



A MÁQUINA do Tempo

Zodiac



Que marcas de relógios se podem gabar de ter um filme com o seu nome? Até há pouco tempo, nenhuma, que me lembre. Isto, apesar de o cinema e os relógios terem uma rica história em comum - desde o "mudo"

Harold Lloyd pendurado nos ponteiros de um relógio de torre, em Nova Iorque, uma das mais célebres cenas de sempre na sétima Arte, até à personagem James Bond, que não prescinde do seu Omega. Passando pelo Heuer de Steve McQueen no mítico *Le Mans* ou os enormes Panerai do não menos enorme Arnold "I'll be back" Schwarzenegger.

Agora, temos Zodiac, um filme de David Fincher, baseado num romance de Robert Graysmith, e que conta a história de um assassino em série que aterrorizou a zona da Baía de São Francisco nos anos 60 e 70 do século passado e que nunca foi apanhado.

O desconhecido apelidou-se a si próprio de Zodiac nas mensagens encriptadas que foi enviando à polícia, a gabar-se dos assassinatos.

Onde foi ele buscar esse nome e assinatura (um círculo cortado por duas linhas em ângulo recto)? Certamente que a uma marca de relógios.

O principal suspeito, Arthur Leigh Allen, que nunca chegou a ser acusado e já morreu, usava um Zodiac Sea Wolf quando a polícia o interrogou.

A Zodiac foi fundada por Ariste Calame em 1882 em Le Locle, em plena região relojoeira suíça. No seu historial tem o primeiro relógio automático desportivo e o primeiro relógio de mergulho profissional. A sua presença em Portugal é também bastante antiga. Com o advento do quartzo, a marca quase desapareceu mas, em 2002, foi adquirida pelo grupo norte-americano Fossil, e está neste momento numa fase de relançamento, numa interessante relação qualidade-preço e um design totalmente renovado.

O termo Zodiaco (do grego *zodiakos*, círculo de pequenos animais, derivado de *zodiaion*, diminutivo de *zoon*, animal) designa a faixa de mais ou menos oito graus em torno da elíptica, a linha que o Sol aparentemente descreve na esfera

celeste durante o ano. Os babilónios dividiram essa faixa em doze partes iguais, cada uma correspondendo à posição do Sol durante aproximadamente um mês. Em cada uma dessas partes encontram-se asterismos, grupos de estrelas, que depois receberam nomes inspirados em figuras mitológicas, na sua maioria animais, que deram os signos.

Quando Ariste Calame escolheu o nome e o símbolo para a sua marca, há precisamente 125 anos, não estava decerto a pensar que alguma vez um assassino em série os adoptaria. Mas, seguindo a velha máxima de que "tanto faz que falem de nós, por bons ou maus motivos, desde que falem", a Fossil deve estar "agradecida" a Allen e a Hollywood. ■

www.fernandocorreiaoliveira.com

Novo *site* de relojoaria em português

Carlos Torres é da quinta geração de uma das famílias dedicadas há mais tempo em Portugal ao mundo da relojoaria. Ele e o brasileiro César Rovel decidiram unir esforços para a criação do primeiro grande *site* de Relojoaria em português, o "Relógios & Relógios".



Os *sites* internacionais imprescindíveis

Para além de "Relógios & Relógios", prepara-se o lançamento de pelo menos mais um importante *site* de relojoaria em língua portuguesa, que deverá estar também pronto até ao final do ano. Para já, este projecto está ainda no segredo dos deuses.

Em inglês ou francês, existem excelentes *sites* de Relojoaria, independentes ou ligados a instituições, com anúncios ou sem eles, mais virados para o consumidor final, com ou sem salas de conversação, ou antes interessados em desvendar os bastidores do sector, mas todos eles com um mundo fascinante para oferecer a quem gosta das Máquinas do Tempo. Desde logo, há que ter na lista de "Favoritos" a Federação da Indústria Relojoeira Suíça. Entrou recentemente em cena, mas já é considerado um dos melhores - falamos do *site* da Fundação de Alta Relojoaria, com sede em Genebra, e que dá uma panorâmica completa da Cultura Relojoeira e da sua evolução ao longo dos séculos.

Depois, o líder em termos de consulta continua a ser o World Tempus, que de tal forma se tornou importante que foi adquirido no final do ano passado pela Antiquorum, a principal empresa mundial de leilões em termos de relógios. O Horomundi posiciona-se em segundo lugar em termos de importância e o seu objectivo, claro, é ser o primeiro, estando ligado à principal publicação especializada na Ásia, a excelente revista Revolution. Deixamos aqui ainda mais alguns endereços, nesta viagem virtual pelo Tempo e os seus medidores.

www.fhs.ch
www.horlogerie-suisse.com
www.w-o-s.com
www.worldtempus.com
www.hautehorlogerie.org
www.horomundi.com

"histórico" 25º lugar entre os consumidores mundiais de relógios helvéticos, o Brasil tem registado aumentos anuais de consumo nesse sector superiores a 100%, confirmando-se como um dos mais possantes mercados emergentes. Juntos, Portugal e Brasil representam uma parcela assinalável do consumo mundial de relojoaria suíça - estariam em 18º lugar no *ranking*.

O projecto do *site* "Relógios & Relógios" parte desta realidade promissora e nasce de um outro com o mesmo nome, que já existia em brasileiro. Agora, terá duas versões e dois endereços, em português e brasileiro, respectivamente www.relogioserelogios.com.pt e www.relogioserelogios.com.br.

"Os *sites* serão idênticos, adaptando-se individualmente às necessidades informativas e particularidades de cada mercado e população", explica Carlos Torres. "O surgimento deste projecto vem possibilitar aos apaixonados pelo mundo da relojoaria um ponto de encontro e de informação que com-

plementa o que actualmente é oferecido pela imprensa escrita especializada".

Para já, pode consultar nesses endereços a reportagem que foi feita com as novidades de Basileia e Genebra, os dois certames mais importantes do sector. O arranque de "Relógios & Relógios" em velocidade de cruzado está previsto para Setembro. ■

Portugal é um dos mercados históricos da relojoaria suíça e o consumidor português tem sido dos mais bem informados sobre as fascinantes máquinas do tempo e sua evolução. Ocupando hoje o 25º lugar entre os mercados importadores de relógios suíços, mercê da entrada em cena de gigantes como a China, a Índia ou a Rússia, o consumidor português tem desde há uma década alguns títulos especializados que o esclarecem sobre as novidades relojoeiras, a evolução do sector.

Mas ele tem seguido a tendência mundial e informa-se cada vez mais *on-line*. O Português é o 7º idioma mais utilizado no mundo da Internet. "Na Europa, que representa cerca de 30 por cento dos utilizadores mundiais da rede, Portugal ocupa a 9ª posição, com oito milhões de utilizadores, e tem cerca de 73% da sua população com acesso à Internet, um valor que cresceu 211% desde 2000 e que apenas é ultrapassado pela Suécia", diz Carlos Torres. Quanto ao Brasil, possui quase metade dos utilizadores de Internet de toda a América Latina, com 32,13 milhões de utilizadores, valor que evoluiu 542,6% desde 2000.

"Em conjunto, Portugal e Brasil possuem mais de 40 milhões de internautas, valor mais do que suficiente para garantir a este projecto específico na área da comunicação no sector da relojoaria um campo de acção fértil e alargado", defende Carlos Torres. Se Portugal tem um

HORAS DE VERÃO II

Continuamos no mundo do quartzo e dos relógios de valor relativo, que somos tentados a comprar num ano e a usá-los apenas nesse Verão. Com as cores da moda. Sem preocupações de ir com eles para a água, de os encher de areia, de os perder.



GUESS RETROPUNK Silver

Caixa em aço ou em vinil negro, há também em branco, cor-de-rosa e vermelho.

Preço: ainda não disponível



PACO RABANNE Ready-to-Wear

Caixa em aço, cronógrafo, pulseira em cabedal.

Preço: 279 euros



RIP CURL Gravity Berlin

Caixa em aço, estanque até 100 metros, bracelete de cabedal, com tachas de metal.

Preço: 109,95 euros

GUCCI Twirl Extensions

Novas versões para este Verão. O mostrador gira e o relógio transforma-se numa pulseira, que agora vem em acetato.

Preço: 765 euros



LORUS Sport

Caixa em aço, bracelete em cabedal.

Preço: 44 euros