

# arrecifes

Jornal do Commercio ● Ano 1 - Número 31  
● Recife, 13 de novembro de 2011

Lá do alto, a vista é linda e a sensação de isolamento é intensa. Mas bom mesmo é ver a lua nascer no Atlântico. Recifenses privilegiados revelam o luxo de morar numa cobertura

Pertinho do  
ceu



MEZ

**Diretor de Redação**

**Ivanildo Sampaio**

sampaio@jc.com.br

**Diretor-Adjunto**

**Laurindo Ferreira**

laurindo@jc.com.br

**Editora-Executiva**

**Maria Luiza Borges**

marialuizaborges@jc.com.br

**Editoras de Suplementos**

**Janaina Lima**

janaina@jc.com.br

**Luiza Modesto**

lmodesto@jc.com.br

**Mona Lisa Dourado**

midourado@jc.com.br

Telefone: 3413-6183/6418

**Reportagem**

**Bruna Cabral**

bruna@jc.com.br

**Bruno Albertim**

balbertim@jc.com.br

**Carol Botelho**

cbotelho@jc.com.br

**Cintha Leite**

cleite@jc.com.br

**Jacques Waller**

jwaller@jc.com.br

**Luísa Ferreira**

lfsantos@jc.com.br

**Manuella Antunes**

mantunes@jc.com.br

**Colunista**

**Flávia de Gusmão**

figusmao@jc.com.br

**Editores de Arte**

**Bruno Falcone Stamford**

bfalcone@jc.com.br

**Fabiana Martins**

fmartins@jc.com.br

**Karla Tenório**

ktenorio@jc.com.br

**Design**

**Andréa Aguiar, Carla Francis,**

**Consuelo Leicht, Eduardo Souza,**

**Hamilton Santos, Ira Oliveira,**

**Isabella Alves, Neide Oliveira e**

**Vladimir Souza**

**Arte/infografia**

**Hernanto Barbosa, Carolina Cani,**

**Carolina Soriano e Ziane Torres**

**Editores de Fotografia**

**Arnaldo Carvalho**

acarvalho@jc.com.br

**Chico Porto**

cporto@jc.com.br

**Heudes Regis**

hregis@jc.com.br

**Fotografia**

**Flora Pimentel e**

**Priscila Burh**

**Colaboração**

**Jessica Souza**

**Contato Comercial**

Telefone: 3413-6800

contatos@jc.com.br

# A dois passos do paraíso

Vizinhos, só embaixo. Barulho, também. Vento tem de sobra e é possível pegar um sol sem precisar sair de casa. Moradores de coberturas do Recife e Olinda desfrutam desses e de outros vários mimos que tornam único o hábito de morar nelas. O condomínio é dobrado, é verdade, mas para os privilegiados entrevistados de Carol Botelho para a reportagem de capa desta semana o custo compensa. E olha que ela não se limitou a conversar com personagens que residem na badalada Avenida Boa Viagem. Gente que fez de cobertura no Centro do Recife o lar doce lar também revela as vantagens e desvantagens de se morar no topo e ver a vida passar lá embaixo... Boa leitura e até o domingo que vem.

Janaina Lima, editora



**12** Clássicos ou modernos, buquês devem combinar com estilo da noiva. De tão bonitos, dá até pena de jogar para o alto



**15** Vermelho, tons pastéis e fluorescentes são a aposta da indústria de tintas para embelezar as paredes da casa em 2012

→ a capa

**M**iguel Falcão assina a ilustração que serviu como base para Fabiana Martins conceber a primeira página da Arrecifes.



Panorama	3
Persona	4 e 5
Capa	6 a 10
Modo de usar	11
Moda	12 a 14
Decoração	15 a 17
Comportamento	18 a 20
Pode emburricular	21
Sexo@cidade	22
JC Imagem	23



# Os tons da vez

Fortes, ousados, mas com pinceladas de bom senso. Eis a tendência para 2012

**Manuella Antunes**  
mantunes@jc.com.br

Chega da sobriedade da década de 90 e do exagero dos anos 2000. A partir de 2012 as cores – nas paredes – serão ousadas. Em tons fortes, pastéis ou até fluorescentes, mas com bom senso. A afirmação parece ser o consenso entre o mercado de arquitetura e a indústria, que, nas últimas semanas, vêm alardeando quais serão os tons da vez.

Uma das pesquisas divulgadas, a Colour Futures, da Coral, entre várias outras traços da tendência, indica a cor chá dançante – tom que gravita entre o vermelho e o telha, como a campeã para 2012. A

eleita faz parte de um dos cinco grupos definidos pela análise. “O vermelho permite diversos usos e remete ao pensamento de ir além das soluções óbvias e simplistas. Esse tom incentiva a mente a buscar novas ideias e possibilidades”, diz a gerente global de colour marketing da AkzoNobel, Paola Vieira.

Seja coincidência ou uma resposta do mercado, a cor escolhida pela Iquine é um tom semelhante. A marca lançou na rede social Facebook uma campanha para que os usuários escolham o nome da cor-tendência.

A verdade é que apesar de a indústria ter “avermelhado” o mercado, para os arquitetos a pluralidade continua em vigor. “É natural que essas pesquisas apontem um tom, mas o que tenho visto mesmo são as cores fortes. Turquesa, verde, pink, coral, laranja. No entanto, aplicadas de uma forma diferente”, avisa o arquiteto Zezinho Santos. É ele quem faz o comentário mencionado lá em cima e a comparação





**TENDÊNCIA** Vermelho intenso dialoga com tom neutro da madeira, no projeto de Zezinho Santos



Fotos: Divulgação

Pluralidade nas paredes e nas opiniões. O arquiteto Humberto Zirpoli, por exemplo, aposta que os tons pastéis continuarão em voga, a exemplo dos azuis, verdes, beges e tons de nude. “Discordo da preponderância dos tons vibrantes”, afirma.

Seguindo a onda de tons fortes, a pesquisa da Suvnil para 2012 indica, entre outros tons, cores quentes e terrosas, como os vermelhos queimados de sol e amarelos-alaranjados, que imitam os tingimentos naturais. Indicados especialmente para quem gosta de um clima mais rústico.

**serviço**  
Santos & Santos Arquitetura (3081-5900); Humberto Zirpoli & Analice Zirpoli Arquitetura (3465-9040); Márcia Nejaim Arquitetura (3326-6652)



com a moda. “Todo mundo tem vergonha de algo que usou nos anos 80. Já na década de 90, veio Armani e a sobriedade de tons e cortes. Os anos 2000 trouxeram de volta a cor, o excesso. Acho que agora é que, de fato, aprendemos a usar o excesso.” Segundo ele, a analogia com a moda se adapta às cores das tintas.

Na prática, Zezinho explica que a mistura de tons fortes com outras, mais neutras, deve falar mais alto em 2012. O que corrobora com a sugestão de Paola: “O chá dançante, por exemplo, pode ser usado em um detalhe, como um nicho”, exemplifica.

“Não me perturbo com tendência. Acho que tudo precisa ser adequado ao local que se vive. Até porque ninguém vai ficar trocando de cor de parede todos os anos. O que vale é o perfil”, comenta Márcia Nejaim repercutindo as pesquisas. “Quando as marcas lançam essas tendências, é difícil errar. Porque o mercado segue. Objetos, tecidos, tudo começa a surgir, a se adaptar à tendência.”



**PLURAL** Tons fortes vão além do vermelho



**CLÁSSICO** Tons pastéis continuarão em cena