

# Tendências para 2012



fotos desta matéria: Ricardo Kleine

Encontro de Premiação dos projetos vencedores e Seminário de tendências sobre revestimentos cerâmicos para 2012, realizado no museu de arte moderna em São Paulo, é sucesso de público e entra no calendário de eventos do setor

A revista TILE Brasil realizou dia 25 de novembro no MAM, Museu de Arte Moderna, em São Paulo,

um encontro para a premiação dos Projetos Vencedores de 2011 e a realização de Seminário sobre Ten-

dências para 2012 em Revestimentos Cerâmicos com a apresentação de 3 palestras feitas por designers



Encontro TILE Brasil foi realizado no auditório Lina Bo Bardi no Museu de Arte Moderna de São Paulo

especializadas da indústria que apresentaram aos 120 presentes sua leitura do que foi apresentado na Cersaie deste ano.

coisas distintas. Através de pesquisas Ruth mostrou várias tendências confirmadas como consumo consciente, bem estar, desejo de estar

em casa, que se refletem na criação de produtos que atendam à esses desejos e necessidades dos consumidores atuais. Mostrou também a

### Seminário

O Seminário trouxe também a apresentação dos resultados de pesquisa realizada em 12 cidades brasileiras por Wilhelm & Martini Consultores em conjunto com a revista sobre o comportamento do consumidor na hora de reformar ou construir em seu imóvel. A primeira apresentação foi feita por Ruth Fingerhut, da Fingerhut Design e NEWOne, que falou sobre a construção de estratégias para a criação do design a partir da observação atenta dos grupos de consumidores. Ressaltou de que não se pode criar produtos sem conhecer o estilo de vida e necessidades dos grupos de consumidores que mudam muito nos tempos atuais. Dos Baby Boomers, casais na faixa dos 50 anos, à Geração X, Geração Y e a nova Geração Y, cada um destes grupos prioriza



Caramelo: Vencedor, Ruth e Lazzaro anunciam prêmio (no detalhe)

## encontro



2º Colocado Ricardo Rossi, Projeto Loft Green Tech: de pastilhas a placas cerâmicas de 3 metros de comprimento

transformação da pirâmide social com o crescimento das classes de menor renda que chegam agora ao consumo de produtos mais sofisticados. E ao fim mostrou como essas tendências vistas em várias feiras internacionais 'fechavam' com os produtos vistos na Cersaie deste ano. Em seguida foi a vez de Simone Lourensi, designer gerente de produtos da Cerâmica Porto Ferreira, mostrar as 'Possibilidades de Uso no Design de Interiores'. Ela agrupou as tendências em grandes grupos: Retrô Chic, Ambientes Sóbrios, Rústico Urbano, Universo



Angela vencedora de 2009 com Caramelo e Rossi

Pop e Ambientes Clássicos. O destaque de sua apresentação foi o fato de que a cerâmica é um elemento na composição dos ambientes, tirando essa visão de fábrica para mostrar como o revestimento pode ser combinado e interagir com outros elementos na decoração de ambientes. Camila Lamberti, gerente de produtos e outsourcing do grupo Incefra, apresentou cinco macro tendências para 2012: Tecnologia, Modularidade, Ecologia, Tatibilidade e Personalização. Sua apresentação focou nas possibilidades disponíveis hoje em dia



3º Colocado Roberto Grubizza, Facciata Ventilada, uso de cerâmica na fachada, no interior e até nas escadas



Seminário Tendências para 2012: uma leitura da Cersaie pela ótica de três designers do setor cerâmico



Platéia atenta às novidades apresentadas

e em como as empresas aproveitaram isso na apresentação dos produtos que irão fazer a cabeça dos consumidores em 2012. Antonio Caramelo Vasques que assistiu às palestras junto com o colega

Benedito Abud ficou bastante impressionado com as apresentações a ponto de sugerir que esse evento fosse levado à AsBEA. Segundo ele: "após ver essas apresentações, não preciso nem ir à Cersaie, pois consigo ter uma leitura organizada dos principais produtos e tendências", afirmou.

### Premiação

Em seguida foi realizada a cerimônia da entrega dos troféus aos

vencedores do Prêmio T.I.L.E. Brasil de Projeto com Cerâmica 2011. O júri foi constituído por Ruth Fingerhut, da NEWOne, José Armani Paschoal do CCB, Ronaldo Rezende, presidente da AsBEA e Lazzaro Menasce, publisher de T.I.L.E. Brasil. O Vencedor foi o arquiteto Antonio Caramelo Vasques com o projeto Mansão Luciano Barreto Júnior. O segundo colocado foi Ricardo Rossi com o projeto Loft Green Tech. O terceiro colocado foi Roberto Grubizza com o projeto Facciata Ventilada. Os três premiados receberam os troféus das mãos dos patrocinadores do evento: Alessandra Lobo Nunes, coordenadora de especificação da Eliane, Cristina Brisighello, diretora de marketing da Cerâmica Atlas e Antonio Carlos Loução, presidente da Gail. Esteve

## encontro



Ruth Fingerhut, *Design Essencial: compreensão do perfil do comportamento do consumidor e grupos familiares*



Essa pesquisa, disponível para venda através do email [info@menasce.com.br](mailto:info@menasce.com.br) consolidou o resultado quinquenal das duas anteriores mostrando as projeções e tendências dos últimos 15 anos do consumidor e as mudanças com relação a vários itens e tipos de produ-

de Cerâmica 2012, de Tendência do uso de revestimentos cerâmicos e produtos concorrentes, feita em 12 cidades brasileiras com consumidores finais em fase de reforma ou construção em seus imóveis.

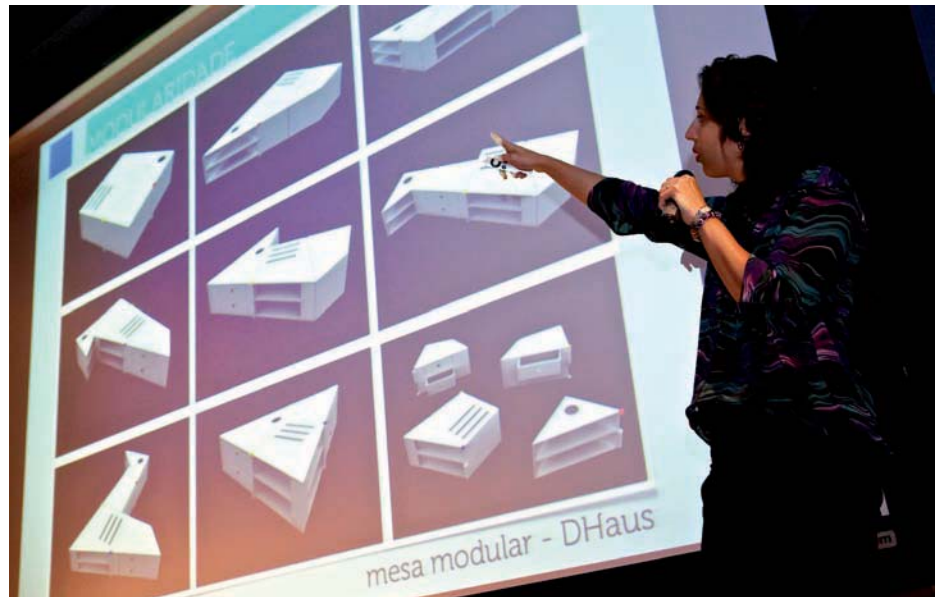
presente a arquiteta Angela Marques Cardoso, vencedora da primeira edição do prêmio em 2009 que também foi homenageada.

### Pesquisa

Em seguida foi a vez de Oswaldo Wilhelm Martini apresentar o resultado da Pesquisa Nacional



Simone Lourensi: os revestimentos cerâmicos como elemento de decoração de interiores



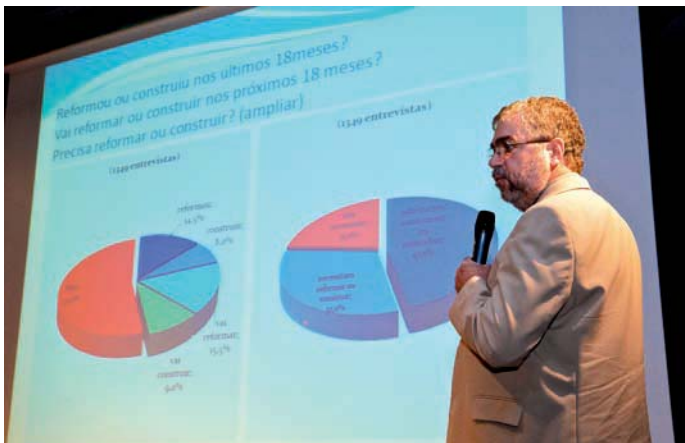
Camila Lamberti: as cinco macrotendências que irão nortear o desenvolvimento da cerâmica em 2012



tos. Um material indispensável para quem especifica, produz, revende revestimentos cerâmicos conhecer as causas de preferência dos consumidores nas várias regiões do país.

### Evento entra no calendário

O Encontro teve apoio da Anamacco e da ASBEA além do patrocínio de Atlas, Eliane, Gail e Quartzolit. Segundo Lazzaro Menasce o grande sucesso do evento animou a editora a realizá-lo anualmente antecipando as tendências para o ano seguinte.



Oswaldo Martini: fotografia do momento atual e evolução das preferências do consumidor nos últimos dez anos



Antonio Carlos Loução, Arnaldo e Cristina Brisighello, Lazzaro Menasce e Antonio Caramelo Vasques



Adriana da Quartzolit com representante Microban



Alessandra Lobo cumprimenta Roberto Grubizza



Presença da primeira vencedora do Prêmio TILE Brasil



Natahanriel da Mapei conhece Iara da Telhanorte



*Equipe da revista TILE Brasil: uma realização com o apoio de velhos e novos amigos*



*Representantes da Microban com Camila Lamberti*



*Lazzaro Menasce, Oswaldo Martini e Waldir Abreu*



*Fátima Berlitz e Fábio Nishi*



*Profissionais trocam impressões sobre o evento*



# Arquitetando às claras



francisco sales

Antonio Caramelo Vasques, vencedor do Prêmio TILE Brasil, tem um dos principais escritórios brasileiros de arquitetura e conta como trabalha seus projetos com os revestimentos cerâmicos

**TB** - O que é ser arquiteto?

**Caramelo** - Antes devo definir arquitetura, que para mim é espaço construído, formado por cheios e vazios, dimensionados, interligados e organizados, de modo a atender as necessidades do homem em todas as suas funções no trabalho, habitação, entretenimento e lazer, com segurança e conforto, de modo sustentável, ecológico e acessível. Creio que ser arquiteto é realizar sonhos para quem precisa, com prazer e alegria, dentro das possibilidades e disponibilidades de cada qual, sem medo de ser feliz e promover a felicidade.

**TB** - Como compara a arquitetura brasileira com a mundial?

**Caramelo** - Ainda não sei se isso é bom ou ruim, mas, assim como o mundo está cada dia mais globalizado a arquitetura também vem se inter-relacionando em termos de linguagem e conteúdo. Contudo para mantermos as características da personalidade tropical espero que não percamos o sotaque estético e cultural.

**TB** - Qual é o ponto de partida para a especificação de materiais?

**Caramelo** - A compatibilidade entre as características do material

com o meio-ambiente onde vá ser aplicado e a finalidade de uso.

**TB** - Como avalia a indústria de revestimentos cerâmicos brasileira em comparação à mundial?

**Caramelo** - Existe uma equivalência muito grande em tecnologia, estética, e demais qualidades inerentes a cerâmica, porém pese mais a logística, o serviço, o preço e a inovação, mesmo que fugaz.

**TB** - Como vê a comparação entre os vários tipos de revestimentos?

**Caramelo** - Como possibilidades a mais de especificação, mas também como espectador de uma luta feroz entre as marcas e fabricantes para se manterem no mercado, as vezes até sofrendo concorrência desleal de marcas importadas.

**TB** - O que a indústria cerâmica deveria priorizar na relação com especificadores e consumidores?

**Caramelo** - Reduzir no portfólio os produtos por vezes muito semelhantes, variantes sem grande expressão ou significado, essa quantidade de tipos, bitolas, cores e nomes que entram e saem do catálogo desatualizam o especificador, o consumidor e o arquiteto, transformando o que deveria ser uma indústria numa ma-

nufatura cara e de luxo.

**TB** - Trabalha ou trabalhou com a indústria cerâmica no desenvolvimento de produtos?

**Caramelo** - Já desenhei esporadicamente tempos atrás, como deleite, para algumas indústrias cerâmicas. Hoje acompanho o setor como simpático e curioso.

**TB** - Como trabalha a manutenção de materiais?

**Caramelo** - De acordo com as normas e características intrínsecas de cada um e condições de uso.

**TB** - A roupa branca é sua marca registrada. Por quê?

**Caramelo** - O branco às sextas-feiras veio de uma promessa que fiz quando minha filha nasceu. Ela teve um problema de saúde, e minha mulher, que havia feito muitos tratamentos para engravidar chorava muito achando que a menina não ia sobreviver. Tivemos que instalar em nossa residência um equipamento similar ao do hospital para a pequena Mila, daí pedi uma ajudinha para Deus. Hoje ela trabalha comigo, dirigindo o setor de marketing, então percebi que a vocação para construir marcas veio de berço. Nasceu trabalhando o marketing do pai (risos).