



Ilustração Kipper

a extinção dos ponteiros

Para os adolescentes, relógios de pulso já vão em boa hora

POR VANESSA BARBARA

Em fevereiro deste ano um estudo da consultoria Piper Jaffray & Co. revelou que dois terços dos adolescentes norte-americanos nunca usaram relógio de pulso. Apenas um em cada dez utiliza o acessório todos os dias. Ainda segundo a pesquisa, as vendas no mercado americano caíram em 17% com relação a 2001.

No Brasil a tendência é a mesma: entre os jovens, o apetrecho está virando item de antiquário, como o relógio-cuco. “É feio”, declara Daniel Tavares, aluno da Escola Estadual Dr. Alberto Cardoso de Mello Neto, no Tremembé, zona norte de São Paulo. “Não tenho nada contra, mas... Sei lá, nunca usei”, completa Ana Paula Soares, de 17 anos, da Escola Estadual Silva Jardim, no Tucuruvi, onde apenas dois dos trinta alunos abordados usavam relógio. O principal motivo para o abandono do acessório é a onipresença dos aparelhos eletrônicos, portáteis ou não, como iPods, celulares, palmtops, computadores e até o forno de micro-ondas. Outras justificativas são apontadas pela nova geração: porque dá alergia, porque os outros ficam perguntando as horas, porque é fácil de perder e, finalmente, porque é coisa de velho.

De fato, na atual temporada da novela teen *Malhação*, apenas um terço dos personagens ostenta o adereço – e só os mais velhos. Entre eles o diretor da escola, o avô da vilã, o professor de ginástica, o advogado certinho, o delegado Silva e a dona Vilma. Dos jovens, a única que usa é a boazinha da trama, que, segundo o site da novela, é “linda, sincera e correta”, e tem o sonho de ser pediatra para ajudar as pessoas carentes. O relógio no pulso não é por acaso. “Só tenho uma amiga que usa”, conta Morgana Ferreira, de 17

anos, aluna do Colégio Estadual Doutor Octávio Mendes, em Santana, também na zona norte de São Paulo. “E sim, ela é a mais certinha da turma.” Ao que tudo indica, há uma forte relação entre os bons costumes e o relógio de pulso. Quanto mais comportado o sujeito e quanto maior a proximidade de seu aniversário de 30 anos, maior é a propensão de usar relógio. Mesmo assim, a despeito dos adolescentes conservadores, dos diferentes ou dos que gostam do apetrecho porque compram “tudo quanto é porcaria na 25 de Março”, uniforme escolar e relógio não costumam andar juntos. “Não estou acostumada”, diz Maria José Soares, 16 anos, da escola Silva Jardim. “Nunca comprei”, afirma Márcia Cristina Santos Silva, 12 anos, do Colégio Luiza de Marillac. “Me incomoda”, explica Marcela Nobre, 15 anos, da Escola Municipal Derville Allegretti.

O assunto é tão grave que há quem prenuncie a extinção do mostrador analógico. De tão habituados ao visor digital, alguns entrevistados confessaram não saber decifrar o sistema de ponteiros. “É muito complicado... O maior é o que marca a hora, né?”, pergunta Daniel Tavares, de 15 anos, genuinamente intrigado, enquanto seus amigos comem cachorros-quentes com excesso de purê. Ao lado dele, de camiseta da Nintendo, a colega de classe Camila Okuma resolve ensinar: “Quando um ponteiro está no doze e o outro na metade é meio-dia e meio. Entendeu?” Ele responde com uma mordida despreocupada no pão. Aparentemente, para o grupo de alunos da escola Dr. Alberto Cardoso de Mello Neto, a coisa mais assustadora do mundo é ver as horas em um relógio de algarismos romanos. Ou em um relógio sem números.

No Brasil e no mundo, os fabricantes já começam a re-

agir. “Com a concorrência mais aberta e maior variedade de produtos e marcas, os consumidores passaram a usar o relógio como acessório de moda”, explica a coordenadora de marketing da Citizen, Patricia Bacan. Para atender à nova configuração do mercado, a empresa aderiu ao mundo fashion, “considerando modernidade e jovialidade como pontos importantes no desenvolvimento das novas coleções”. Além disso, a Citizen tem apostado em modelos ecologicamente corretos para atrair os consumidores apaixonados pela natureza, que, nas palavras de Bacan, são geralmente “jovens bem resolvidos”.

A Orient, maior fabricante de relógios automáticos do Brasil, nega a crise no setor, mas concorda que hoje o consumidor está mais receptivo a modelos que sintetizem sua própria personalidade. “O relógio não é visto apenas como um acessório de moda”, declara Rodrigo Anzanello, diretor de produtos da Orient. “Ele é um *statement* do estilo de vida do usuário.” Como exemplo cita a marca inglesa Storm, que, no Reino Unido, atingiu o topo de vendas na linha casual e foi adotado por celebridades pop como Avril Lavigne e Justin Timberlake. Com vários modelos, o Storm tem um estilo pessoal que emprega cores marcantes e texturas diferenciadas, a fim de atrair o público na faixa entre 18 e 25 anos. “São modelos que agradam particularmente quem se identifica com relógios fashion”, afirma.

Sob essa lógica, a loja de óculos escuros Chilli Beans resolveu não só ignorar os prognósticos negativos, como passou a investir no setor. Em 2005 entrou para o mercado com o lançamento de 140 modelos, e recentemente inaugurou o primeiro quiosque dedicado exclusivamente à venda do produto, no shopping Ibirapuera. “Assim como não vendemos óculos com o único intuito de proteger os olhos, e sim de criar um estilo, apostamos no segmento de relógios como um acessório de moda, algo que você usa para compor seu visual”, diz Tatiana Cesso, assessora de comunicação da marca. Dessa forma, o aparelho ganhou caráter decorativo, em que a função de ver as horas é secundária. Tanto que a empresa acaba de criar “um relógio que tem um sistema curioso, para não dizer esquisito, de ver as horas. Por meio de combinações que piscam incessantemente no visor de cristal líquido, é possível saber horas, minutos, segundos, dia, mês e ano... Basta estudar direitinho o manual de instruções”. O conceito é voltado para quem curte tecno-

Em breve o mundo virtual e o mundo real se integrarão, e os relógios de pulso não serão mais objetos, mas programas de computador

logia e design futurista, não necessariamente para quem precisa saber as horas só de bater os olhos no relógio.

Também os camelôs apostam na dimensão decorativa do produto, deixando a função em segundo plano. Numa das maiores bancas de Santana, localizada perto do metrô, os itens mais vendidos têm grandes pulseiras com borboletas azuis, braceletes de *smiles* sorridentes e cebolões multicoloridos, em sua maioria com mostrador digital.

Custam de 5 a 15 reais e são de grifes como Bolex e Olvin Klein. O relógio com calculadora não existe mais, e nem o relógio com medidor de biorritmo. O que vende mesmo são os relógios fashion.

Mas não por muito tempo. André Kischinevsky, diretor do Instituto Infnet e professor de e-commerce da Fundação Getulio Vargas, se apressa em avisar: todo tipo de objeto cuja única função é nos dar uma informação específica desaparecerá, sendo substituído por *gadgets* virtuais. “Se a utilidade do relógio é nos informar a hora, ele não é mais necessário em um mundo onde há objetos virtuais por toda parte”, garante. “Um relógio virtual, ou seja, um software que podemos enxergar como um relógio, é mais barato e mais preciso, não quebra e não é perdido. E, sim, também pode ser usado como um adereço, desde que os outros possam ver.”

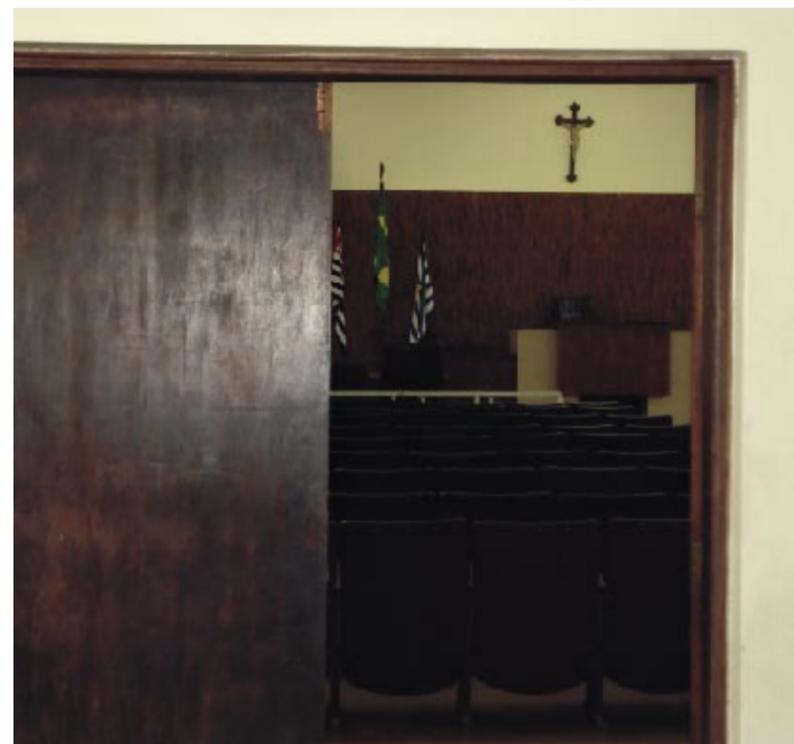
Segundo Kischinevsky, os objetos virtuais irão dividir espaço com os objetos reais. De fato, já trabalhamos com vários deles: a “folhinha” fica na tela do computador, e não em cima da mesa. O atlas é o Google Map. A calculadora está na barra de acessórios do PC. A agenda pode ser um software ou página Web. “A questão é que hoje esses objetos virtuais estão circunscritos a uma tela de computador. No futuro, a interface dos computadores se mesclará ao mundo de átomos, e você poderá ver o relógio ou a ‘folhinha’ com o calendário em cima de sua mesa. Poderá arrastá-lo como arrasta um objeto de átomos: com a mão”, prevê.

Em breve o mundo virtual e o mundo real se integrarão, e os relógios de pulso não serão mais objetos, mas programas de computador. Todo suporte físico de informação desaparecerá. Ninguém mais será obrigado a decifrar algarismos romanos nem terá alergia no pulso. Kischinevsky conclui: “No futuro, espero usar relógios de pulso virtuais, que vão incomodar menos e não pesam nada. E poderei baixar da internet”. ☺

a comunidade forense de são josé dos campos faz as malas

Mesmo após passar por reformas estruturais, o Fórum que recebeu o sindicalista Luiz Inácio Lula da Silva em 1985 e foi alvo de granada do PCC duas décadas depois vai mudar de endereço: o novo prédio será inaugurado em meados de 2009

POR HELDER JÚNIOR



A porta lascada do salão nobre Desembargador Pedro Barbosa Pereira será definitivamente fechada: o novo Fórum terá dois tribunais

A sexta-feira é atípica no movimentado Fórum “Joaquim Cândido de Azevedo Marques”, em São José dos Campos, Vale do Paraíba. Pouco após as 16 horas, a diretora da administração Sílvia Cristina dos Santos ainda consegue conversar por alguns minutos com o marido, Décio dos Santos, diretor do 2º Ofício Criminal, diante da já esvaziada agência da Nossa Caixa, onde funcionava uma lanchonete na época em que os dois se conheceram.

“Sou paulistano. Cheguei aqui em 23 de maio de 1983, e o irmão dela era meu funcionário”, conta o homem, ladeado pela esposa. Uma e outra lembrança depois, ela olha para o relógio, preocupada. “A verdade é que a gente trabalha no mesmo local há anos, mas agora nem se vê durante o expediente”, explica Sílvia. O marido acena com a cabeça e despede-se apressado, com um alvará de soltura em mãos.

A rotina de trabalho agitada não foi a única mudança no cotidiano do casal Sílvia e Décio Santos. Quando se reencontrarem e retornarem para casa, cerca de duas horas depois, eles percorrerão um município hoje completamente distinto daquele que escolheram para morar. Os campos de São José, onde, no final do século XVI, o padre José de Anchieta auxiliou no aldeamento dos índios guaianazes, diminuem aceleradamente.