

# TRUST

SOLUÇÕES PERSONALIZADAS DE ILUMINAÇÃO PARA O VAREJO

## TECNOLOGIA

A iluminação que acompanha o relógio biológico: a Tunable White

---

## LUZ

Melissa, Zinzane e Livia: os novos projetos com a assinatura da Trust

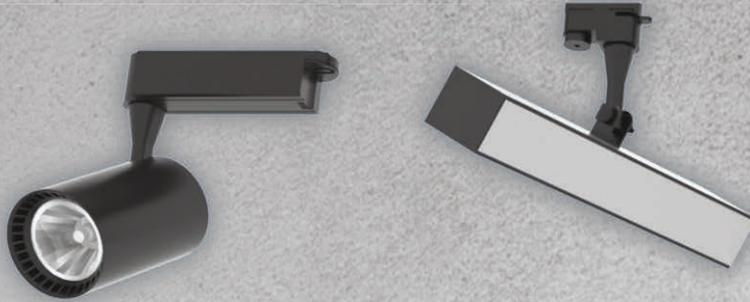
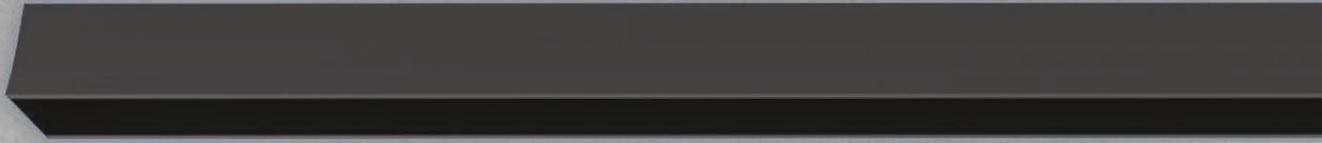
---

## INOVAÇÃO

O Eden Project: a maior estufa com biomas artificiais do mundo

---





# TRUST TRACK SYSTEM

## LINEAR LIGHT

CONFIGURAÇÃO MODULAR FLEXÍVEL

Conheça todas as funções e acessórios

Spots\*



Spot Tube  
Magnetic Click\*\*



Spot Tube  
Box convencional



Spot Tube  
Módulo cego

COBS disponíveis com IRC 80,90 e 95

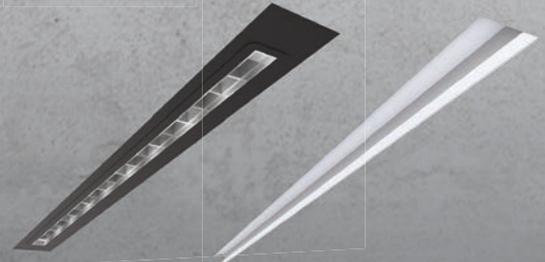
\*Compatíveis com todos os modelos de spots Trust

\*\* Sistema de fixação magnética no trilho, sem necessidade de travas manuais

Projetores



Embutidos

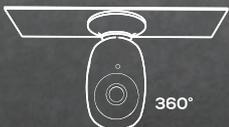


Downlight

Assimétrico

Acessórios

Câmera vídeo para  
monitoramento



Alto-falante para  
música ambiente



Comunicação  
visual



Sensor  
de presença





Único perfil totalmente energizado

### Aplicações



Sobrepor



Pendente



Embutido

### Conexões

Linear



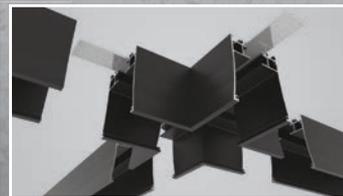
"T"



"L"



"X"



Solicite catálogo completo da maior linha de sistemas lineares!



### Luxímetro Dr.LED®

O 1º aplicativo de iluminação para celular e tablet com tabela aprovada pela ABNT

+35k  
de downloads



**trust**



SOLUÇÕES PERSONALIZADAS DE ILUMINAÇÃO PARA O VAREJO

trustiluminacao.com.br



@trustiluminacao



@trust.iluminacao



@trustiluminacao

Rua da consolação, 2180 - São Paulo|SP - Tel: (11) 3231-1100



SOLUÇÕES PERSONALIZADAS DE  
ILUMINAÇÃO PARA O VAREJO

**GRUPO TRUST DE ILUMINAÇÃO**

Presidente

Evandro de Souza Rego Filho

Diretora Comercial

Emanuelle Latorre Rego

**Showroom**

Rua da Consolação, 2180

São Paulo/SP

CEP 01302-001

Tels: (11) 3231-1100

**PROJETO EDITORIAL**

**LEMON.**

[www.studiolemon.com.br](http://www.studiolemon.com.br)

Rua Patizal, 38

CEP 05433-040

Tel (11) 2893 - 0199

São Paulo - SP

**DIRETOR DE CRIAÇÃO**

Cesar Rodrigues

[cesar@studiolemon.com.br](mailto:cesar@studiolemon.com.br)

**DIRETOR EXECUTIVO**

Chico Volponi

[cvolponi@studiolemon.com.br](mailto:cvolponi@studiolemon.com.br)

**PROJETO GRÁFICO**

Lemon Comunicação & Conteúdo

**DESIGN**

Arthur Carlos

Wagner Rodrigues

**EDITOR**

Luiz Claudio Rodrigues

[luizclaudio@studiolemon.com.br](mailto:luizclaudio@studiolemon.com.br)

**REVISÃO**

Claudio Eduardo Nogueira Ramos

**FINALIZAÇÃO**

Pedro Enrike

**COLABORADORES**

Lauro Lins

Claudio Gues

# LUMINOSA

**E**star atenta às novas tecnologias, às surpresas das inovações e às tendências que antecipam o que vem por aí faz parte do universo da Trust Iluminação. Além de se manter atualizada com as novidades em iluminação no mercado de varejo, a empresa busca informações frescas sobre tudo o que acontece quando o assunto é luz. Com essa mesma pluralidade, a edição da TRUST que chega às mãos do leitor se debruça sobre temas que provocam um novo olhar, uma descoberta, sempre pelo viés da iluminação. Para começar, o Tunable White: a tecnologia LED que reproduz o ciclo natural de iluminação de acordo com o relógio biológico, com as variações dos tons de luz branca e suas nuances no decorrer do dia. Com essa tecnologia, os espaços com luz artificial emulam o ciclo circadiano do relógio biológico e tornam os ambientes mais saudáveis ao acionar e regular nossas funções vitais através da luz. Conectada ao futuro, a Trust dispõe aos seus clientes a tecnologia Tunable White, que certamente agrega como solução luminotécnica em seu portfólio.

E o tema INOVAÇÃO ganha uma reportagem especial sobre o Eden Project, no Reino Unido: a maior estufa do mundo com biomas artificiais que reproduzem o clima da Terra para cultivar espécies de todo o planeta. Visto por quase 30 milhões de visitantes desde a sua abertura em 2001, o Eden é um colosso não só por suas pesquisas em botânica, mas por sua arquitetura arrojada que ganha uma nova perspectiva durante a noite ao ser iluminada por LEDs. Em outra dimensão, mas com a mesma intenção de ter um espaço físico notável, marcas famosas turbinam seus pontos de venda com o surgimento dos espaços Instagramáveis. Ambientes que promovem uma experiência e interação inéditas com os clientes. Essa é a pauta da seção TENDÊNCIA, uma novidade que promete se tornar uma febre no varejo brasileiro.

A seção LUZ apresenta três novos projetos luminotécnicos desenvolvidos pela Trust que apostam na modernidade: o Mini Clube Melissa, no Rio de Janeiro; a loja Zinzane, em Niterói; e a Livia Cosméticos, em São José do Rio Preto, no interior de São Paulo. Três segmentos diferentes, mas com o melhor em iluminação para o varejo. Para completar a edição, uma entrevista exclusiva com a empresária Luiza Helena Trajano, fundadora dos Magazines Luiza, na seção INSIDER. Ícone do setor, Luiza acredita que vivemos em um momento de digitalização do varejo, mas que isso não significa o fim das lojas físicas. Esses e muitos outros highlights podem ser conferidos em nosso conteúdo feito só para você.

Boa leitura.

**TRUST ILUMINAÇÃO**

# SUMÁRIO

## REVISTA TRUST //

---

---

**08**

### **Vitrine**

Cinco lojas que só poderiam estar e existir na Vila Madalena

---

---

**12**

### **News**

Para espaços informais, as opções de luminárias coloridas da Trust

---

---

**14**

### **Tendência**

A febre que promete chegar em 2019: lojas com espaços *Instagramáveis*

---

---

**20**

### **Luz**

As soluções em luminotécnica da Trust para a Melissa, Zinzane e Livia

---

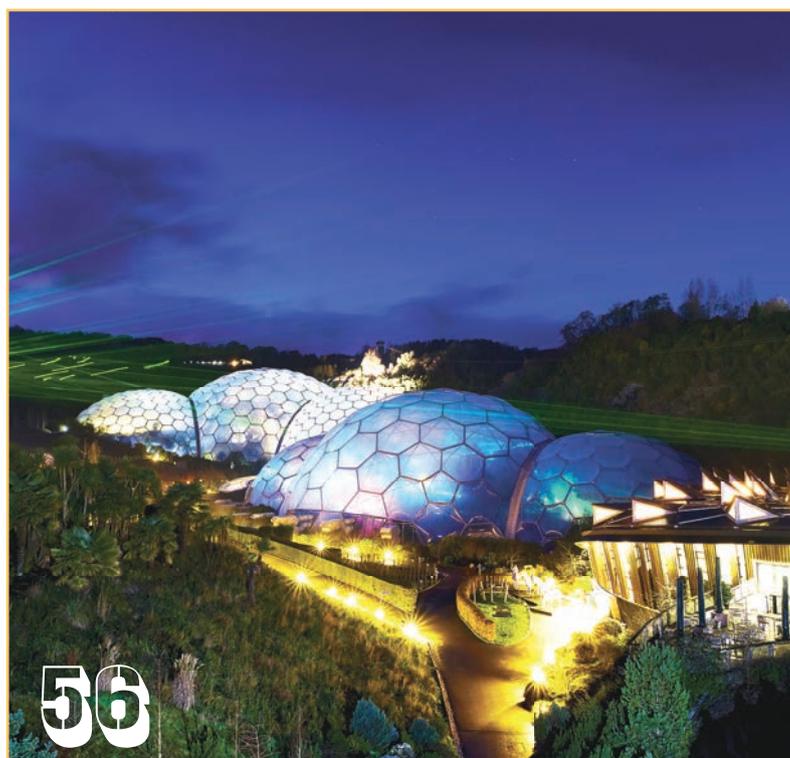
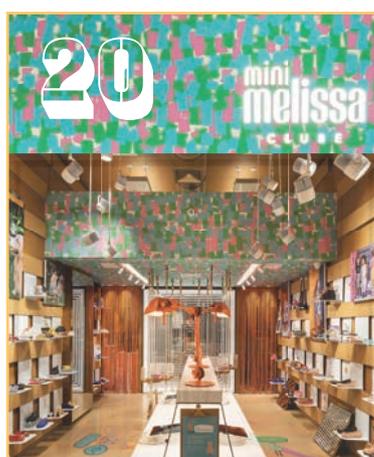
---

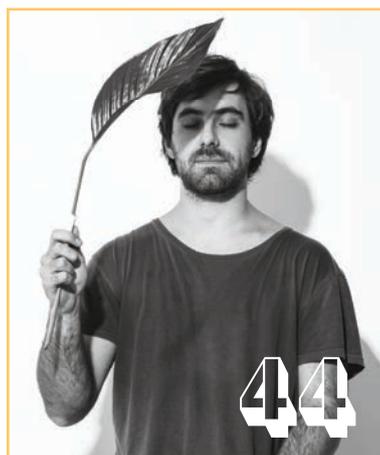
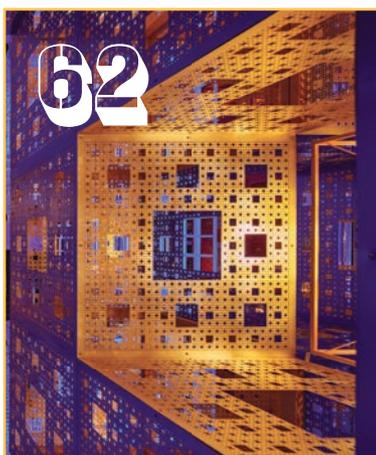
**34**

### **Tecnologia**

O sistema Tunable White que reproduz o ciclo natural da iluminação

---





Capa: Mini Club Melissa, projeto Ouriço Arquitetura e Design/ Pipa Arquitetura  
Foto: Luciano Mendes

---

---

## 38

### Insider

Entrevista exclusiva com a empresária do varejo Luiza Helena Trajano

---

---

## 44

### Design

O trabalho contemporâneo, autoral e sutil do gaúcho Guilherme Wentz

---

---

## 48

### Mundo

O skyline noturno com ícones de cinco megalópoles internacionais

---

---

## 56

### Inovação

O Eden Project: a maior estufa do mundo com biomas artificiais

---

---

## 62

### Holofote

A exposição 'Beyond Infinity', em cartaz no Farol Santander

---

## HOTSPOTS

**POR:** Luiz Claudio Rodrigues | **FOTOS:** Marcelo Donateli



O bairro mais cool de São Paulo não conquistou esse status à toa. Somente quem vive e trabalha no bairro pode falar da experiência de viver num lugar especial da cidade que ainda conserva o espírito de vizinhança. As pessoas, mesmo que não sejam íntimas, se conhecem, se cumprimentam e, mesmo sem pedir, os carros param na faixa para o pedestre prosseguir em sua caminhada. Por essas e outras, nem é chamada de bairro, é uma vila, no melhor sentido da palavra: a Vila Madalena. Muitos a conhecem pela agitação noturna dos seus bares, mas esse lado do bairro, quem experimenta, em sua maioria, são os forasteiros; que não vivem o dia a dia subindo e descendo suas ruas.

Uma das principais características do lugar é o comércio de rua. Um comércio bastante peculiar, de portas abertas, vitrines transparentes e uma seleção de produtos que pode ser comparada às melhores safras de vinho. Suas lojas vendem o melhor do design autoral, roupas desenhadas por estilistas que poderiam estar em qualquer capital do mundo, garden stores que oferecem plantas, flores e produtos para quem cultiva a terra com todo o respeito e por aí vai, com galerias de arte, cafés gourmet, empórios de queijos, vinherias, barbearias, etc.

Para que nossos leitores possam ter uma leve representação da vila, apresentamos uma seleção de quatro vitrines especiais. Algumas com um quê de Notting Hill, em Londres, pelas fachadas de madeira, toldo e portas laterais. Outras pela modernidade de suas fachadas, de pé-direito alto, que celebram a natureza como produto da mais alta qualidade. Lojas que recebem os clientes sem pretensão, muita simpatia e um café tirado na hora. Simples assim!



## CASA-BRAVO

Com a curadoria de Vitor Gruber, a seleção de peças da Casa-Bravo faz dessa loja uma verdadeira galeria de design brasileiro contemporâneo. Vitor reuniu um time de jovens designers que despontam no cenário brasileiro com uma produção cheia de identidade. A arquitetura da loja é assinada por Henrique Gabbo Torres, que também é designer. Como um aquário, a vitrine revela o interior iluminado e seu belo acervo em exposição. | *Rua Harmonia, 322 [casa-bravo.com](http://casa-bravo.com)*

## STUDIO LAUNDRY

A Laundry é uma marca independente criada em 2003 pela estilista Patrícia Grejanin. Suas coleções são desenvolvidas com a ideia do consumo consciente, com roupas femininas de corte urbano, feitas com o propósito de longa duração. A loja marca uma nova fase de criação da estilista. Rebatizada de Studio Laundry, ocupa um lugar desenhado por ela mesma: um espaço clean, despojado e que se encaixa na fase mais madura da marca. | *Rua Wisard, 386*

[laundrysp.com](http://laundrysp.com)





## LINHA LEVVE

Incentivar o uso do verde no contexto urbano é um dos pilares da Linha Leve. A loja trabalha com linhas de vasos em formatos e portes diversos. O projeto de iluminação do seu showroom foi desenvolvido internamente e tem a assinatura da paisagista Célia Pirajá. O uso da luz destaca a beleza das plantas, suas texturas e formas. Em paralelo, confere um ar de acolhimento, conforto e bem-estar. | *Rua Harmonia, 999*

*linhaleve.com.br*



---

## FLO ATELIER BOTÂNICO

As floriculturas do Marais, em Paris, serviram de mote para o conceito do Flo Atelier Botânico. A loja está no térreo do edifício POP XYZ, desenhado pelo escritório de arquitetura Triptyque. A iluminação é assinada por Antonio Jotta, diretor de arte, um dos sócios do Flo. A vitrine acompanha todo o conceito da loja, inspirada nos jardins botânicos e museus de história natural. | *Rua Delfina, 115*

*atelierbotanico.com*

---

# MINIMAL.

---

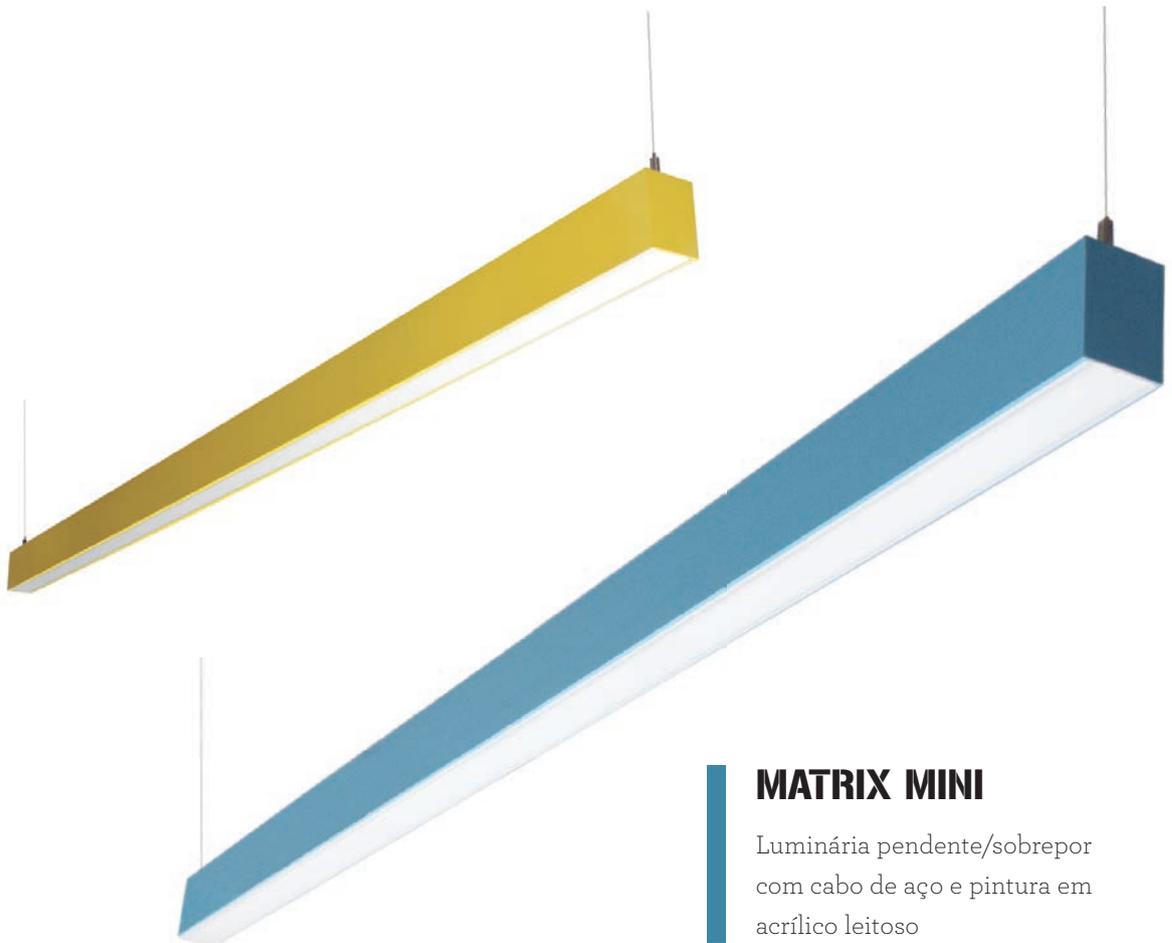
---

*Sistema da Trust que possibilita diferentes formas de fixação, o Matrix Mini tem pendente, sobrepor, embutido e arandela, além de diferentes formas de composição de luminárias, com direta, indireta, focal.*

**Fotos:** Cortesia Trust Iluminação

---

---



## **MATRIX MINI**

Luminária pendente/sobrepor com cabo de aço e pintura em acrílico leitoso

# Perfil Matrix Mini

01



02



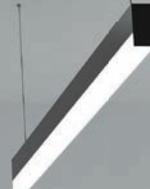
04



05



06



07



03



1. Sobrepor Mini Matrix com Spot sob trilho
2. Pendente Mini Matrix com difusor
3. Arandela Mini Matrix
4. Pendente Mini Matrix com spot embutido em chapa cega
5. Embutido Mini Matrix com difusor
6. Pendente Mini Matrix 2D
7. Pendente Mini Matrix Assimétrico

## PORTFÓLIO TRUST

Com tecnologia LED, os produtos da Trust possuem diversas possibilidades de fluxo luminoso (1000, 2000, 3000 e 4000lm), alta eficiência (produtos com até 150 lm/w) e diferentes índices de reprodução de cor (- >80, >90 e >95). Também possuem grande variedade de fachos de abertura: 150, 240, 360, 450 e 600. E, sob consulta, qualquer outra necessidade especial de cores e fluxos para projetos exclusivos.



*Créditos:* Texto: Claudio Gues | *Fotos:* Luciano Alves e Maya Morikawa | *Cortesia:* Fun Cast e Hering



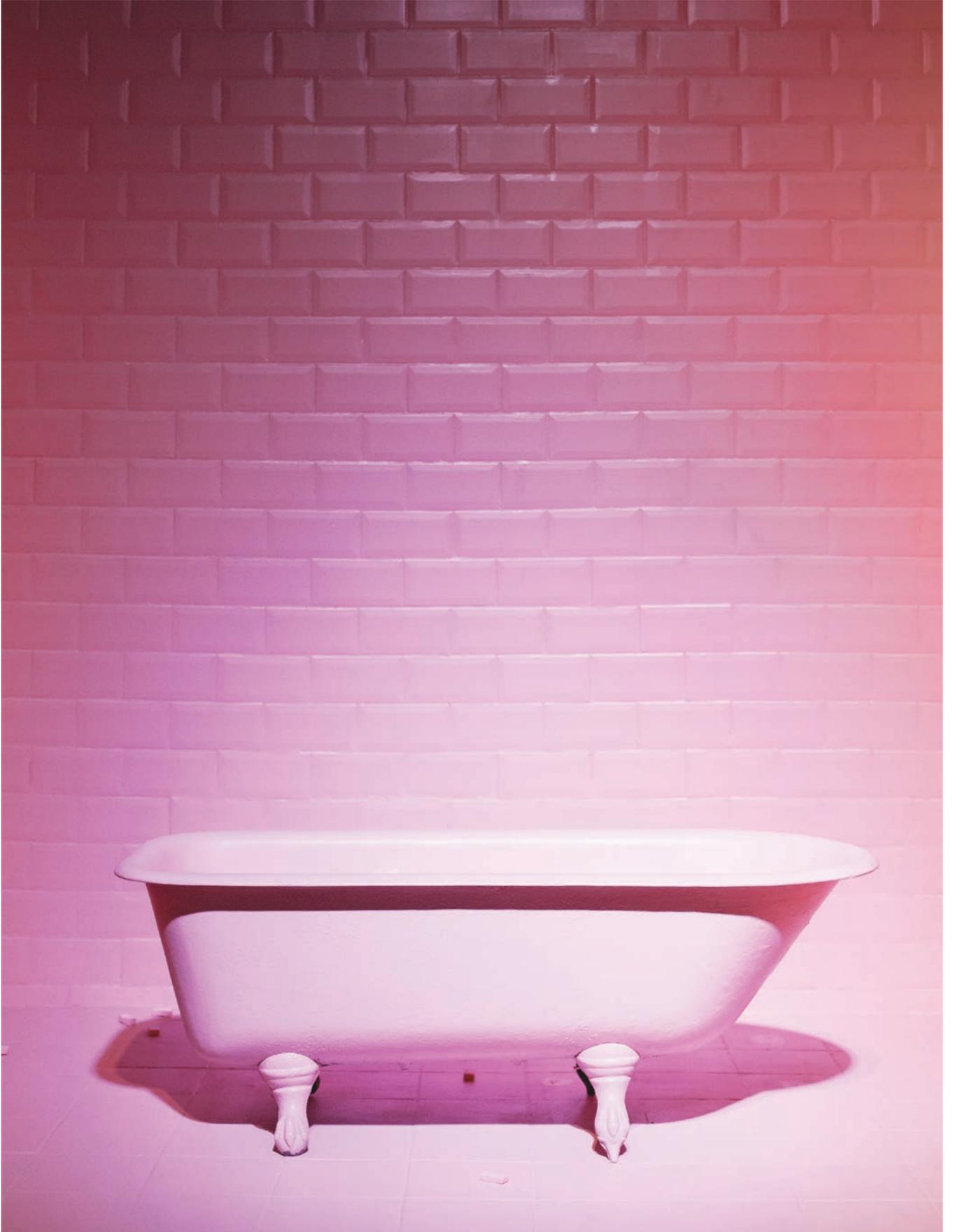
> Entre os mais de 25 cenários, dois espaços dos mais populares entre os visitantes da Fun Cast

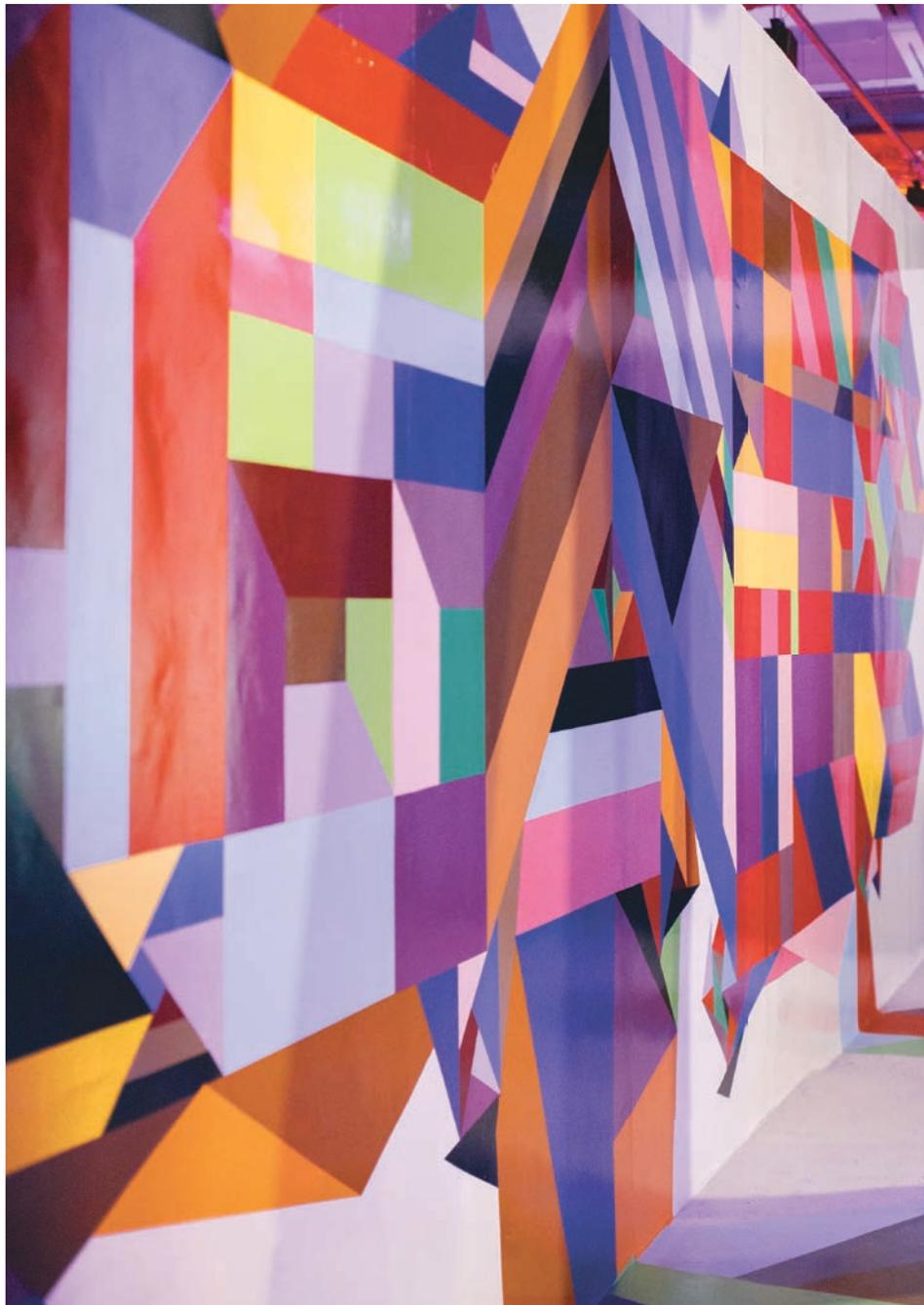
14  
15

**A**companhar as inovações e criar novas experiências que aproximem ainda mais o cliente da marca é fundamental nos dias de hoje. No varejo, o assunto da vez são os Espaços Instagramáveis: lugares feitos exclusivamente para criar maior interação entre a marca e os clientes. De acordo com especialistas em visual merchandising, a tendência já é uma realidade no mercado internacional e agora começa a chegar no Brasil. Fora do varejo, São Paulo já tem lugares que se tornaram Instagramáveis como o Mirante 9 de Julho, na Bela Vista; o Beco do Batman, na Vila Madalena; e a rua Avanhandava, no Centro. Agora, aos poucos, as lojas estão montando (ou

planejando fazer) áreas com ângulos certos para as fotos em espaços quadrados ou retangulares para as stories do Instagram. “O varejo está se movendo em função disso. Os espaços Instafriendly estão se confirmando no mainstream”, afirma Camila Salek, diretora da Vimer, uma das empresas líderes em visual merchandising no Brasil. De acordo com ela, o Brasil vive uma fase de transformação no varejo. “Ainda temos muito aquela história de um balcão e o produto exposto. É preciso traduzir a alma de uma marca, esse “immersive retail”, com um serviço de qualidade e fazer as pessoas terem vontade de compartilhar sua experiência. Se a experiência é boa, ela é compartilhada”, ensina Salek. >>>

\* TENDÊNCIA \*





> Espaços inusitados que tiram partido da cor com um toque lúdico fazem parte da experiência de viver os espaços Instagramáveis da Fun Cast

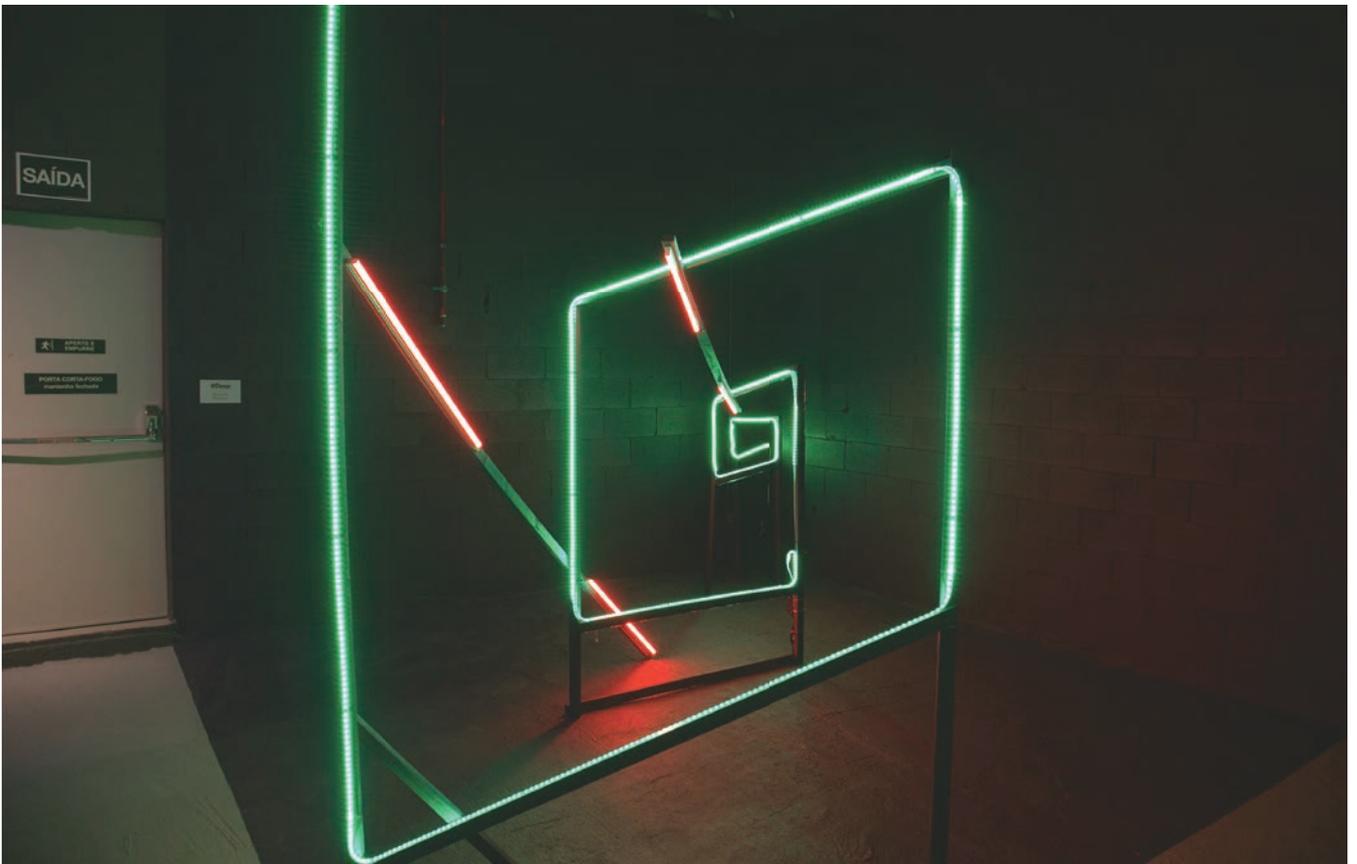
Entre as ações pioneiras de espaços Instagramáveis no Brasil há a primeira edição da FunCast. Realizada até o começo deste ano no Jardim Pamplona Shopping, em São Paulo, o público adquiriria um ingresso para ter acesso a mais de 25 ambientes interativos, inusitados e assinados por influenciadores e artistas. “O evento traz ao público cenários para as pessoas que buscam produzir conteúdo de destaque para serem compartilhados nas redes sociais”, diz o comunicado da FunCast.

O evento depois de São Paulo viaja para outras cidades e se instala em espaços pop-ups em centros comerciais e shoppings. Na edição do shopping Jardim Pamplona, o espaço teve mais de 14 mil visitantes e mais de 30 milhões de seguidores impactados pelas fotos postadas nas redes sociais. A concepção do evento é da InCast (plataforma de marketing com influenciadores digitais no Brasil) e tem criação e art design de Álvaro Pires e Gustavo Mengegazzo. >>>

× **TENDÊNCIA** ×



18  
19





> À esquerda, instalações de luz na Fun Cast. Acima, detalhe da vitrine (com nuvens de algodão) da loja conceito Hering Experience, em São Paulo

Outra marca que investe no fortalecimento de suas relações com seu público é a Hering. Com sua nova loja conceito aberta no Morumbi Shopping, na capital paulista, a marca oferece uma experiência diferenciada, única e interativa. Essa é a proposta da Hering Experience. A loja foi pensada para que o cliente seja o protagonista. Na vitrine, ele pode interagir e fazer fotos, além de aproveitar outros ambientes Instagramáveis no espaço. Alinhada com uma das novas chaves para se fazer varejo, a Hering investe em tecnologia a fim de promover novas experiências. Uma delas pode ser experimentada no provador. Ali, o consumidor tem à disposição uma tela touch screen que, por meio da tecnologia RFID, iden-

tifica as peças escolhidas e o consumidor pode solicitar outros tamanhos e cores das peças, sem a necessidade de sair da cabine. Para o diretor de Negócios da Hering, Thiago Hering, a loja Hering Experience quer ampliar a experiência de compra do cliente: “Usamos a tecnologia como instrumento de otimização na loja conceito, onde o consumidor está no comando de tudo. Ele define como quer conhecer os produtos e analisar suas combinações”. Por enquanto a tendência dos espaços Instagramáveis está só começando. Com a evolução dos e-commerces, os pontos de venda tradicionais em breve irão se tornar espaços para experiências dos clientes, onde a última coisa que irão fazer será comprar. ■



× LUZ ×

# LIGHTING DESIGN

Três projetos luminotécnicos com  
assinatura da Trust Iluminação

RIO DE JANEIRO | RJ

# LÚDICO

Fotos: Luciano Mendes

Com um quê de brinquedoteca, a loja Mini Clube Melissa – instalada no Shopping Leblon, no Rio de Janeiro –, foi desenhada pela Pipa Arquitetura a partir do projeto original do escritório Ouriço Arquitetura e Design, responsável pela criação do layout que serve de padrão para todas as unidades da marca no Brasil. “Fizemos a adaptação da loja seguindo as especificações de todo o conceito planejado pela Ouriço”, explica a arquiteta Fernanda Richard, que ao lado de sua sócia Raquel Xavier, está à frente da Pipa Arquitetura. O layout segue o conceito de modernidade com o uso de materiais não tecnológicos que servem de contraponto aos produtos da marca Melissa. De acordo com o estúdio Ouriço, o conceito da loja é apoiado sobre três pilares: interação com o cliente, aconchego e mobilidade. “Os expositores espalhados por toda a loja podem ser utilizados tanto para a exposição dos produtos como para o merchandising. As paredes forradas com folhas de papel kraft podem ser utilizadas pelas crianças e trocadas todas as vezes que for necessário”, informam os arquitetos do Ouriço.



× LUZ ×

# mini melissa CLUBE

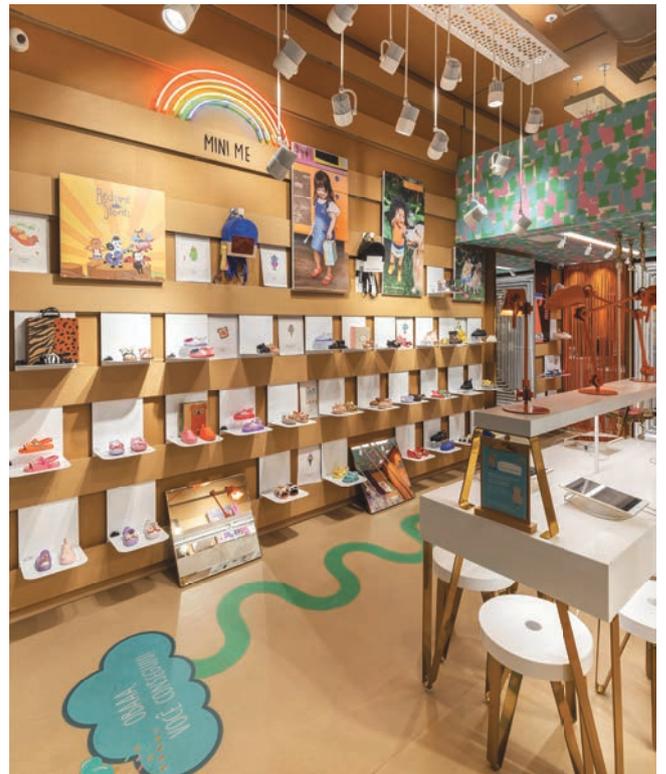




> Na dupla de abertura, as mini vitrines suspensas da loja Mini Clube Melissa, no Shopping Leblon, no Rio de Janeiro. Aqui, detalhes do interior da loja que tem projeto luminotécnico da Trust

## ILUMINAÇÃO

A arquitetura do espaço serviu de elemento chave para o desenvolvimento do projeto luminotécnico assinado pela Trust Iluminação. A distribuição dos pontos de luz foi planejada para ser flexível a fim de acompanhar as modificações da exposição de produtos sugeridas pelo visual merchandising.





## FICHA TÉCNICA

EMBUTIDO TWISTAR FLAT 112  
FILTRO TWISTAR SYSTEM HONEY  
SPOT STAR MINI 1X  
EMBUTIDO FLAT K16  
FITAS DE LED

\* LUZ \*

NITERÓI | RIO DE JANEIRO

# FINA ESTAMPA

Fotos: Luciano Mendes

> Abaixo, fachada da loja que tem piso com pequenos focos de luz. À direita, o painel de madeira freijó que reveste a parede é iluminado através de tubos de LED na parte superior e inferior; e detalhe que revela o link entre a loja e a calçada





**D**esenhada pelo escritório fluminense PKB Arquitetura, a loja Zinzane – em Icaraí, Niterói – foi planejada para que seus interiores fossem uma continuidade do passeio. “A loja não possui nenhum elemento entre a calçada e a entrada. Está totalmente aberta ao público”, explica a arquiteta Aline Matias do PKB. O elemento marcante do projeto é essa falta de barreiras. “A entrada do cliente se faz de uma maneira muito natural, quase sem perceber. Além disso, criamos uma estrutura na fachada com retângulos na cor branca, dando uma nova cara para a fachada existente. O tamanho desses elementos diminui à medida que se aproxima do piso, o que mostra essa ideia de aproximação com a escala humana”, completa a arquiteta. A ideia do projeto foi a de construir um espaço com cores e texturas neutras, mas, ao mesmo tempo, trazer elementos que proporcionaram personalidade e elegância à loja. “Como as roupas da Zinzane têm a caracterís-



tica de ser coloridas e estampadas, a loja se tornou um pano de fundo para receber diferentes cores”, afirma Aline. No aspecto luminotécnico, a fachada tem luminárias de embutir com lâmpadas de 3000 lumens para ressaltar mais o gradeado branco da fachada. Para o piso foram criados pequenos focos de luz para realçar a presença do jardim vertical na entrada da loja.



> Acima, a exposição de produtos recebeu iluminação pontual. Na foto maior, o pendente, criado pelo escritório PKB Arquitetura, feito com tubos de LED e madeira formando a letra Z, o logo da marca Zinzane

## Iluminação

A arquitetura foi determinante para a elaboração do projeto de iluminação da Zinzane – desenvolvido pela Trust –, que levou em consideração os elementos de exposição da loja e a estética do teto. “O projeto de arquitetura foi pensado simultaneamente com o de iluminação, assim foram criadas camadas de luz que focam mais no produto e outras que valorizam os elementos arquitetônicos”, revela a arquiteta. As cores neutras na ambientação pediram um cuidado para o reflexo da iluminação não tornar a luz excessiva e muito uniforme. O projeto tem um detalhe

especial: a luminária pendente – criada pela PKB Arquitetura – feita com cabos de vassouras e tubos de LED que formam a letra Z, logo da Zinzane, que se tornou um marco na entrada da loja.

A iluminação foi pensada em três níveis: o teto alto, teto baixo e os elementos de iluminação indireta. “O teto alto foi projetado com luminárias de embutir dispostas em formato de gradeado. No teto baixo, a iluminação acontece através de sancas de gesso longitudinais com luminária de embutir de 1000 lumens com grau 20. A iluminação indireta está nas telas tensionadas no fundo

da loja, na sanca que banha a parede de placas de concreto e o painel em freijó iluminado com tubos de LED”, detalha Aline. Outra particularidade importante foi a distribuição das luminárias realizada de acordo com o posicionamento dos elementos de exposição. Nesse sentido, as sancas foram posicionadas levando em consideração os possíveis focos de iluminação e não somente a estética. “A ideia desse projeto era criar contrastes, uma iluminação mais dramática. Para tal, o grau da lâmpada é 20 graus no teto baixo para criar esse efeito”, pontua a arquiteta.



## FICHA TÉCNICA

EMBUTIDO TWISTAR FLAT 130 1X  
EMBUTIDO TWISTAR FLAT 153 1X  
EMBUTIDO TWISTAR FLAT 112 1X  
FITA LED

\* **LUZ** \*

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO | SÃO PAULO

# BEAUTY

*Fotos:* Rubens Cardia





Com o intuito de aprimorar a sua primeira loja - localizada no centro de São José do Rio Preto, interior de São Paulo - a Lojas Livia Cosméticos ganhou um novo edifício com projeto assinado por Beta Bozzani Design Integrado e construção da Machado Engenharia.

Com um novo conceito, o espaço ganhou uma elegância urbana e funcional. À primeira vista, chama a atenção o contraste entre os materiais robustos utilizados na construção e a modernidade do novo prédio. Os materiais e acabamentos escolhidos, como o concreto, a fachada em vidro, a iluminação e a pintura, foram usados em um contexto harmonioso, cuidadosamente administrados para diferenciar e alcançar o resultado esperado.





32  
33

## ILUMINAÇÃO

A iluminação é essencial para o total aproveitamento do espaço e um item fundamental no varejo para a valorização dos produtos. Com o projeto da arquiteta Beta Bozzani, a fachada da Lojas Lívia Cosméticos leva luz natural para o interior da loja e ajuda a criar um ambiente confortável para permanência do consumidor. O projeto luminotécnico – planejado pela Trust – favorece as cores quentes a fim de criar reflexos que deixam em evidência todas as linhas de produtos disponíveis na loja.



> Nas páginas anteriores, na entrada da loja, a luminária pendente Cubos; e a fachada envidraçada com iluminação externa. Ao lado, os interiores da loja com iluminação pontual sobre os produtos. Abaixo, os spots enfileirados no trilho preto no teto e detalhe do barber shop

O novo layout da Lojas Lívia Cosméticos é marcado por um edifício imponente que rouba a cena no centro da cidade. Seu ambiente interno é composto por três pavimentos. A experiência de várias lojas personalizadas dentro de um grande espaço leva a especificidade em cada tipo de produto. A realidade é levada para a loja e o cliente sente-se acolhido, cumprindo com o objetivo de mantê-lo pelo maior período de tempo possível no ambiente. Além de contar com os melhores cosméticos, mobiliários e acessórios, a Lojas Lívia Cosméticos também tem auditórios para treinamentos, cursos, palestras e um hall para exposições. “O consumidor é impactado a fim de estabelecer conexões e experiências únicas no ambiente da loja. A percepção de bem-estar e acolhimento nos ambientes da loja é determinante para influir em suas compras”, pontua Beta Bozzani. ■

## FICHA TÉCNICA

LUMINÁRIA PENDENTE CUBOS  
SPOT WORK 1X PRETO  
SPOT WORK COB 2000LM BRANCO  
SPOT WORK COB 2000LM PRETO  
LUMINÁRIA PENDENTE RETÂNGULOS  
EMBUTIDO TWISTAR 185 LED SPOT WORK 1X  
EMBUTIDO TWISTAR FLAT 185 1X  
ARANDELA EXTERNA



× **TECNOLOGIA** ×

# TUNABLE WHITE

Reproduzir o ciclo natural de iluminação de acordo com o relógio biológico já é uma realidade com a tecnologia Tunable White

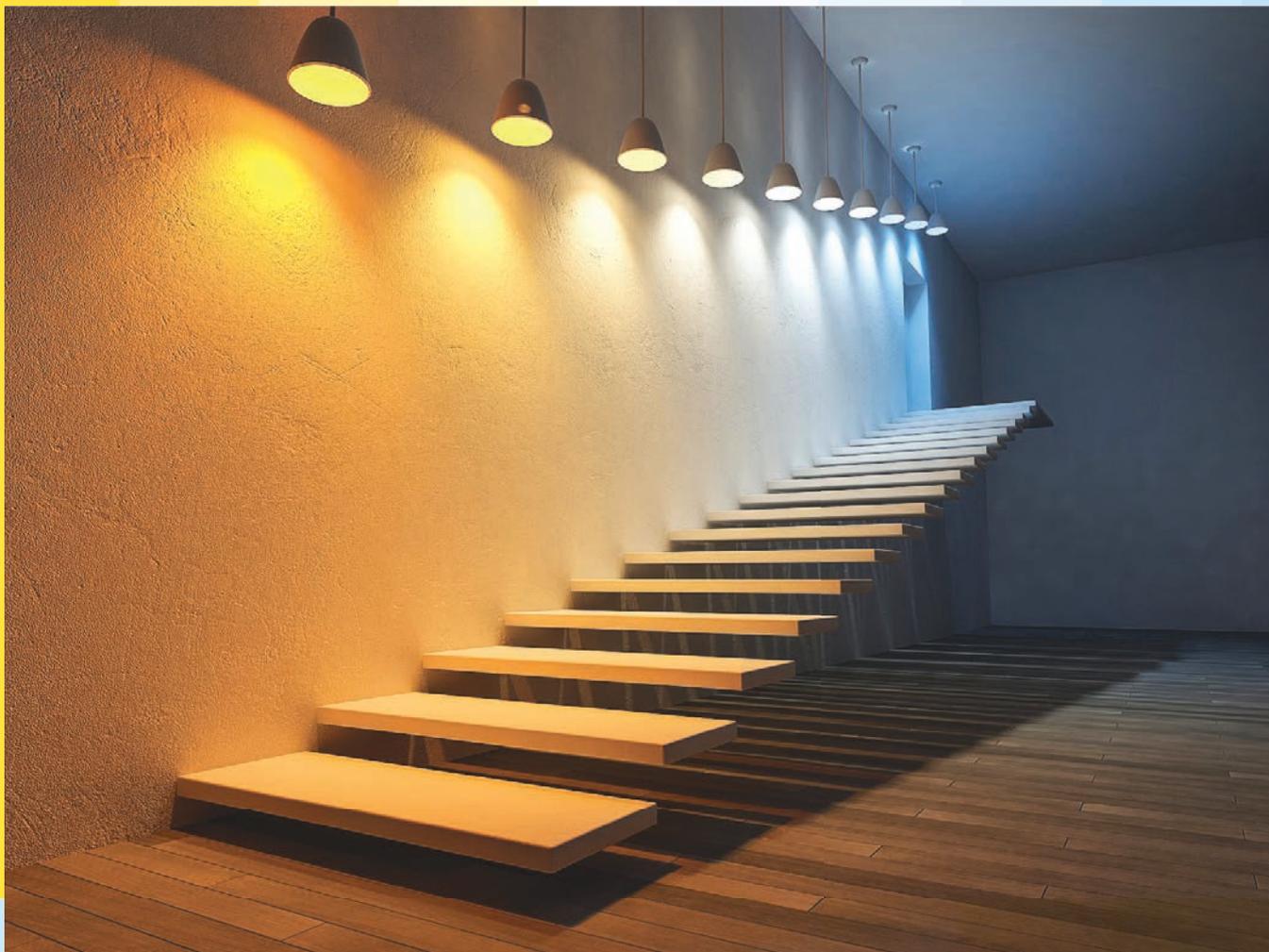
---





cientistas descobriram que plantas, animais e humanos sincronizam o ciclo biológico de acordo com a rotação da Terra. Isso significa que todo organismo vivo em nosso planeta tem seu comportamento orgânico determinado pelo ciclo de rotação em torno do Sol. Esse jogo de iluminação, entre claro e escuro – feito em 24 horas, regido pelo dia e a noite – determina o nosso relógio biológico. É ele que aciona e regula funções vitais de nosso comportamento, como o sono e nosso estado de alerta, o metabolismo, o processo de digestão, a temperatura corporal, os níveis hormonais e a renovação celular. Os cientistas chamam esse relógio biológico de ciclo circadiano.

Se tivéssemos acesso somente à luz solar, com a percepção natural dos níveis de luz e escuridão ao longo dia, não teríamos alterações em nosso ciclo circadiano. Mas como o homem moderno convive cada vez mais com a luz artificial, as alterações no relógio biológico podem desencadear danos fisiológicos e comportamentais, afetando de maneira negativa a vida e a saúde física e mental dos seres vivos. Por essa razão, a indústria da iluminação já começou a se mexer no sentido de encontrar a “luz circadiana perfeita”. Através de pesquisas, os grandes players do mercado descobriram que tons de branco mais claros ou azulados nos deixam mais ativos e produtivos, enquanto os tons de luz mais quentes e amarelados nos fazem desacelerar o ritmo e relaxar.



Com o progresso dos estudos, um novo modelo matemático representando a sensibilidade de cor da retina, chamado "Circadian Stimulus", tem sido utilizado para transformar a luz branca e a luz monocromática em sinais para os ritmos circadianos e assim promover o ajuste do relógio biológico com a finalidade de melhorar o sono e a qualidade de vida das pessoas, principalmente das que convivem com doenças crônicas; e também das que vivem ou trabalham em ambientes fechados, fazendo uso da luz artificial em excesso. Essa variação de tons de luz branca e suas nuances que vão do branco

alaranjado do início do dia, passando para um branco mais azulado à tarde e retornando ao tom laranja ao final do dia foi batizado pela indústria de Tunable White, o que significa, em tradução literal, o branco sintonizável.

Com base em todos esses estudos e pesquisas, os grandes fabricantes iniciaram o desenvolvimento de produtos LED que contêm o ciclo circadiano da luz natural. Os novos produtos são identificados pela abreviatura CTT (Correlated Colour Temperature/ Temperatura de Cor Correlacionada) ou simplesmente com o nome Tunable White. Com essa tecnologia,

o mercado entra em uma nova fase ao oferecer iluminação Tunable White para criar diferentes ambientes para escritórios, escolas, espaços de varejo e ambientes de assistência médica.

## **A TRUST E O TUNABLE WHITE**

As soluções de LED branco sintonizáveis já são uma realidade no Brasil. A Trust dispõe para seus clientes a tecnologia Tunable White.



## RELÓGIO BIOLÓGICO

Como o relógio natural funciona? Essa pergunta foi respondida por três cientistas americanos que venceram o Prêmio Nobel de Medicina de 2017 por seus estudos sobre o ciclo circadiano – expressão composta pelas palavras ciclo e dia em latim, para remeter à duração do ciclo, de “cerca de um dia”. Jeffrey Hall (Universidade do Maine), Michael Rosbash (Universidade Brandeis) e Michael Young (Universidade Rockefeller) descobriram os mecanismos moleculares que sincronizam o ciclo biológico à rotação do planeta.

Para entendermos como o trio de cientistas vencedores do Nobel chegou a essa descoberta precisamos voltar um pouco no tempo. No século XVIII, o astrônomo francês Jean-Jacques d’Ortous de Mairan observou que plantas do gênero Mimosa, a “planta dormideira” como é conhecida no Brasil, têm folhas que se fecham no crepúsculo e se abrem ao amanhecer. O astrônomo descobriu que, mesmo se fosse colocada por vários dias no escuro, a planta continuava seu ciclo diário, murchando à noite e “despertando” pela manhã. O fenômeno ganhou o nome de ciclo circadiano. Na década de 1970, os americanos Seymour Benzer e Ronald Konopla atestaram que uma mutação genética desconhecida alterava o ritmo circadiano de moscas drosófilas. A dupla batizou esse gene de Período.

O mérito dos cientistas vencedores do Nobel é que eles conseguiram identificar e isolar o gene Período em 1984. Na época, Hall e Rosbash descobriram que a proteína PER, codificada por esse gene, era acumulada durante a noite e diluída no organismo durante o dia. Dessa maneira, os níveis da proteína PER oscilavam em um ciclo de 24 horas, em sincronia com o ritmo circadiano, mas ainda

não entendiam como as oscilações eram geradas e mantidas. Os cientistas formularam a hipótese de que a proteína PER era capaz de impedir sua própria síntese e, assim, regular seus próprios níveis em um ritmo contínuo e cíclico. A fim de bloquear a atividade do gene Período, a proteína PER, que é produzida no citoplasma das células, precisaria chegar ao núcleo celular, onde fica o material genético. Hall e Rosbash haviam demonstrado que a proteína PER aumenta no núcleo das células, mas não sabiam como ela chegava lá.

Michael Young desvendou o mistério em 1994. O cientista descobriu um segundo gene ligado ao relógio biológico, batizado de “Timeless” (sem tempo), que codifica a proteína TIM, necessária para um ritmo circadiano normal. Young mostrou que a proteína TIM se liga à proteína PER para chegarem juntas no núcleo celular, onde bloqueiam a atividade do gene Período, detendo a produção de mais PER. Esse movimento explicou como a oscilação dos níveis de proteína acontece nas células. Porém, ainda restava descobrir o que controla a frequência das oscilações. O cientista identificou um terceiro gene, chamado de “Doubletime” (tempo duplo), que codifica a proteína DBT, responsável por atrasar a acumulação da proteína PER. Isso permitiu explicar como as oscilações se ajustam ao ciclo de 24 horas. Nos anos seguintes, outros componentes moleculares do mecanismo foram descobertos, explicando em detalhes sua estabilidade e função. Agora reconhecemos que os relógios biológicos funcionam pelos mesmos princípios nas células de outros organismos multicelulares, incluindo os humanos. Todos conectados à luz solar. ■

# LIDERANÇA

Presidente do Conselho Administrativo do Magazine Luiza, a empresária Luiza Helena Trajano é uma referência no circuito empresarial brasileiro

*Texto:* Luiz Claudio Rodrigues | *Fotos:* Cortesia Magazine Luiza

38  
—  
39

**F**undado em 1957, o Magazine Luiza tornou-se uma das maiores redes varejistas do Brasil. À frente do negócio, a empresária Luiza Helena Trajano transformou sua pequena rede de lojas em Franca, interior de São Paulo, em um importante player ao lado de gigantes do setor: são 888 lojas e oito centros de distribuição estrategicamente localizados em 16 Estados. Em entrevista exclusiva para revista TRUST, a empresária nos conta sobre sua paixão pelo varejo e as constantes inovações pelas quais levaram sua empresa a conquistar o topo no competitivo mercado brasileiro.

× INSIDER ×





> Nesta página, o novo layout da unidade Aricanduva, em São Paulo, do Magazine Luiza. À direita, Lu, a assistente virtual que virou ícone da rede varejista



**TRUST: Como empresária do segmento de varejo há muitos anos, como a senhora vê o desenvolvimento do setor na atualidade?**

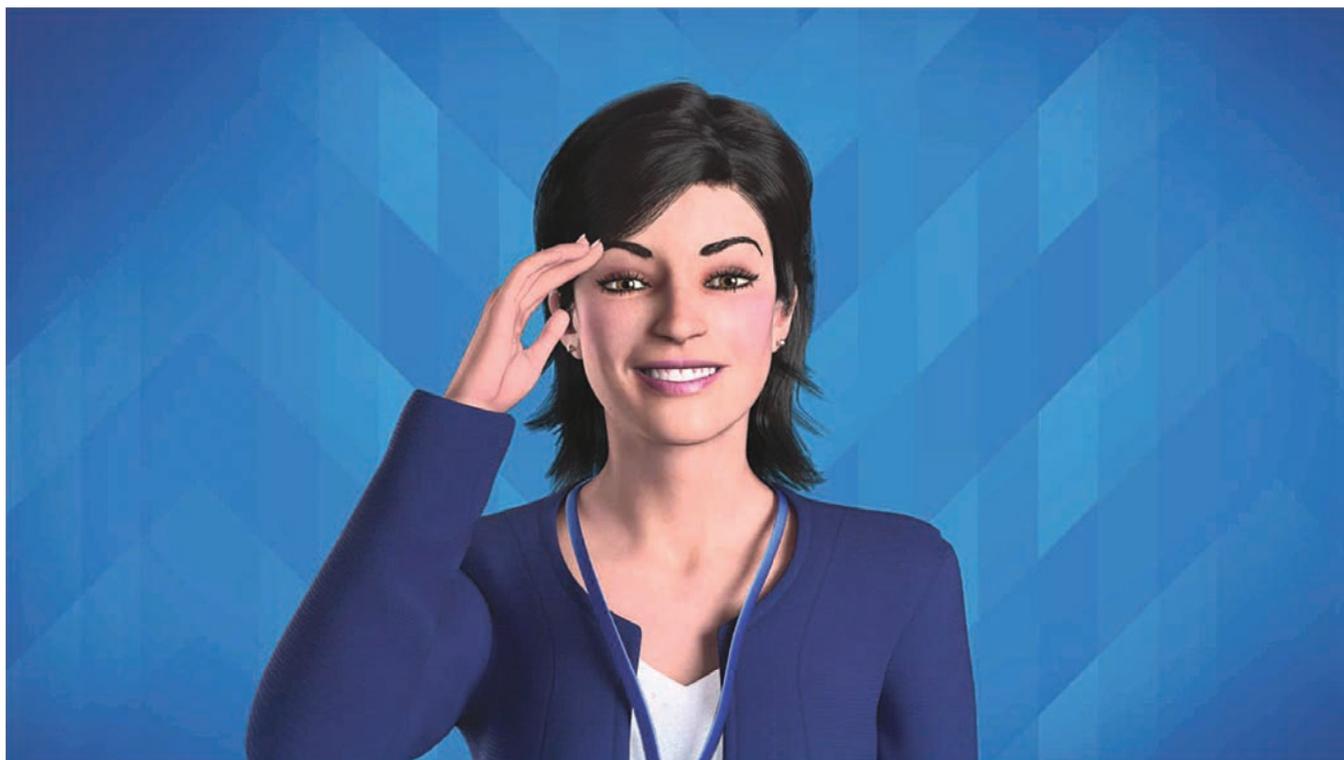
**Luiza Helena Trajano:** O varejo é uma paixão, está sempre em movimento e desenvolvimento e já passou por diversas tendências e novidades. Estamos em um momento de digitalização, que é irreversível, mas isso não trará o fim das lojas físicas. Claro que elas estão passando por transformações, e certamente novas mudanças acontecerão a cada momento.

**TRUST: O Magazine Luiza foi apontado recentemente por um estudo do Credit Suisse sobre empresas internacionais que irão sobreviver ao “apocalipse do varejo” como a única rede de varejo brasileira que irá permanecer entre as lojas tradicionais frente ao novo modelo de negócios de empresas tecnológicas (do tipo Amazon). Como a senhora avalia essa análise?**

**Luiza Helena Trajano:** Fico muito feliz com essa citação, pois é fruto de muito planejamento, mas não acredito em apocalipse do varejo. Estamos em um momento de muita transformação, e é preciso velocidade para se adaptar, mas o modelo físico/digital irá perpetuar as redes que conseguirem entrar nessa onda.

**TRUST: A entrada na era digital, mais precisamente com a vendedora virtual Lu, foi decisiva para atravessar o momento de mudanças que o comércio vive nos dias de hoje?**

**Luiza Helena Trajano:** Ela assume toda essa cara da digitalização do Magazine Luiza, mas esse processo é muito mais complexo. Temos dois laboratórios digitais que foram fundamentais, a educação de toda nossa equipe, a preparação em todas as pontas, atitudes de planejamento como não separar o CNPJ das lojas físicas do digital, todas essas ações, em conjunto, contando com a humanização do atendimento digital, ajudam nessas mudanças.





42  
43



“

**O VAREJO É UMA PAIXÃO, ESTÁ SEMPRE EM MOVIMENTO E DESENVOLVIMENTO E JÁ PASSOU POR DIVERSAS TENDÊNCIAS E NOVIDADES. ESTAMOS EM UM MOMENTO DE DIGITALIZAÇÃO, QUE É IRREVERSÍVEL, MAS ISSO NÃO TRARÁ O FIM DAS LOJAS FÍSICAS.**

*Luiza Helena Trajano*

”

> À direita, a entrada do escritório central na região do Tietê e um dos interiores da unidade do Tucuruvi: unidades do Magazine Luiza em São Paulo

**TRUST: O que diferencia o Magazine Luiza das demais redes de varejo brasileiras?**

*Luiza Helena Trajano:* Difícil responder esta questão de maneira simples, até porque não ficamos nos comparando com outras redes, cada uma tem sua história e valores para chegar onde chegou. Procuramos sempre, em todas as relações, colocar as pessoas em primeiro lugar, isso está na nossa cultura.

**TRUST: A senhora costuma supervisionar as lojas do Magazine Luiza?**

*Luiza Helena Trajano:* Atualmente sou presidente do Conselho de Administração, não estou mais no dia a dia operacional, mas tenho ligação direta com clientes e consumidores, não para supervisionar, mas para estar atenta a tudo que possa ajudar e levar melhorias para dentro da empresa. Quando vou dar palestras por todo o Brasil sempre procuro visitar lojas e conversar com a equipe.

**TRUST: Qual é a sua avaliação sobre o visual merchandising das lojas do Magazine Luiza?**

*Luiza Helena Trajano:* Sempre investimos muito nesta área e temos uma competente equipe interna, é algo que precisa estar em constante evolução, uma vez que o ponto de venda físico está cada vez mais migrando para ser um ponto de entretenimento.

**TRUST: Para os próximos anos o que os clientes do Magazine Luiza podem esperar em termos de inovação?**

*Luiza Helena Trajano:* A empresa, seja de que área for, que não inovar constantemente, com muita velocidade, terá problemas com seus clientes. No Magazine Luiza temos uma cultura voltada para a inovação. Estamos constantemente procurando fórmulas criativas para atender nossos clientes. ■

# SINGULAR

---

*Texto:* Luiz Claudio Rodrigues | *Fotos:* Lorena Dini e Guilherme Jordani | *Cortesia:* Guilherme Wentz





> No alto, na foto maior, a luminária pendente Cana: o mais recente lançamento de Guilherme Wentz. Na foto menor, o pendente Corda

**U**m trabalho delicado e sutil e, ao mesmo tempo, engenhoso e elaborado. O design de Guilherme Wentz vai na essência para buscar a forma certa para cada peça. Esse talento novo, que surgiu no cenário contemporâneo brasileiro de design, é raro. Wentz faz o link perfeito entre imaginação e produto. Assim como os mestres desse segmento, eleva o design ao status de arte.

Por isso não é à toa que seu traçado singular chama a atenção dos jornalistas e críticos especializados desde que se lançou no mercado como designer. Como prova desse reconhecimento, acumula prêmios desde 2012. Entre eles, somente para citar alguns de expressão mundial, listamos o IDEA, o iF Design Award e o de Talento Emergente, numa das edições recentes da Maison&Objet Americas.

Wentz cria luminárias, mobiliário, objetos e produtos especiais em colaboração com outras marcas. Iniciou sua carreira na empresa gaúcha Riva (famosa por suas coleções em inox e prata) e depois se estabeleceu em São Paulo onde foi diretor de arte das marcas paulistanas Decameron e Carbono. >>>



46  
—  
47



> Nesta página, em sentido horário, as luminárias Corda, Cana (nas versões branco e cinza) e a Tombo, em duas versões: de mesa e pendente. À direita, as luminárias Um e Adobe



Atualmente está à frente de sua marca WENTZ - em parceria com o empresário Rafael Gehrke - para produção e distribuição de peças autorais. Entre todas as qualidades do seu design, talvez seja a leveza a característica central do seu traçado. “Acredito na máxima ‘simplicidade é a complexidade resolvida’. Penso que o simples é o resultado de um longo trabalho de síntese da forma e também da forma de produção. Sempre fui atraído por trabalhos de qualquer área que conseguem chegar ao máximo da síntese, mas sem perder a capacidade de emocionar”, pontua o designer. Para dar corpo à sua imaginação, Wentz revela ter uma predileção pelo metal. “Minha primeira experiência na indústria foi com objetos de metal.

Esse é um dos motivos de ser o material que mais exploramos, mas também porque é possível chegar em espessuras muito finas e deixar os produtos mais leves. Também trabalhamos com outros materiais, principalmente naturais, que trazem textura, como a madeira e a cerâmica”, afirma. Entre suas criações, as luminárias ocupam um lugar de destaque no seu portfólio. “A capacidade de explorar a própria luz é a questão mais interessante no projeto de luminárias. Diferente de cadeiras e mesas que têm uma função mais restrita, a funcionalidade de uma luminária, quanto à forma e ao tipo de luz que emite, pode ser diversa. Também por isso, é possível criar formas mais escultóricas e ter uma abordagem mais conceitual nesse tipo de produto”, avalia Wentz.

Focado no desenvolvimento da marca WENTZ - fundada em 2016 para produção, edição e distribuição de sua linha autoral -, o designer admite que novas experimentações estão em seu radar. “Nos propomos a explorar diferentes tipologias de produto. Estamos trabalhando para expandir nossa linha de luminárias e explorar também objetos de menor escala”, revela. Nesse caminho, sua mais recente criação é a coleção de luminárias Cana. “São luminárias de luz pontual onde a forma sugere um movimento quase orgânico”, conceitua o designer. Inspirada na cana-de-açúcar, a coleção explora os limites entre a natureza e o artificial, nas versões pendente e arandela. Mais uma criação para o rol da nova safra do bom design brasileiro. ■

# MEGALÓPOLES

48  
—  
49

**G**idades densamente povoadas, as megalópoles ao redor do mundo guardam algo em comum: um skyline que revela a beleza das grandes cidades. Principalmente à noite, quando as fachadas iluminadas desvelam a arquitetura de seus edifícios: ícones locais que além de estabelecer uma identidade particular da região, provocam o sentimento de pertencimento de seus moradores. Aqui, uma seleção de cidades que se tornaram emblemáticas pela sua contemporaneidade: Kobe, no Japão; Toronto, no Canadá; Doha, no Qatar; Dubai, nos Emirados Árabes Unidos; e Xangai, na China.



## **KOBE | JAPÃO**

Importante cidade portuária no Japão, Kobe tem uma relação especial com o Brasil: foi de lá que saiu o primeiro navio com imigrantes japoneses, o Kasato Maru que desembarcou em Santos em 1908.



**DOHA** | QATAR

Capital do Qatar, Doha se debruça sobre a costa do Golfo Pérsico. A cidade é um dos centros emergentes financeiros do Oriente Médio. Entre os ícones de sua arquitetura, o cilíndrico Burj Doha, projetado pelo francês Jean Nouvel.





## **DUBAI** | EMIRADOS ÁRABES UNIDOS

Conhecida por seus arranha-céus desenhados por grandes nomes da arquitetura internacional, Dubai é uma das principais portas de entrada para a Ásia e o Oriente Médio.



**XANGAI | CHINA**

Com mais de 24 milhões de habitantes, Xangai é uma das maiores áreas metropolitanas do mundo. Com seu plano de reurbanização, a cidade ganhou uma nova identidade que lhe confere o status de cidade global.

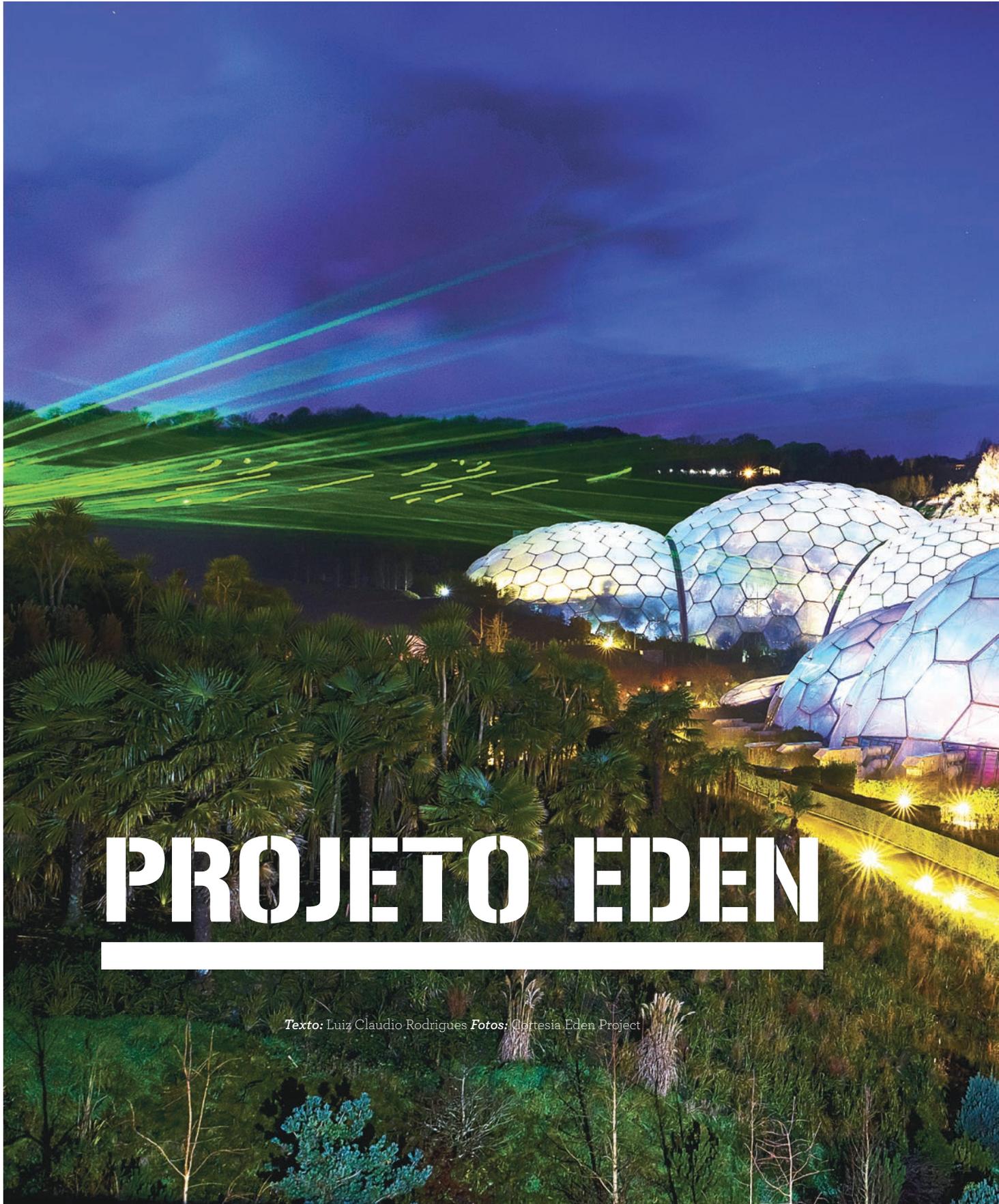


**TORONTO** | CANADÁ

Maior centro urbano do Canadá, Toronto é a quarta cidade mais populosa da América do Norte, atrás da Cidade do México, Nova York e Los Angeles. Construída na década de 1970, a CN Tower é o seu principal cartão-postal.







# PROJETO EDEN

*Texto:* Luiz Claudio Rodrigues *Fotos:* Cortesia Eden Project

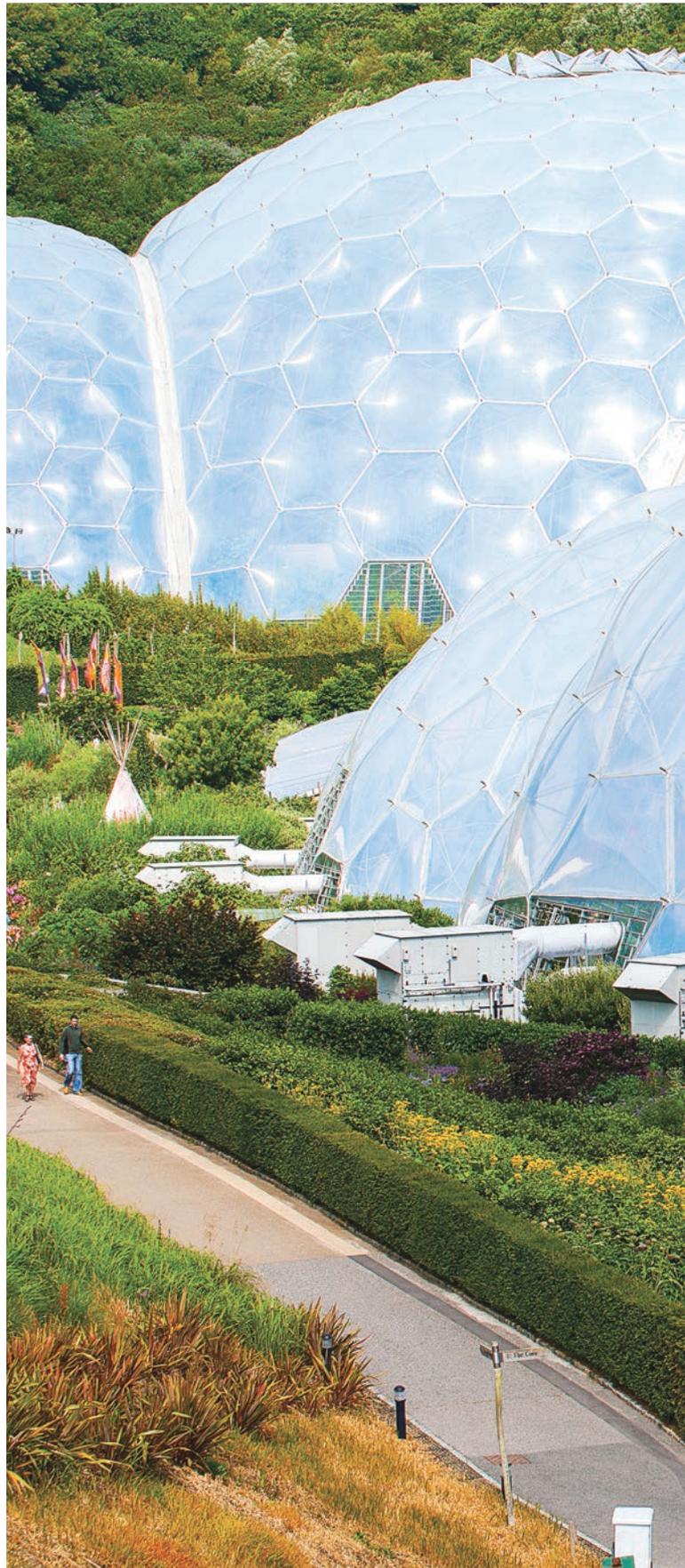


> Acima, vista geral do Eden Project, na Grã-Bretanha

**D**ealizado pelo empresário britânico Tim Smit e projetado pelo arquiteto Nicholas Grimshaw, o Eden Project é a maior estufa do mundo com biomas artificiais que reproduzem o clima da Terra para cultivar espécies de todo o mundo. Aberto em 2001 - em St Austell, na Cornualha, Reino Unido -, o Eden é um misto de centro de aprendizado e um famoso destino turístico britânico, visitado por quase 30 milhões de pessoas em seus 18 anos de atividade.

Integrado à paisagem, o complexo é composto por domos que emulam dois biomas naturais: Tropical e Mediterrâneo. Suas cúpulas, em formas de bolhas, são compostas por centenas de células hexagonais e pentagonais. “Projetar os biomas foi um exercício de eficiência, tanto de espaço quanto de material. Estruturalmente, cada domo é um quadro de espaço hexadecimial em três camadas”, informa o comunicado da Grimshaw Architects. A estrutura de tubos de aço e juntas leves dão suporte para os painéis de revestimento feitos com uma camada tripla de ETFE de alto desempenho. O ETFE é um polímero projetado para ter resistência à corrosão e uma ampla faixa de temperaturas, o que lhe confere o status de ser ambientalmente eficiente. A superfície total coberta do Eden Project é de 30 mil m<sup>2</sup>, que por ser antiaderente, promove uma autolimpeza, possibilitando acompanhar todas as nuances da luz natural, da aurora ao pôr do sol. Além disso, as almofadas infladas de ETFE maximizam o ultravioleta da luz do sol necessário para as plantas.

Para a construção do Eden Project foi convidado o escritório de engenharia alemão MERO TKS International. De acordo com o MERO, o complexo foi construído em um antigo poço de argila com uma profundidade de 70 metros e suas cúpulas variam de 38 a 125m de diâmetro, estendendo-se em declive até o fundo do poço. “Utilizando conexões aparafusadas foi possível fabricar toda a estrutura em segmentos padronizados. A estrutura total foi animada e calculada usando modelos de computador que simultaneamente provaram o design e formaram a base para a instalação da estrutura”, detalham os engenheiros da MERO.





> As cúpulas, em forma de bolhas, que cobrem os biomas Tropical e Mediterrâneo do Eden Project

## \* INOVAÇÃO \*

> O projeto luminotécnico do Eden Project foi planejado pelo estúdio londrino Speier + Majors. Na foto, detalhe de uma das cenas luminosas no interior do Eden Project



### **Iluminação**

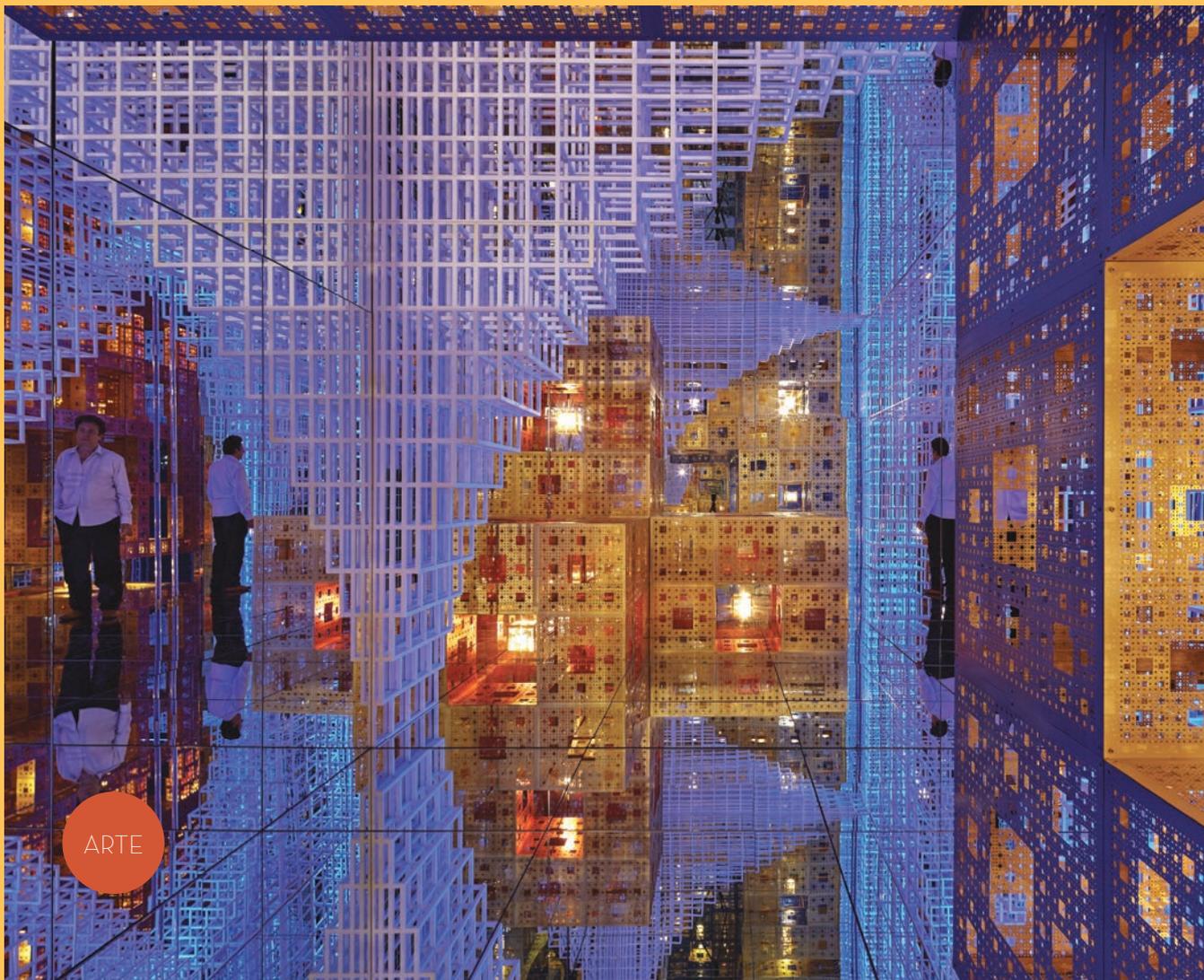
Previsto inicialmente para abertura ao público somente durante o dia, o Eden Project não investiu muito em iluminação no seu projeto original. Com o sucesso ao longo dos anos, seus mantenedores passaram a promover shows e outros eventos noturnos durante o verão, usando iluminação temporária, além da limitada iluminação permanente no local. Para criar o projeto luminotécnico do Eden foi convidado o estúdio de lighting design inglês Speier + Majors. Os experts em iluminação foram contratados para fornecer uma estratégia para o complexo gerenciar a iluminação para o futuro e projetar uma iluminação flexível para ocasiões especiais. “Em um programa de seis meses, a iluminação extensiva de LEDs foi projetada, adquirida e instalada. Alguns são fixos permanentemente, enquanto outros elementos fornecem ao Eden um estoque de equipamentos e infraestrutura permanente flexível, de modo que a iluminação possa ser adaptada para atender a eventos, novas exposições e eventuais mudanças”, afirma o comunicado do escritório londrino. O projeto luminotécnico do Eden é composto pela iluminação que destaca as plantas e as estruturas; a iluminação teatral dentro dos biomas; a iluminação da face do penhasco e a iluminação da pista de gelo na temporada de inverno. “A iluminação cria uma verdadeira sensação de magia após o anoitecer, promovendo uma experiência diferente para os visitantes ao mesmo tempo que reforça as mensagens do Eden Project sobre a importância da natureza para a vida do homem na Terra”, avalia o Speier + Majors.

### **Biomas**

O projeto paisagístico do Eden Project foi desenhado pelo escritório Land Use Consultores. O jardim se conecta aos dois biomas do complexo. O bioma Floresta Tropical reproduz o clima das regiões do Sudeste Asiático, América do Sul, Oeste da África e as Ilhas Tropicais. Nele, o visitante encontra uma cachoeira e um rio que percorre toda a floresta tropical sul-americana. Por sua vez, o bioma Mediterrâneo apresenta paisagens do Mediterrâneo Europeu, África do Sul, Califórnia e Austrália Ocidental, com direito a flores coloridas de diversas espécies.

edenproject.com





ARTE

62  
—  
63

# MULTISSENSORIAL

*Foto:* Didier Boy de la Tour | Cortesia Farol Santander

No aniversário de um ano de sua abertura, o Farol Santander – no centro de São Paulo – recebe a exposição de arte imersiva ‘Beyond Infinity’, instalação multissensorial do francês Serge Salat. A obra – que ocupa os 330 m<sup>2</sup> do 23º andar do edifício – combina espelhos, luzes, música e arte fractal. Dentro dela, as luzes pulsam de acordo com os movimentos dos visitantes, refletidos no andar espelhado. São diversos canais de luzes, que variam suas cores entre o amanhecer, entardecer e anoitecer. A instalação Beyond Infinity pode ser vista no Farol Santander até o dia 5 de maio.

[farolsantander.com.br](http://farolsantander.com.br)



## O melhor custo benefício em módulo de LED downlight

Boa iluminação e uniformidade são essenciais para ambientação comercial, principalmente para lojas.

Complementadas com boa eficiência luminosa e longa vida útil, contribui para redução do consumo de energia e custos de manutenção.



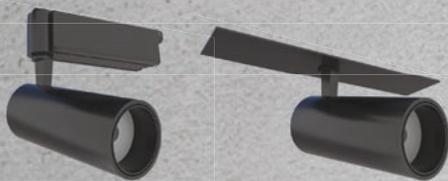
# MATRIX MINI

CONFIGURAÇÃO MODULAR FLEXÍVEL Conheça todas as funções e acessórios



NOVO!  
Versão com  
luz direta  
e luz indireta

## Spots\*



Spot Tube  
Box convencional

Spot Tube  
Módulo cego

COBS disponíveis com IRC 80,90 e 95

## LED Line | Downlights



Difusor

Grau de  
Transmitância:  
70%

Lente Assimétrica

Ângulos de abertura disponíveis



## Projetores

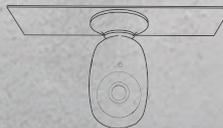


\*Compatíveis com todos os modelos de spots Trust

\*\* Sistema de fixação magnética no trilho, sem necessidade de travas manuais

## Acessórios

Câmera vídeo para  
monitoramento



Alto-falante para  
música ambiente



Comunicação  
visual



Sensor  
de presença



## Aplicações



Sobrepôr

Pendente

Embutido

Arandela

## Conexões Linear



Solicite catálogo completo da maior linha de sistemas lineares!

trust



SOLUÇÕES PERSONALIZADAS DE  
ILUMINAÇÃO PARA O VAREJO

trustiluminacao.com.br



@trustiluminacao



@trust.iluminacao



@trustiluminacao



Luxímetro Dr.LED®

O 1º aplicativo de iluminação para celular e  
tablet com tabela aprovada pela ABNT

+ de **35k**  
downloads

Google Play App Store

Rua da consolação, 2180 - São Paulo|SP - Tel: (11) 3231-1100