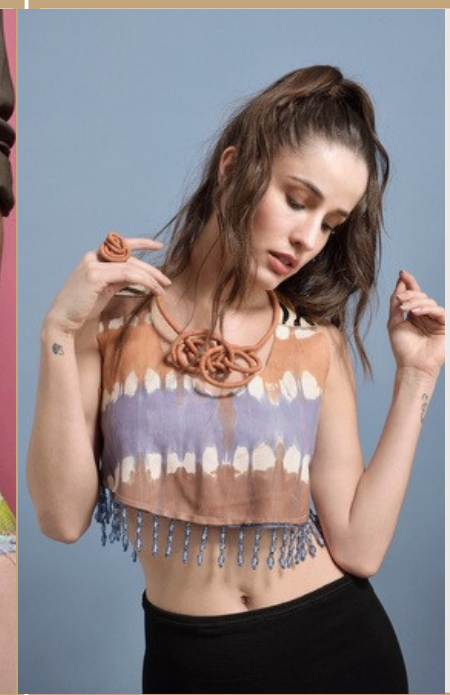
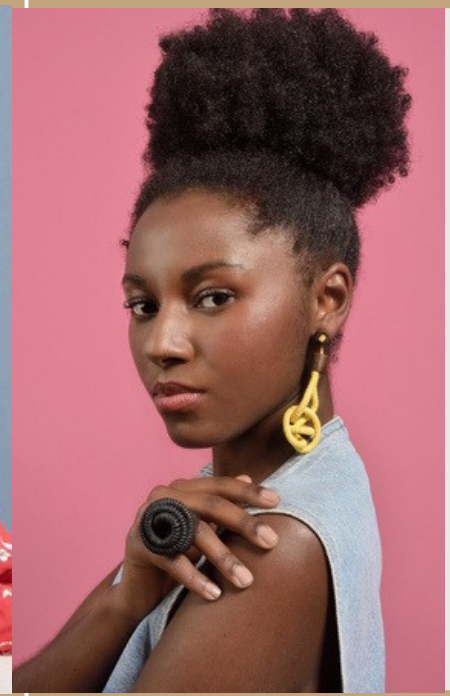
Dois lookbooks completos com **fundos rosa, amarelo e azul** para diferentes linhas. O desafio: traduzir a filosofia "Da Tribu" — pertencimento, diversidade e beleza acessível.

DIREÇÃO ARTÍSTICA

DESIGN SUSTENTÁVEL

DIVERSIDADE

ACESSÓRIOS



2016 · LADY ROCK

FORÇA &  
*FEMININO*  
EM DIÁLOGO

---

Quando o DNA rock encontra a moda feminina —  
criando identidade para um público que recusa  
estereótipos.



LADY ROCK



LADY ROCK

## 02

2016 — VERÃO · MODA FEMININA ROCK

Lady Rock  
Verão 2016

Campanha para a **Lady Rock** — moda feminina com identidade rock alternativo. Estúdio com cortinas metálicas, paleta preto-e-branco com pontadas de vermelho.

Seis looks, dois ensaios de grupo e stills de produto. Conceito: **força, feminilidade e autenticidade.**

*"A mulher Lady Rock não segue tendências — ela cria as suas."*

MODA FEMININA

ROCK

STÚDIO

PDV

## 03

2011 — CENOGRAFIA · GASTRONOMIA

## Palmela

2011

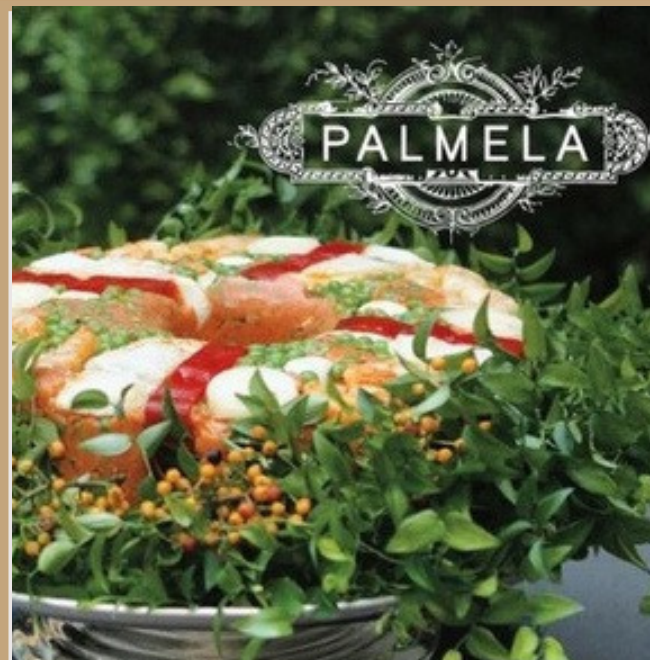
**Direção:** Paulo Kinna**Cenografia:** Eloir Santos

Cenografia e estilismo de mesa para a marca **Palmela** — um projeto gastronômico que une culinária de alto nível com estética visual refinada. Jardins, velas, porcelanas finas e composições orgânicas que elevam o alimento a experiência sensorial completa.

CENOGRAFIA

GASTRONOMIA

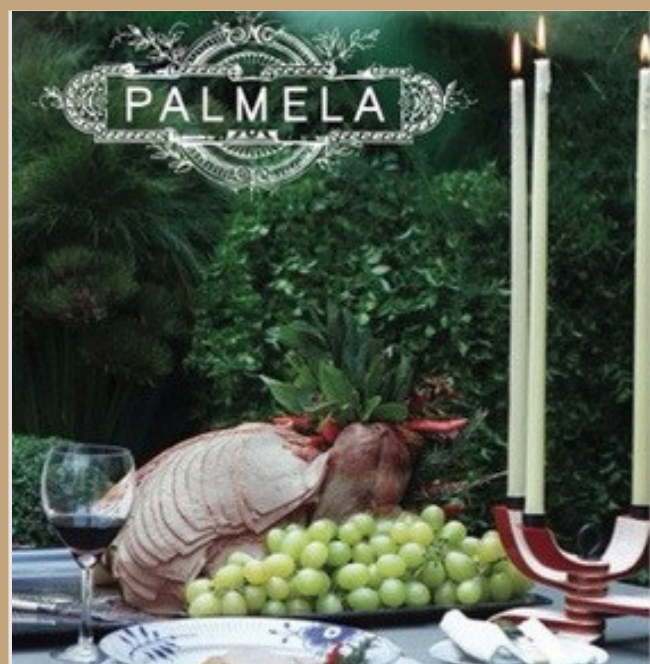
ESTILISMO DE MESA



PALMELA · CAPA



PALMELA · DETALHE



PALMELA · MESA 01



PALMELA · MESA 02

## 04

2011 — VERÃO · DENIM

EXSS  
Verão 2011

Lookbook "Alto Verão 2010-2011" para EXSS Denim — paleta pastel em verde-água, florais vibrantes e identidade visual limpa.

Projeto de comunicação 360°: lookbook, catálogo com preços, campanha digital [exss.com.br](http://exss.com.br) e materiais de PDV.

LOOKBOOK

DENIM

360°

DIGITAL



OPERA ROCK · 2006 — 2010

# OITO TEMPORADAS *UM LEGADO*

---

Quatro anos construindo o DNA visual de uma das marcas  
mais icônicas do rock alternativo brasileiro.

05

2010 — VERÃO · OPERA ROCK

## Opera Rock Verão 2010

**Direção Geral:** Eloir Santos

**Fotografia:** Guilherme Young

**Make:** Jorge Menezes

**Design:** Tito Sacay e Henry Kage

Encerramento da parceria Opera Rock com a campanha de maior escala. Locação externa com cenário de savana — moda em diálogo com a natureza. **Quatro anos de construção de identidade sintetizados.**

LOCAÇÃO EXTERNA

SAVANA

GUILHERME YOUNG



## 06

2010 — VERÃO + INVERNO · POLO USA

## Polo USA

### Catálogo 2010

**Direção de Arte:** Eloir Santos

**Fotografia:** Guilherme Young

**Make:** Maré

**Designer:** Marco Roza / Kadu Nunes

**Modelos:** Bruno Júnior e Priscila

Catálogo Verão e campanha Inverno "Urban College" para a **Polo USA**. Conceito jeanswear: *High Quality & Tradition*. Dois universos visuais distintos para uma mesma marca.

CATÁLOGO

JEANSWEAR

URBAN COLLEGE

PREPPY



Original  
American  
Wear goes  
to college.



07

2009 — INVERNO · OPERA ROCK

## Opera Rock

### *Inverno 2009*

**Direção Geral:** Eloir Santos e Guilherme Kubagawa

**Fotografia:** Cia de Foto

**Make:** Roosevelt Vanini

**Design:** Guilherme Kubagawa, Tito Sacay e Andrei Naufel

Cenografia industrial de alto impacto — sucata, metal e contraste máximo. A dureza da cidade como palco para uma moda entre o belo e o agressivo. **Caixas de som brancas geometrizadas** como elemento arquitetônico.

*Produto e ambiente como co-protagonistas.*

# 08

2009 — VERÃO · "TASTE OF BLUE"

## Opera Rock Verão 2009

A campanha mais conceitual da parceria. "Taste of Blue" criou um universo narrativo completo — editorial em revista, outdoor e lookbook. **Azul como emoção, identidade e manifesto.**

Projeto de alta complexidade: locações externas (piscina, jardim, natureza), stúdio com cenografia personalizada e identidade visual autoral de Guilherme Kubagawa.

*"Taste of Blue" — a campanha que definiu o posicionamento premium da marca.*

CONCEITUAL

TASTE OF BLUE

LOCAÇÃO + ESTÚDIO





09

2008 — INVERNO · OPERA ROCK

## Opera Rock

### *Inverno 2008*

**Direção Geral:** Eloir Santos e Guilherme Kubagawa

**Fotografia:** Cia de Foto

**Make:** Roosevelt Vanini

**Design:** Guilherme Kubagawa, Tito Sacay e Andrei Naufel

Cenografia de fábrica abandonada — ambientes sombrios, paleta escura e modelos com postura dramática. Moda que habita entre o belo e o perturbador.

INDUSTRIAL

DRAMA

CIA DE FOTO

10

2007 — INVERNO · OPERA ROCK

## Opera Rock

### Inverno 2007

**Direção Geral:** Eloir Santos

**Fotografia:** André Brandão

**Make:** Roosevelt Vanini

**Design:** Guilherme Kubagawa e Mateus Maximino

Cenografia punk-elegante — caves de tijolos, instrumentos, velvet e couro. A estética mais raw da série, onde o rock é filosofia de vida e não apenas estilo.

*"Bang! Bang! Bang! It's Rock!" — o manifesto visual da coleção.*

PUNK

CAVE

ANDRÉ BRANDÃO





11

2007 — VERÃO · "VERÃO ZERONOVE"

## Opera Rock

### Verão 2007

Campanha "Verão Zeronove" — a primeira grande virada estética da Opera Rock. Outdoor, editorial em revista de moda e lookbook com **estética fotojornalística e paleta psicodélica**.

Catálogo de acessórios integrado, conceito pop-rock e identidade gráfica ousada que diferenciou a marca no mercado.

VIRADA ESTÉTICA

OUTDOOR

PSICODÉLICO

LOOKBOOK

# 12

2006 — INVERNO · PRIMEIRA CAMPANHA

## Opera Rock *Inverno 2006*

**Direção Geral:** Eloir Santos e Ricardo Viana

**Fotografia:** Luciano Munhoz

**Make:** Marcelo Brait

**Design:** Ricardo Viana e Guilherme Kubagawa

A primeira campanha da parceria de quatro anos com a Opera Rock. Identidade sombria e urbana — início do DNA visual rock alternativo que definiria a marca. Veludo vermelho, sofás de época e poses teatrais.

*O ponto de origem de toda uma linguagem visual — onde tudo começou.*

- PRIMEIRA CAMPANHA
- DNA ROCK
- TEATRO
- URBANO



— VAMOS CRIAR JUNTOS

# TrêsNoveUm

COMUNICAÇÃO

Design com propósito.

Comunicação que move.



PORTFOLIO.TRESNOVEUM.COM

— CONTATO



ENDEREÇO

Rua Silvia, 391 — Sala 05  
São Paulo / SP



TELEFONE

11 95376-7875



E-MAIL

comunicacao@tresnoveum.com



SITE

*portfolio.tresnoveum.com*

CNPJ • 12.539.728/0001-75