Fotos: G.P.

Loja Flor

Iluminação mutante e sugestiva para cativar o consumidor

Por Maria Clara de Maio

Localizado no coração dos Jardins, região nobre da capital paulista, o **Shopping Center Iguatemi São Paulo** reflete a atmosfera das ruas comerciais mais sofisticadas do mundo. Possuindo o mais atraente mix de lojas - responsável por diferenciá-lo de todos os outros -, já que reúne o maior número de griffes nacionais e internacionais, o **Iguatemi** tornou-se um ponto de referência e o cartão de visitas da maior cidade do Brasil, sendo o shopping preferido dos formadores de opinião. É lá que um projeto de iluminação inusitado, o da Loja Flor, assinado pelo Studio Ix, de Guinter Parschalk, demonstra o quanto a luz pode ir além de compor e valorizar o espaço. A luz se apresenta como uma ferramenta capaz de estimular e envolver o consumidor, associando a compra a um momento de satisfação de um desejo. Uma experiência holística? Uma estratégia de marketing? Um diferencial? A reposta é: um pouco de tudo isso. Conheça aqui os detalhes do projeto.

A Loja Flor, cuja marca leva o mesmo nome, é voltada para a moda praia e piscina. Inaugurada em novembro, está localizada no Piso Faria Lima do mais elegante shopping paulista. Possui 240m^2 e uma arquitetura relativamente simples – há poucos elementos, como nichos e um mezanino. Seu principal objetivo foi reproduzir um ambiente que recorresse a uma situação de praia e piscina: paredes brancas texturizadas destacam como grande componente arquitetônico diferencial um conjunto de *deck*, pérgula de madeira e piso de tijolo aparente. A iluminação atua como um coadjuvante, complementando esta atmosfera.

Concepção

A luz, além de ser um componente da arquitetura, funciona como uma força dinâmica. A intenção é a de evitar que a loja possua uma "mesmice" visual**,** utilizando a luz também como um suporte de marketing, ou seja, uma ferramenta para embalar a arquitetura e o produto ali comercializado. A idéia geral é a de que ninguém saia "ileso" desta loja. "*Considerando que a luz seja o suporte da percepção visual e se entendemos que a percepção visual é o caminho do input da informação, significa que pela luz é possível agregar valores à informação e que, uma vez isso realizado, se estará orientando, enfatizando e estimulando um determinado comportamento*", argumenta Guinter.

"Nos provadores, apostei num conceito no qual a precisão ótica, a simetria da luz, deixa de ser tão importante em detrimento da sensação que ela provoca naturalmente."

Técnica e interação

A iluminação estabelecida no projeto de Guinter Parschalk foi bastante técnica, em termos de componentes e de luminárias, mas o grande diferencial foi o estímulo oferecido pela iluminação e seu movimento, *quase* atingindo uma luz "deficiente". Exceto os nichos, nos quais foram instaladas fluorescentes, todas as demais lâmpadas aplicadas foram halógenas que, com sua movimentação pela loja, permitem um efeito de bronzeamento numa área e de uma tonalidade mais branca em outra. A idéia, enfim, foi implantar uma mudança de luz (e de atmosfera) na loja,

O diferencial foi o estímulo oferecido pela iluminação e seu movimento, *quase* atingindo uma luz "deficiente". Exceto os nichos, nos quais foram instaladas fluorescentes, todas as demais lâmpadas aplicadas são halógenas.

Praticamente, toda a iluminação espacial da loja foi feita com lâmpadas halógenas, exceto a linha de luz colorida que corre por cima da pérgula, que é fluorescente com filtros de cor.

viabilizada pelo sistema de automação. Dicróicas, lâmpadas Precision de elevado ciclo de vida e lâmpadas PAR 30 foram basicamente as halógenas utilizadas no projeto.

Iluminação mutante

Praticamente, toda a iluminação espacial da loja foi feita com lâmpadas halógenas, exceto a linha de luz colorida que corre por cima da pérgula, paralela ao duto de ar-condicionado, que é fluorescente com filtros de cor. Esta linha é imóvel e as cores revelam um *dégradé* assemelhado às cores de um arco-íris. Esta solução foi adotada para iluminar de forma referenciada uma área visualmente grande da loja, mas com significado secundário. Na área formada pelo vão entre pérgula e forro de madeira, corre, longitudinalmente, o duto de ar condicionado que foi pintado de preto. Para agregar um valor visual estimulante e não deixar o duto de ar num beco escuro, foi aplicada uma iluminação *dégradé* que tem referências no pôr do sol, passando do laranja para o azul pelo violeta.

A parede principal, de pé-direito duplo, separa o caixa, os provadores e um pequeno mezanino para depósito. Nela, há outro movimento gerado a partir da projeção de imagens. "*Aí entra a questão da luminotécnica como um conjunto de informações, ou seja, um projetor ilumina esta parede e ao mesmo tempo funciona como uma grande luminária poética*", explica Guinter. Nesta importante parede de 3,20 x 3,65m, são projetadas imagens trabalhadas em branco e preto, especialmente gravadas, e que têm referências com situações de lazer do universo do produto.

A parede principal, de pé-direito duplo, separa o caixa, os provadores e um pequeno mezanino para depósito. Nela, há um movimento gerado a partir da projeção de imagens.

Vitrines e provadores

Na vitrine, filtros (também chamados de gelatinas) tornam a luz branca avermelhada e, assim, se obtém uma sombra “bronzeada” ao longo do espaço. Uma bateria de holofotes de lâmpadas halógenas é gabaritada por uma programação de um ciclo de cerca de 3 minutos, de forma a originar uma sinuosidade de luz semelhante ao de uma onda, remetendo ao movimento da luz natural. Uma das únicas iluminações “estáticas” na parte frontal da loja é a das araras, necessária para uma fiel e constante visualização do produto.

Uma boa iluminação dentro do provador, sem ofuscamento e significativo índice técnico é, de certa forma, uma regra num projeto. No caso da Loja Flor, a preocupação foi inserir no contexto do provador uma outra experiência sensorial. O consumidor, que absorveu o desejo estimulado

Na vitrine, filtros tornam a luz branca avermelhada. Uma bateria de holofotes de lâmpadas halógenas é gabaritada por uma programação, de forma a originar uma sinuosidade de luz semelhante ao de uma onda, remetendo ao movimento da luz natural.

Anuncie

Lume Arquitetura.
Os melhores clientes são os que têm acesso à melhor informação.

Um profissional bem informado reconhece o que é tradição, sem ter medo do novo. Conhecimento é poder. Por isso, Lume Arquitetura é lida pelos melhores profissionais do mercado. São arquitetos, lighting designers, engenheiros, pessoas interessadas em conhecer o produto ou serviço que você tem a oferecer. Anuncie em Lume Arquitetura e ganhe visibilidade na melhor revista do segmento de iluminação.

Publicidade Lume Arquitetura

(11) 3801 3497

publicidade@lumearquitetura.com.br

ou no nosso site: www.lumearquitetura.com.br

LUME
ARQUITETURA
A melhor informação sobre iluminação

Para inserir no contexto do provador uma experiência sensorial, este espaço recebeu uma iluminação fluorescente vertical, instalada atrás do espelho. Uma sanca lateral, com lâmpada FL T5 e filtro em tom de cobre proporciona volumetria e um estado de pôr do sol.

Na região do caixa, a iluminação é feita por cinco luminárias com fluorescentes compactas, embutidas no gesso.

pela vitrine ou pela roupa disposta nas araras, estará no provador verificando se as informações "lhe cairão bem" – a cor, o modelo, o tecido. A luz, aí, funciona como uma informação adicional.

Para alcançar esta interação e "provocar" a ambientação, o provador recebeu uma iluminação fluorescente 2 x 32w, 3.000 K, vertical, instalada atrás do espelho. Uma sanca lateral, com lâmpada FL T5 14w e gelatina em tom de cobre proporciona volumetria, por uma iluminação (e uma sensação) de estado de pôr do sol. "*Esta situação de pôr do sol permite que, sobre a pessoa no provador, incida, de um lado uma luz mais âmbar e, do outro, uma luz mais branca. Apostei num conceito no qual a precisão ótica, a simetria da luz, deixa de ser tão importante em detrimento da sensação que ela provoca naturalmente. Há uma boa qualidade de luz, mas a diferença está em buscar um novo equilíbrio entre função e experiência sensorial*", justifica Guinter.

Nível de lux e caixa

Levando em conta a variação da luminosidade, o nível de lux na Loja Flor oscila entre 800 e 1200 lux, um ótimo resultado. Na região do caixa, a iluminação é feita por 5 luminárias de 30cm x 30cm, com fluorescentes compactas, embutidas no gesso. O modelo especificado por Guinter recebeu modificações a seu pedido. "*Costumo fazer algumas inserções especiais nas luminárias. Neste caso, inseri um vidro jateado sobre o*

sistema duplo parabólico, controlando o nível de ofuscamento. A luz chega mais difusa e mais homogênea, porque o vidro jateado em conjunto com o sistema duplo parabólico diminui o contraste e melhora a distribuição da luz", explica.

Eficiência e consumo de energia

No projeto da Loja Flor, lâmpadas econômicas foram aplicadas onde foi possível. Como imperaram halógenas, em geral, a carga dimensionada foi menos eficiente do que normalmente se espera. Por outro lado, o projeto oferece dados compensatórios. É neste caso que a luz funciona como uma ferramenta de marketing.

"*Esta concepção tem dois lados. Um, é o da qualidade visual, no qual marketing e critérios artísticos funcionam como ferramentas para estimular e seduzir o consumidor à compra. O outro, é um certo ônus causado pelo consumo de energia – seja pelo consumo direto das lâmpadas halógenas, seja pelo indireto, despendido pelo ar condicionado. Existe, entretanto, a justificativa do custo operacional de manutenção que, neste caso, acrescenta mais valor e importância à iluminação, fazendo-a funcionar como ferramenta de marketing, que naturalmente é compensada mais adiante pelo incremento das vendas*", conclui Guinter. ◂

Ficha Técnica

Projeto Luminotécnico e Consultoria de Audio e Vídeo: Guinter Parschalk / Studio Ix
Arquitetura: Luciano Junqueira
Construção: Lock Engenharia
Controle de iluminação: Ci Tronics

Anuncie

Lume Arquitetura.
Os melhores clientes são os que têm acesso à melhor informação.

Um profissional bem informado reconhece o que é tradição, sem ter medo do novo. Conhecimento é poder. Por isso, Lume Arquitetura é lida pelos melhores profissionais do mercado. São arquitetos, lighting designers, engenheiros, pessoas interessadas em conhecer o produto ou serviço que você tem a oferecer. Anuncie em Lume Arquitetura e ganhe visibilidade na melhor revista do segmento de iluminação.

Publicidade Lume Arquitetura
(11) 3801 3497
publicidade@lumearquitetura.com.br
ou no nosso site: www.lumearquitetura.com.br

LUME
ARQUITETURA
A melhor informação sobre iluminação