

Design de Luminárias

Por Cláudia Cavallo

É conversando que a gente se entende

Bossa - Lumini - Fernando Prado
Prêmio Design Museu da Casa Brasileira 2005
e Design Plus Award 2006



Foto: Nelson Kon

Sotile - Ever Light
Giuliano Brandi
Prêmio iF product Design 2006



Foto: Divulgação

Arind - Light Design
Fred Mamede, Ruana Barros
e Willames Verçosa



Foto: Divulgação



Foto: Divulgação

Lunna - Interpam
Ingrid Vieira Peixoto
Prêmio Osram de Luminárias 2005



Foto: Divulgação

Esferas - Espaço 2 - Barthô
Prêmio Abilux Residencial/Decorativa
1º lugar em 2002



Foto: Divulgação

Luxion Flex - Luxion
Fernanda Tissot, Jorge Brustolin e René Rossi
Prêmio Abilux Empresarial de Design 2005

HÁ QUEM DIGA QUE “A VERDADE É UMA mentira bem contada”. Mas o que é verdade e o que é mentira hoje em dia? Com o advento do marketing, nem tudo é o que parece ser. Depois da Internet e dos *softwares* de edição de imagens, então, o que não falta no mercado são produtos virtualmente perfeitos e empresas que aparentam ser uma sociedade anônima quando ainda se resumem a uma mesa, um computador e um telefone num pequeno escritório. Vender imagem é relativamente fácil. Mantê-la já não é tão simples assim, porque objetos de desejo - sejam eles uma rainha de bateria de escola de samba, um jogador de futebol, um serviço ou um parafuso - precisam corresponder às expectativas que despertam, se não quiserem ser dispensados tão rapidamente quanto foram adquiridos ou contratados.

Abertura às importações e seus efeitos colaterais

A indústria brasileira, principalmente a que está diretamente ligada à tecnologia, deu um salto após a abertura às importações. Mas esta medida, iniciada no Governo Collor, foi um remédio com graves efeitos colaterais e que matou muita gente pela cura.

De fato, a manufatura nacional vivia acomodada no paraíso do isolamento, da falta de concorrência, do consumidor desinformado e, quando abrimos “os aeroportos às nações amigas”, o esforço pela melhora da qualidade dos produtos aconteceu “por livre e espontânea pressão”, como se diz popularmente.

Por outro lado, a quase ilimitada abertura ao produto acabado, sem uma prévia abertura à importação de tecnologia, *know-how* e matéria-prima foi um golpe duro para os fabricantes, uma avalanche que levou muita gente à falência e fechou muitas portas.

A notícia boa é que grande parte dos sobreviventes tomou gosto pela capacidade de

A indústria brasileira de luminárias, assim como tantas outras no país, já evoluiu muito em relação ao que era antes do mundo globalizado. Melhoramos a qualidade das peças tanto em design quanto em eficiência, e o mercado consumidor para este tipo de produto também se mostra em plena expansão.

produzir algo melhor, levantou os olhos para um novo horizonte e, hoje, sonha com exportação - ou até já começa a pôr o pé neste caminho, como mostra Amir Moraes, Diretor Comercial da Interpam: “Muitas empresas praticamente abandonaram os processos fabris e passaram a ser, simplesmente, importadores e distribuidores de marcas que estão até hoje no mercado. Outras, tomaram maior contato com as fontes de informação, através de feiras internacionais e congressos, passaram a desenvolver produtos com maior tecnologia, contrataram designers nacionais e criaram departamentos voltados exclusivamente para o desenvolvimento de novos produtos. As empresas que saíram na frente com estas decisões possuem, atualmente, laboratórios de fotometria próprios, designers contratados, ferramentais para confecção de matrizes, engenheiros de produção e, principalmente, vontade de buscar o conhecimento e os meios necessá-

“O fator identidade, atualmente, é pontual, não nacionalista. Estamos num mundo globalizado.”
Ana Moraes

Estação Julio Prestes
Luminárias: Altena Brasil, Targetti,
Philips, Ever Light e Tecnowatt.



Foto: Dario de Freitas



Foto: Maria Clara Diniz

"A originalidade é a única saída para o fim desta antropofagia que estamos vivendo, na qual um devora o outro, com cópias piores que os originais e materiais de qualidade inferior, a preços mais baixos."
Günter Parschalk

Edifício São Luis Gonzaga
Luminárias: Conelight

os para que seus produtos não fiquem nada a dever aos importados."

Fred Mamede, Coordenador do Departamento de Design da Light Design, lembra que, além da entrada dos importados, o "apagão" também gerou um impulso no mercado, pois acelerou literalmente do dia para a noite, a busca por produtos eficientes.

Comunicação como variável na equação do desenvolvimento

A indústria brasileira de luminárias, assim como tantas outras no país, já evoluiu muito em relação ao que era antes do mundo globalizado. Melhoramos a qualidade das peças tanto em design quanto em eficiência, e o mercado consumidor para este tipo de produto também se mostra em plena expansão.

Por que, então, os *lighting designers* brasileiros ainda vêem os importados como sonho de consumo (ou de especificação, para sermos mais exatos) e projetam para seus clientes peças sob medida, que o mercado não oferece como produto de linha? Existe um *gap*, uma lacuna entre indústria e profissionais? Por que?

A Lume Arquitetura decidiu abrir um diálogo sincero sobre esta questão e a conclusão é que,

além das indiscutíveis dificuldades econômicas que qualquer setor da economia brasileira enfrenta diariamente, falta uma comunicação franca e aberta. A aproximação entre indústria e *lighting designers*, sem medos e meias-verdades, talvez venha a causar um certo desconforto inicial para ambas as partes, mas nada que um pouco de maturidade empresarial não resolva.

O receio de mostrar ou conhecer ao vivo o que num *website* parece lindo acabaria, e o segmento de iluminação no Brasil teria muito mais chances de chegar a um resultado positivo na difícil equação de alcançar o desenvolvimento desejado.

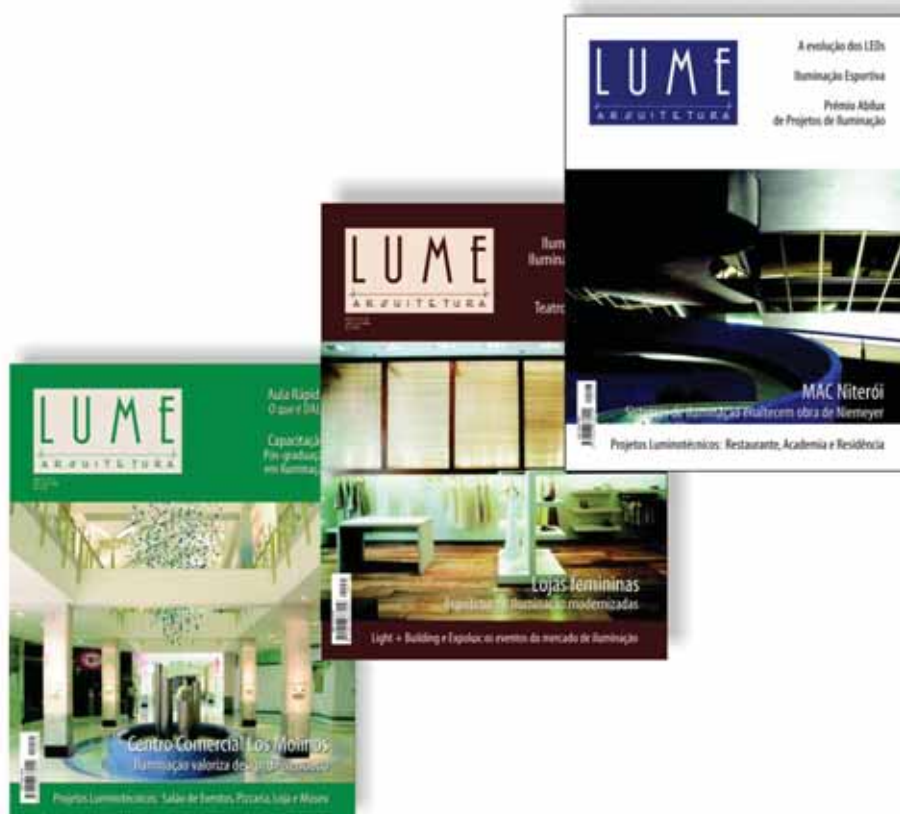
Falta de autoconfiança

Em vez de irem em busca de novas soluções, muitas indústrias acabam copiando algo que "deu certo". Falta de capital para investir? Sim, esta é uma realidade. É preciso, entretanto, fazermos uma auto-análise para vermos se não estamos escolhendo o caminho mais fácil, simplesmente, e sofrendo de falta de autoconfiança, falta de convicção de que somos capazes de produzir algo que venha a agradar aos especificadores e consumidores brasileiros e, quiçá, estrangeiros. *"Os fabricantes deveriam estudar o concorrente, ouvir o cliente, principalmente suas queixas e, sinceramente procurar atendê-lo"*, diz Ana Moraes, que integrou, por cerca de um ano, a equipe do escritório italiano dos famosos *lighting designers* Cinzia Ferrara e Pietro Palladino. Ela acrescenta: *"Quando trabalhei na Itália, desenhava luminárias técnicas e o studio era cheio de modelos de vários concorrentes. Estudávamos seus pontos fracos para propormos uma solução melhor. Não era para copiar, e sim para procurar uma solução mais inteligente"*. Günter Parschalk, cujos projetos luminotécnicos caracterizam-se pela ousadia no campo do design, concorda: *"A indústria brasileira precisa entender a diferença entre investir e gastar, precisa assumir desafios. A originalidade é a única saída para o fim desta antropofagia que estamos vivendo, na qual um devora o outro, com cópias piores que os originais e a preços mais baixos. Isso acontece porque nossos mecanismos de responsabilização e controle não existem ou são ineficientes."*

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@lumearquitectura.com.br

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

L U M E
ARQUITETURA

A melhor informação sobre iluminação



Foto: Mario Grisoli

“Luminárias customizadas existem no mundo inteiro e nem sempre refletem a carência do mercado ou a falta de opções disponíveis.”
Mônica Lobo

N. S. Lapa dos Mercadores
Luminárias: Influência da Luz

Luminárias feitas sob medida estão em todo lugar

Muitos *lighting designers* desenvolvem produtos específicos para alguns projetos, mas esta é uma prática que acontece no mundo todo e não está diretamente ligada à qualidade dos modelos em linha oferecidos pela indústria. Carlos Fortes e Gilberto Franco, que assinam a nova iluminação da Rodoviária Tietê (ver página 58), esclarecem: *“O desenvolvimento de luminárias especiais para alguns projetos nem sempre reflete a carência do mercado ou a falta de opções disponíveis – são considerações distintas. Muitas vezes, a partir da necessidade específica de um projeto – um fecho de luz não disponível nos catálogos nacionais ou a falta de produtos para uma determinada lâmpada (situação bastante comum quando trabalhamos com lâmpadas recém lançadas) –, desenvolvemos uma luminária nova*

que acaba sendo incorporada ao catálogo do fabricante que a desenvolveu. O uso de sistemas conjugados também requer, muitas vezes, o desenvolvimento de luminárias especiais – um modelo que permita, com a mesma forma e dimensão, o uso de diferentes lâmpadas ou facho de luz. Outro caso – e esse não reflete a falta de opções do mercado – é o desenvolvimento de luminárias decorativas, com o objetivo de se personalizar o projeto ou de utilizar materiais compatíveis com os acabamentos do projeto de arquitetura ou, ainda, com o detalhamento do projeto de interiores. É bastante comum o uso de luminárias especiais quando trabalhamos no segmento hoteleiro, onde muitas vezes abajures e arandelas, principalmente, devem ser incorporados ao detalhamento do mobiliário ou utilizar materiais de acabamento específicos.”

Neide Senzi, autora de projetos como o do Hospital Paulista, Teatro PUC, Parque da Juventude Carandiru e Parque Temático Hopi Hari, em São Paulo, compartilha da mesma opinião. Para ela, *“a prática de desenvolvimento de peças especiais é imprescindível para a inovação de idéias e conceitos, o que torna o papel da indústria pesados em atender a tamanha demanda.”*

Mônica Lobo, premiada pela IES - Sociedade de Engenharia de Iluminação da América do Norte, por seu trabalho na Igreja Nossa Senhora da Lapa dos Mercadores, resume, como se diz lá fora: *“Custom fixtures are all over!”* (luminárias sob medida estão em todo lugar!).

Ana Moraes traz à discussão o importante fator custo desses casos: *“Aqui ou em qualquer continente, o porte do empreendimento tem de justificar o investimento num bom produto feito sob medida. Não me refiro a uma luminária artesanal, mas a um produto onde o resultado técnico e estético apresente realmente um diferencial. Existem no exterior, empresas especializadas em*

“A prática de desenvolvimento de peças especiais é imprescindível para a inovação de idéias e conceitos, o que torna o papel da indústria pesados em atender a tamanha demanda.”
Neide Senzi

Forte São José
Luminárias:
Everlight e Altena



Foto: Divulgação

luminárias customizadas de altíssima qualidade, mas para empreendimentos que paguem esse custo, como foi o caso da iluminação da estrutura da pirâmide do Louvre, por exemplo."

Originalidade com eficiência

Transformar um pneu - que é feito de material nada reflexivo - em luminária pode ser bastante original, mas não só de produtos exóticos vive o mercado. Muito pelo contrário, a carência é grande, principalmente no que diz respeito à eficiência. *"Por vezes, o termo 'decorativo' é usado como justificativa para um rendimento baixíssimo",* define o *lighting designer* Marcos Castilha.

Dar asas à criatividade é fundamental para quem quer produzir algo novo. No entanto, é preciso manter os pés no chão. Pode ser um benefício para a indústria abrir oportunidades para jovens *designers*, mas estes profissionais têm de



Fotos: Marcos Castilha

"Por vezes, o termo 'decorativo' é usado como justificativa para um rendimento baixíssimo." Marcos Castilha.

Cachaçaria Água Doce: Arandela feita com copo americano
Luminárias: Philips, Trust, Vectra, Metal-Tecnica, Jaguará e Meca-lux.



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@lumearquitectura.com.br

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

L U M E
ARQUITETURA

A melhor informação sobre iluminação

conhecer os processos de produção, para que possam criar peças viáveis e que venham a ser realmente úteis. “A *Light Design* busca absorver seus estagiários e leva conhecimento prático do desenvolvimento de produtos para as faculdades de design próximas a ela”, diz Fred Mamede. “Acreditamos que, assim, contribuímos para uma melhor formação de novos designers, que não são apenas estilistas, e sim designers projetistas, inseridos no processo desde a concepção até o treinamento dos instaladores, especificadores e lojistas, passando por todo o processo produtivo”, defende.

Fernando Prado, Gerente de Produto da Lumini, segue a mesma linha de pensamento. Para ele, a relação da indústria com o designer, no Brasil, ainda é muito recente. As fábricas deveriam se aproximar mais dos estudantes, criar mais concursos, oferecer palestras, como um complemento ao trabalho das faculdades, para inserir e formar o designer no contexto industrial. “Acho que iniciativas como os prêmios Museu da Casa Brasileira, Brasil Faz Design, Design Excellence Brazil, Masisa, entre outros, colaboram muito para a divulgação e integração da indústria com o designer brasileiro”, opina.

A dupla Carlos Fortes e Gilberto Franco coloca muito bem a seriedade com que novas luminárias devem ser criadas e produzidas: “A busca por novos produtos, adequados aos constantes lançamentos da indústria de lâmpadas, é fundamental para manter o dinamismo do

mercado e o uso inteligente de novas tecnologias. Mas a pesquisa e investimento em design é fundamental, senão corre-se o risco de termos fontes de luz de alta tecnologia aplicados a produtos medíocres, a refletores inadequados. Recentemente temos visto concursos de luminárias para novas tecnologias – iniciativa normalmente da indústria de lâmpadas – criados com o objetivo de incentivar os fabricantes e designers a desenvolverem novos produtos para os lançamentos – mas observamos que a maioria dos fabricantes simplesmente adapta produtos existentes a novas lâmpadas. Isso ilustra a falta de investimento em pesquisa e design. O uso adequado das lâmpadas requer um profundo conhecimento óptico e luminotécnico para o desenvolvimento de refletores, conhecimento dos materiais disponíveis e das técnicas de fabricação, para que os produtos sejam compatíveis com a qualidade técnica das lâmpadas. Isso exige, ainda, um grande investimento e acompanhamento na fase de desenvolvimento de protótipos, pois os testes e medições laboratoriais é que irão confirmar se produto, de fato, atende a seus propósitos.”

Chegando lá

A opinião dos *lighting designers* entrevistados sobre em que pé está o design brasileiro de luminárias é praticamente unânime: “Estamos engatinhando neste terreno”. Ana Moraes, entretanto, levanta um detalhe importante - a globalização. Ela defende: “Não vejo uma identidade forte no campo do design no Brasil, como também não encontro identidade própria na produção de vários países. Hoje, acho difícil dizer: Ah! Esta é uma luminária francesa, aquela é uma espanhola. E não sei se isso é, de fato, relevante. Só consigo perceber uma identidade própria em alguns fabricantes holandeses e italianos, e alguns

“O Banco Itaú Personnalité padronizou todas as agências a partir de um projeto piloto de 1998, para o qual desenvolvemos uma luminária para lâmpadas Dulux-T 32W, recém-lançadas na época.”
Carlos Fortes e Gilberto Franco

Itaú Personnalité
Luminárias: Lumini e Ômega



Foto: Rafael Quintino

"Contribuímos para a formação de designers que não sejam apenas estilistas, mas também projetistas, inseridos no processo produtivo."
Fred Mamede

Luminária Tubbo - Light Design
Fred Mamede, Ruana Barros e Willames Verçosa

designers expoentes. O fator identidade, atualmente, é pontual, não nacionalista. Estamos num mundo globalizado."

Fernando Prado também acredita que o *design* brasileiro tem uma identidade pluralista, que sofreu e sofre diversas influências - uma mistura de culturas, como nosso povo, com referências indígenas, africanas, européias e norte-americanas. *"O que talvez seja diferente e especial, é como traduzimos tudo isso em design"*, comenta.

Fred Mamede não nega que o Brasil seja bastante influenciado pelo *design* Europeu, mas acredita que já existe uma identidade nacional:



Foto: Divulgação

"O consumidor tem mapas cognitivos do design e sabe que existem características mais evidentes em alguns desenhos. Por exemplo: o design italiano, todos conhecem pelo seu glamour; o húngaro e alemão pela sua precisão; o sueco pela

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@lumearquitectura.com.br

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

L U M E
ARQUITETURA

A melhor informação sobre iluminação

"Temos uma identidade pluralista que sofreu e sofre diversas influências. O que talvez seja diferente e especial é como traduzimos tudo isso em design."
Fernando Prado

Luna - Lumini
Fernando Prado
Quatro prêmios internacionais.



Foto: Andrés Otero

limpeza e tecnologia. O design brasileiro consegue mesclar todas as características, é identificado pela mistura de materiais ou tendências regionais e, assim, se torna um produto universal".

Mamede alerta, entretanto, para a importância do respeito à diversidade cultural dos consumidores em potencial: *"Não podemos esquecer que o design é uma ferramenta de interação com o público e que a situação sócio-cultural pode influenciar no desenvolvimento deste produto. Uma peça feita aqui, exclusivamente para países orientais como a Índia, não deve conter elementos que agridam sua cultura, da mesma forma que para se vender luminárias para a Europa, devemos lembrar que o produto deve ser - ou tentar ser - ecologicamente correto. No início do processo de globalização, os estudiosos temiam que as culturas regionais fossem engolidas pela imposição de produtos de outras culturas, mas o que se deu foi justamente o contrário. As grandes indústrias passaram a respeitar essas características, fazendo*

produtos específicos para cada região, incluindo apenas um pouco de sua cultura. Já se faz isso no Brasil e é por esta razão que o nosso design está sendo aceito pelo mundo."

Os resultados de concursos internacionais vêm delineando um quadro bastante positivo, o que Carlos Fortes e Gilberto Franco fazem questão de exaltar: *"Hoje vemos que vários fabricantes nacionais estão atentos ao mercado cada vez mais exigente. Muitos têm designers contratados para pesquisa e desenvolvimento, ou contratam luminotécnicos para o caso de luminárias específicas. Temos visto o reconhecimento a esse investimento em premiações internacionais, que atestam a qualidade técnica e de design dos produtos, como o iF Product Design e o Red Dot, ambos na Alemanha, ou o Good Design, nos EUA, além de outros também no Brasil."*

Carlos e Gilberto estão certíssimos em sua observação. O Brasil tem 19 produtos e 17 empresas premiadas na edição de 2006 da mais importante premiação internacional de design: o iF Product Design Award.

Na categoria Iluminação, o vencedor em 2006, foi o designer Giuliano Brandi, com as luminárias Sotile Spot e Sotile Pendente, fabricadas pela Ever Light. A premiação consagrou também o trabalho de designers e empresas que já haviam vencido em outras edições, como Fernando Prado, da Lumini, premiado em dois anos consecutivos.

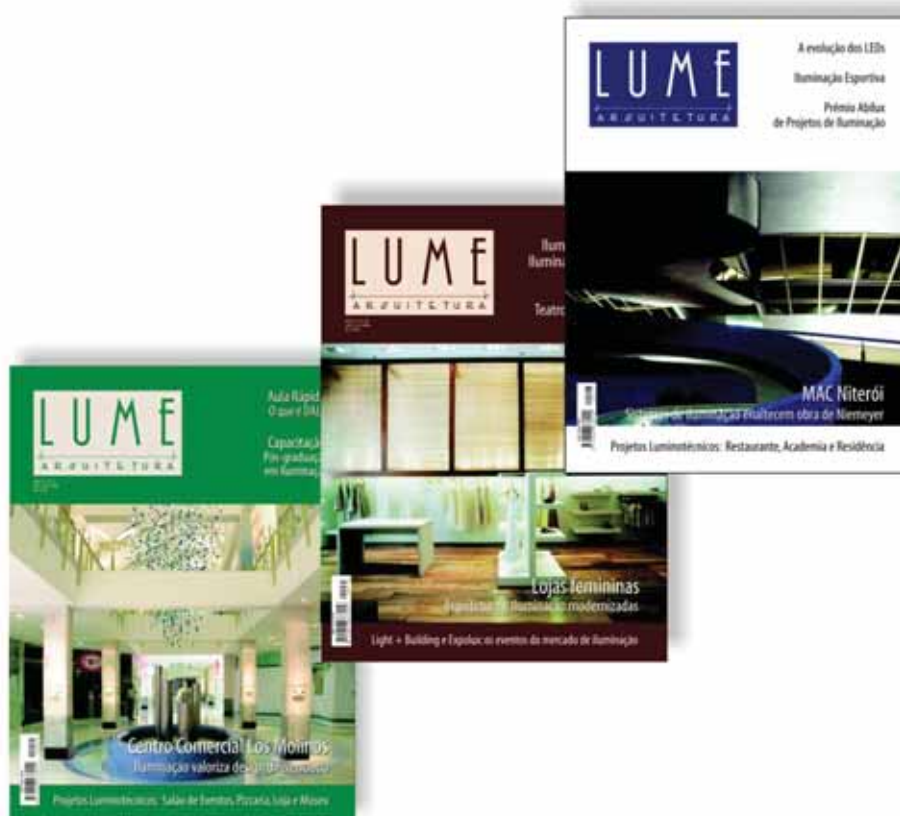
Os inscritos contaram com o apoio do Design Excellence Brazil (DEBrazil), iniciativa da APEX-Brasil em parceria com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e realização da Câmara Brasil-Alemanha. Segundo Juan Quirós, Presidente da APEX-Brasil, o apoio à promoção do design brasileiro é uma prioridade do Governo, assim como da agência. *"Produtos com design têm destaque no mercado internacional conseguem preços melhores e, portanto, contribuem para fortalecer nossa pauta de exportação. Além disso, promovem a imagem do nosso país no exterior. As empresas brasileiras têm desenvolvido produtos que atendem aos desejos do consumidor mundial com praticidade, qualidade, bom preço e, ao mesmo tempo, ressaltam aspectos de brasilidade em suas cores e formas"*, comenta.

Abrir o diálogo é fundamental. Mas não sejamos tão inocentes. Se produzir luminárias de qualidade indiscutível fosse só uma questão de papo, o problema estaria resolvido. Evitar uma conversa franca, entretanto, definitivamente não vai levar a indústria brasileira a lugar nenhum que não seja ao sucateamento do mercado.

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@lumearquitectura.com.br

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

L U M E
ARQUITETURA

A melhor informação sobre iluminação

O Prêmio Abilux
Empresarial de Design
busca aprimorar a
indústria no Brasil
e promover o
desenvolvimento
de um desenho nacional.

Sweet Table
Studioluce
Toni Dias
Prêmio Abilux
Empresarial
de Design



Foto: Divulgação

Até que ponto o sonho é viável?

Fazer o sonho do produto perfeito virar realidade exige mais que apenas uma boa relação entre profissionais e indústria. Isso é fato. José Bartholomeu, Designer e Diretor da Espaço 2, por exemplo, especializada em luminárias de cerâmica, afirma que *lighting designers*, arquitetos, paisagistas e decoradores já são grandes incentivadores do desenvolvimento de novas peças e muitos participam ativamente, dando excelentes sugestões ou falando claramente sobre suas necessidades.

Fred Mamede fala, com conhecimento de causa: “A qualidade do produto está muito ligada ao custo e à tecnologia empregada em sua produção.

“*Lighting designers*, arquitetos, paisagistas e decoradores já são grandes incentivadores no desenvolvimento de novas peças e muitos participam ativamente.”
José Bartholomeu

Luminária Esferas
Espaço 2 - Barthô



Foto: Divulgação

Você pode fazer uma peça artesanalmente de excelente qualidade, mas inviável. Para tornar este produto viável, há que se fazer uso da tecnologia, que diminui os custos e facilita a comercialização. Porém, a utilização dessas tecnologias exige volumes grandes de produção, que o Brasil, mesmo com suas dimensões continentais, não absorve, pois nem todas as regiões do país têm um poder aquisitivo para tanto. As grandes fábricas de iluminação no mundo levaram seus produtos para fora de suas fronteiras, podendo, assim, diminuir os custos dos produtos através dos volumes de produção. No Brasil, com os incentivos através do Programa de Apoio Tecnológico à Exportação (Progex), do Ministério da Ciência e Tecnologia; da Agência de Promoção de Exportação e Investimentos (Apex); do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, o governo está contribuindo para as exportações, mas a burocracia ainda atrapalha um pouco.”

Fernando Prado admite que a indústria nacional tem muito a evoluir em acabamento e métodos de produção e lamenta as dificuldades que impedem que este objetivo seja alcançado a curto prazo. “A indústria de iluminação brasileira é composta, em sua maioria, por empresas pequenas, que dispõem de poucos recursos para investimento em processos de produção mais modernos e ferramentais complexos. Investimentos deste tipo só são viáveis para produção em grande escala. Por este motivo, o acabamento do produto brasileiro sai perdendo. Enquanto isso, o produto europeu é quase totalmente fabricado por métodos de produção modernos, com alto investimento em ferramentais, o que resulta em um acabamento superior, na maioria das vezes. Os designers brasileiros, com seu incrível talento, driblam as limitações da indústria com sua criatividade”.

Primeiro passo

Abrir o diálogo é fundamental. Mas não sejamos tão inocentes. Se produzir luminárias de qualidade indiscutível fosse só uma questão de papo, o problema estaria resolvido. “Trocar de calçada” para evitar uma conversa franca, entretanto, definitivamente não vai levar a indústria brasileira a lugar nenhum que não seja ao sucateamento do mercado.

Algumas empresas já sabem disso, estão dando o primeiro passo e colhem frutos, seja com premiações ou ganhando a preferência dos *lighting designers*, principalmente em projetos de grande porte ou visibilidade. São empresas que estão abrindo suas portas para a criatividade do *designer* brasileiro, fazendo-o conhecer a realidade dos meios de produção nacionais; ouvindo os *lighting designers*, deixando-os saber das limitações que uma indústria enfrenta no Brasil e buscando, sinceramente, atender às suas necessidades; fugindo das cópias e propondo soluções que sejam boas aqui e, conseqüentemente, em outros países.

Não é o caminho mais fácil, certamente, mas é o caminho de quem não precisa se preocupar se “a mentira tem pernas curtas” ou se “a verdade é uma mentira bem contada”. ◀



Foto: Divulgação

Os resultados de concursos internacionais de *design* mostram um quadro positivo. A conquista de prêmios fortalece o posicionamento de produtos e empresas no mercado interno e abre portas para o mercado externo.

Sotile - Ever Light
Giuliano Brandi
Prêmio iF product
Design 2006

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@lumearquitectura.com.br

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

L U M E
ARQUITETURA

A melhor informação sobre iluminação