



A iluminação é um dos principais fatores de sucesso de um ambiente comercial. Por isso vem assumindo papel estratégico na concepção de projetos de interiores, tanto para destacar produtos, quanto para reforçar a identidade das marcas

iluminação comercial

TECNOLOGIA & MATERIAIS

A alma do negócio

POR JULIANA NAKAMURA

Um projeto de iluminação bem-concebido e de acordo com a arquitetura existente tem o poder de chamar a atenção das pessoas, tornar um ambiente mais aconchegante e ressaltar aspectos desejáveis em um espaço. Não é sem razão que tem sido dada cada vez mais importância à manipulação da luz em interiores comerciais. Aproveitada para evidenciar pontos de interesse e valorizar os produtos expostos, a luminotécnica se transformou em uma importante ferramenta de vendas. Os lojistas que já se deram conta disso têm obtido bons resultados, tanto os instalados em shoppings, quanto os alocados nas ruas.

Para atender às múltiplas necessidades dos espaços comerciais em fachadas, vitrines e áreas de atendimento, o projeto de iluminação vem se tornando cada vez mais complexo, compatibilizando técnicas e equipamentos diversos. Cada tipo de loja requer uma abordagem que considere o perfil do público-alvo e características dos produtos comercializados. Um local dedicado à venda de tecidos, por exemplo, precisa de uma iluminação que valorize cores e texturas. Um ponto de venda de tintas requer lâmpadas eficientes e com excelente reprodução de cor. Já em uma joalheria, espera-se uma luz mais sofisticada que focalize o brilho das peças.

Seja qual for a tipologia da loja e o perfil do consumidor, o projeto de iluminação deve ser capaz de convidar o público a entrar e a conhecer as mercadorias. “Atrair a atenção é proporcionar ao cliente uma resposta visual

imediate para que a loja se destaque das demais, seja pela fachada, nome, marca ou vitrine”, explica a arquiteta e lighting designer Neide Senzi. Por isso, a arquiteta recomenda que a luz nesses pontos seja dramática e de grande apelo cênico. “Nessas situações, o uso de cores e luzes com movimento têm sido a grande tendência mundial”, destaca.

Nos ambientes internos, funcionalidade e harmonia visual são fundamentais. Entre os recursos de iluminação que podem ser explorados, o lighting designer Rafael Leão destaca o brilho, que influencia diretamente na composição hierárquica dos elementos, tanto aqueles em destaque (produtos à venda) quanto os arquitetônicos (formas, planos, volumes etc.).

Um dos desafios da iluminação comercial é a conciliação dos aspectos funcionais e cenográficos em um único projeto. As propostas não podem prescindir de flexibilidade, já que as estratégias e tendências mercadológicas mudam constantemente e a iluminação pode ter que se adequar a isso.

A disseminação de tecnologias como os LEDs e o aprimoramento de luminárias especiais, de reatores eletrônicos e dos softwares de automação, têm ajudado os projetistas a obter resultados mais dinâmicos e coloridos, sem comprometer o controle do consumo de energia e os custos de manutenção. Os LEDs, em especial, têm tido aplicação recorrente em ambientes comerciais por estarem se tornando mais acessíveis.



DEBATE

Luz sobre o projeto

Convidados para um bate-papo na redação de *AU*, arquitetos, consultores e fornecedores falam sobre as especificidades dos projetos e dos equipamentos destinados à iluminação de áreas comerciais

Como a iluminação causa impacto na decisão de compra em uma loja?

EDER FERREIRA *Vai depender muito do tipo de loja e da classe de consumo. As grandes lojas, como Renner e C&A, por exemplo, preferem utilizar uma grande quantidade de luz e poucos destaques. Já as lojas mais voltadas às classes A e B costumam ter um nível de luminância mais baixo e os produtos mais destacados.*

REGINALDO MEDEIROS *A iluminação tem um impacto imenso na decisão de compra. Infelizmente, ainda há muitos casos em que o projeto de iluminação é tratado como algo decorativo e não técnico. A má iluminação pode destruir uma loja, enquanto a boa iluminação valoriza o produto e a marca.*

CLÁUDIA ANTONELLI *Um exemplo nesse sentido é o da Hering, que é uma entre tantas lojas que repaginaram a arquitetura e a iluminação de suas lojas. O resultado foi a agregação de valor ao produto.*

DIEGO ROMERO *O que também atrapalha é conceber um projeto inteiro e, só no final, começar a pensar na iluminação.*

SILENE GOMES *Quanto mais os profissionais e as disciplinas caminharem juntos, maior será o ganho. Não só para o consumidor que vai ter conforto visual, ver o produto sem ser ofuscado, identificar a tonalidade etc. Quanto mais o investidor entender a importância do projeto de arquitetura e trazer o lighting designer para a implantação, melhor. Participar do início dos projetos*



- 1 **EDER FERREIRA**, arquiteto da Lumini
- 2 **SILENE GOMES**, gerente de vendas corporativas da Lumini
- 3 **CLÁUDIA ANTONELLI**, gerente de produto da Osram
- 4 **ANTONIO CARLOS MINGRONE**, diretor da Mingrone Iluminação e professor da FAUUSP
- 5 **ARTHUR GRELETTI**, engenheiro de qualidade da FLC
- 6 **REGINALDO MEDEIROS**, arquiteto e especificador pleno da Sylvania
- 7 **PAULO SERGIO M. RODRIGUES**, gerente comercial e de projetos da Trust Iluminação
- 8 **DIEGO ROMERO**, sócio da D+A Arquitetura
- 9 **LIGIA VAILATI**, sócia da D+A Arquitetura
- 10 **FABIO FALANGHE**, gerente de grandes obras da La Lampe/DL Iluminação
- 11 **LUCIANA COSTANTIN**, sócia da Acenda Projeto de Iluminação e representante da AsBAI (Associação Brasileira de Arquitetos de Iluminação)



A iluminação concebida pelo lighting designer Rafael Leão para a Honda Niponsul, em Curitiba, valoriza a transparência e a geometria irregular da construção. Entre as preocupações do projeto estavam destacar o forro, limitar a iluminação externa para não comprometer o brilho interior da loja e garantir a facilidade de manutenção, principalmente nas áreas de pé-direito elevado.

Uma das soluções foi o sistema de projetores fixados nos pilares metálicos da fachada e rebatedores com refletores multifacetados suspensos. Em diálogo com a parede lateral à área de vendas foi utilizada uma luminária contínua suspensa por cabos de aço, com lâmpadas fluorescentes tubulares. A peça projeta luz focada e permanece discreta na composição.



Rafael Leão

LOCAL Curitiba
ARQUITETURA Realiza Arquitetura
PROJETO DE ILUMINAÇÃO Conforto Visual
FORNECEDORES Mega Light, Baxton (postes), Lumicenter (oficina), Philips (lâmpadas e reatores)

é importante porque, às vezes, um detalhe, um rasgo, um fio de luz no rodapé pode fazer toda a diferença.

MEDEIROS Uma vez, em uma cadeia de lojas recém-reformada, fomos chamados para solucionar um problema nos provadores. As clientes levavam muitas peças para experimentar, mas acabavam não comprando nada. Descobrimos que, no provador, os artigos pareciam desbotados e não caíam bem nas clientes, que se sentiam desfavorecidas. Esse é só um exemplo do que uma lâmpada errada pode causar em uma grande loja.

LIGIA VAILATI Mas nem sempre o cliente final tem noção da importância de um lighting designer. Por isso, creio que a valorização do trabalho desse profissional deva vir também do arquiteto. Muito arquiteto prefere fazer ele próprio a iluminação e, muitas vezes, não consegue fazer direito por não ser essa a sua especialidade.

Como as escolas vêm tratando a iluminação, especialmente em ambientes comerciais? Essa é uma disciplina importante na universidade?

ANTONIO CARLOS MINGRONE Nem todas as escolas dão a mesma importância que a FAUUSP, tanto que temos

uma carga horária bem mais ampla. Nós temos uma disciplina semestral no segundo ano chamada Iluminação Natural Zenital. Depois, oferecemos uma disciplina no terceiro ano que integra os sistemas de iluminação, acústica, conforto térmico e ergonomia em projetos. Já no quarto ano os alunos cursam uma disciplina chamada Projeto de Iluminação no Exercício da Arquitetura.

Que aspectos influenciam a especificação de componentes de iluminação para lojas?

ROMERO Às vezes a gente vê projetos que usam pura e simplesmente o que tem de mais novo, como efeitos coloridos, sem critério. Isso interfere no objetivo, que é o comércio. Fica essa coisa de show, mas sem função.

FABIO FALANGHE Vejo algumas lojas de shoppings fazendo 100% de sua iluminação com LEDs. Isso me parece equivocado.

PAULO SÉRGIO RODRIGUES Quando se analisa o projeto, é importante conhecer o negócio do cliente.

ROMERO Também é importante termos as pessoas certas para identificar as demandas e o nicho daqueles produtos. Já participei de projetos em que, além do escritório de arquitetura e de iluminação,

havia profissionais dedicados para cuidar especificamente da imagem, da posição dos produtos na loja, da posição dos objetos na vitrine etc. É um time formado para benefício comercial do cliente.

MINGRONE A gente tem uma norma brasileira de luminárias que boa parte dos fabricantes não segue, o que é lamentável. Seguir essa norma seria um grande instrumento para eliminarmos os fabricantes de garagem.

Para onde vai o futuro da iluminação comercial? Quais são as tendências?

LUCIANA CONSTANTIN O que eu tenho visto aqui no Brasil é uma espécie de telefone sem fio, em que informações são distorcidas e disseminadas, criando-se lendas. Uma delas é a de que o LED dura 100 mil horas. Outra característica desse mercado é a preferência do consumidor por produtos genéricos e ruins, sempre vendo o custo imediato.

RODRIGUES Os fornecedores precisam ser mais honestos, falar de vida útil dos produtos.

ARTHUR GRELLETI Tem muita gente desinformada. O pessoal compra potência em vez de comprar iluminação.

CONSTANTIN Para quem lida com a luz, outra tendência é começar a pensar na incorporação da iluminação natural nos projetos. Questões como economia de energia e eficiência vão exigir um pacote de soluções que contemplem não só luz artificial, como também a luz natural.

RODRIGUES O que tenho notado é que não só as grandes empresas estão investindo em iluminação, mas também as lojas populares. Em São Paulo, vemos essa tendência no Largo 13 de Maio, no Bom Retiro e no Brás, por exemplo. O interessante é que isso cria um efeito dominó. Ou o vizinho também investe em iluminação, ou ele fecha. Os empresários de uma geração mais nova têm consciência de que o cliente tem que ser bem tratado, não importa se ele é da classe C ou D.

ANTONELLI Em relação às tecnologias, a tendência é o uso de LEDs integrados a outras tecnologias. A melhoria dos equipamentos em geral é outra tendência, sobretudo em relação à eficiência e vida útil.





JOGO DE LUZ

Fornecida pela Itaim, a luminária Galáxia utiliza LEDs para iluminação geral, com um baixo consumo e rendimento de até 84%. O modelo é indicado para uso em locais que exigem iluminação marcante, pois a luminária cria um jogo de luz que transmite a sensação de efeito tridimensional.

www.itaim.ind.br



ENERGIA RACIONALIZADA

O Ultra LED é a mais nova linha de diodos emissores de luz fornecida pela Golden. Disponíveis em várias opções de cores nos modelos di-croica e PAR16, os produtos aliam intensidade luminosa com baixo consumo de energia.

www.lampadasgolden.com.br



COLORIDA

A lâmpada A-60 RGB Led, da FLC, realiza a iluminação dos ambientes com até 16 cores diferentes, modificadas a distância por controle remoto. Segundo a fabricante, o produto é indicado para ambientes que necessitem de decoração diferenciada e dinâmica.

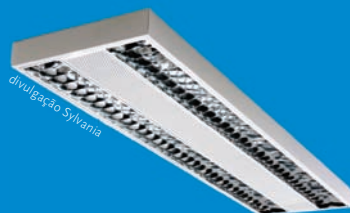
www.flc.com.br



MAIS LUZ

Prozida pela Osram, a lâmpada Powerball HCI R-111 é indicada para uso em lojas, museus, supermercados e hotéis. O fabricante afirma que o modelo apresenta um fluxo luminoso 11% maior do que as lâmpadas similares existentes no mercado. Disponíveis nas potências 35 W e 70 W, com os facho de 10°, 24° e 40°, podem ser utilizadas em luminárias abertas.

www.osram.com.br



EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Destinadas para áreas comerciais, as luminárias tubulares T5 da Sylvania possuem conjunto ótico composto por refletor e aletas parabólicas em alumínio anodizado brilhante de alta refletância. Para facilitar a instalação, as luminárias foram desenvolvidas em dimensão universal para embutir ou sobrepor, em gesso ou forro modulado, com perfil em T invertido.

www.havells-sylvania.com.br



ÁREAS AMPLAS

Indicada para aplicações internas em grandes áreas, como em supermercados e shopping centers, a luminária MDK-500, da Philips, é composta por alojamento para equipamento auxiliar e difusor em acrílico transparente. Pode receber lâmpadas de vapor de sódio de 250 W e 400 W e conta com caixa em alumínio injetado para dissipação do calor.

www.luz.philips.com



DESIGN COMPACTO

Apropriada para uso em ambientes comerciais, especialmente para iluminação de lojas e vitrines, as lâmpadas ConstantColor CMH-T, da GE, têm formato tubular de base única. Segundo o fabricante, possuem uniformidade ao longo de sua vida útil. Disponíveis em 70 W e 150 W, devem ser utilizadas em luminárias fechadas.

www.ge.com

TECNOLOGIA & MATERIAIS Iluminação comercial