

Loja conceito

Por Rodrigo Casarin

Espaço reformado recebe iluminação com alternância de cenários

Aparelhos de última geração foram utilizados no projeto de iluminação da loja, que levou em conta aspectos como sustentabilidade e condições de manutenção e operação.



Fotos: divulgação

INSTALADA NO MORUMBI SHOPPING, NA ZONA SUL DA cidade de São Paulo, a nova loja conceito da Vivo buscou transformar o ambiente de vendas em algo mais atraente do que normalmente é encontrado nestes locais. Após passar por uma reformulação, o espaço de 170 metros quadrados foi reinaugurado no dia 2 de dezembro de 2009. Com projeto arquitetônico desenvolvido pela empresa Gad'Retail, que teve o seu diretor executivo e arquiteto Leonardo Araújo como responsável pela obra, o ambiente recebeu materiais sustentáveis e ecologicamente corretos, como piso sintético com 67% de material reciclado e mobiliário apenas com madeiras certificadas.

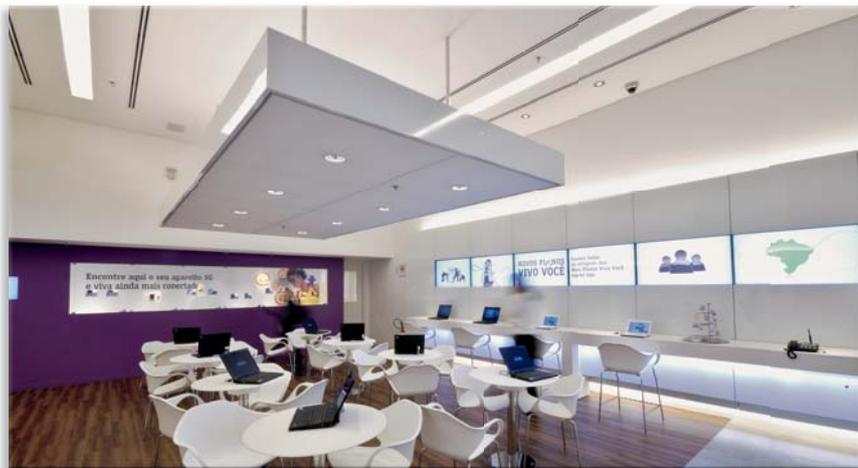
Para Araújo, a principal característica da arquitetura da loja, que busca aproximar as relações dos consumidores com os produtos e fazer com que o espaço integrado proporcione aos clientes um atendimento com um tom informal, é a sua simplicidade. "Entendemos que o ambiente que iria suportar toda a interação tecnológica com os produtos e o merchandising digital deveria ser simples e intuitivo. Tiramos partido também de elementos da marca, reforçando o uso do branco, o que acentua a simplicidade, e o púrpura, já utilizado pela Vivo, para trazer personalidade da marca ao espaço", explicou.

Projetada pelo arquiteto e lighting designer Antonio Carlos Mingrone, titular do escritório Mingrone Iluminação, a luminotecnica do lugar foi realizada com aparelhos de última geração e levando em conta aspectos como sustentabilidade e condições de manutenção e operação. O consumo de energia do estabelecimento foi atenuado pelo grande número de recursos em LEDs e a baixa potência geral das instalações, o que diminuiu o calor do espaço, favorecendo assim o sistema de refrigeração de ar e contribuindo para que o gasto com eletricidade fosse satisfatório.

O lighting designer projetou, para a loja, luzes dinâmicas com cenários que se alteram – remotamente ou por interruptores sem fio, por meio de sistema de automação com protocolo DALI (Digital Addressable Lighting Interface) de acordo com os produtos expostos. "Estas cenas estão associadas também ao projeto arquitetônico, que criou espaços distintos, como lounge, áreas de vendas e negociação, atendimento ou complementação da venda", contou Mingrone.

Ambientes

Os espaços da loja receberam diversos tipos de efeitos de iluminação, como luz direta, indireta e alternância de temperatura de cor, totalizando um total de cinco opções distintas de cenas. Mesmo com a grande variedade de linguagens utilizadas, houve a preocupação para que o projeto não se transformasse em uma miscelânea de cores. "Não nos vale-



Luminárias instaladas sobre o forro suspenso da loja proporcionam ao espaço iluminação indireta, entre outros efeitos.

Duas grandes sancas com luz atravessam o estabelecimento.



mos de muitas fantasias cromáticas, o caráter foi trabalhar dentro de tonalidades de branco, invocando um espírito mais sóbrio, refinado, contemporâneo”, explicou Mingrone.

Uma das opções para a iluminação geral da loja são duas grandes sancas com luz que atravessam o estabelecimento de ponta a ponta. Além da luz plena, este recurso pode ser regulado com diversas intensidades ou mesmo totalmente apagado, de acordo com a cena proposta.

Na área de vendas, um forro suspenso recebeu duas linhas de luminárias dimerizáveis cuja luz é projetada para o teto da loja, que funciona como rebatedor e proporciona uma iluminação indireta ao espaço.

Boa parte da loja conta com pé-direito de cerca de 4 metros, o que dificultou o trabalho com os LEDs que destacam os produtos. “Não poderia haver um céu de estrelas como resultado final, por isso utilizamos equipamentos de última geração, com facho ultrafechado”. Alguns espaços receberam luz ambiente

proveniente de downlights, feitos com aparelhos que proporcionam luz mais difusa, de alto padrão para iluminação geral. Um exemplo destas aplicações está em uma área de pouco mais de 20 metros quadrados e pé-direito de 2,4 metros, iluminado por oito pontos de luz dimerizáveis de 19W.

Apesar da preferência pela tecnologia, a loja não recebeu apenas luminárias de LEDs. Junto à entrada há alguns pontos com lâmpadas multivapores metálicos – do tipo refletora PAR 20 de 35W, escolhidas por serem mais adequadas à situação. A linha que divide a área de vendas da de experimento dos produtos também foi demarcada por estas luminárias, que contam com uma luz mais intensa. Elas foram instaladas em embutidos discretos, para que não chamassem atenção. “A ideia foi fazer a presença do LED a mais destacada no contexto visual, para que o usuário também pudesse apreciar essa nova tecnologia”.

Para o aproveitamento pleno e constante do trabalho luminotécnico, orientações de



A iluminação dos corredores do shopping contribuiu para que a fachada da loja fosse destacada.

focalização das luminárias foram retransmitidas aos profissionais que trabalham na loja. “Em joalherias é comum vermos o foco atrás do produto, por exemplo, porque as pessoas não costumam ter orientação para mexer nos aparelhos. Nós tentamos introduzir isso, explicando como o sistema funciona. Antes da abertura da loja, fizemos um minicurso onde explicamos para os funcionários todo o sistema de iluminação, para que serve cada cena, quando usar cada uma delas”, contou o lighting designer.

Outras preocupações presentes no trabalho de iluminação foram com relação ao acabamento da loja, beneficiado com a utilização de luminárias sem moldura, e a luz de emergência, para a qual alguns produtos específicos foram desenvolvidos, como módulos aplicados aos LEDs.

Vitrines

Mesmo não tendo uma programação que se alterne ininterruptamente, quase todas as vitrines da loja dispõem de quatro circuitos com cenas diferentes, que podem ser alteradas conforme o produto exposto. A exceção é o espaço de exposição maior, localizado no fundo da loja, que conta com luz automatizada que se alterna durante todo o dia, criando as-

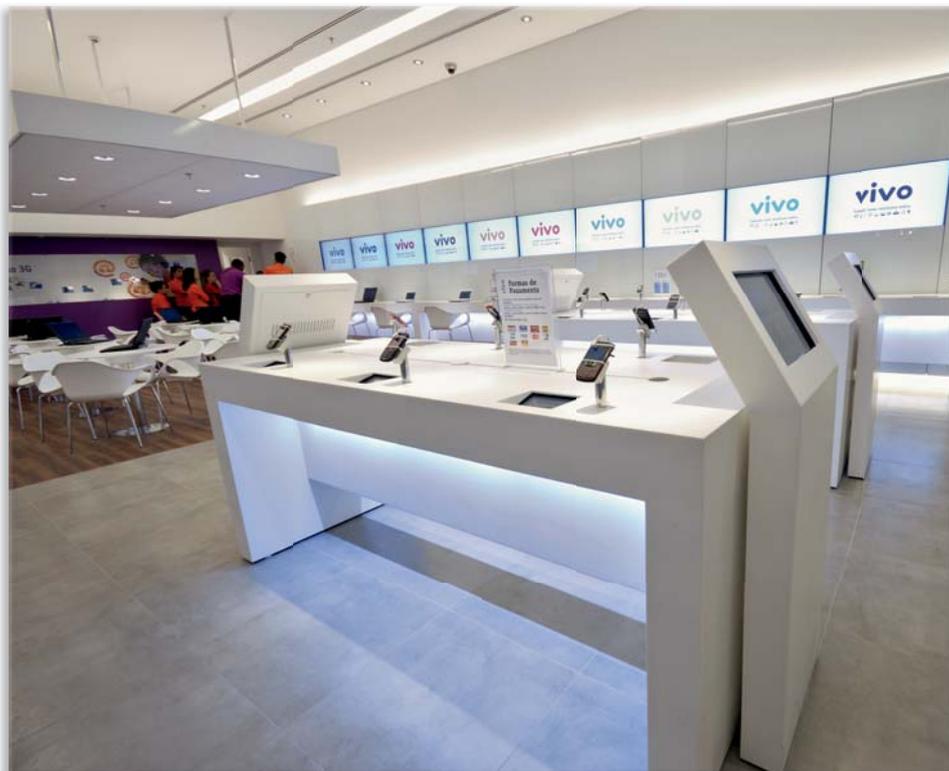
sim diversos climas diferentes. “Nestes lugares trabalhamos com LEDs recém-lançados no exterior. Para a iluminação pontual, as potências dentro das vitrines e sobre as mesas expositivas e balcões para experimentação nunca foram maior que 10W”, garantiu o lighting designer.

Iluminação externa

Na fachada da loja se destaca o logotipo da Vivo, retroiluminado por lâmpadas fluorescentes T5, como dita o padrão de comunicação visual estabelecido pela empresa. Como os corredores do shopping onde o estabelecimento está localizado conta com iluminação pontual, com fachos bastante marcados, a ausência de luz totalmente difusa sobre o centro de vendas favoreceu o seu destaque. “Se o shopping tivesse uma iluminação geral muito difusa, talvez pudesse ofuscar um pouco o brilho da fachada da loja”, disse Mingrone.

Integração

Todo o projeto da loja foi realizado em pouco mais de um mês, sendo que, menos de três meses depois, a obra já estava pronta, por isso a integração entre as diferentes equipes de profissionais foi algo essencial para o



Luz incorporada ao mobiliário foi um dos benefícios que o trabalho conjunto entre as equipes de arquitetura e iluminação proporcionou.

sucesso da reforma. “O trabalho em conjunto foi fundamental para a transformação da ideia conceitual em realidade. O clima e a eficácia do sistema de iluminação eram premissas estruturais do projeto, principalmente considerando a ideia de um layout simples, mas que, exatamente por isso, requeria um tratamento e uma performance diferenciados. A parceria com a Mingrone Iluminação nos permitiu um desenvolvimento progressivo e sinérgico, onde os objetivos foram plenamente alcançados”, disse Araújo.

Na iluminação esta integração também foi fundamental, para que os projetos fossem compatibilizados, principalmente quando se tratava de luzes incorporadas aos mobiliários ou componentes do próprio layout do espaço. Um exemplo dessa ação conjunta pode ser observado nos painéis envidraçados que receberam luzes embutidas direcionadas indiretamente para o teto, onde foi necessária a instalação de uma superfície transparente que isolasse as lâmpadas e facilitasse a limpeza. Todavia, para Mingrone, este trabalho conjunto não foi nenhuma novidade. Pelo contrário: “Nós não temos trabalhado com projetos arquitetônicos já prontos, apenas com aque-

les com os quais podemos interagir. A luz é a quarta dimensão do espaço, então a arquitetura tem que estar colada em nós, que também temos que entender a arquitetura. No projeto da Vivo essa relação se deu numa sintonia muito grande. Foi uma operação fantástica”, garantiu. A integração com as equipes de eletricidade e automação também foram importantes para o sucesso da iluminação.

Manutenção

Um das preocupações do trabalho de iluminação foi com relação à manutenção das instalações. Segundo Mingrone, este é um aspecto que, no Brasil, os contratantes deixam a desejar. “Observados algum tempo depois de entregues, percebemos que os projetos não recebem a devida atenção, o que distorce resultados e altera elementos que eram previstos”, disse. Por isso, para maior tempo de duração dos resultados iniciais, os equipamentos utilizados têm cerca de 50 mil horas de vida. Levando em conta o tempo diário de funcionamento da loja, isso deve garantir que os aparelhos passem ao menos 11 anos sem que grandes reparos sejam necessários. ◀



Ficha técnica

Projeto de iluminação:
Antonio Carlos Mingrone /
Mingrone Iluminação

Arquitetura:
Leonardo Araújo / Gad’Retail

Luminárias:
Omega Iluminação

Lâmpadas:
Philips

LEDs:
Philips

Automação:
Osram

Iluminação de emergência:
Aureon