

# TURBILLHÃO

*A Arte de Viver o Tempo*

**ESCAPE**

O tempo de  
Adrien Silva

**GLAMOUR**

Alma Angolana

**ALTA**  
Relojoaria

*Regresso aos Clássicos*



11 :: Outono - Inverno 2016

PVP Portugal 8€ Angola \$25 / 2500 Akz



5 607727 100966

00011

*Cartier*



*Ballon Bleu de Cartier*  
*Ouro rosa, diamantes*



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS

AV. DA LIBERDADE 194C  
TEL: 210 730 530

HARRYWINSTON.COM



HARRY WINSTON



Harry Winston Emerald



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS

Av. da Liberdade 194C, 210 730 530 · Av. da Liberdade 129, 213 430 076  
Centro Colombo, 217 122 595 · Amoreiras Shopping Center, 213 827 440  
NorteShopping, 229 559 720



Villeret Collection

JB  
1735  
**BLANCPAIN**  
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

[www.blancpain.com](http://www.blancpain.com)

# BVLGARI ROMA



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS

LISBOA • AMOREIRAS SHOPPING CENTER, 213 827 440  
AV. DA LIBERDADE 129, 213 430 076

*«Os detalhes fazem a perfeição,  
mas a perfeição não é um detalhe»*

Leonardo da Vinci



# OCTO

*solotempo*



# RICHARD MILLE

A RACING MACHINE ON THE WRIST\*

\*UMA MÁQUINA DE CORRIDA NO PULSO



LISBOA, CENTRO COLOMBO, TEL. 217 122 595  
AV. DA LIBERDADE 194C, TEL. 210 730 530  
[www.boutiquedosrelogiosplus.pt](http://www.boutiquedosrelogiosplus.pt)



**CALIBRE RM 011**  
EDIÇÃO LIMITADA OURO ROSA



Capa

Fotografia: Carlos Ramos | Produção: Gabriela Pinheiro  
Cabelo e Maquilhagem: Marta Pardal  
Adrien Silva vestido por Rosa & Teixeira

Relógios de capa

Breguet Tradition 7067 GMT  
Omega Seamaster Planet Ocean



Propriedade e Edição

Tempus Distribuição. S.A.

Directora Marina Oliveira – moliveira@turbilhao.pt

Redacção Marina Oliveira e Companhia das Cores

Colaboradores Andreia Amaral, Andrew Marshall, Bruno Lobo, Carlos Torres, Catarina Palma, Emmanuel Breguet, Fernando Correia de Oliveira, Gonçalo Ferreira, Jeffrey S. Kingston, José Manuel Moroso, Nick Smith e Raquel Soares

Design, Conceção gráfica e Produção

Companhia das Cores – Design e Comunicação Empresarial, Lda.  
Rua Sampaio e Pina, n.º 58, 2.º Dt.º, 1070-250 Lisboa  
Tel.: (+351) 213 825 610 | design@companhiadascoces.pt

Paginação Ana Gil, Carlos Salvado e Diana Esteves

Direcção Comercial e Publicidade

Companhia das Cores – Design e Comunicação Empresarial, Lda.  
Tel.: (+351) 213 825 610 | marketing@companhiadascoces.pt

Administração, Edição e Redacção

Tempus Distribuição. S.A.  
Avenida Infante D. Henrique, lote 1679, R/c Dt.º – clj.,  
1950-420 Lisboa, com o Capital Social de 50.300 euros,  
registada no Registo Comercial de Lisboa, nº 503939803  
NIPC 503939803 | Tel.: (+351) 218 310 100  
Publicação inscrita na Entidade Reguladora  
para a Comunicação Social sob o n.º 126114.  
Todos os direitos reservados. Qualquer reprodução ou cópia  
do conteúdo sem autorização do autor será punida por lei.  
Depósito Legal n.º 335157/11 | ISSN 2182-3987

Impressão Lidergraf. Artes Gráficas. S.A.

Rua do Galhano n.º 15, 4480-086 Vila do Conde  
Tel.: (+351) 25 210 33 00 | lidergraf@lidergraf.pt

Distribuição VASP. Distribuidora de Publicações. Lda.

MLP – Quinta do Grajal, Venda Seca, 2739-511 Aigualva - Cacém  
Tel.: (+351) 214 337 000 | geral@vasp.pt

Estatuto editorial

Disponível em [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)

Periodicidade Semestral | Tiragem 12.000 exemplares

**TURBILHÃO**  
A Arte de Viver o Tempo

Assinaturas

**Assine a TURBILHÃO e receba a revista com toda a comodidade em sua casa**

Portugal 16 Euros | Angola \$50 / 5000 Akz por 2 números

Portugal 32 Euros | Angola \$100 / 10.000 Akz por 4 números

Companhia das Cores – Design e Comunicação Empresarial, Lda.

Rua Sampaio e Pina, n.º 58, 2.º Dto., 1070-250 Lisboa

Tel.: (+351) 213 825 610 | Fax: (+351) 213 825 619 • [marketing@companhiadascoces.pt](mailto:marketing@companhiadascoces.pt)

[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)

TO BREAK THE RULES,  
YOU MUST FIRST MASTER  
THEM.\*

VALLÉE DE JOUX. UM AMBIENTE SEVERO E AUSTERO  
HÁ MILÉNIOS. E DESDE 1875, A CASA DA AUDEMARS  
PIGUET, NA VILA DE LE BRASSUS. OS PRIMEIROS  
RELOJOEIROS FORAM FORMADOS AQUI, NA  
GRANDIOSIDADE DA FORÇA DA NATUREZA, MAS  
DETERMINADOS EM DOMINAR OS SEUS MISTÉRIOS  
ATRAVÉS DAS MECÂNICAS COMPLEXAS DO SEU  
OFÍCIO. AINDA HOJE, É ESTE MESMO ESPÍRITO  
PIONEIRO QUE NOS INSPIRA A DESAFIAR,  
CONSTANTEMENTE, AS CONVENÇÕES DA ALTA  
RELOJOARIA.



ROYAL OAK  
OFFSHORE  
CRONÓGRAFO  
EM OURO ROSA  
E CERÂMICA

AUDEMARS PIGUET  
*Le Brassus*



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



21



84



94



48

- 108 Evasão
- 112 Gourmet
- 121 Evasão
- 124 Espaços de Referência
- 129 Um relógio com...
- 130 Real Estate
- 132 Documentário Terra
- 138 Arte & Cultura

**141 GLAMOUR**

- 142 Entrevista Nadir Tati
- 146 Tempo no Feminino
- 150 Espaços de Referência
- 156 Jóias
- 164 Luc8k
- 166 Moda
- 170 Um relógio com...

16 Editorial

**17 ALTA RELOJOARIA**

- 18 Complicação
- 24 Peças Emblemáticas
- 28 Back to the Future
- 36 Peças de Excepção
- 50 Entrevista Raynald Aeschlimann
- 52 Parcerias de Sucesso Breguet
- 58 Técnica Blancpain
- 64 História Speedmaster
- 70 Parcerias de Sucesso
- 74 Novidades

**79 ESCAPE**

- 80 Entrevista Adrien Silva
- 84 Motores
- 96 Evasão
- 100 Gourmet



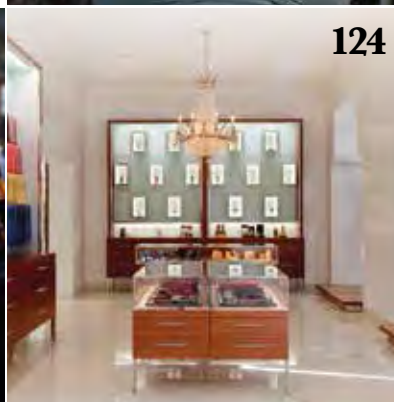
156



100



116



124

# ROGER DUBUIS

D A R E T O B E R A R E



**EXCALIBUR**  
Esqueleto Automático  
com micro-rotor

 **BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS**

Centro Colombo, Tel. 217 122 595 - Av. da Liberdade 194C, Tel. 21 073 05 30  
[www.boutiquedosrelogiosplus.pt](http://www.boutiquedosrelogiosplus.pt)





# Regresso *aos clássicos*

A aposta nos valores seguros é a grande tendência de 2016. Com ela, as grandes marcas de alta relojoaria apostam num regresso aos clássicos. Esta revisitação do passado glorioso da indústria relojoeira reflecte-se no lançamento de modelos inspirados em outros grandes sucessos da sua época ou em peças totalmente novas, mas cujo ADN se forma de genes de carácter vintage. Com isto, assistimos ao regresso de relógios de inspiração militar (sobretudo ligados à aviação), bem como de modelos míticos do passado.

Mas se, no que diz respeito ao design, este regresso aos clássicos é bastante visível, não é menos verdade que, por baixo desta aparência vintage, a tônica é a da inovação. De facto, as marcas relojoeiras não poupam esforços no desenvolvimento de mecanismos de ponta e na utilização de materiais inovadores, sempre com o mesmo objectivo em mente: a melhor precisão cronométrica possível.

O regresso aos clássicos, adaptados à vanguarda de um mundo em constante mudança, é uma tendência que extravasa o universo relojoeiro. Na moda, assistimos à revisitação das rendas, toucados e padrões ao estilo romântico. Nos automóveis, modelos míticos equipam-se com novas tecnologias, adaptando designs de sempre a inovações futuristas. E até na arte, os artistas do presente apresentam obras inspiradas em temas tão antigos como a humanidade.

Ainda antes de o caro leitor passar à leitura de todos os artigos que preparámos para si, não podemos deixar de lembrar que, em termos desportivos, Portugal, e de certa forma toda a lusofonia, entrou para a história com a conquista do Campeonato Europeu de Futebol. Adrien Silva foi um dos muitos conquistadores que nos levou à glória e que, agora, promete também marcar pontos no universo da relojoaria, ao protagonizar uma surpreendente contratação de última hora como embaixador da Boutique dos Relógios Plus.

Ao Adrien, votos de sucesso neste novo desafio. A todos os nossos leitores, obrigada pela preferência, e desfrutem do que preparámos para todos vós nesta 11.ª edição da Turbilhão. Boa leitura.

***Marina Oliveira***

Directora



# ALT *Relojo* **A** *ria*

## **Complicação**

Regresso aos Clássicos  
Peças Emblemáticas  
Back to the Future

## **Peças de Exceção**

Breguet  
Jaquet Droz e Blancpain  
Audemars Piguet  
Turbilhão

## **Entrevista** Raynald Aeschlimann

**Parcerias de Sucesso** Breguet e a Aviação

**Técnica** Blancpain e as fases da Lua

**História** Omega Speedmaster

## **Parcerias de Sucesso**

HYT e Alinghi  
Roger Dubuis e FFF Racing Team

## **Novidades**

Tendências Relojeiras  
Omega  
Longines

18

24

28

36

40

42

46

50

52

58

64

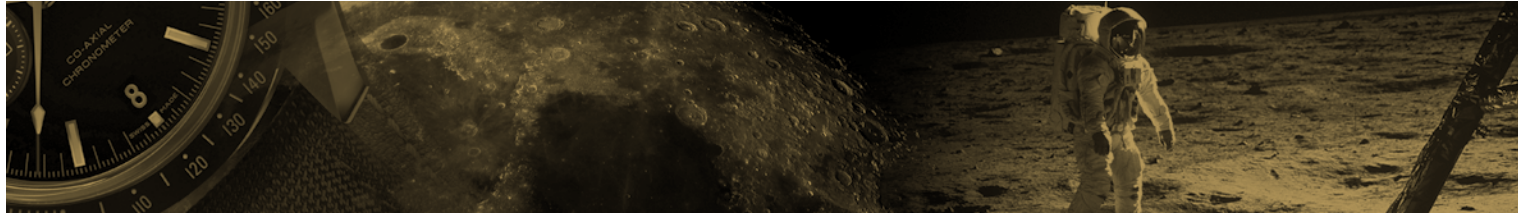
70

72

74

77

78





# *O eterno regresso* AOS CLÁSSICOS

*Num ambiente de incertezas, a procura de valores seguros*

No diálogo entre a forma e a função, nessa diminuta paleta criativa que é um relógio de pulso, há 100 anos que se faz do antigo, novo. Em tempo de incerteza, o apelo para o clássico e para o perene, para o valor seguro e simples, reforça-se. Para que o medidor de tempo lhe resista melhor e possa assinalar episódios marcantes da nossa vida, sendo ponte e memória entre gerações.

:: *Texto de Fernando Correia de Oliveira*

“**A**os 15 anos, em 1975, o meu pai deu-me um relógio de pulso Omega e a minha mãe uma máquina de escrever Brother. O relógio foi comprado numa ourivesaria na Praça da Figueira. A Brother foi comprada, para ficar mais barato, a uma colega da minha mãe. Foram as prendas dos meus pais por eu ter feito o 5.º ano. O meu pai deu-me, de facto, uma prenda. A minha mãe não, porque achava que estudar e ter boas notas era o meu dever. Aliás, a minha mãe dava-me prendas todos os dias. [...] Mais tarde, quando já tinha passado centenas de poemas na Brother, troquei-a por uma Olympia semi-portátil e paguei mais 20 contos. [...] Arrependo-me imenso de o ter feito. O outro choque foi quando a minha mãe me disse para ir ao Maury, que ela considerava um bom relojoeiro, substituir a pulseira do Omega que,

entretanto, se tinha rompido. O empregado do Maury olhou com desdém para mim e para o Omega da Praça da Figueira e disse “custou-lhe menos o relógio do que vai custar a pulseira” e “quando o comprou deu por ele z”. Sendo z uma quantia baixíssima. Mas ainda hoje tenho o Omega e continua a regular bem. [...]”.

Adília Lopes, escritora portuguesa contemporânea, in Crónicas da vaca fria, na Púbrica, Domingo, 25 de Março de 2001.

Dois amigos encontram-se, depois de muitos anos sem se verem. No pulso de um deles, um relógio chama a atenção. “Este? É emprestado pelo meu filho”, diz. “Mas ele acaba de nascer!”, reage o outro. “Bem... prometi à minha mulher que lho darei quando ele for um homem”. “Estás assim a tomar conta do processo de envelhecimento do relógio do teu filho, durante os próximos 20 anos”, finaliza o amigo.

Este diálogo está na mais recente campanha de comunicação de uma marca de relógios. Não, não é a que está a pensar; aquela que diz que “você nunca é verdadeiramente dono dele, antes seu guardião até ser passado à geração seguinte”. O diálogo, ao fim e ao cabo, transmite a mesma mensagem – a perenidade e significado patrimonial de um relógio mecânico. Mas é de uma marca do Japão, país conhecido pela adesão maciça aos gadgets electrónicos.

Em tempo de incerteza global, o apelo dos valores seguros, perenes, faz-se também sentir na relojoaria. Ou, por outras palavras, se os seus pais lhe derem um iPhone ou um smartwatch quando acabar o liceu, o que sobrá de eles quando sair da universidade? Pois. Um gadget fica fora de moda, está ultrapassado, avaria sem conserto possível, ao fim de meses, anos no máximo. Um relógio mecânico de pulso, por mais antigo que seja, tem sempre vida longa, seguramente de mais de 100 anos; se mantido como deve ser, será cúmplice de bons e maus momentos de gerações e terá sempre histórias que contar e recordar.

Ora, património e perenidade levam a outra componente do verdadeiro luxo – aquilo que, de valor material ou sentimental, ou ambos, tem possibilidade de ser reparado. E um relógio mecânico pode ser sempre reparado. Património perene e reparável requer, para resistir à espuma dos dias, formas clássicas, acima de modas e extravagâncias.

E o mundo da relojoaria percebe isso. Nos últimos anos, as marcas foram aos arquivos, ao ADN próprio, e começaram a fazer reedições, baseadas esteticamente em modelos vintage, com mostradores e vidros abaulados, cores pastel, braceletes de nylon ou malha tipo milanesa. Simples, com mostradores de dois ou três ponteiros, quando muito acrescentando uma data. E reduziram o tamanho das caixas, que começava a ser exagerado – acima dos 42 mm –, mas não tanto que chegassem aos 35 ou 36 mm dos relógios de homem dos anos 1930 e 1940. Nas senhoras, as caixas aumentaram para os 35 mm antes “masculinos” e não deverão descer muito abaixo disso, embora algumas reedições actuais, recordando os anos 1920, surjam com caixas de 25 mm, onde é praticamente impossível ver as horas, antes se está perante uma pulseira ou jóia, um adereço. O tempo volta para trás, mas não igual em tudo.

Há, como em tudo, excepções. Neste revivalismo, um modelo tem passado incólume, contra ventos e marés – estamos a falar do cronógrafo. Também ele revisitado, em estéticas dos anos 1950 a 1970, mas sempre na moda, sobretudo para o público masculino. Costumamos dizer que, nos relógios, acontece como nos carros – a carrinha funciona sempre melhor que o modelo base. Num relógio com pouco apelo estético, a versão cronógrafo como que ganha vida própria, fica mais equilibrada, é “outro” relógio.

Assinalar um nascimento, uma graduação, o primeiro emprego, a promoção, o noivado, o casamento. Uma prenda dada a si próprio ou recebida de alguém que lhe diz muito. Ou que já nem sequer está fisicamente viva, mas que lhe aparece em memória sempre que olha para o relógio que traz no pulso. Sim, porque não estamos a vê-lo a olhar com nostalgia, ao usar o telemóvel do avô...

## *Relojoaria e estilos - a forma antes da função*

O relógio de pulso começou a massificar-se há exactamente 100 anos, quando milhares de soldados norte-americanos desembarcaram em teatro europeu, no âmbito da I Guerra Mundial. Mas seriam precisos mais 30 anos para que, no rescaldo da II Guerra Mundial, eles destronassem definitivamente o relógio de bolso como objecto pessoal imprescindível. No final do século XIX e início do século XX, o relógio de pulso foi sobretudo usado pelas mulheres e era visto como objecto efeminado pelos pater familiae, que preferiam ostentar a sua autoridade tornando visível a corrente do relógio, guardado no bolso do colete. Como objecto eminentemente feminino, o relógio de pulso desses primeiros tempos começou por ser, desde logo, mais adereço que utensílio. Por outras palavras, dava-se mais atenção à forma que à função. O relógio-jóia prevalecia.

Desde esses primeiros tempos a indústria relojoeira sofreu as influências das grandes correntes estéticas do virar do século – o movimento da Arte Nova, surgido por volta de 1880 e que durou até ao início da I Guerra Mundial, por um lado; o movimento Art Déco, surgido no final da I Guerra Mundial. O primeiro glorificava a era industrial e a arquitectura do ferro; o segundo dava primazia à variedade de formas e cores. O terceiro grande movimento a influenciar a relojoaria foi o do design, principalmente a escola Bauhaus. E as preocupações teóricas em redor da forma e da função. Com força nos anos 1920, estendeu a sua influência até aos anos 1960.

A moda, com formas, materiais e cores, tomou definitivamente conta dos relógios a partir dos anos 1980, quando estes deixaram de ser simples marcadores de tempo para, lentamente, passarem a ser quase unicamente adereços, sinais que queremos dar de nós próprios, perdendo a sua tradicional perenidade. Mas a situação mundial, o sentimento colectivo, mudou. As dificuldades e incertezas tornam o consumidor mais resistente à compra por impulso, mais conservador e até nostálgico. Quer, quando gasta o seu dinheiro, ter em troca um objecto fiável e que dure. Esteticamente simples, que passe mais despercebido, e que possa ser usado com tudo e em todas as ocasiões.

A nostalgia do vintage domina. Muitas marcas decidiram ressuscitar dos arquivos modelos seus dos anos 1950 e 1960, não apenas imitando formas, como mesmo as cores “in” dessas décadas. De seguida damos alguns exemplos desse movimento, com modelos que consideramos perenes, marcantes na história da relojoaria, não só pelo seu valor técnico, mas mais pelo seu apelo estético.



**CARTIER**  
Ballon Bleu

## *Cartier*

Santos Dumond era amigo pessoal de Louis Cartier. Na Paris do virar do século, o joalheiro desenhou em 1904, a pedido do pioneiro da aviação, um relógio que ele pudesse usar no pulso, mais prático de consultar enquanto pilotava. Com caixa quadrada e parafusos facetados na luneta, traduzia com elegância o espírito Arte Nova e a glorificação das máquinas. Só em 1911 o relógio foi comercializado, já com o nome de Santos, a pedido de outros amigos de Cartier. Um modelo que se mantém, declinado sobre esta base, até hoje.

## Audemars Piguet

Foi o primeiro relógio de luxo feito de aço. E saiu em 1972, quando a indústria relojoeira suíça se debatia numa crise profunda, devido à concorrência dos relógios de quartzo japoneses. Quem desenhou o Audemars Piguet Royal Oak foi um dos maiores criadores de formas relojoeiras do século XX, o genebrino Gerald Genta. Formas fazendo lembrar o portaló de um navio, com luneta octogonal, também com parafusos à vista, num revivalismo Art Déco. Formas que resistiram às mais diversas declinações e materiais. E, desde 1993, enriquecidas com a versão Offshore, mais desportiva. O Royal Oak original (49 x 39 x 3 mm) tinha o mostrador com decoração guilloché, tipo tapeçaria. E vinha com um calibre automático, com rotor central, o mais fino da sua época. Indicava horas, minutos e data (numa janela, às 3 horas). E, outro aspecto revolucionário e tecnicamente difícil de resolver, tinha pulseira em aço, totalmente integrada na caixa. Gerald Genta, para além do Royal Oak, desenhou o Omega Constellation (1959), o IWC Ingenieur (1976), o Patek Philippe Nautilus (1976) ou o Cartier Pasha (1997).



**AUDEMARS PIGUET**  
Royal Oak



**IWC**  
Portuguesa  
Corda Manual 8 Dias

## IWC

O relógio “O Português” terá partido de um pedido de importadores portugueses que queriam relógios de pulso com caixas grandes e calibres resistentes. Respondendo a esse pedido, a manufatura iniciou em 1938 a produção de uma caixa nova, onde meteu um calibre de relógio de bolso já existente. Baptizou-a de Português. Trata-se da mais perene linha da IWC e uma das mais perenes na história da relojoaria mundial. É também, ainda hoje, um dos modelos de maior êxito da marca, sendo mundialmente reconhecido. Começando por ser um três ponteiros clássico (com caixa grande para a época), teve nos anos 1970 a versão cronógrafo automático, ainda hoje a mais popular. É “o relógio masculino” por excelência, mercê das suas linhas simples, puras, imponentes, mas, ao mesmo tempo, elegantes.



## Zenith

A relojoaria e a aviação estiveram, desde os primórdios desta última, intimamente ligadas. Dentro da categoria dos chamados relógios militares, os dedicados a aviadores são um capítulo à parte, onde a legibilidade, de dia ou de noite, é particularmente importante. Caixas grandes, pulseiras muito grandes, que pudessem ser atadas à perna do piloto e não ao pulso, materiais luminescentes, resistência a campos magnéticos, algarismos enormes deram a estética dos anos 1930 e 1940, que hoje está muito em moda. A Zenith está ligada à primeira travessia da Mancha em avião (feita pelo francês Blériot, com um relógio da marca no pulso) e tem registado o direito de usar a palavra “Pilot” nos seus mostradores. Nos últimos anos tem aproveitado a onda vintage e reeditado relógios de piloto, com aspecto militar e correias a condizer.

**ZENITH**  
Heritage Pilot Cafe Racer

## Omega

Nenhuma marca de relógios se pode gabar de já ter estado na Lua, à exceção, claro, da Omega, com os cronógrafos Speedmaster de carga manual a fazerem parte do equipamento dos astronautas norte-americanos. O primeiro Omega Speedmaster foi produzido em 1957. A estética do mostrador foi inspirada nos painéis dos carros italianos da época, contrastando o preto e o branco para uma melhor leitura. O relógio tinha o movimento mecânico Omega 321, também conhecido como o Lémania. O nome “Speedmaster” teve origem no taquímetro que apareceu na luneta, pela primeira vez, em qualquer relógio do mundo. O termo “Professional” foi acrescentado ao mostrador Speedmaster, em 1965, como uma referência aos profissionais da NASA, para quem o Speedmaster se tornou o relógio de escolha. Buzz Aldrin tornou-se o primeiro astronauta a andar na lua com o Omega Speedmaster Professional, a 21 de julho de 1969. Neil Armstrong tinha deixado o seu Speedmaster no módulo lunar como um backup para o temporizador eletrónico a bordo, que tinha avariado. A linha Speedmaster continua a ser a mais popular da Omega, numa estética que tem resistido ao tempo. ✨

**OMEGA**  
Speedmaster CK2998



Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# DEIXE OS SEUS SONHOS VOAR



Junte-se à conversa em  
#B\_Original.

**Grande Relógio Aviator Edição «Le Petit Prince». Ref. 5009:** Príncipezinho diz ao avião que lhe dará um sorriso amigo a partir das incontáveis estrelas que brilham no céu à noite. A visão deste relógio inspira sentimentos similares, pois cada detalhe é uma alegria para os olhos. Este não é apenas um imponente relógio de 46 milímetros de diâmetro, impressiona também pela sua elegância clássica que ressalta o mostrador azul meia-noite. A perfeição técnica, por outro lado, é garantida pelo movimento do calibre 51111 manufaturado pela IWC, com a sua

reserva de marcha para sete dias. Tempo suficiente para esquecer o tempo e acompanhar a jornada de sonho do Príncipezinho. **IWC. ENGINEERED FOR MEN.**

Movimento de relógio mecânico, Corda automática Pellaton, Calibre manufaturado 51111, Reserva de marcha depois da corda completa 7 dias, Indicação da reserva de marcha, Indicação da data, Ponteiro central dos segundos com dispositivo de paragem, Caixa interior em ferro suave para blindagem antimagnética, Coroa de rosca, Vidro safira, bombeado, antirreflexo de ambos os lados, Gravura especial no fundo, Resistente à água 6 bar, Diâmetro 46 mm, Bracelete Santoni em pele de vitela.

**IWC**  
SCHAFFHAUSEN

 **BOUTIQUE**  
**DOS RELÓGIOS PLUS**

# Audemars Piguet Royal Oak Calendário Perpétuo



**N**um regresso às origens do luxo relojoeiro, a Audemars Piguet lança uma nova versão do Royal Oak Calendário Perpétuo, integralmente em ouro amarelo clássico. À semelhança dos seus antecessores em aço e ouro rosa, o novo modelo possui uma caixa octogonal de 41 mm – cujo fundo em vidro de safira revela o movimento automático calibre 5134 –, com coroa aparafusada, o que assegura uma estanqueidade até 20 metros. O mostrador azul deste Royal Oak está decorado com o típico padrão “Grande Tapisserie” e ostenta as indicações de calendário em sub-contadores às 9h (dia), 12h (mês e ano bissexto) e 3h (data). Já a indicação das fases da lua astronómica surge às 6h, enquanto o número da semana é indicado, através de um ponteiro, num anel à volta do mostrador. ✨

## Ficha Técnica

**MOVIMENTO:** Automático, calibre 5134, 374 componentes, 19800 alt/h, 40 horas de reserva de marcha.

**CAIXA:** Ouro amarelo, 41 mm, coroa aparafusada, fundo em vidro de safira, estanque até 20 metros.

**MOSTRADOR:** Azul, padrão “Grande Tapisserie”, marcadores das horas e ponteiros em ouro amarelo com revestimento luminescente, indicações de horas, minutos, dia, mês, ano bissexto, data, fases da Lua e número da semana.

**BRACELETE:** Ouro amarelo com fecho de báscula em ouro amarelo.





# Breitling

## Navitimer 1884

**N**um tributo à sua história, a Breitling apresenta o novo Navitimer 1884, uma peça de edição limitada a 1884 exemplares, em honra ao ano de fundação da marca. Em 1942, a Breitling introduziu o famoso Chronomat, um cronógrafo manual com régua de cálculo, cujo mais famoso membro da família é o Navitimer. Na época, este modelo oferecia um calendário inovador com exibição da data através de ponteiro e uma janela dupla para indicação do dia e do mês. Já a régua de cálculo circular transformou o Navitimer no relógio de culto entre pilotos.

Em 2016, o Breitling Navitimer regressa numa edição especial, cujo mostrador em prata preta apresenta detalhes em esmalte e uma característica inovadora às 9h: um contador dos pequenos segundos com exibição adicional de 24 horas, ao estilo militar. Movido pelo calibre automático Breitling 21, o Navitimer 1884 apresenta-se numa caixa de 46 mm em aço. ✨



### Ficha Técnica

**MOVIMENTO:** Automático, calibre Breitling 21, certificado pelo COSC, 28800 alt/h, 42 horas de reserva de marcha.

**CAIXA:** Aço, 46 mm, luneta giratória com régua de cálculo circular, fundo de rosca, estanque até 30 metros.

**MOSTRADOR:** Prata preta, detalhes em esmalte, indicações de horas, minutos, pequenos segundos, cronógrafo, régua de cálculo, 4 horas, data, dia e mês.

**BRACELETE:** Aço, pele de crocodilo ou borracha preta.

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





## *Piaget Polo S*

**L**ançado pela primeira vez em 1979, num modelo em ouro, o Polo da Piaget foi um enorme sucesso nos anos oitenta e manteve-se até hoje na colecção da marca, embora com uma presença um pouco mais low profile. No ano em que a aposta nos valores seguros é a grande tendência das marcas relojoeiras, a Piaget revisita o seu best-seller da década de oitenta, com o lançamento do Polo S.

Trata-se de um modelo cujo S do nome assume triplo significado: aço (steel), estilo (style) e assinatura (signature) da marca. Diferente em muitas formas, a nova e melhorada versão do Polo mantém, contudo, a mesma elegância desportiva tão venerada na primeira versão. Movido por um novo movimento desenvolvido in-house, o novo Polo S apresenta-se em duas versões: simples com data ou cronógrafo. ✨

### Ficha Técnica

**MOVIMENTO:** Automático, calibre de manufactura 1110P ou 1160P (cronógrafo).

**CAIXA:** Aço, 42 mm, fundo em vidro de safira transparente.

**MOSTRADOR:** Azul, branco ou cinzento, índices luminescentes, indicações de horas, minutos, segundos e data ou horas, minutos, segundos, data e cronógrafo.

**BRACELETE:** Aço com fecho de báscula integrado.



# IWC

## Mark XVIII

### “Le Petit Prince”

Com um design extremamente sóbrio – no espírito dos mais famosos Marks (XI e XII) – o novo IWC Mark XVIII apresenta algumas mudanças significativas em relação ao seu predecessor Mark XVII. Os ponteiros ao estilo “Spitfire” mantêm-se, mas a janela da data estilo altímetro foi reduzida a uma data simples. Já o triângulo às 12h desceu ligeiramente, embora ainda flanqueado pelos dois pontos, e as dimensões da caixa foram reduzidas para 40 mm.

Aqui salientamos a edição especial Mark XVIII “Le Petit Prince”, que se destaca pela janela da data em branco e pelo mostrador raiado azul profundo. No fundo da caixa deste modelo que homenageia o personagem principal da obra de Antoine de Saint-Exupéry figura uma gravação do Pequeno Príncipe. O toque final é dado pela correia em pele Santoni. ✨



#### Ficha Técnica

**MOVIMENTO:** Automático, calibre 30110, caixa interior em ferro macio para resistência magnética, 42 horas de reserva de marcha.

**CAIXA:** Aço, 40 mm, fundo gravado com imagem do Pequeno Príncipe, estanque até 60 metros.

**MOSTRADOR:** Azul profundo raiado, indicações de horas, minutos, segundos e data.

**BRACELETE:** Pele Santoni castanha.



# *back* TO THE **FUTUR**

Num regresso ao passado recuperam-se tendências, estilos e modelos relojoeiros míticos. Envoltas em rendas, padrões, folhos e tecidos fluidos, as peças do tempo assumem lugar de destaque em cenários onde o romantismo e a sensualidade andam de mãos dadas e evocam memórias há muito esquecidas. Reminiscências que agora renascem num outro plano temporal, com as mesmas inspirações, mas novas interpretações.

**Fotografia:** Carlos Ramos

**Produção e Styling:** Gabriela Pinheiro assistida por Rita Rosa

**Maquilhagem:** Cristina Gomes

**Cabelos:** Eric Ribeiro

**Modelos:** Marco Santos e Raquel Sampaio (L'Agence)

# E

*Marco*

**CARTIER** Drive de Cartier

*Sobretudo e Colete Della Ciana, Rosa & Teixeira  
Camisa e Calças de ganga Ermenegildo Zegna*

*Raquel*

**BLANCPAIN** Villeret Cabo da Roca

**MATTIA CIELO** Brincos Rugiada

**DJULA** Anel Lace e Multi corações

*Casaco e Calças DSquared.*

*Camisa Etro, tudo na Fashion Clinic*



*Marco*

**BREGUET** Tradition Cronógrafo Independente

*Blazer e Camisa, tudo Ermenegildo Zegna*

*Raquel*

**CARTIER** Hypnose de Cartier

**FALCINELLI** Anel e Pulseira Katia

**MATTIA CIELO** Anel Rugiada

**DJULA** Anel quatro círculos

**BULGARI** Pulseiras Musa

**AUDEMARS PIGUET** Royal Oak

**FALCINELLI** Anel Elegant

*Blusão Antonio Marras. Camisa Dolce & Gabbana.*

*Saia e Botas Chloé, tudo na Stivali*



*Marco*

**IWC** Big Pilot

*Gabardine Valentino na Fashion Clinic.*

*Camisa, Calças e Gravata, tudo Ermenegildo Zegna*

*Raquel*

**HARRY WINSTON** Emerald

**FALCINELLI** Anel e Pulseira Katia

**MATTIA CIELO** Anel Rugiada

**DJULA** Anel quatro círculos

**BULGARI** Pulseiras Musa

*Vestido Philosophy no Espace Canelle*







**HUBLOT** Classic Fusion All Black Berluti

*Fato e Camisa Christian Dior.*

*tudo na Fashion Clinic*



**IWC** Portofino

**DAMIANI** Anel Bacci Cerâmica

Camisa Elie Saab. Calças Raci.

Clutch Dolce & Gabbana. tudo na Stivali



# *Tradition* CRONÓGRAFO INDEPENDENTE

A atmosfera é delicada no pináculo da alta relojoaria. Para aí assegurar um lugar, uma Casa relojoeira deve ter-se tornado perita – ou como se diz mais frequentemente, “in-house” – em toda a gama de maiores desafios da haute horlogerie: calendários perpétuos, turbilhões, repetições de minutos, e, claro, cronógrafos.

:: *Texto de Jeffrey S. Kingston, tradução e adaptação de Marina Oliveira*

**N**o caso da Breguet, não só podemos encontrar todos nas suas colecções, como múltiplas versões de cada um, havendo uma diversidade surpreendente de movimentos que a marca oferece em cada uma destas complicações, incluindo cronógrafos. Não só a panóplia de cronógrafos Breguet é vasta, como acolhida pelo calibre 2320, como é conhecido internamente, ou 533.3, como é conhecido publicamente, e que durante décadas reinou como o mais respeitado movimento cronógrafo topo de gama do mundo.

Claro que a Breguet poderia ter descansado sobre estes alcances do passado e ter deixado intocável a sua colecção de cronógrafos. Ao invés disso, os pavilhões da Baselworld 2015 agitaram-se quando a Breguet lançou o seu sexto calibre cronógrafo com o Tradition Cronógrafo Independente. Este novo cronógrafo representa muito mais do que um enriquecimento e ampliação das escolhas Breguet neste campo, dado que apresenta uma construção nunca antes vista e abre um novo capítulo na história da evolução do cronógrafo.

Um breve tutorial sobre o essencial do cronógrafo coloca este novo movimento em contexto. Essencialmente, todos os cronógrafos do mundo incorporam alguma forma de mecanismo de interruptor. Quando o cronógrafo é iniciado, universalmente através de um botão, este mecanismo é utilizado para ligar os componentes do cronógrafo à normal engrena-



gem do relógio. O inverso também é verdadeiro, quando o cronógrafo é parado; o pressionar do botão para parar faz com que os componentes do cronógrafo sejam desligados da engrenagem. Ao longo dos últimos dois séculos do desenvolvimento do cronógrafo, os relojoeiros desenvolveram e aperfeiçoaram uma multitude de diferentes sistemas de interruptor para alcançar esta ligação e interrupção. Tomemos por exemplo o 2320/533.3. Este emprega um sistema de embraiagem horizontal com roda de colunas altamente evoluído, que liga o cronógrafo ao movimento, pivotando em conjunto duas rodas finamente dentadas.

### *Um movimento próprio para o cronógrafo*

O Tradition Cronógrafo Independente não possui tal mecanismo para ligação ou interrupção. De facto, o começar e parar do cronógrafo tem lugar sem qualquer ligação/interrupção do movimento principal do relógio. Estas duas frases, por si só, enfatizam a forma como este movimento é revolucionário e novo. A aventura da sua criação começou a partir de uma folha em branco, sem qualquer ligação a outros cronógrafos precedentes.

Assim, se não existe um mecanismo interruptor para ligar o cronógrafo à engrenagem, como pode este funcionar? A resposta está no nome, particularmente na palavra “independente”. O cronógrafo possui o seu próprio movimento, separado e independente do movimento principal do relógio. Para os conhecedores, a presença de dois elementos cronométricos separados sugere imediatamente que o Cronógrafo Tradition está equipado com duas rodas de balanço (uma dedicada ao cronógrafo, a outra ao movimento principal), simetricamente colocadas, adjacentes uma à outra, e ambas visíveis na parte da frente do relógio. Em comum com todos os modelos não turbilhão na colecção Tradition, ambas as rodas de balanço estão equipadas com sistemas pára-quedas antichoque. As duas rodas de balanço partilham o mesmo diâmetro, o que empresta uma coerência visual à peça do tempo.

Pese embora a novidade de colocar um cronógrafo independente com um balanço de diâmetro idêntico ao principal do relógio, não pense que o movimento cronógrafo independente foi construído de acordo com as convenções, já que a Breguet o concebeu de um modo totalmente pioneiro. Como prova de inventividade deste novo design, a Breguet investiu cinco anos no seu desenvolvimento e preencheu diversas patentes sobre a sua construção.

Claro que o coração do movimento cronógrafo é uma roda de balanço livre de molas com um escape de alavanca suíço. A espiral do balanço incorpora uma invenção Breguet histórica importante, a espiral com curva Breguet. Esta, que consiste numa curva no final da espiral, posicionada acima da espiral propriamente dita, ajuda a assegurar que a espiral irá expandir-se e contrair-se mais uniformemente para uma melhor performance cronométrica. Actualmente, toda a indústria homenageia esta invenção histórica Breguet, chamando a este tipo de curva terminal de “espiral com curva Breguet”. Até agora, esta representa um caminho padrão de apro-



ximação ao design de um movimento, embora com uma dose saudável da moderna pesquisa da Breguet que levou ao desenvolvimento de uma roda de balanço em titânio e a espiral Breguet em silício, oscilando à frequência ideal para um cronógrafo de 5 Hz, que ordenadamente divide cada segundo em décimos. O restante da construção do cronógrafo abre fronteiras completamente novas.

### *Energia “instantânea”*

Tão enraizada como prática padrão que os relojoeiros a consideraram universal – e assim tem sido desde os anos 1500 –, a componente que fornece energia para os mecanismos de medição mecânicos funcionarem é um tambor equipado com uma mola principal enrolada em espiral. Sem surpresas, a metade correspondente ao relógio principal no Tradition Cronógrafo Independente está equipada com esse tambor/mola. A metade cronógrafo, contudo, não possui tambor nem mola principal. Nem sequer é equipado com uma coroa para dar corda e armazenar energia. Como é então fornecida energia ao cronógrafo? Com uma lâmina recta no lugar da espiral. Quando o botão de regresso a zero do cronógrafo é activado, essa acção por si só carrega a lâmina com energia suficiente para dar carga ao cronógrafo. Um dos benefícios-chave deste tipo de construção é o carregamento instantâneo de energia do cronógrafo com apenas um pressionar de botão. Nunca se coloca a questão sobre se o tambor tem corda suficiente; o cronógrafo está sempre pronto a funcionar no momento em que o botão de início é pressionado.

Contudo, a Breguet não deixou este assunto por aqui. Qualquer sistema de espiral que fornece energia para o conjunto escape/roda de balanço possui uma incapacidade. A quantidade de força varia ao longo do tempo em que a espiral transmite energia. Existe mais força quando está completamente carregada do que quando está quase descarregada. Isto é tão verdadeiro para um tambor tradicional com uma mola principal espiral como para uma lâmina. Para compensar esta característica da espiral, a Breguet equipou o Cronógrafo Independente com um sistema de força constante construído de forma inovadora, o qual está integrado no mecanismo que fornece energia à roda de balanço do cronógrafo. Este novo sistema é objecto de uma patente.

O cronógrafo está equipado com dois botões, embora o seu posicionamento e funções difiram dos usuais. O botão às 4h é usado para iniciar o cronógrafo. A paragem deste, contudo, ao invés de ser feita através do mesmo botão (como é o caso na maioria dos cronógrafos), está associada a um botão às 8h. Já o reinício do cronógrafo é accionado ao pressionar uma segunda vez o botão às 4h. Depois de uma paragem, uma segunda pressão sobre o botão às 8h faz com que o cronógrafo regresse a zero (e recorde que é este pressionar de botão que arma a lâmina). Juntamente com estas novas tarefas dos botões, vêm mecanismos criativos associados a cada comando. No centro destes novos mecanismos está uma inspiração na história da Breguet, indo ao encontro daquilo que esta peça é na realidade: membro da colecção Tradition.

Lembrando o Breguet N.º 4009 vendido em 1825 a Whaley (um relógio de bolso com função de dupla paragem dos segundos), o Cronógrafo Independente está equipado com um controlo do cronógrafo em forma de âncora de formato semelhante. Quando o botão de início é pressionado, a âncora pivota de modo a levantar o martelo que mantém a posição do ponteiro dos segundos do cronógrafo e, simultaneamente, liberta a roda de balanço do cronógrafo. Recorde que a lâmina já está armada por se ter anteriormente pressionado o botão de regresso a zero. Contudo, o balanço não pode funcionar quando o cronógrafo está parado, dado que um braço pressiona os seus eixos, impedindo-o de balançar. Uma vez libertada essa pressão do braço, o balanço pode começar imediatamente. Um comportamento comum nos relógios mecânicos é o atraso no início de uma roda de balanço se o relógio ficar sem corda. Para assegurar que isto não acontece com o balanço do cronógrafo, a Breguet desenhou a paragem de modo a haver tensão na espiral da roda de balanço.



Assim, quando o braço de paragem é levantado, é sempre assegurado um início instantâneo.

Uma segunda função da âncora é visível quando o cronógrafo é parado. A âncora é usada para conseguir o regresso a zero do ponteiro dos segundos do cronógrafo. Uma tira ligada à âncora faz com que o martelo gire, levando-o a entrar em contacto com um excêntrico clássico em forma de coração ligado à haste dos indicadores do cronógrafo. Os aficionados por cronógrafos sabem que estes excêntricos em forma de coração normalmente são usados para fazer os ponteiros regressar a zero. Devido à sua forma algorítmicamente calculada de forma precisa, quando um martelo é pressionado em qualquer ponto exterior, essa pressão faz sempre com que o excêntrico gire para uma única posição predefinida, que é, claro, a posição zero.

Os segundos do cronógrafo podem ser lidos numa escala no mostrador exterior. Uma vez que a metade cronógrafo do movimento oscila a 5 Hz, cada segundo é precisamente dividido em incrementos de 0,1 segundos, e pode facilmente ser lido no mostrador exterior. Ecoando a simetria das duas rodas de balanço do mesmo tamanho posicionadas opostas uma à outra, a escala do contador dos minutos de um a 20 surge num arco que espelha o outro arco posicionado no lado oposto e usado para a indicação da reserva de marcha do relógio principal.

## *Precisão cronográfica*

De uma maneira geral, no seio da indústria relojoeira pouco é dito ou publicado sobre a precisão do cronógrafo. Na maioria dos cronógrafos, a ligação entre o mecanismo de cronógrafo e a engrenagem do relógio adiciona uma carga adicional que afecta a cronometria tanto do relógio em si como do próprio cronógrafo. Contudo, isto não se aplica ao Cronógrafo Independente, dado que o relógio e o cronógrafo funcionam de forma separada. Assim, a Breguet pode anunciar a precisão do cronógrafo. O número é surpreendente: +/- 0,08 segundos em 20 minutos! Na realidade, uma vez que o cronógrafo divide cada segundo em décimos de segundo, um erro possível minúsculo de menos de 0,08 segundo dificilmente é legível. Até aqui focámo-nos exclusivamente nas inovações do cronógrafo. Alguns pontos no que diz respeito ao relógio em si: como mencionado anteriormente, a roda de balanço do relógio é idêntica em tamanho à do cronógrafo. É produzida, contudo, num material mais pesado, - Glucydur -, de modo a vibrar a uma frequência de 3 Hz. À semelhança do cronógrafo, é equipada com uma espiral Breguet em silício.

As horas e minutos podem ser lidos sobre um mostrador guilhoché em ouro maciço que, como outros modelos na colecção Tradition, é descentrado. De corda manual, o relógio atinge uma reserva de marcha de 55 horas. O Cronógrafo Independente está disponível em ouro vermelho ou branco, ambas as versões com uma caixa de 44 mm. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# Ícones DO TEMPO

## ESPÍRITO *viajante*

**E**m 2016, a Jaquet Droz revisita o icónico Grande Seconde, introduzindo, pela primeira vez, o espírito das viagens na emblemática coleção com o Grande Seconde Duplo Fuso Horário. À semelhança dos outros membros da icónica linha, o novo modelo apresenta dois mostradores descentrados ligeiramente sobrepostos que formam um oito, um número profundamente associado à marca.

O mostrador superior recebe a indicação da hora local, enquanto o inferior, normalmente dedicado aos segundos, exhibe, além destes, o segundo fuso horário - através de um pequeno ponteiro azul que aponta para numerais azuis numa escala de 24h - e a data num sub-contador afundado com ponteiro de ponta vermelha e escala de 31 dias. O contraste subtil entre os dois mostradores é sublinhado pela utilização de numerais romanos no superior e numerais árabes no inferior.

Movido por um novo calibre automático com 65 horas de reserva de marcha, duplo tambor e escape em silício, o novo Jaquet Droz está disponível com caixa de 43 mm em aço - com mostrador prateado ou em ónix preto - ou em ouro rosa com uma face em esmalte grand feu. ✨



Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)







## *Entre a terra* **E O MAR**

**A** Blancpain presta tributo à cultura e tradição portuguesas, nomeadamente à ligação lusa entre a terra e o mar, através de uma edição especial, limitada a 18 exemplares, dedicada ao ponto mais ocidental da Europa. Uma homenagem que, no novo Villeret Cabo da Roca, se traduz na gravação de uma imagem alusiva ao ponto “onde a terra se acaba e o mar começa” (Luís de Camões em Os Lusíadas) que adorna a massa oscilante desta peça relojoeira, visível através do fundo em vidro de safira.

Disponível numa caixa de 38 mm em ouro rosa, esta edição limitada e numerada, movida por um calibre automático com calendário completo, ostenta um mostrador opalino que exibe, além das indicações de calendário, as fases da Lua. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# *A voz forte* DO TEMPO

Lá fora, o som claro e bucólico das águas pristinas do Le Brassus. Cá dentro, sob o ouvido atento de especialistas, o não menos claro e pristino som do repetição minutos mais recente da Audemars Piguet. Neste caso, o Homem venceu a Natureza – o som do segundo domina, ecoa como nunca antes esta complicação sonora alguma vez soou na história da relojoaria.

:: *Texto de Fernando Correia de Oliveira, em Le Locle e Le Brassus*

**E**stamos a mil metros de altitude, em Le Brassus, onde repousam as raízes seculares da Audemars Piguet, a mais antiga manufatura relojoeira que mantém actividade ininterrupta nas mãos dos seus fundadores – as famílias Audemars e Piguet, também elas com séculos de história nesta região que é o coração da tradição relojoeira helvética.

O Brassus (braço superior) é o ribeiro subsidiário do Orbe, que passa pelo local onde a Audemars Piguet se encontra desde a sua fundação, em 1875, e que deu o nome à localidade de Le Brassus.

O Audemars Piguet Royal Oak Supersonnerie foi uma das grandes vedetas do Salão Internacional de Alta Relojoaria, ocorrido em Janeiro, em Genebra. Mas, nessa altura, com a azáfama do evento e a atenção dispersa por duas dezenas de outras marcas, não nos foi possível apreciá-lo com a atenção que ele merece. Desta vez, em Le Brassus, pudemos fruir com calma este relógio que decerto marcará um “antes” e um “depois” no exigente capítulo das complicações sonoras – aquelas que dão voz ao tempo.

Todas elas – sejam repetição minutos, sonneries ou alarmes – nasceram, pode dizer-se, antes de os relógios darem sequer horas e minutos. Para as comunidades religiosas, onde a relojoaria mecânica começou, era mais importante saber de forma sonora – através de sinos – os ritmos das horas canónicas, do que propriamente a hora exacta. Até porque, nesses tempos, nos séculos XIII a XV, os relógios nem sequer tinham mostrador.



**AUDEMARS PIGUET**  
Royal Oak Supersonnerie

As horas eram para “bater” e não para “ver”. Com a miniaturização dos mecanismos e o aparecimento dos relógios de bolso e de pulso, todas essas complicações sonoras foram introduzidas, em espaços muito mais pequenos, com a normal diminuição do som que produzem.

Quanto aos repetições minutos, eles serviam para dar as horas, de noite, quando a luz da vela ou da candeia era a única disponível, num quarto de dormir. A pedido, accionando-se uma alavanca, soavam as horas passadas, com um tipo de som; os quartos de hora, com outro; e, finalmente, os minutos restantes, com um terceiro. Se, nos relógios de bolso, com caixas e ressonâncias maiores, os repetições minutos conseguem ouvir-se normalmente, nos relógios de pulso, em contacto com a pele (amortecendo as vibrações) e com caixas mais pequenas (limitando o ecoar), as soluções existentes nunca foram satisfatórias.

Agora, com este Audemars Piguet Royal Oak Supersonnerie, munido de dois gongos, o som é absolutamente diferente de todos os repetições de pulso que temos ouvido – quanto à intensidade, à clareza, à harmonia. Quando há apenas horas e minutos a assinalar (11h14, por exemplo), os outros repetições fazem uma pausa entre os onze sons das horas e os catorze sons indicando os minutos, pois estão a ler, em silêncio, os quartos que não são necessários. O Supersonnerie elimina essa pausa, e o som das horas é seguido de imediato pelo dos minutos. Na imagem “explodida” do Supersonnerie da Audemars Piguet, vê-se claramente a caixa de ressonância onde se fixam os bordões ou gongos, aparafusada de forma a tornar o relógio estanque. Depois, vem ainda o fundo da caixa, também ele aparafusado, e com aberturas, para que o som dos gongos possa sair mais facilmente.

A concorrência ficou literalmente “atordoada” com o som conseguido por este repetição minutos da Audemars Piguet. E algumas manufacturas até avançaram, à boca pequena, que o som do Supersonnerie era “demasiado alto” para uma complicação sonora tão tradicional e cheia de tantos pergaminhos. A Audemars Piguet, ironicamente, responde que já tem solução para esse “problema” – está a desenvolver um método muito simples para haver uma gradação manual da intensidade de som do seu relógio. O único “problema” que antevemos no Supersonnerie será o preço: cerca de meio milhão de euros. Não se trata de um relógio de série limitada, mas a sua complexidade faz com que apenas uns seis possam ser produzidos anualmente. Mas já há lista de espera..., e, vendidos 12, estará pago o investimento no novo modelo – seis milhões de francos suíços.

## *Tradição nas complicações sonoras*

O Audemars Piguet Royal Oak Supersonnerie vem na sequência de uma longa tradição da manufatura na produção de complicações sonoras, capacidade hoje ao alcance de poucas outras. Na nossa visita, tivemos ocasião de apreciar o som de sete relógios de bolso Audemars Piguet, de diferentes tamanhos. O som de todos eles serviu para inspiração e aferição do som que se conseguiu depois no Supersonnerie.

No Departamento de Restauro da Audemars Piguet, “reina” o mestre relojoeiro espanhol Francisco Pasandin. Na mesa, vários repetições minutos e grandes sonneries fabricados pela Audemars Piguet ao longo de vários períodos da sua história. O som destas peças de bolso também inspirou as soluções encontradas para o Supersonnerie.

A Audemars Piguet mantém o registo individual de todos os relógios que produziu desde 1875, data da sua fundação. Segundo nos disseram, a manufatura aproxima-se de um número marco – o milhão de peças. Ébauches e outras peças de relógios Audemars Piguet antigos forram as paredes do Departamento de Restauro. Durante a crise do quartzo, nos anos 1970, muito deste material foi deitado para o lixo, como aconteceu na generalidade das outras manufacturas.

## *Em Le Locle*

Antes de Le Brassus, estivemos em Le Locle, outra localidade eminentemente relojoeira, também ela no Vale do Jura. É lá que está a Renaud & Papi, empresa detida a 80 por cento pela Audemars Piguet e que funciona como seu Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento, além de produtor de calibres grandes complicações, não apenas para si como para terceiros. Ali, o relojoeiro e co-fundador da empresa, Giulio Papi, explicou os bastidores da aventura que foi a concepção do Audemars Piguet Royal Oak Concept Supersonnerie – 8 anos de pesquisa e desenvolvimento e seis milhões de francos suíços. ✨



## *Como uma viola*

A ideia-base para conseguir um som tão claro e elevado foi imitar os conceitos usados pelos fabricantes de instrumentos musicais com caixa de ressonância. Com caixa de 44 mm de diâmetro e 16,5 mm de espessura, de titânio (o melhor material para fazer durar o som), o Audemars Piguet Royal Oak Concept Supersonnerie tem coroa e botões de cerâmica negra e é estanque até 20 metros de profundidade. Esta última característica, inédita em relógios com complicações sonoras, remete para a grande alteração que a manufatura introduziu no seu repetição minutos – os bordões ou gongos estão afixados a uma caixa de ressonância completamente independente, e não à caixa exterior. Equipado com o calibre de carga manual 2937, além de repetição minutos, é um cronógrafo com turbilhão.



CANALI.COM



CANALI

1 9 3 4

*Em exclusivo no*  
ROSA&TEIXEIRA

LISBOA: Av. da Liberdade, 204, r/c PORTO: Av. da Boavista, 3523, Edifício Aviz  
[www.rosaeteixeira.pt](http://www.rosaeteixeira.pt)



# O REI *das Complicações*

Uma minúscula obra de arte mecânica, cuja beleza visual não deixa ninguém indiferente. Assim é o Turbilhão. Um mecanismo cuja dificuldade técnica e mestria de execução o transformam no “rei” das complicações relojoeiras.

:: *Texto de Marina Oliveira*

O turbilhão é uma das complicações mais fascinantes da relojoaria mecânica. Hoje, mais de 200 anos após a sua invenção, o mais complexo mecanismo relojoeiro alguma vez desenvolvido, cuja difícil produção o transforma numa “máquina” de precisão construída apenas pelos mais hábeis, continua a suscitar o desejo dos apaixonados pela relojoaria.



**BLANCPAIN**  
Villeret Turbilhão 8 Dias

Inventado por Abraham-Louis Breguet em 1795, e patenteado em 1801, o turbilhão nasceu para compensar os efeitos da gravidade nos relógios de bolso. Na sua demanda por maior precisão da marcha, Breguet pensou num mecanismo que pudesse compensar os desvios e desenvolveu o que era, essencialmente, um pequeno “relógio dentro do relógio”. Tratava-se de uma gaiola rotativa que transportava o balanço e o escape e que completaria uma volta de 360° num minuto.



#### GREUBEL FORSEY

Duplo Turbilhão Technique inclinado a 30°



#### BREGUET

Classique Turbilhão

#### BOVET

Dimier Recital Turbilhão Miss Alexandra



#### IWC

Portuguesa Turbilhão

Hoje em dia, o turbilhão é um mecanismo que vai muito além das funcionalidades para as quais foi inicialmente concebido, tendo-se transformado num objecto de desejo, quer para os mestres relojoeiros, que o encaram como o apogeu das suas capacidades, quer para os amantes da relojoaria mecânica. Mais do que uma complexa complicação relojoeira, o turbilhão é uma obra de arte ao alcance de apenas alguns apreciadores, e fruto do trabalho de muito poucos mestres relojoeiros. Nos círculos da relojoaria, criar um turbilhão é visto como a consumação das capacidades de um artesão. A complexidade da sua manufactura, por si só, garante que apenas alguns relojoeiros são capazes deste alcance erudito.

**BULGARI**  
Turbilhão Safira Ultranero

Depois de Breguet e dos relógios de bolso, o turbilhão deu o salto para o pulso em 1930, quando a empresa LIP concebeu o primeiro relógio de pulso com turbilhão. Mas seria nos finais dos anos oitenta, com o renascimento da popularidade dos relógios mecânicos, que o turbilhão regressaria em força, representando para muitos o epítome desse renascimento.



**AUDEMARS PIGUET**  
Royal Oak Turbilhão Extraplano



**ROGER DUBUIS**  
Excalibur Duplo Turbilhão Voador

Hoje, a demanda pela sofisticação, exclusividade, excelência relojoeira e estética refinada mantém-se, e, com ela, o turbilhão renova-se e reinventa-se. Mantém-se, no entanto, inalterado o seu estatuto de obra mecânica de complexidade e fascínio visual, que continua a cativar o universo do tempo. ✨



**JAQUET DROZ**  
Turbilhão Bronzite Peça Única BR Plus

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)







Blancpain Villeret  
Calendário Completo  
Ouro rosa

# A ARTE DO TEMPO

Verdadeiramente única, a nova concept store Boutique dos Relógios Plus Avenida da Liberdade alia as novas correntes estéticas da fotografia, pintura, escultura e street art à excelência inigualável das mais exclusivas marcas de Alta Relojoaria. Um sublime espaço de harmonia, dedicado à arte do tempo.



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS **Plus**

Avenida da Liberdade, 194C - Tel.: +351 210 730 530  
[www.boutiquedosrelogiosplus.pt](http://www.boutiquedosrelogiosplus.pt)

*“É importante ser-se corajoso”*

Depois de mais de duas décadas ao serviço da Omega, Raynald Aeschlimann assume agora as rédeas da empresa. Perante o desafio, o novo presidente e CEO da marca mostra-se determinado em manter a Omega na posição cimeira da indústria relojoeira e assume como principal objectivo a certificação Master Chronometer da maioria dos relógios da marca até 2020.

:: *Por Marina Oliveira*

**E**stá na Omega há mais de 20 anos. Tornar-se CEO da marca era o próximo passo natural?

Bom, um passo natural fá-lo soar um pouco casual e fácil demais. Não foi apenas uma questão de esperar tempo suficiente para reivindicar o lugar cimeiro. Os meus 20 anos na empresa tinham de adicionar algo tangível; foram duas décadas de serviço dedicado que podem ser medidas em termos de performance.

**Qual a sensação de ser o CEO de um dos mais importantes membros do Grupo Swatch?**

É emocionante, profundamente avassalador e, por vezes, assustador. Ser presidente e CEO de uma marca tão icónica é um desafio enorme, porque por muito que eu necessite de continuar a levar a marca para a frente, não posso nunca esquecer o passado. Qualquer inovação tem de ter em consideração o rico legado da marca. Para isso, tenho imensas pessoas extraordinárias ao meu lado e nunca me sinto a remar sozinho.

**Estando na marca há tanto tempo, o que pensa que pode adicionar à Omega?**

Trago comigo um conhecimento profundo de como a empresa funciona em todos os níveis, desde as primeiras ideias de design, à produção e distribuição. Possuo por isso, se quiser, uma visão a 360 graus. Sou também uma pessoa muito apaixonada e extrovertida, e gosto de pensar que o meu entusiasmo é contagioso. É muito importante dar às pessoas a confiança de que precisam para assumir riscos.

**Que tipo de mudanças podemos esperar consigo no comando?**

Estes são tempos muito desafiantes, especialmente na Europa, por isso quaisquer mudanças que sejam feitas não podem ser saltos cegos para o desconhecido. Tendo dito isto, é importante ser-se corajoso. Se eu tivesse de resumir os meus planos de forma simplificada, diria que podem esperar uma reorientação cuidadosa e pensada da marca em direcção a mercados jovens ou emergentes.

**Ao longo dos anos, a Omega reforçou os laços com vários embaixadores e enquanto patrocinadora de eventos. Alguma desta estratégia irá mudar sob a sua direcção?**

Se algo mudar será no sentido de tornar os laços ainda mais fortes. Estas associações são vitais para a Omega. São parte do ADN da marca. Não só estamos orgulhosos destas parcerias, como estas também nos proporcionam histórias incríveis e reais para contar – e todas as grandes marcas são construídas sobre grandes histórias.

**Stephen Urquhart chegou à Omega em 1999 para apresentar o escape Co-Axial e deixou a empresa com esse escape em todas as colecções. Qual o seu objectivo, enquanto CEO da marca?**

O meu objectivo é certificar a maioria dos nossos relógios como Master Chronometers até 2020. Isto significa que quase todas as peças do tempo Omega que apresentarmos no mercado terão passado os exigentes testes estabelecidos pelo Instituto Federal Suíço de Tecnologia (METAS). Este é o mais alto nível de teste relojoeiro da indústria, se não do mundo.

**O Clássico Speedmaster Professional com o testado calibre manual 1863 ainda não possui a certificação METAS. Haverá alguma alteração no futuro?**

Bem, esse modelo é parte da evolução do Speedmaster, como tal, obviamente que fizemos muitas alterações aos nossos movimentos desde essa época. Pode não ser um Master Chronometer, mas o Speedmaster Professional é um grande favorito de entusiastas relojoeiros apaixonados, por isso, certamente, já passou por alguns dos testes mais exigentes do mundo.

**Qual a sua visão dos próximos cinco anos em termos da marca e da indústria no geral?**

O que imagino é uma empresa dinâmica e inovadora que consegue ultrapassar os desafios de um mundo em constante e rápida mudança, sem nunca perder de vista os seus valores centrais. Este é um acto de equilíbrio difícil. Não será fácil, mas nada do que vale a pena fazer o é. Temos de ser corajosos para nos mantermos no mercado global, mas também temos de respeitar as nossas origens. Isto não é apenas verdadeiro para a Omega, mas para toda a indústria relojoeira suíça. É impossível prever a forma como o mundo irá mudar em cinco anos, mas estou confiante que os nossos clientes continuarão a valorizar o que oferecemos: relógios magníficos, produzidos com perícia excepcional. ✨



# *Louis Breguet* **PIONEIRO DA AVIAÇÃO** *E entusiasta relojoeiro*

Se o nome de Breguet surge associado com a aeronáutica, bem como com a relojoaria, isso deve-se a um dos pioneiros do mundo da aviação, Louis Breguet (1880-1955). E se está a questionar-se sobre se Abraham-Louis Breguet e Louis eram da mesma família, a resposta é sim.

:: *Texto de Emmanuel Breguet, tradução e adaptação de Marina Oliveira*

**D**e facto, Louis Breguet representou a quinta geração da família desde a chegada a França, em 1762, do trisavô, Abraham-Louis Breguet (1747-1823), membro da Academia das Ciências Francesa, que estabeleceu o seu negócio em Paris e, com o filho, Antoine-Louis (1776-1858), elevou a arte da relojoaria ao seu pináculo. O avô de Louis, Louis-Clément Breguet (1804-1883), também membro da Academia de Ciências, inventou um grande número de instrumentos eléctricos. Arquitectou e construiu um telégrafo com mostrador, adoptado por muitos países,

desenvolveu vários sistemas de telecomunicações e melhorou a segurança ferroviária. Como reconhecimento dos seus muitos sucessos, o seu nome aparece na Torre Eiffel. O pai de Louis, Antoine Breguet (1851-1882), licenciado pelo Politécnico e um dos mais promissores engenheiros da sua geração, introduziu o telefone Bell em França, antes de morrer prematuramente com 31 anos.



Louis Breguet, acabado de se licenciar pela Escola Superior de Engenharia Eléctrica, parecia destinado a assumir as actividades familiares de telecomunicações e motores eléctricos, tendo o negócio da relojoaria sido vendido pelo seu avô em 1870. Contudo, surpreendeu os seus familiares ao enveredar pela aviação. Resumir a carreira de Louis Breguet em poucas linhas não é tarefa fácil, dado que este e a Sociedade Anónima Das Oficinas da Aviação Louis Breguet – que estabeleceu e geriu (mais tarde conhecida como Aviação Breguet) – se tornaram nos maiores players do mundo da aviação durante quase um século. Enquanto engenheiro e gestor da empresa, Louis Breguet entrou na história da sua época por três vezes: pelo trabalho pioneiro em helicópteros, pela grande contribuição na aviação militar e pelo papel que teve na criação do transporte aéreo civil.

### *O giroplano, o antecedente do helicóptero*

De 1905 a 1909, em parceria com o irmão, Jacques, e o professor Charles Richet, Louis Breguet entrou no emergente mundo da aviação com uma aproximação original: asas rotativas ou

descolagem vertical. Em 1907, o seu Giroplano n.º 1, uma curiosa aeronave com quatro sistemas rotativos de oito propulsores cada, esteve duas vezes em voo por cerca de um minuto: alcançou uma altitude de 60 centímetros a 24 de Agosto e quase 1,5 metros a 20 de Setembro. Foi uma estreia mundial, e Louis Breguet imediatamente informou a Academia de Ciências. Na reunião de 16 de Setembro oficializou a descollagem de 24 de Agosto ao declarar: “Um veículo do tipo helicóptero conseguiu pela primeira vez levantar e descolar com o seu motor, mantimentos e um homem a bordo.” Confrontado com os maus resultados obtidos por outras duas máquinas de asas rotativas, Louis Breguet abandonou a descollagem vertical em 1909, apesar da sua convicção de que esta era uma solução promissora, e embarcou na construção de aeronaves convencionais com biplanos e, mais tarde, monoplanos.

Mas ainda não tinha encerrado, de todo, este assunto. De facto, 23 anos mais tarde, em 1932, decidiu retomar o projecto do giroplano, quando, no auge da sua carreira, foi ouvido e visto pelos seus concorrentes em todo o mundo. Embora a tecnologia tivesse avançado consideravelmente, sobretudo no que dizia respeito aos motores, o projecto ainda era visto como algo louco. Apesar disso, com uma equipa reduzida composta por René Dorand e Maurice Claisse, e depois de três anos de esforços implacáveis, em 1935 e 1936 todos puderam assistir às performances do giroplano experimental Breguet-Dorand. Batendo recordes de manobrabilidade, velocidade (108 km/h), altitude (158 metros), resistência (uma hora e três minutos) e planar (10 minutos), assumiu-se consistentemente como o primeiro helicóptero moderno. Louis Breguet influenciou assim por duas vezes a história do helicóptero e inspirou toda uma geração de engenheiros, incluindo Igor Sikorsky e Frank Piasecki.

## *Breguet e a aviação militar*

Regressando em 1909 a uma abordagem mais convencional, Louis Breguet construiu biplanos para as forças armadas francesas, do Reino Unido e Rússia. Tal como os outros pioneiros da aviação mundiais, em 1914 comprometeu-se totalmente com a produção industrial de aeronaves, que na época se tinham tornado exclusivamente máquinas de guerra. A dois de Setembro de 1914, poucos dias antes de deixar a linha da frente para tratar das suas fábricas, levou a cabo, por iniciativa própria, um dos mais arriscados reconhecimentos aéreos de sempre, e que iria alertar as forças do general francês para a tentativa alemã de tomar Paris a partir do leste. Esta informação privilegiada, levada a sério pelos generais Gallieni e Joffre, culminou na primeira batalha de Marne, famosa pela requisição de táxis parisienses para transportar reforços para a linha da frente. Louis Breguet foi agraciado com a Cruz de Guerra pelo seu feito extraordinário, e o seu nome ficou para sempre associado à vitória de Marne, que mudou o curso da guerra.

Contudo, o conflito transformou-se numa guerra de trincheiras. A produção de aeronaves foi intensificada, mas foram precisos mais dois anos até haver um verdadeiro desenvolvimento tecnológico na aviação. A aeronave Breguet 14 fez o seu primeiro voo em Novembro de 1916, e começou a ser produzida em massa em 1917. Este ultramoderno biplano de dois lugares apresentava uma estrutura totalmente em metal (com fuselagem e asas revestidas a lona), representando a primeira utilização de sempre de duralumínio para reconhecimento e bombardeamento. Causou sensação nos esquadrões de voo graças à sua velocidade, manobrabilidade, grande capacidade de carga, assim como à altitude capaz de alcançar (6000 metros), que o colocava fora do alcance da perseguição aérea do inimigo. Este mostrou ser um factor indiscutivelmente importante na vitória dos Aliados em 1918. O Breguet 14, do qual foram construídos quase 8000, vendidos a cerca de 15 países, incluindo os Estados Unidos, onde

esteve em serviço por mais de dez anos, deu ao seu designer uma reputação mundial.

O seu sucessor, o Breguet 19, seguiu-lhe as pisadas e continuou a equipar as forças aéreas em todo o mundo. Seguiram-se outras aeronaves de combate multi-tripulação e, mais tarde, o poderoso bombardeiro táctico, Breguet 690, encomendado demasiado tarde pela equipa do general francês para provar o que valia na batalha de França de 1940. Contudo, foi também encomendado pela Bélgica e Suécia. Louis Breguet continuou a fornecer as forças armadas até ao fim, assim como os seus sucessores. Os anos 1950 e 1960 viram o desenvolvimento e venda do Breguet 1050 Alizé, uma aeronave anti-submarinos que voou para os transportadores aéreos franceses Clémenceau e Foch até 2000, e que foi também usada pela marinha indiana. A este seguiu-se o Breguet 1150 Atlantic, uma aeronave de longo curso para patrulhamento marítimo e reconhecimento, vencedora da competição da NATO, em 1958, e adquirida pela França, Itália, Alemanha e Holanda. Uma versão melhorada continua em voo sobre os oceanos e desertos do mundo. Em seguida, surgiu o Breguet 941, um transportador de tropas que podia aterrar num campo de futebol, e, finalmente, o avião de combate franco-inglês Jaguar, que teve uma carreira longa e brilhante.





## *Breguet e a aviação civil*

Foi contudo na área da aviação civil que Louis Breguet se revelou como um verdadeiro teórico e empreendedor visionário. O transporte de massas era uma antiga ambição, cujo primeiro vislumbre aconteceu a 23 de Março de 1911, quando, com 11 pessoas a bordo do seu biplano de 90 cavalos, quebrou o recorde de número de passageiros transportados. Assim que a I Guerra Mundial terminou, Breguet estava entre os que previam a aviação pacífica. Em Fevereiro de 1919, fundou a *Compagnie des Messageries Aériennes*, para transportar passageiros e correio na rota Paris-Bruxelas e depois Paris-Londres. Nos 15 anos seguintes, Louis continuou a desenvolver uma grande rede através de parcerias, fusões e ligações que fossem coerentes e, se possível, lucrativas.

A rota Paris-Le Havre foi lançada em 1921, para ligação com os transatlânticos para Nova Iorque. No Verão de 1922, foi inaugurada a rota Paris-Marselha via Lyon, com uma ligação de Lyon para Genebra. Em Março de 1923, Louis Breguet fundiu a sua empresa com a do seu concorrente na rota Paris-Londres, a *Compagnie des Grands Express Aériens*, presidindo à nova empresa que chamou de *Air Union*. Em 1929, a linha Marselha-Ajaccio-Tunes foi inaugurada; em 1931, a de Tunes-Argel; e, em 1932, a de Lyon-Cannes. No mesmo ano, a *Air Union* começou – operando o voo directo Paris-Genebra em associação com a *Swissair* – com ligações aos voos domésticos suíços, tornando-se a maior companhia aérea francesa em termos de distância voada e passageiros transportados. Em 1933, Louis Breguet assinou o documento que deu origem ao nascimento da *Air France*, depois de o governo francês ter decidido fundir as cinco transportadoras da época: *Air Union*, *Air Orient*, *CIDNA*, *Farman* e *Aéropostale*.

O Breguet 14, imortalizado com os escritos de Jean Mermoz, Henri Guillaumet e Antoine de Saint-Exupéry, deve, claro, ser mencionado no contexto dos serviços postais da *Latécoère* e, mais tarde, da *Aéropostale* na Europa, África e América Latina. Seria ainda injusto ignorar os voos de longa distância das aeronaves Breguet de inícios dos anos de 1920 até meados dos de 1930. Estes foram, claro, explorações individuais de aviões que ainda não transportavam carga ou passageiros, mas apontaram para possibilidades futuras e balizaram aquelas que mais tarde se viriam a tornar rotas aéreas programadas. Entre as mais conhecidas es-

tão Paris-Tóquio, em 1924, por Pelletier d'Oisy e Bésin; Madrid-Manila, em 1926, por Gallarza e Loriga; o voo à volta do mundo, em 1927, por Costes e Le Brix, com a primeira travessia do Atlântico Sul de Saint-Louis, no Senegal, a Natal, no Brasil; Paris-Pequim, em 1929, por Arrachart e Rignot; e, claro, o voo que capturou a imaginação popular: Paris-Nova Iorque, sem paragens, em 37 horas e 18 minutos por Costes e Bellonte a 1 e 2 de Setembro de 1930, a bordo de um Breguet 19, baptizado “Ponto de Interrogação”.

Embora Louis Breguet usasse o Breguet 14 desarmado e especialmente modificado para iniciar actividade como presidente fundador de uma companhia aérea, também embarcou no design de aeronaves de passageiros, como o Breguet 28 *Limousine* e o Breguet 393, que mostrou possuir um registo de segurança excelente. O sucesso mais espectacular depois da II Guerra Mundial foi o Breguet 760 *Deux-Pontes*, uma aeronave de quatro motores com 100 lugares espalhados por dois deques, e o predecessor do *Airbus A-380*. Este avião particularmente fiável e económico não teve qualquer acidente fatal durante os vinte anos de serviço. Numa perspicaz palestra em 1921, Louis descreveu a aeronave do futuro, que voaria a uma altitude de 13.500 metros e que colocaria Nova Iorque a uma distância de seis horas de Paris. Breguet fez tudo ao seu alcance para tornar as viagens aéreas acessíveis ao maior número de pessoas possível, rejeitando a noção de uma forma de transporte elitista, reservada apenas aos muito ricos. Em 1943,



imaginou charters low-cost – uma premonição com 30 anos de avanço – com o intuito de trazer as passagens aéreas ao equivalente das viagens ferroviárias de terceira classe.

Louis Breguet morreu em 1955, ainda muito activo na empresa, e a companhia que carregava o seu nome foi assumida por Sylvain Floirat, que levou a cabo uma série de projectos. Em 1967, Marcel Dassault, outro nome importante no campo da aviação francesa, adquiriu a Breguet Aviation e incorporou-a na sua própria empresa, na altura rebaptizando-a Avions Marcel Dassault - Breguet Aviation, mais comumente conhecida como Dassault - Breguet. O governo francês aprovou o negócio, o que deu a Marcel Dassault os recursos industriais extra dos locais de Toulouse e Anglet, que provaram ser muito úteis para as suas ambições globais.

### *As ligações de Louis Breguet à relojoaria*

Em paralelo com as suas actividades aeronáuticas e desportivas, e em orgulhosa memória dos feitos relojoeiros dos seus antepassados, Louis Breguet mantinha contactos com a família Brown, que tinha assumido a empresa de relojoaria do seu avô. As oficinas da aviação Louis Breguet surgiam frequentemente nos livros de contabilidade da empresa de relojoaria, a partir de 1922. Isto indica que Louis Breguet ofereceu futuras oportunidades para produtos de relojoaria específicos em aviação aos então directores da Montres Breguet. Além disso, em 1923, presidiu ao grupo comemorativo do centenário de Abraham-Louis Breguet. Este levou a cabo alguns grandes eventos em França e Suíça, culminando na exposição no Museu Galliera, em Paris, que Louis Breguet inaugurou com o presidente francês, Alexandre Millerand.

Durante várias semanas, o produtor de aeronaves encontrou-se imerso no mundo da relojoaria e tomou contacto com os seus eminentes representantes de França, Suíça e Grã-Bretanha. Passou muito tempo com o industrial londrino Sir David Salomons e com Henry Brown, dono da Montres Breguet, bem como com o filho e sucessor deste, George Brown. A 26 de Outubro, Louis Breguet convidou todos estes representantes relojoeiros para uma visita às suas fábricas em Vélizy-Villacoublay. No dia seguinte, concluiu um longo discurso no anfiteatro da universidade Sorbonne com estas palavras: “Uma das maiores jóias da coroa da indústria relojoeira é o facto de ter ajudado a marinha a resolver problemas de navegação em alto-mar. Além disso, hoje dá uma contribuição poderosa para ajudar os navegadores aéreos – cujos esforços me são particularmente caros – para encontrar o seu lugar no espaço.” Este era o engenheiro a falar: a relojoaria teve, de facto, desafios e uma palavra a dizer no surgimento da aviação, semelhante ao seu anterior papel na marinha. Esta declaração, da boca de um produtor de aeronaves, Louis Breguet, que era também o presidente da associação comercial da indústria da aviação, teve uma repercussão especial.



As encomendas frequentes de instrumentos de medição Breguet vindas do produtor de aviões, Louis Breguet, continuaram durante algum tempo e os relógios Breguet surgiam naturalmente nos cockpits dos aviões Breguet. É também interessante notar que um dos primeiros cronógrafos de aço com a função especial retour en vol (regresso a zero) foi vendido à empresa de Louis Breguet em 1952. Um dos primeiros exemplos daquilo que se viria a tornar o modelo Type XX dois anos mais tarde foi, então, testado por Louis Breguet e os seus companheiros – uma hábil escolha que mostra o quão próximas as duas empresas Breguet eram realmente.

Podemos concluir que o celebrado pioneiro da aviação era também um entusiasta relojoeiro. Ele revelou um grande interesse em relógios enquanto instrumentos científicos e o seu papel como consultor de bastidores para a empresa relojoeira Breguet, embora pouco conhecido, foi, contudo, real e substancial. ✨



**BREGUET**  
Type XXI 3817





# *As fases da Lua* *Um* SÍMBOLO BLANCPAIN

Existem dois globos que dominam o céu. Em termos de importância, um ultrapassa o outro em grande escala. Com efeito, sem este último, a vida não existiria; quanto ao outro, tudo seria certamente diferente, mas o planeta sobreviveria. Contudo, ao longo dos milénios, estranhamente, foi o menos importante destes dois objectos celestes o mais estudado pelos amadores. Falamos, claro, da Lua.

:: *Texto de Jeffrey S. Kingston, tradução e adaptação de Marina Oliveira*

**I**sto não significa que temos as nossas prioridades viradas do avesso. Devido à intensidade abrasadora da sua luz, que proíbe um estudo mais profundo a olho nu, o Sol dificilmente se apresenta tão legível como a Lua enquanto objecto de contemplação. De facto, emprestando-se tão abertamente à imaginação dos povos antigos, algumas culturas, sobretudo na Mesopotâmia, Índia e Egipto favoreceram a Lua face ao Sol. Outros adoptaram a Lua como elemento central da sua religião.

Naturalmente, com a repetição progressiva e constante das suas fases, a Lua surgiu proeminentemente nos calendários. Durante milhares de anos, e mesmo hoje, o calendário chinês é baseado nas fases da Lua. Já os ocidentais, tão habituados ao calendário gregoriano, promulgado pelo Papa Gregório XIII e baseado no Sol, esquecem-se que, nos primórdios da civilização,



era a Lua que assumia papel central nos cálculos dos calendários ocidentais. Por exemplo, o calendário juliano adoptado por Júlio César era baseado no Sol e na Lua. Antes dele, o calendário romano contruía cada mês de acordo com a Lua, com cada fase a representar uma divisão mensal. Indo ainda mais atrás, os gregos antigos modelaram o seu calendário apenas de acordo com a Lua, com cada mês a começar na Lua nova e apresentando um final a cada Lua cheia. Além da religião e calendários, as fases da Lua têm tido um papel importante no quotidiano. Antes dos modernos sistemas de iluminação, a Lua cheia, que ilumina o céu 25 vezes mais do que, por exemplo, um dos quartos, era benéfica para trabalho nocturno dos agricultores, que podiam continuar o seu trabalho pela noite dentro. Daí a origem da expressão “Lua da colheita”. Saber as fases da Lua também teve um papel militar importante. Júlio César preferia começar o ataque sob o céu negro da Lua nova, esperando que a escuridão confundisse e desorientasse o inimigo. A filosofia oposta guiou o General Eisenhower no planeamento do Dia D. Este seleccionou o dia próximo à Lua cheia pela necessidade de, com a luminosidade extra, ajudar os paraquedistas e planadores que seriam largados por trás das linhas na noite anterior ao desembarque na Normandia.

## *As fases da Lua na relojoaria*

Perante este cenário, é sem surpresa que, praticamente desde o princípio da construção das primeiras peças do tempo, a exibição das fases da Lua foi adoptada como elemento central. O mais antigo aparelho mecânico a exhibir as fases da Lua acredita-se ter sido construído por Arquimedes, antes de 200 A.C. Embora o aparelho em si já não exista, existem referências a ele. O “De

Republica” de Cícero fala sobre globos sendo retirados como espólio de guerra depois da conquista de Siracusa por Marcus Claudius Marcellus. Na realidade foram dois globos arrestados. Um colocado no templo de Vesta, o outro, prémio da batalha, guardado pelo próprio Marcellus. De acordo com as descrições escritas, estas máquinas esféricas mostravam o crescer e decrescer da Lua.

Ainda mais sofisticada era a máquina Antikythera. Fragmentos deste aparelho, que afundou a bordo de um navio que fazia a travessia de Rhodes para Roma, entre 80 e 50 A.C., foram descobertos em 1901. Agora que as técnicas modernas puderam ser utilizadas no seu estudo, tornou-se claro que se tratava de um aparelho extraordinariamente sofisticado, equipado com um complexo sistema de engrenagens. Não só calculava meses siderais e sinódicos (mês sideral definido em referência a uma estrela distante; mês sinódico definido em referência à própria Lua), mas também gravações que pareciam ser uma espécie de mostrador contendo indicações das fases da Lua e até, ainda mais surpreendente, das horas do nascer e pôr da Lua.

O próximo salto no progresso leva-nos aos relojoeiros islâmicos do século XII. Diz-se que o relojoeiro al-Jazari construiu um relógio de água que exibía um anel da Lua com 28 buracos igualmente espaçados, formados para representar as fases da Lua. Longe de autónomo na operação, o relógio requeria um guardião manual que movesse o anel de modo a que fosse mostrada a fase da Lua correcta. Curiosamente, à noite, era colocada uma lâmpada por detrás do disco, de modo a que a exibição correspondesse à Lua real no céu nocturno.

Um verdadeiro precursor dos relógios com fases da Lua surgiu em 1221, com o astrolábio de Muhammad ibn Abi Bakr al-Ibari de Esfahân. Um complexo sistema de engrenagens, de muitas formas reminiscente das construções modernas, com as suas combinações de rodas e carretos, não só permitia indicações das fases e idade da Lua, mas também uma representação das posições relativas do Sol e da Lua. Este sistema de engrenagens e os seus discos indicadores tornaram-se o modelo que permaneceu durante séculos em designs relojoeiros e, como veremos, muito mais. O que é particularmente notável é que no fundo do relógio al-Ibari colocou uma abertura ou janela, de onde se via um disco rotativo sobre o qual foram colocados dois discos escuros opostos um ao outro. À medida que o disco rodava por detrás da janela, as fases da Lua cresciam e decresciam. A representação da Lua nova ocorria quando a totalidade de um disco escuro estava directamente por detrás da janela; para a Lua cheia, a parte iluminada do disco deveria estar posicionada atrás. Isto deve fazer soar campainhas aos fãs da relojoaria, uma vez que discos rotativos semelhantes por detrás de uma janela se tornaram a forma clássica de apresentar as fases da Lua nos relógios de pulso modernos, incluindo os da Blancpain.

Claro que, antes de surgir nos relógios de pulso, a exibição de al-lbari tornou-se padrão em muitos relógios de parede e, mais tarde, com o surgimento dos relógios de bolso, neles também. O que é notável é que a exibição das fases da Lua vingou nos primeiríssimos relógios de bolso, apesar destes primeiros esforços primitivos de fornecer horas portáteis terem surgido antes da invenção da roda de balanço. Como tal, estes relógios eram selvaticamente imprecisos, dado que lhes faltava um meio preciso de regular o desfaldar da corda que lhes dava energia. Contudo, incluir uma complicação de fases da Lua era visto como importante e nada raro.

Claro que mais tarde, depois da invenção da roda de balanço pelo matemático holandês Huygens, em 1675, que, pela primeira vez, abriu a possibilidade de inventar sistemas de escape para uma medição precisa do tempo, as indicações das fases da Lua juntaram-se a outras complicações para trazer interesse às peças do tempo agora totalmente úteis.

Séculos mais tarde, a indicação das fases da Lua viria a assumir um papel central na relojoaria. Nos anos setenta, a totalidade da indústria relojoeira suíça foi assolada pela crise. O mercado foi inundado com relógios de quartzo baratos e, há que dizer, altamente precisos. A resposta inicial da maioria da indústria foi baixar ridiculamente a oferta de peças do tempo mecânicas. Num esforço fútil de competir com os relógios de quartzo baratos, as empresas suíças retiraram as complicações dos seus relógios mecânicos. Embora muita desta remoção de complicações possa ter baixado o custo, este era um jogo que as empresas de relojoaria mecânica não podiam vencer. Não importa o que fosse feito, o quartzo seria sempre mais barato. Uma a uma, as manufacturas suíças desapareceram ou procuraram a sobrevivência através da consolidação.



**BLANCPAIN**  
L'Evolution Fases da Lua





**BLANCPAIN**  
Villeret Calendário Completo

## *A Blancpain e a Lua*

Quando a Blancpain moderna emergiu na década de oitenta, tinha uma ideia diferente. Em vez de competir com relógios de quartzo baratos naquele segmento do mercado, a Blancpain quis demonstrar que uma peça do tempo mecânica era algo diferente, era uma peça rara de arte mecânica que transportava consigo um trabalho manual magnífico e séculos de tradição relojoeira. E que forma mais enfática de fazer essa declaração do que com um relógio que oferecesse uma exibição da Lua? De facto, em vez de tornar mais barata a relojoaria do Vale do Jura, a Blancpain enriqueceu-a quando introduziu o seu o primeiro relógio com fases da Lua, em 1983. O romance da exibição, remanescente da rica história dos relógios de parede, relógios de bolso e dos primeiros relógios de pulso, não só lançou a moderna Blancpain para a ribalta, como mostrou às outras casas relojoeiras o que era necessário para combater o quartzo. As fases da Lua tornaram-se a fórmula vencedora que permitiu aos relojoeiros mecânicos afirmar que um relógio mecânico de prestígio não era de forma alguma o mesmo que um relógio de quartzo. Mais do que isso, a Blancpain mostrou que nenhum relógio de quartzo poderia alguma vez ser substituído de uma peça do tempo artesanal.

Desde essa estreia crucial em 1983, a complicação das fases da Lua tornou-se um símbolo, ou, de outra forma, uma assinatura da Blancpain. A devoção da casa à Lua levou-a a apresentar as fases da Lua em mais variedades de peças do tempo do que qualquer outra marca. Naturalmente, o estilo desse primeiro modelo, com uma janela de fases da Lua às 6h, dia da semana e mês em pequenas janelas e a data através de um ponteiro suplementar, tem sido, sem interrupções, uma peça permanente nas colecções Blancpain.

Houve muitos marcos na evolução das peças do tempo Blancpain com esta exibição emblemática e agora icónica: aumento na reserva de marcha de 40 para 48 horas; introdução de um modelo com 100 horas de reserva de marcha, incluindo a muito procurada edição limitada numa versão com caixa com tampa; a rara edição colecionável de aniversário em 2003 com o rotor especialmente gravado à mão “homem na Lua”; o primeiro relógio de pulso do mundo com correctores sob as asas que permitiam ajustar todas as indicações com a ponta dos dedos e ao mesmo tempo remover os correctores das laterais do relógio para um perfil mais sóbrio; a introdução das fases da Lua na colecção feminina; o lançamento da colecção L-evolution, o primeiro calendário completo com fases da Lua a alcançar uma reserva de marcha de oito dias e um mecanismo seguro de calendário/fases da Lua protegido contra danos caso o utilizador ajuste o relógio durante as horas de mudança do mecanismo; o primeiro relógio de mergulho com indicação completa de calendário/fases da Lua na colecção Fifty Fathoms; o modelo Villeret actual, que oferece as três últimas inovações – oito horas de reserva de marcha, correctores sob as asas e mecanismo de segurança do calendário/fases da Lua.

**BLANCPAIN**  
Fifty Fathoms Cronógrafo  
Flyback Calendário Completo  
com Fases da Lua



Muitas outras melhorias técnicas foram adicionadas ao movimento durante estas mais de três décadas de evolução. As rodas de balanço são agora livres de molas, com parafusos de regulação em ouro e equipadas com espirais em silício para oferecer uma melhor média de marcha e protecção contra o magnetismo. Os modelos com oito dias de reserva de marcha foram desenhados com três tambores de corda principais.

## *Alianças perfeitas*

Embora a progressão dos modelos da agora clássica exibição calendário completo/fases da Lua seja importante, também o é o surgimento das fases da Lua com outras complicações. Na colecção actual, a Blancpain oferece as fases da Lua com uma variedade de modelos com calendário perpétuo. Isto inclui, na colecção Villeret, o Calendário Perpétuo 8 Dias e o Calendário Perpétuo. Antigamente, na colecção Le Brassus, a Blancpain apresentava o Calendário Perpétuo Cronógrafo Flyback Rattrapante.

Dois modelos complicados com calendário e fases da Lua merecem especial atenção; ambos são estreias mundiais e mantêm-se exclusivos Blancpain. O primeiro é o Villeret Equação do Tempo Marchante. Não só apresenta um calendário perpétuo com fases da Lua, como, quando foi apresentado na colecção Le Brassus, foi o primeiro relógio de pulso da história a ser equipado com uma indicação contínua do tempo solar (equação do tempo marchante). A indicação das fases da Lua neste modelo é inusual nas colecções Blancpain, ou seja, em vez da clássica janela com o disco rotativo da Lua por detrás, o Villeret Equação do Tempo Marchante representa a Lua com um ponteiro retrógrado que aponta para os discos sobre o mostrador que representam a Lua cheia, Lua nova e os quartos. Não só foi uma estreia quando foi lançado em 2004, como permanece exclusivo, dado que nenhum outro relógio actualmente combina estas mesmas complicações.

A segunda peça exclusiva Blancpain é o Villeret Calendário Chinês Tradicional. Tal como no anterior, este também foi uma estreia mundial aquando do seu lançamento. Extremamente complexo, o movimento deste modelo combina as indicações de calendário ocidentais e chinesas. As indicações chinesas incluem o zodíaco, mês, mês bissexto, ano, haste yin/yang e horas chinesas. Na parte ocidental estão as indicações de data e, claro,

fases da Lua. Cinco correctores escondidos foram colocados sob as asas e sob o fundo da caixa para ajuste do calendário, o que excede largamente um perpétuo na sua complexidade. Existe uma terceira peça única da Blancpain, o Carrousel Voador Um Minuto. Inicialmente desenvolvido por um relojoeiro dinamarquês, Bahne Bonnicksen, o carrousel nos relógios de bolso, à semelhança do turbilhão, compensava os erros de marcha nos relógios numa posição vertical. Muito bem-sucedidos quando introduzidos, os relógios equipados com carrousel dominaram as competições de cronometria, melhor do que os turbilhões da época. Tragicamente, o know-how para os construir desapareceu até a Blancpain o reavivar em 2008. Com data e indicação de fases da Lua, o Villeret Carrousel Fases da Lua é o único relógio com fases da Lua do mundo com um carrousel.

Existe ainda outro importante relógio Blancpain com fases da Lua a destacar: o 1735. Embora esta edição limitada a 30 peças esteja há muito esgotada, era o relógio de pulso automático mais complicado do mundo na época da sua comercialização. Emoldurado por uma caixa de platina estava um calendário perpétuo com fases da Lua, repetição de minutos, cronógrafo rattrapante e turbilhão.

A amplitude e profundidade desta gama de peças do tempo com fases da Lua da Blancpain é incomparável. Mas com o papel-chave que as fases da Lua assumiram no renascimento da Blancpain e do resto da indústria relojoeira suíça, é natural que esta complicação intrigante e bela permaneça no palco principal da Blancpain. ✨





PIAGET POLO S

DESCUBRA O **FILME** EM [PIAGET.COM](http://PIAGET.COM)

# PIAGET

Av. da Liberdade,  
129 - Lisboa

Av. da Liberdade,  
194C - Lisboa



**BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS**



# *Speedmaster* MESTRE DA VELOCIDADE

“Há quem utilize o Speedmaster para fazer ovos cozidos. Outros usam-no para cronometrar um passeio sobre a Lua.”

:: *Texto de Carlos Torres*

**A** frase faz parte de um anúncio da Omega publicado em 1969, o ano em que Neil Armstrong proferiu as famosas palavras “Um pequeno passo para o Homem, um salto gigantesco para a Humanidade.” O relógio, a que a publicidade fazia referência, tinha-se tornado uma verdadeira celebridade que, ainda hoje, 47 anos depois, lhe garante um reconhecimento imediato e um estatuto de culto entre apreciadores e colecionadores de relógios. Quando questionados, a resposta é unânime, uma colecção não está completa sem pelo menos um exemplar!



Concebido inicialmente para engenheiros e pessoas ligadas ao mundo do desporto automóvel, de onde provém a inspiração para a sua designação, o Speedmaster da Omega acabou de forma inesperada por fazer parte da maior aventura da humanidade. O texto de introdução de “Moonwatch Only”, de Grégoir Rossier e Anthony Marquié, uma recente obra de referência dedicada exclusivamente ao Omega Speedmaster nas variantes que foram certificadas pela NASA, é categórico: “Ninguém poderia prever o destino notável do primeiro cronógrafo com uma escala taquimétrica sobre a luneta que a Omega lançou em 1957”.

Submetido aos mais duros testes a que alguma vez um relógio mecânico foi sujeito, o Speedmaster foi ao espaço, andou sobre a Lua, tornou-se num dos heróis da Apollo 13, teve a honra de receber o Silver Snoopy Award e chegou aos nossos dias envolto numa aura a que apenas poucos medidores do tempo podem ambicionar. O Speedmaster, é definitivamente, um caso à parte na história da relojoaria.

## A Origem

Criado segundo o conceito de Pierre Moinat, director criativo da Omega em 1957, a ideia original definia um cronógrafo robusto, à prova de água e que permitisse uma leitura fácil e precisa. A caixa seria desenhada por Claude Baillot, um dos principais designers da Omega, tendo o primeiro protótipo sido construído pelas mãos de Georges Hartmann. Lançado nesse mesmo ano, o Speedmaster integrava a linha “Profissional”, uma colecção na qual a Omega contava com os Seamaster 300 e os Railmaster. Uma trilogia composta por modelos com referências famosas como os CK2915, CK2913 e CK2914. Originalmente, a intenção da marca de Bienne era a de integrar o modelo na colecção Seamaster, uma decisão que nunca chegou a ser tomada, mas que é a razão pela qual a Omega manteve o cavalo-marinho como símbolo na tampa da caixa.

O “Speed”, de Speedmaster, tinha sido escolhido devido à presença da escala taquimétrica no exterior em vez de estar impressa directamente sobre o mostrador, como era hábito nesta época. Neste campo o Speedmaster era

uma estreia absoluta, o primeiro cronógrafo a fazer esta escolha em todo o mundo. Quanto à designação “Master”, o termo revelava a orientação profissional do modelo, como o Seamaster, dedicado ao mundo do mergulho, e tal como as propriedades antimagnéticas do Railmaster o tornavam apetecível a engenheiros. O Speedmaster tinha sido apresentado como um cronógrafo claramente orientado para as corridas e o desporto, complementando o posicionamento da Omega como “Timekeeper” oficial dos Jogos Olímpicos.

## Pre Moon - 1957 a 1969

A estreia deu-se em 1957 com o CK2915, provavelmente o troféu mais ambicionado em qualquer colecção dedicada ao Speedmaster. Um modelo que hoje, se se encontrar em bom estado, é capaz de alcançar um valor acima dos 40.000 euros num leilão da especialidade. Nesta altura o Speedmaster era considerado um relógio relativamente grande num mundo onde abundavam exemplares em ouro, pequenos e de aparência clássica. O modelo inaugural era também conhecido por “Broad Arrow”, fazendo alusão à forma e às dimensões do ponteiro das horas, largo e em forma de seta, e que então estava também presente nos Seamaster e Railmaster.

No interior, o calibre 321 era um desenvolvimento do famoso CHRO C12, desenhado originalmente por Albert Piguet, e que fora introduzido em 1942 numa parceria entre a Omega e a Lemania (cal 2310). Um movimento bastante fiável usado então também por marcas como a Vacheron Constantin e a Breguet. O CK2915, seria apenas produzido durante dois anos, até 1959, altura em que foi substituído pelo CK2998 que apresentava algumas melhorias técnicas e estéticas ao conceito original. Foi este o Speedmaster que foi ao espaço com Ed White, um modelo histórico que acabou por ser homenageado em 2012 com uma reedição intitulada “FOIS - First Omega In Space”.

Segue-se, em 1962, a ref. 105.002, e no ano seguinte a ref. 105.003, ambas com um design similar mas apresentando pela primeira vez ponteiros em “baton” e uma luneta de diâmetros diferenciados com 38,6 e 39,7 mm, respectivamente. Os modelos estavam disponíveis com escalas de taquímetro, pulsómetro e telémetro com variantes para milhas e mesmo escala decimal, para uso industrial. O 105.003 seria o modelo usado nos exigentes testes da NASA. Descontinuado em 1966, viria a ser substituído pela ref. 145.003.

Historicamente a versão mais importante terá sido a ref. ST 105.012, o modelo que em 1969 foi à Lua com Neil Armstrong e Buzz Aldrin a bordo da Apollo 11, sendo também o modelo que melhor ilustra a transição entre as versões vintage e modernas do Speedmaster. O relógio apresentava então um caixa redesenhada, com 42 mm de diâmetro, e uma resistência à água melhorada através de uma protecção adicional dos botões do cronógrafo e da coroa. A partir daqui sucederam-se modelos com caixas com formatos distintos como o Mark II, em 1969, seguido do Mark III, IV e V, para além de um número significativo de edições comemorativas que acompanharam a produção contínua do Speedmaster clássico tal como hoje o conhecemos.



## NASA

Segundo o astronauta Eugene Cernan, o último homem a pisar solo lunar com a Apollo 17, "O Speedmaster Professional foi, virtualmente, o único equipamento de missão da NASA que se manteve inalterado ao longo de todo o programa Apollo." Um testemunho de excelência a que poucas marcas podem ambicionar. Este capítulo essencial na história do Speedmaster começa em 1960, quando a NASA procurava activamente relógios fiáveis que pudessem ser candidatos ao programa espacial cujo objectivo era pôr um homem na lua. A selecção era composta por 10 fabricantes que a agência espacial norte-americana considerava terem modelos capazes de fazer face aos exigentes testes que tinham sido delineados para este tipo de equipamento. Integravam a lista a Elgin, Benrus, Hamilton, Mido, Luchin Oichard, Bulova, Rolex, Longines, Gruen e Omega.

E qual teria de ser a performance destes relógios? O engenheiro da NASA James Ragan tinha imaginado uma bateria de testes que deveriam replicar as condições no espaço, onde os choques de temperatura podem alcançar valores acima dos 100° C. Na Lua as diferenças de temperatura podiam oscilar mesmo entre 150° negativos e 100° positivos, pelos que as exigências tinham de ser levadas a sério. Os modelos deveriam ter função de cronógrafo, mostradores claramente legíveis e características antimagnéticas. E ao nível da cronometria, James Ragan exigia um desvio não superior a cinco segundos por cada 24 horas não mais de +- dois segundos.

A NASA tinha redigido 10 RFP (Request for Proposal) que tinha enviado às respectivas marcas a 10 de Maio de 1964. Mas segundo o actual responsável pelo museu Omega, Petros Protopapas, apenas quatro responderam ao desafio. A Omega USA, pelo importador à época, Norman M. Morris, de Nova Iorque, a sucursal americana Longines-Wittnauer, a Rolex USA e a Hamilton, nessa altura ainda uma marca norte-americana e que apenas propunha relógios de bolso, pelo que acabou por ser desconsiderada.

Durante os testes que decorreram ao longo de dois dias, os relógios foram submetidos a temperaturas entre 71 e 93°C, após o que eram arrefecidos de forma repentina para -18°C. Seguiam então para uma câmara de vácuo aquecida a uma temperatura de 93°C, seguindo-se uma nova bateria de testes onde eram aquecidos a 70°C e arrefecidos instantaneamente para -18°C. Um processo que era repetido por 15 vezes. Caso os relógios se mantivessem inalterados e a funcionar correctamente, seguia-se um teste de impacto com uma força de 40G aplicada a partir de seis direcções distintas. Adicionalmente, tinham de suportar uma humidade de 93%, uma atmosfera altamente corrosiva de 100% de oxigénio, assim como um teste sonoro de 130 decibéis. Finalmente, um teste de vibrações com uma duração de 90 minutos, onde os relógios sofriam um impulso de pelo menos 8G.

Como esperado, nem todos os relógios sobreviveram a esta tortura. Na sua carta datada de 1 de Março de 1965, o director assistente para as operações das equipas de voo reportava que apenas o Omega Speedmaster, apesar de algumas ligeiras irregularidades, tinha tido um desempenho satisfatório. E a partir de Março de 1965, o Omega Speedmaster recebia finalmente a certificação de "flight qualified by NASA for all manned space missions" (qualifi-



**OMEGA**  
Speedmaster  
First Omega in Space



cado pela NASA para todas as missões espaciais tripuladas). O único que tinha sido capaz de passar nos mais exigentes testes a que alguma vez um relógio mecânico tinha sido submetido.

A recomendação da Omega por parte da NASA destacava a “elevada precisão, fiabilidade, legibilidade e manutenção facilitada” do relógio. Um veredicto que ia ao encontro dos astronautas Walter Schirra e Leroy Gordon Cooper, que já em 1962 tinham usado os seus Speedmaster, adquiridos a título privado, a bordo das cápsulas do projecto Mercury. Mesmo assim a NASA fazia recomendações à Omega. A luneta exterior fixa, que tinha inscrita a escala taquimétrica, deveria ser substituída por uma rotativa com escala de 24 horas. E, os mostradores deveriam ser equipados com marcações luminescentes adicionais. Mas a aceleração do programa espacial russo acabou por já não permitir a aplicação destas modificações. A única alteração acabou por ser a aplicação de pulseiras longas, em velcro, para permitir a fixação dos relógios sobre os volumosos fatos espaciais.

O resto é história. O Speedmaster saiu para um passeio espacial com Ed White a 3 de Junho de 1965 durante 20 minutos, levando a que, após a divulgação das imagens, a Omega acrescentasse a inscrição “Professional” sobre o mostrador. Finalmente, a 21 de Julho de 1969, o homem pisava pela primeira vez a Lua, e, também pela primeira vez, um relógio era usado na superfície de um corpo celeste que não a Terra. Não no braço de Neil Armstrong, que tinha deixado o seu Speedmaster no módulo lunar, mas no de Buzz Aldrin, que seguiu Armstrong ao fim de apenas 15 minutos. Nesse mesmo ano o Speedmaster recebia algumas alterações. O movimento Lemania 321 dava agora lugar à superior frequência do Calibre 861 (Lemania 1873), que passava de 18.000 para 21.600 aph, mantendo a corda manual, agora com uma autonomia ampliada para 38 horas.



**OMEGA**  
Speedmaster  
Dark Side of the Moon

Durante a Apollo 13, é o Speedmaster que permite cronometrar com precisão a ignição do propulsor, de forma a fazer regressar à Terra em segurança os astronautas a bordo da missão acidentada. A comunicação histórica “Houston we have a problem”, proferida por Jim Lovell, afinal foi na realidade “Houston we’ve had a problem” (Houston “tivemos” um problema). Mas a história parece não ter registado a frase desta maneira... Sem aquela queima controlada, cronometrada pelo Speedmaster, a cápsula teria saltado na atmosfera terrestre e desaparecido para sempre na vastidão do espaço. O feito valeu ao Speedmaster o “Silver Snoppy Award”, uma honra atribuída pela NASA apenas a trabalhadores e empresas contratadas por serviços excepcionais prestados e relacionados com a segurança e o êxito das missões. Um prémio devidamente comemorado pela Omega duas vezes, através de edições especiais do Speedmaster.

E mesmo sujeito a uma nova bateria de testes em 1972, o Speedmaster voltaria a bater toda a concorrência, mantendo-se até hoje como o único relógio oficial das missões espaciais da NASA. A agência espacial norte-americana chegou mesmo a ser criticada por fazer uma escolha tão pouco patriota, preferindo o modelo da Omega em detrimento de marcas americanas.

### *O futuro do Speedmaster*

A história do Speedmaster é fascinante e está intimamente ligada à exploração espacial, e em particular à epopeia que levou o homem a pisar pela primeira vez um corpo celeste para além da Terra. E embora o homem não tenha ainda regressado novamente à Lua, as palavras de Gene Cernan, no final da missão da Apollo 17, devem ser entendidas como proféticas: “No momento em que deixamos a Lua em Taurus-Littrow, partimos como chegámos e, se Deus quiser, iremos voltar, com votos de paz e esperança para toda a humanidade.” (Gene Cernan, Comandante da Apollo XVII, 14 de Dezembro de 1972).

Seja o destino a Lua ou mesmo Marte, ninguém tem dúvidas de que, quando esse momento chegar, o Omega Speedmaster será mais uma vez o fiel companheiro dos homens que irão protagonizar a maior aventura de sempre da humanidade.

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





## SHAMBALLA JEWELS

Explore the Energy of Creation\*



PULSEIRA SHAMBALLA E ANEL SOS DIAMOND

7,95 ct Diamantes brancos facetados, Diamantes brancos, Diamantes pretos, Ouro rosa 18cts, Ródio preto platinado.



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS

Avenida da Liberdade nº 129, tel. 21 343 00 76, [www.boutiquedosrelogiosplus.pt](http://www.boutiquedosrelogiosplus.pt)

\*Explore a Energia da Criação

# Elemento: ÁGUA

De um lado, a marca relojoeira que exhibe as horas através de uma combinação entre mecânica e líquidos: do outro, uma das mais reconhecidas equipas de vela do mundo. A HYT e a Alinghi aliam-se pelo segundo ano consecutivo, numa parceria que tem na água e mecânica de excepção o denominador comum.

:: *Texto de Gonçalo Ferreira*

**A**o falarmos de vela, invariavelmente surge o nome da competição America's Cup, que por sua vez nos remete sempre para o nome da equipa helvética Alinghi. Um nome que não é, aliás, novidade no que diz respeito a parcerias de sucesso com marcas relojoeiras, como foram os casos da Audemars Piguet e da Hublot. Enormes mudanças surgiram no seio da competição America's Cup, ganha duas vezes pela embarcação Alinghi, motivo pelo qual esta equipa suíça desistiu de participar no mais antigo troféu desportivo a nível mundial. Com este abandono, Alinghi abraçou um novo desafio, o Extreme Sailing Series, tendo-o já vencido em 2008 e 2014.

Foi durante o ano passado que a parceria entre Alinghi e a marca relojoeira HYT foi anunciada. Conhecida pelos seus relógios hidromecânicos, em que as horas são representadas pela combinação de líquidos, nada melhor do que uma parceria marítima para a HYT, sendo assim a água o denominador comum nesta união.

Fruto desta parceria vimos nascer duas peças especiais da manufactura helvética, o H4 Alinghi e o H2 Alinghi. O H4 inspira-se na arquitectura do

primogénito da marca, o H1, em que as horas nos são mostradas através do deslocamento de dois líquidos, um colorido e um transparente, dentro de um micro tubo (capilar), controlados por um movimento mecânico desenvolvido pela experiente equipa de relojoeiros da Chronode. Já o H2 exhibe as horas, minutos e segundos ao estilo Regulador. O calibre deste relógio surge com algumas inovações técnicas, como um indicador de posição da coroa, indicação de temperatura dos fluidos, e uma incrível reserva de marcha de oito dias. Recentemente Lisboa foi palco do Extreme Sailing Series, onde a marca HYT esteve presente, proporcionando experiências inesquecíveis a alguns dos participantes, ganhando assim um maior número de apreciadores da sua alquimia, que transforma a combinação de fluidos em instrumentos de contagem do tempo. ✨





AVENGER  
★  
HURRICANE

O cronógrafo de todos os superlativos. Caixa de 50 mm, em Breitlight®. Calibre manufacturado exclusivo B12 dotado de uma exibição militar de 24 horas. Cronómetro oficialmente certificado.



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS

ESPAÇO BREITLING  
Avenida da Liberdade, 129  
Tel.: (+351) 213 430 076



INSTRUMENTS FOR PROFESSIONALS™



# ROGER DUBUIS nas pistas

A Roger Dubuis associou-se à equipa FFF Racing Team, numa aliança onde a paixão comum pela técnica e motores de alta performance augura grandes vitórias.

:: *Texto de Marina Oliveira*

**S**ão muitos os denominadores comuns entre o mundo do desporto motorizado e o da alta relojoaria, entre eles a procura incessante pela melhor performance e precisão, assim como a determinação de permanecer na pole position. E é nestes valores partilhados que assenta a parceria da Roger Dubuis com a FFF Racing Team.

Composta tanto por pilotos profissionais como por amadores, a equipa FFF compete na série GT numa panóplia de circuitos de prestígio em todo o mundo, como Ímola ou Le Mans. E foi nas pistas, neste caso no Autódromo do Estoril e no contexto da Le Mans Cup, que a Turbilhão pôde constatar ao vivo o sucesso desta parceria da FFF Racing Team

com a Roger Dubuis. A presença da manufatura relojoeira é notória, quer no automóvel integralmente vestido com as cores da marca, quer nos fatos dos pilotos ou no paddock, onde a Roger Dubuis e os seus relógios exclusivos se impõem.

Em destaque nesta parceria está também a colecção relojoeira Excalibur, com uma nova edição limitada a apenas oito exemplares do Excalibur Quatuor, com caixa de 48 mm em titânio revestido a DLC preto. ✨





# HUBLOT



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS

Av. da Liberdade, 129 - 213 430 076 · Av. da Liberdade 194 C - 210 730 530  
CascaShopping, 214 607 060 · Centro Colombo, 217 122 595  
NorteShopping, 229 559 720.

hublot.com • f • t • i

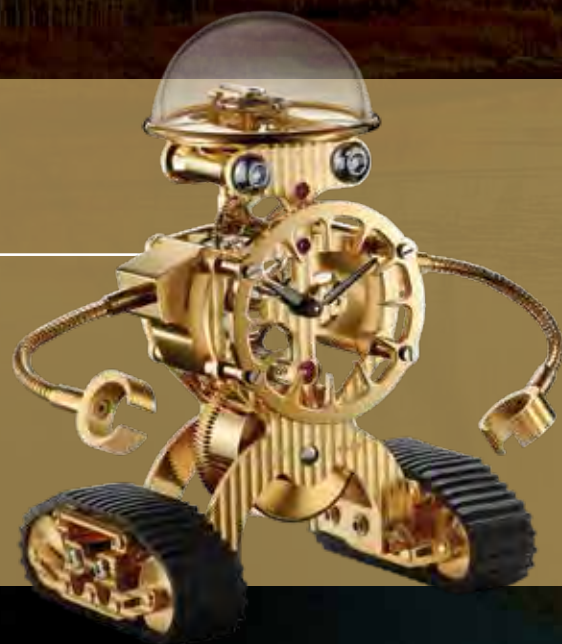
Big Bang Broderie Sugar Skull.  
Caixa de cerâmica com 48 espinelas vermelhas.  
Mostrador único realizado em fibra de carbono  
com bordado Saint-Gall em forma de arabescos  
florais. Pulseira bordada em seda e cosida sobre  
cauchu. Edição limitada a 200 peças.

# *Sugestões para o frio*

Os cronógrafos dominam a estação, intercalados por horas simples em designs pouco convencionais e por modelos desportivos inspirados no oceano. Neste Outono/Inverno, o tempo é medido com precisão e muito estilo, seja no pulso ou na secretária.

## **MB&F** *Sherman*

Reconhecida por criar relógios de design pouco convencional, a MB&F, em parceria com a L'Épée, surpreende com Sherman. Inspirado nos robots de brinquedo de lata, populares no Japão no meio do século passado, Sherman está equipado com um relógio simples na zona do peito, enquanto uma cúpula de vidro na cabeça revela a roda de balanço e o sistema regulador. Com oito dias de reserva de marcha, este relógio robot revestido a ouro é limitado a 200 exemplares.



## **BULGARI** *Diagono Magnesium Cronógrafo*

A mais recente versão da colecção Diagono Magnesium da Bulgari apresenta uma caixa de 42,5 mm produzida em magnésio, poliéter éter cetona (Peek) e aço. A luneta de cerâmica apresenta a gravação do logo da Bulgari e emoldura um mostrador em laca preta com contadores pretos. Movido pelo calibre automático B130 com 42 horas de reserva de marcha, o cronógrafo Diagono Magnesium apresenta uma correia em borracha vulcanizada preta.



## MB&F *HMX*

O novo HMX da MB&F surpreende ao primeiro olhar, ao revelar um mostrador que, na realidade, não é um mostrador literal, mas sim uma projecção do tempo, uma espécie de ilusão óptica. Assumidamente um relógio para pilotos, o HMX exhibe, no local onde normalmente se encontra o mostrador dos relógios convencionais, o movimento e, na lateral da caixa, uma abertura oval em forma de olho de peixe que mostra as horas. Utilizando uma série de discos de safira e prismas, e aproveitando a luz, o HMX projecta a indicação do tempo do movimento no topo da caixa para o painel na lateral onde se podem ler as horas e minutos. Uma leitura assim é possível graças a um movimento automático com discos de horas saltantes e minutos rotativos.

## HARRY WINSTON *Project Z9*

Em 2016, a Harry Winston lança o 9.º membro da família Project Z, uma colecção lançada em 2014, concebida para expor as habilidades técnicas de ponta e materiais de última geração da marca. À semelhança dos seus predecessores, o Project Z9 apresenta uma caixa de 44,2 mm em Zalium, um material ultraleve e não alérgico. O mostrador preto esquelético apresenta as indicações de horas, minutos, pequenos segundos, cronógrafo flyback e data com indicação dia/noite. Limitado a 300 peças, o novo Harry Winston estreia o calibre de manufatura HW3304.



## ULYSSE NARDIN *Diver Black Sea*

Relembrando a sua longa herança marítima, a Ulysse Nardin apresenta a sua mais recente pérola na colecção Diver. Uma das características distintivas do Diver Black Sea é a caixa em aço revestida a borracha vulcanizada, o que aumenta o conforto e a capacidade de suportar condições extremas. A borracha estende-se à luneta giratória unidireccional, bem como à coroa aparafusada. Adicionando um estilo desportivo à sua precisão cronométrica, o Diver Black Sea apresenta a coroa cravejada com pedras de cerâmica branca. Movido pelo calibre automático UN-26, este modelo apresenta as funções de horas, minutos, pequenos segundos, data e indicação de reserva de marcha.

## RICHARD MILLE

### *RM 11-03*

Representando uma evolução do RM 011 Cronógrafo Flyback Automático, o novo Richard Mille RM 11-03 é movido pelo novíssimo calibre RMAC3, inspirado pela aerodinâmica dos carros de Fórmula 1, complementado com anéis de Alcryn em amarelo racing. O cronógrafo flybak inclui agora uma função de contagem decrescente, calendário anual e indicação de data XXL. O Richard Mille RM 11-03 está disponível com caixa em ouro vermelho, branco ou titânio.



## BREITLING

### *Avenger Hurricane*

O novo Avenger Hurricane destaca-se por se apresentar numa caixa de 50 mm produzida numa nova liga desenvolvida pela Breitling: Breitlight. O novo material é quatro vezes mais leve do que o titânio, mas significativamente mais duro, altamente resistente a riscos e corrosão. Com um design inspirado na aviação militar, o Avenger Hurricane apresenta-se em preto integral com detalhes amarelos. No coração deste modelo bate o calibre automático B12 com cronógrafo, indicação de 24 horas e data.

## HUBLLOT

### *Cronógrafo Big Bang Unico Usain Bolt*

A Hublot celebra o sucesso do homem mais rápido do mundo – Usain Bolt – com um cronógrafo de edição limitada. Trata-se do Big Bang Unico Usain Bolt, um modelo de 45 mm em cerâmica preta que alberga a pose assinatura do atleta no contador dos pequenos segundos e um ponteiro do cronógrafo em forma de raio. O mostrador aberto revela detalhes em verde e ouro, as cores de Usain Bolt, e a correia apresenta um relevo da bandeira jamaicana.



# DEEP BLACK

Para não fugir à tradição, a Omega voltou a sentir o apelo do mar. Mas, desta feita, este apelo surgiu dos céus.

:: *Texto de Gonçalo Ferreira*

O mote para a criação da nova colecção Deep Black surge logo no início da apresentação oficial deste modelo, com a frase: “Da imensidão do espaço, a Omega voltou a explorar um novo mundo de inspiração. O nosso... Planet Ocean. Ainda mais belo quando escurece”. Deep Black é uma colecção composta por quatro relógios únicos, que se destacam pela evolução que trazem ao universo de relógios em cerâmica. A marca de Bienne teve como propósito aliar a função de segundo fuso horário (GMT) a um relógio de mergulho.

Conforme o nome desta linha nos sugere, a cor base de toda a colecção é o preto, que se torna cada vez mais vibrante conforme as combinações de cores e materiais que nos são propostas. Os dois modelos, negro e ouro Sedna, possuem a caixa e mostrador polidos, dando assim uma intensidade profunda ao negro da cerâmica. Já os dois relógios “mais coloridos”, vermelho e azul, têm o acabamento mate, realçando assim as cores primárias. E porquê a escolha de vermelho e azul? Quando se mergulha até cinco

metros, o vermelho é a primeira cor a desaparecer. Já a uma maior profundidade, até 275 metros, o azul é a última cor a desaparecer. Mas a uma profundidade de 300 metros, tudo se torna preto, excepto a Superluminova azul e vermelha do Planet Ocean. Por este motivo, quanto mais fundo se for, mais se irá descobrir, e com estes relógios podemos mergulhar bem fundo, até 600 metros.

Mas para alimentar um corpo tão resistente, a Omega tinha de o equipar com um coração bem forte: o calibre Master Chronometer 8906, resistente a campos magnéticos até 15.000 gauss e testado ao mais alto nível, passando nos oito testes estabelecidos pelo METAS (Swiss Federal Institute of Metrology). ✨





# À Conquista da Elegância

O Longines Conquest Classic Moonphase é um relógio sedutor pela excelente combinação entre complicação e elegância, que associa ao mundo do desporto equestre.

:: *Texto de Carlos Torres*

**A** Longines e os cavalos têm provavelmente a relação mais estreita de que há memória entre uma marca de relógios e o desporto equestre. Uma ligação cujas origens remontam a 1878, quando a marca produziu um cronógrafo decorado com a imagem de um jóquei e da sua montada. Passados apenas três anos, a Longines tinha já sido adoptada pelos entusiastas americanos das corridas de cavalos e, quando em 1912 se associa pela primeira vez a um concurso de saltos, passa a ser presença assídua nos mais importantes eventos do desporto equestre mundial. Esta longa ligação assenta nos últimos anos numa palavra que define como nenhuma outra o ponto de contacto entre a marca relojoeira, o equídeo e o desporto que se lhe associa: elegância. Um termo que, como nenhum outro, descreve bem o Conquest Classic Moonphase. Este modelo é um tributo aos cronógrafos construídos no final do século XIX, dedicados aos jóqueis e aficionados das corridas de cavalos de Nova Iorque. A sofisticação do modelo com 42 mm de diâmetro torna-se

imediatamente aparente através do mostrador. Um elemento que, para além das indicações reservadas ao cronógrafo, inclui ainda data analógica, dia da semana e mês sob duas janelas, indicação de 24 horas e abertura para fases da lua às 6 horas.

Tudo controlado pelas 28.800 aph do movimento mecânico de corda automática L678, baseado no excelente Valjoux 7751, visível através da tampa de fundo transparente. Disponível em aço ou ouro, a caixa associada a uma bracelete de aligátor com fecho de báscula garante uma resistência  imersão de até 5 bar de pressão, o equivalente a um mergulho de 50 metros de profundidade. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# Escape

|     |  |
|-----|--|
| 80  | <b>Entrevista</b> Adrien Silva               |
|     | <b>Motores</b>                               |
| 84  | Luxo Cosmopolita                             |
| 89  | 100º Aniversário BMW                         |
| 92  | Maserati                                     |
| 94  | Aston Martin 37                              |
| 96  | <b>Evasão</b> Rota do Douro                  |
|     | <b>Gourmet</b>                               |
| 100 | Vinho do Porto                               |
| 104 | Porto Santa Maria                            |
| 106 | La Quintinye Vermouth Royal                  |
| 108 | <b>Evasão</b> Cidade do Cabo                 |
|     | <b>Gourmet</b>                               |
| 112 | Trufas Brancas                               |
| 116 | Champagne                                    |
| 121 | <b>Evasão</b> EPIC SANA                      |
| 124 | <b>Espaços de Referência</b> Rosa & Teixeira |
| 129 | <b>Tendências</b> Acessórios de luxo         |
| 130 | <b>Real Estate</b> Santana à Lapa            |
| 132 | <b>Escape</b> Documentário Terra             |
| 138 | <b>Arte &amp; Cultura</b> Audemars Piguet    |





# *Tempo de* CAMPEÃO

O mercado de transferências está fechado, mas a Boutique dos Relógios Plus conseguiu assinar Adrien Silva como *friend of the brand*. E ao trocar os relvados por uma sessão fotográfica, o jogador da selecção revela-se tão à vontade como de bola nos pés. Ou quase ...

:: Por Bruno Lobo, Fotografia de Carlos Ramos



**M**ais do que as suas qualidades técnico-táticas – como diria Gabriel Alves –, interessa-nos aqui sobretudo medir o pulso ao campeão europeu, até porque a sua contratação como friend of the brand Boutique dos Relógios Plus foi a transferência mais inesperada da época relojoeira.

O nome não engana. Adrien Sébastien Peruchet Silva nasceu mesmo em França, filho de pai português e mãe francesa. Começou a dar os primeiros toques nos iniciados do Bordéus, que abandonou em 2000, quando os pais se mudaram para Arcos de Valdevez. Curiosamente, nesse mesmo ano chegava ao clube outro português que por lá fazia história: Pedro Pauleta.

Mas a estadia em Arcos foi curta, porque o jovem Adrien entrou rapidamente no radar dos olheiros do Sporting e, depois de ter trocado de país, trocou de cidade, deixando Arcos de Valdevez para trás para assentar em Alcochete, separando-se dos pais e do irmão. E tudo isto entre os 11 e os 12 anos. Nenhuma dessas mudanças foi fácil de aceitar ou de se adaptar. Mas levaram a uma maturidade pouco comum para a idade, e, na Academia, Adrien revelava já as qualidades de um líder: foi capitão de várias equipas nos escalões de formação, tal como é hoje na equipa principal de Alvalade.

O momento mais alto da sua carreira aconteceu, claro, naquele glorioso domingo de Julho em que conquistaram o primeiro título de futebol sénior para Portugal. Foi precisamente por aí que começo a nossa conversa:

**O que sentiu quando se sagrou campeão europeu?**

Foi uma sensação única. Pela conquista e pela alegria que pudemos proporcionar a milhares de pessoas. Ainda hoje revejo essa alegria nas pessoas, e é fantástico.

**A vossa recepção à chegada foi emocionante.**

Claro. Desde os caças da Força Aérea a todos os trabalhadores do aeroporto, e pela cidade fora. Foi o melhor momento da minha carreira.

**Como é que geriu a sua costela francesa. numa final em França. contra a França?**

Não foi fácil, é verdade. Tive de controlar muitas emoções: estava no meu país natal, perante todos os meus amigos e família francesa. Mas os meus amigos franceses queriam que eu ganhasse, e isso também me deu muita força.

**Veio para Portugal aos 11 anos. e nem um ano depois já se estava a mudar para a Academia do Sporting. Foram muitas mudanças...**

Difíceis de aceitar. Aos 11 anos não é fácil aceitarmos todas essas mudanças repentinas. Cheguei a ficar um pouco chateado com os meus pais, porque com essa idade não pensamos no futuro, queremos é estar com os amigos, brincar, e pouco mais. Começar uma nova vida com 12 anos não é fácil, mas foi, reconheço-o agora, importante para o meu futuro e para os valores que tenho hoje.

**Como foi crescer na Academia?**

O espírito de grupo que existe ali dentro é enorme, e os nossos amigos tornam-se quase na nossa família. E isso torna-nos melhores e mais fortes. Aliás, só assim é que se consegue ultrapassar essa etapa. Sozinho seria praticamente impossível.

**Que momentos recorda como melhores nesse tempo?**

O companheirismo. Éramos cerca de 50 jovens, dos 12 aos 17 anos, e a cada ano havia uns que saíam e outros que entravam, mas o companheirismo mantinha-se. Fazem-se grandes amizades, para sempre.

**Como é que geriam as saídas? Alguns tinham sucesso. mas outros nem por isso...**

É assim o futebol. Existem poucos que conseguem singrar, e isso ensinava-nos, em primeiro lugar, que era possível. Em segundo, que não era fácil. E que tínhamos de estar preparados para as duas hipóteses.

**E o papel da sua família? Foi muito importante nessa altura?**

Claro. Tive a sorte de ter uma família que fazia de tudo para me apoiar e estar presente. Na altura nem havia autoestrada até Arcos de Valdevez, e vir a Lisboa demorava umas cinco horas. Eles saíam às cinco da manhã, todos os fins-de-semana, para me verem jogar (nas camadas jovens os jogos são de manhã), almoçar comigo, e depois regressavam. Era muito cansativo, mas nunca abdicavam de vir.



:: A conquista do campeonato europeu foi, para Adrien Silva, uma sensação única, sobretudo pela alegria que pôde proporcionar a milhares de pessoas. ::



**Agora é pai. O que mudou na sua vida?**

Tudo. Foi uma mudança drástica no nosso dia-a-dia (risos). Mas alterou as minhas prioridades e tornou-me muito melhor enquanto homem.

**Todos os anos leva alunos de uma escola em Arcos de Valdevez para visitar uma cidade europeia. Como é que surgiu essa ideia?**

Quando chegámos a Arcos, nem eu nem o meu irmão falávamos uma palavra de português, mas houve uma professora na escola que nos ajudou muito nessa adaptação, e eu quis retribuir essa ajuda. Para estes jovens é muito difícil conhecerem outros países e outras cidades, esta foi a maneira que encontrei.

**Não é possível levar um relógio para dentro de campo mas, se fosse, que relógio gostaria de levar?**

Não é permitido, não. Se pudesse escolhia o mais leve possível, para não pesar (risos).

**Tem alguma marca predilecta, ou tipo de relógio favorito?**

Tive oportunidade de assistir ao lançamento do novo Omega (Planet Ocean Deep Black) e parece-me um relógio muito interessante, porque consegue ligar muito bem o lado desportivo com o mais clássico.

**Tem muitos relógios?**

Sim. Tenho alguns e pretendo continuar a aumentar a colecção.

**Como é que recebeu este convite da BRP para ser *friend of the brand*?**

Acima de tudo, com muito orgulho. Tenho amigos na marca e poder trabalhar com amigos é óptimo, porque já existe uma relação de confiança.

**Já era cliente?**

Sim, já era. Mas agora podemos levar essa relação um pouco mais longe. 🌟

AGRADECIMENTOS: Hotel Pestana CR7 Lisboa  
Produção Gabriela Pinheiro, Cabelo e Maquilhagem Marta Pardal  
Adrien vestido por Rosa & Teixeira

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# *Estilo* *na* CIDADE



JAGUAR  
F-Pace

Num cenário eclético e ressonante, encontrar calma e requinte pode parecer uma missão impossível. No entanto, seja ao volante ou no banco traseiro, existem automóveis que, sob o estilo inconfundível, escondem uma libertadora sala de conforto.

:: *Texto de Andreia Amaral*



**A**lhear-se da confusão e ruído da cidade enquanto está no trânsito urbano não é uma tarefa fácil. Contudo, os fabricantes de automóveis empenham-se cada vez mais na disponibilização de propostas que, a par de uma imagem distinta e performances de excepção, colocam o foco na funcionalidade, seja para facilitar a vida ao condutor, elevar o conforto a bordo, proporcionar um espaço de trabalho ou oferecer entretenimento.

Já uma referência nos SUV premium, o Jaguar F-Pace é um excelente exemplo deste posicionamento. Com 4,73 metros de comprimento, 1,94 metros de largura e 1,65 metros de altura, o veículo recorre à mesma plataforma dos modelos recentes da marca, mas dispõe de uma distância entre-eixos de 2,87 metros, com

claros benefícios para o espaço e habitabilidade oferecidos no interior. Aliás, o interior do F-Pace foi desenhado precisamente para ser prático e versátil, com uma configuração dos bancos traseiros rebatíveis 40/20/40 e um impressionante espaço da bagageira de 1740 litros. Em destaque está o “InControl”, sistema que abre um mundo de possibilidades tecnológicas aos passageiros. Em conjugação com os pacotes de conectividade disponíveis, o sistema permite aceder a várias funções de entretenimento e informação ou, caso seja necessário, de trabalho. Disponível com tracção traseira ou integral, o F-Pace tem uma estética inspirada no F-Type e recebe os mesmos motores do XF: o Diesel 2.0 Ingenium de 180 cv, o 3.0 TDV6 de 300 cv e o V6 Supercharged a gasolina, de 3 litros com 340 e 380 cv. No modelo de entrada, o motor Diesel de 180 cv anuncia uma aceleração dos 0 aos 100 km/h em 8,7 segundos e uma velocidade máxima de 208 km/h, para um consumo médio abaixo dos 5 l/100 km. Com sistema de aviso de mudança involuntária de faixa (LDW), park assist e travagem autónoma de emergência, o desportivo mais prático da Jaguar consegue combinar comportamento arrojado e funcionalidade no dia-a-dia.

Recentemente apresentada, a quinta geração do Land Rover Discovery tem também fortes argumentos nesta área e promete dar continuidade ao legado de sucesso do modelo: 1,2 milhões de unidades vendidas em 27 anos de vida. Com 4,97 metros de comprimento, o modelo caracteriza-se pela configuração de sete lugares efectivos, uma vez que, graças à optimização do espaço do habitáculo e a 13 sistemas de controlo com 21 configurações diferentes, é possível encontrar a posição mais confortável para todos os ocupantes ou libertar lugares em vários esquemas para alargar a capacidade da bagageira. Neste particular, note-se que os bancos podem ser rebatidos através de comandos eléctricos na mala, das opções do ecrã táctil posicionado no centro do painel de bordo, ou à distância, recorrendo-se a uma aplicação para smartphone. De resto, a conectividade é um dos grandes trunfos do novo Discovery, ao disponibilizar a integração do sistema de info-entretenimento com os protocolos Apple, CarPlay e Android Auto. Além disso, permite a ligação de todos os ocupantes à internet, existindo fichas USB em todos os lugares, saídas HDMI e funções Hotspot.

Mais leve do que o seu antecessor em até menos 480 kg, resultado da adopção de uma plataforma em alumínio, o novo Discovery regressa aos motores de quatro cilindros. Pode receber o turbodiesel 2.0 de 180 e 240 cv, o 3.0 de 258 cv, ou o 3.0 a gasolina de 340 cv, todos acoplados a uma caixa automática de oito velocidades. A tracção 4x4 com possibilidade de bloqueio de diferencial central e traseiro, a suspensão pneumática regulável em altura e o sistema Terrain Response 2 asseguram aptidão em qualquer estrada e sob todas as condições meteorológicas.



**LAND ROVER**  
Discovery



**MERCEDES**  
GLC Coupé

De dimensões mais contidas, o Mercedes GLC Coupé consegue garantir muito estilo nas deslocações, oferecendo um carácter prático em ruas mais esguias e perante a necessidade de estacionar em lugares mais diminutos. Com linhas eminentemente desportivas e uma gama de motores apta a fazer face a qualquer necessidade, o SUV é ligeiramente mais baixo e comprido do que o modelo que lhe serve de base: 4730 mm de comprimento e 1600 mm de altura. No entanto, nem por isso a habitabilidade é prejudicada, mantendo-se ainda o nível de requinte, qualidade e conforto a que a Mercedes já nos habituou. Para isso muito contribui o sistema Air Body Control, que combina estabilidade de condução e conforto com uma resposta desportiva, uma opção que substitui a suspensão de amortecimento variável (Dynamic Body Control). De série são a caixa automática de nove velocidades 9G-Tronic e a tracção integral.

A nível das motorizações, o catálogo acaba de ser ampliado com duas novas versões: V6 3.0 biturbo de 367 cv e 350e 4Matic, equipada com o motor de combustão 2.0 turbo de 211 cv e com um motor eléctrico de 116 cv, alimentado por baterias de íões de lítio e dotado de tecnologia plug-in.

## Berlinas de luxo

Imagine um jacto privado com quatro rodas e conseguirá visualizar a proposta da Bentley para o segmento das berlinas de luxo. Espaçoso e com um interior requintado e de elevada qualidade, o Mulsanne está desenhado tanto para o prazer de condução, graças à sua performance e assertividade perante qualquer manobra, como para o conforto dos passageiros do banco traseiro. Quem viajar nestes lugares tem ao seu dispor duas configurações de mesa, que permitem transformar o veículo num escritório sobre rodas ou torná-lo uma sala de estar com um sistema de info-entretenimento baseado em monitores de 10,2" com tecnologia Android.

Aqueles que preferem ocupar o lugar do condutor também podem contar com uma viagem marcante. A variante Mulsanne Speed continua a ser a mais rápida e energética. Fazendo face ao peso estrutural, o motor V8 de 6,75 litros, capaz de debitar 537 cv e 1100 Nm de binário, aparece acoplado a uma caixa automática de oito velocidades e permite acelerar o Mulsanne dos 0 aos 100 km/h em 4,9 segundos. No centro do painel de instrumentos, o condutor irá encontrar um ecrã táctil de 8 polegadas, associado a um disco rígido de 60 GB para armazenamento de ficheiros multimédia a bordo e compatível com a tecnologia Apple e CarPlay. Dotado de todos os sistemas de segurança e radares de anulação do ângulo morto, não conte, no entanto, com sistemas de ajuda à condução, afinal é para isso que o condutor está lá.

### MASERATI Ghibli



### BENTLEY Mulsanne



Mais apelativa do que nunca, a berlina de prestígio Maserati Ghibli recebeu uma actualização para 2017. Com linhas de coupé, prestações de desportivo e um nível de equipamento e conforto característico do segmento premium, possui argumentos capazes de agradar aos mais diversos tipos de clientes, sempre sob a promessa de estilo e funcionalidade.

A nova versão recorre, no interior, a um painel frontal redesenhado, em que o ecrã touch 8,4 de alta definição é o protagonista. Passível de integração com smartphones Apple, CarPlay e Android Auto, é o posto de comando para diversas funções do veículo, mas também para o sistema de entretenimento. Igualmente importante para o conforto dos passageiros é o sensor de Qualidade do Ar, que integra um sistema de análise de cálculo dos níveis de poluição exterior para anular a entrada de ar poluído e de gases nocivos no habitáculo, uma valência que será deveras apreciada em ambientes urbanos. Do mesmo modo, e no sentido de evitar incidentes no trânsito, o Ghibli poderá receber um novo pacote de Sistemas Avançados de Assistência ao Condutor (ADAS), incluindo Cruise Control Adaptativo com função Stop & Go, alerta de veículos no ângulo morto, alerta de saída involuntária da faixa de rodagem, aviso de colisão frontal com travagem automática de emergência e câmara de visão panorâmica.

A berlina recebe o motor V6 Twin Turbo de 3,0 litros, construído pela Ferrari e certificado para a norma Euro 6, a debitar 350 cv na versão base e 410 cv no Ghibli S. Está ainda disponível uma versão Diesel, também Euro 6, de 3,0 litros e 275 cv. Premiado com cinco estrelas no teste de colisão do Euro NCAP, promete ainda segurança em qualquer circunstância.

Este tipo de ajudas à condução está também presente no Audi A5 Sportback, modelo que deverá chegar no início de 2017, tal como a respectiva versão “vitaminada” S5 Sportback. Entre os diversos sistemas ADAS, destaque para o assistente de condução eficiente e para o assistente de congestionamento de trânsito, que prometem não só baixar os consumos como também aliviar o condutor na circulação em “para-arranca”. Para essa missão contribuem igualmente o sistema de som Bang & Olufsen e a central de info-entretenimento baseado no interface MMI, com monitor de 8,3 polegadas, touch pad e botão rotativo. No plano tecnológico sobressai ainda o Audi Virtual Cockpit, um opcional que disponibiliza um ecrã de 12,3” com processador gráfico da nova geração, sistema de info-entretenimento e acesso às ajudas à condução.

Dotado de dimensões mais generosas do que o seu irmão Coupé – tem 4,73 metros de comprimento e uma distância entre-eixos de 2,824 m –, privilegia o conforto a bordo de todos os ocupantes, sobretudo os do banco traseiro, que passam a dispor de mais 24 mm de espaço para as pernas. Não obstante o aumento das dimensões, o Sportback mantém o carácter desportivo, tal como a plataforma MLB, do A5 Coupé. A entrada na gama é feita pelo 2.0 TFSi, disponível em variantes de 190 cv e 320 Nm e de 252 cv e 370 Nm. As versões Diesel podem receber o 2.0 TDI de 190 cv e 400 Nm ou o 3.0 TDI, de 218 cv e 400 Nm ou de 286 cv e 620 Nm. Para o S5 fica reservado o V6 TFSi de 3.0 litros, que debita 356 cv e 500 Nm.

## ALFA ROMEO

Giulia



AUDI  
A5 Sportback

Ligeiramente mais comedido, em dimensões e prestações, o Alfa Romeo Giulia assegura, no entanto, uma presença marcante num cenário urbano. Encerrando em si todo o estilo e carácter desportivo dos carros italianos, acaba de ganhar uma nova versão: o Veloce. De linhas vincadas e atitude assertiva, tem elementos que o distinguem dos demais. Exemplos disso são o pára-choques dianteiro específico, o difusor traseiro, a dupla saída de escape, as jantes de 19 polegadas ou a cor “Blue Misano”, exclusiva para a versão de 2,0 litros a gasolina e com 280 cv. Contudo, para quem preferir o Diesel, está também disponível o bloco 2.2 de 210 cv. Em ambos os casos, existe uma caixa automática de oito velocidades assinada pela ZF, bem como tracção integral Q4, que monitoriza a estrada em contínuo para garantir um comportamento óptimo. Galardoado com cinco estrelas EuroNCAP, dispõe, no capítulo da segurança, de sistemas como o IBS (Integrated Braking System), a travagem automática de emergência com sistema de reconhecimento de peões, aviso de mudança de faixa, alerta de colisão frontal ou monitorização do ângulo morto. Sistemas que serão certamente bem-vindos tendo em conta a necessidade de concentração e alerta no ambiente urbano. 🌟





BMW  
507

# 100 ANOS de BMW em versão condensada

A história da BMW é uma montanha russa: subiu, desceu, subiu, caiu e levantou-se. Para sobreviver até “utensílios domésticos” fez. Pelo meio, deixa-nos algumas das máquinas mais maravilhosas de conduzir.

:: *Têxto de Bruno Lobo*

A BMW iniciou 2016 na liderança mundial do segmento premium. Difícilmente poderia pedir melhor entrada no ano em que celebra o centésimo aniversário. A marca vive um dos períodos áureos da sua história – tem passado incólume às recentes controvérsias do sector, tem contribuído fortemente para a inovação da indústria e o Série 7, o seu automóvel de topo, tem sido profusamente elogiado pela crítica especializada: “Um salão sobre rodas” chamam-lhe. Nem sempre foi assim. Ao longo destes 100 anos a BMW passou por muitas crises e numa, em particular, tudo poderia ter corrido muito mal.

Esse “momento decisivo” ocorreu na Assembleia Geral de 9 de Dezembro de 1959. Nessa altura a BMW atravessava uma fase particularmente difícil, tendo esgotado os recursos financeiros e sem acesso a mais financiamento, a administração apresentava um relatório de contas particularmente desastrosos. A marca estava num beco sem saída, ou melhor, a administração tinha uma saída, que implicava a venda da BMW à rival Mercedes. Na altura chamava-se



R32 – a primeira motocicleta BMW  
Projectada por Max Friz e fabricada em 1923



Junkers Ju 52 com 3 motores BMW. 1930

Daimler Benz, mas isso é outra história. O certo é que sem a rivalidade entre estas duas marcas, o mundo automóvel seria certamente muito diferente hoje em dia.

Aquela não seria a primeira vez que o caminho das duas se cruzava. De facto, em 1916, em plena I Guerra Mundial, a força aérea alemã procurava desesperadamente motores mais eficientes para os seus aviões, que os levassem a voar mais alto e a subir mais rapidamente. A Rapp Motorenwerke, fundada três anos antes, era uma das principais fornecedoras, mas estava a revelar-se incapaz de produzir esses motores. Reconhecendo a situação, a Rapp contratou então um jovem engenheiro, Max Friz, que tinha um excelente esquema para criar novos motores. Friz largava então a Benz, onde trabalhava em Estugarda, e trocava-a pela Rapp, em Munique. O exército ficou tão impressionado pelos motores que encomendou 600 unidades. Nesse mesmo ano, a Rapp alterava o nome para “Bayerische Motoren Werke”.

Com o fim da I Guerra Mundial, a Alemanha foi proibida pelo Tratado de Versalhes de produzir motores para aviões pelo que a jovem empresa teve de adaptar-se. E apontou baterias para a produção de motores para motociclos, uma das mais populares formas de transporte na altura. Em 1923, mais uma vez por impulso de Max Friz, a BMW apresentava a R32, uma moto completa, e o primeiro veículo alguma vez comercializado pela marca. A BMW deixava assim de ser um mero fornecedor para se transformar num fabricante completo.

Seis anos depois chegava o primeiro automóvel, o BMW 3/15 PS, apresentado ao público numa competição, o Rali Alpino Internacional de 1929. Apesar do ter um ar bastante conservador, o BMW venceu

a primeira prova. E o mundo tomava conhecimento da nova marca. Em 1936 a BMW repetia a graça, desta vez com o 328, o seu primeiro modelo verdadeiramente desportivo. Foi apresentado em Nürburgring e (mais uma vez) venceu a prova inaugural.

Com a subida dos nazis ao poder, a Alemanha começou a reconstruir o poderio militar e a BMW voltava à linha da frente. Durante a II Guerra Mundial foi uma das principais companhias ligadas ao esforço de guerra alemão. Quando a guerra acabou, a capacidade de produção da BMW era diminuta, mas possuía ainda grandes reservas de alumínio e foi-lhe permitida, pelo alto comando aliado, produzir “utensílios domésticos”, ou seja, os tais tachos e panelas. Foi o que manteve a companhia à tona durante os quatro anos seguintes.

Mais uma vez o primeiro veículo produzido após uma guerra foi uma moto, a R 24, apresentada ainda nos anos 40. Na década seguinte a BMW apresentou mais dois automóveis, ambos objecto de culto hoje: o Isetta e o 507, este último um dos automóveis mais bonitos que a indústria alguma vez viu.

No final da década a marca estava “esgotada”



BMW Isetta - apresentado ao público em 1955  
Ficou conhecido como carro bolha



BMW - a pensar nos próximos 100 anos

e foi nesse estado que chegou ao famoso 9 de Dezembro de 1959, quando a administração propôs, “para salvar a empresa”, que fosse vendida à Mercedes. Na assembleia, a proposta da administração encontrou forte oposição sobretudo por parte dos pequenos accionistas e dos concessionários. A reunião demorou mais de dez horas e o representante de um grupo de concessionários, Frederick Mathern, conseguiu provar que as contas apresentadas tinham algumas falhas. O projecto de take over caiu por terra, mas a BMW ainda não estava salva...

Felizmente, entre os presentes na assembleia encontrava-se o industrial alemão Herbert Quandt, que detinha já um número considerável de acções da marca. Impressionado pela resiliência demonstrada decidiu, nesse momento, investir na empresa. Quase por sorte, a BMW descobria o parceiro que lhe faltava. Nos meses seguintes, Herbert Quandt desenvolveu o plano de reestruturação que acabou por salvar a marca da falência.

À reestruturação somaram-se uma série de modelos que se revelaram um enorme sucesso comercial, como o 700, o 1500 ou o 2000. Os

anos 1960 foram os anos da retoma e os anos 1970 da consolidação. Nessa década, a BMW introduziu a nomenclatura de séries, primeiro com o Série 5 e depois com o Série 3, que hoje se desmultiplica numa gama bastante vasta. Criou também a divisão M, de Motorsports, com o superdesportivo M1, que depois utilizou para fornecer motores às séries normais, inaugurando o conceito de “sedan de alta performance”, que tanto sucesso tem tido. E já nos anos 90, iniciou uma série de aquisições que trouxeram a Mini, a Land Rover (entretanto vendida) e a Rolls Royce para o seu portfolio. Mais recentemente adquiriu também 100% do capital da Husqvarna, que entrou assim para a esfera da BMW Motorrad. Ainda em 1972, a BMW apresentou um veículo totalmente eléctrico. O 1602 estava um pouco à frente do seu tempo, até porque a tecnologia de baterias estava longe de ser a desejada. Na altura era pouco mais do que um sonho que ganhou forma muito recentemente, com a actual geração i, cujo modelo mais avançado, o i8, está também inspirado no M1 apresentado nessa mesma década. É nesta capacidade para pensar à frente e estabelecer objectivos que reside muita da força da BMW. Daí a BMW ter passado o ano do centenário a falar sobre a sua visão de mobilidade para o futuro. A pensar nos próximos 100 anos. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# *LUXO* *na* *AVENTURA*

A Maserati lança o seu primeiro SUV, combinando assim a aventura fora de estrada com o habitual luxo e potência dos motores oferecidos pela marca italiana do tridente.

:: *Têxto de José Manuel Moroso*

A luxuosa marca Maserati acaba de aderir à moda dos SUV com o seu modelo Levante, que, tal como o nome do vento que o baptizou, traz uma nova aragem a este conceito. De facto, o Levante conjuga o luxo com a aventura e o design, a evidenciar a elegância e o estilo italianos, que emprestam a este modelo um perfil ao estilo do coupé.

As suas linhas bem esculpidas, dando-lhe um ar atlético, não perdem o ADN dos antigos carros desportivos criados pela famosa marca italiana, inspiração desde logo visível na grelha frontal côncava, que exhibe ao centro o símbolo do tridente. Com ópticas dianteiras bi-Xénon, há também uma opção pelo Adaptive Front Lighting System, que permite ajustar o foco luminoso automaticamente, depois de o sistema analisar a intensidade do tráfego, a velocidade e a iluminação existente à volta do veículo.



A passagem para o interior do Maserati leva-nos a uma atmosfera de luxo, onde o pormenor faz a diferença. Os materiais de alta qualidade aí existentes dividem-se entre a pele que forra os assentos, as madeiras exóticas e os metais, tudo trabalhado na perfeição. O requinte vai mesmo ao ponto de uma colaboração com o famoso estilista Ermenegildo Zegna, que desenha outras peças exclusivas para ligar com os estofos em pele. Um sistema de som Harman Kardon acrescenta uma mais-valia ao conforto sentido no habitáculo, que desde logo oferece bancos da frente envolventes, a garantir excelente apoio, e também pensa no conforto dos passageiros que viajam no banco traseiro, onde não falta espaço, muito devido aos três metros da distância entre eixos do Levante. Um ecrã táctil de 8,4 polegadas completa o equipamento, sem esquecer a possibilidade de podermos optar por um sistema que nos permite controlar a altura dos pedais. Tudo pensado em nome do conforto. No que respeita à motorização, temos um motor Diesel com 275 cv e dois a gasolina: um com 350 cv e o Levante S, este o topo de gama, com uns impressionantes 430 cv. O Maserati Levante tem tracção integral, o que lhe permite umas aventuras 'off-road'. Os responsáveis da marca equiparam-no, por isso, com o sistema Q4, que altera a repartição de potência entre as rodas dianteiras e traseiras, garantindo um melhor controlo. Para além disto, a altura da carroçaria ao solo pode ser ajustada em seis posições diferentes, sendo que só cinco servem para circular, enquanto a sexta, a mais baixa, serve apenas para estacionamento. A diferença entre a posição mais alta e a mais baixa é de 85 mm. Um pormenor interessante é o facto de que sempre que o veículo pára, por exemplo no trânsito, o sistema faz descer a carroçaria à posição mais baixa, voltando a subir quando se retoma a marcha.

Enfim, a Maserati a emprestar todo o luxo e potência habitual nos seus modelos a este Levante sob a forma de SUV, que assim estreia o lado 'aventura' na famosa marca italiana. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# *Em nome* *do* DESIGN

A marca de luxo Aston Martin lançou-se agora na construção do AM37, um projecto que faz deslocar o seu terreno de eleição, os carros desportivos, para o mar. Tudo pensado com a mesma importância nos detalhes, no conforto e no luxo.

:: *Texto de José Manuel Moroso*



A marca Aston Martin transporta-nos, de imediato, para o universo dos carros desportivos, e também à saga de James Bond, que em 1964 colocou Sean Connery ao volante de um Silver Birch DB 5 no filme Goldfinger e que continua a ligar o personagem aos modelos da marca britânica. No entanto, em 26 de Setembro passado, no decorrer do Salão Náutico do Mónaco, a surpresa foi geral quando se viu a Aston Martin dar nome a uma elegante embarcação, cujo design surpreendeu os visitantes pela sua elegância. A marca de luxo acabava assim de entrar no mundo náutico e, com ela, o ADN que sempre a norteou, agora sobre as águas: Power, Beauty, Soul.

A embarcação, de seu nome AM37, mede 11,10 metros e na versão S, a mais sofisticada, apresenta 520 cv de potência, podendo atingir uns estonteantes 50 nós. Como se vê, 'power' é o que não lhe falta. Os dois anos de pesquisa em todo este projecto tentaram aliar a alta tecnologia com o luxo. Por isso mesmo, a segunda preocupação – 'beauty' – levou a que se juntassem os designers da Aston Martin em colaboração com a Mulder Design, empresa náutica holandesa famosa em projectos de super iates rápidos e de alta qualidade. E o resultado foi a transposição da linguagem do design e proporções da marca britânica para o AM37.

As suas linhas exteriores preocupam-se em apresentar uma imagem limpa e muito aerodinâmica, resultando num conjunto de extrema elegância. O vidro da frente, por exemplo, resulta numa única peça desenhada ao longo de toda a parte que alberga a zona de comandos e a própria cabina. O painel, todo em fibra de carbono, recebeu muitos traços semelhantes aos carros desportivos da Aston Martin, e dele se destaca um volante forrado a pele. Verifica-se, igualmente, extremo cuidado em ajudar ao máximo conforto dos oito passageiros que podem ser transportados a bordo, oferecendo-lhes vários sistemas de entretenimento com multifunções multimédia. O deck, em teca, é deslizante e há três painéis em carbono que se abrem, colocando o habitáculo a descoberto. A recolha dos painéis é feita à popa. Entretanto, uma cobertura dupla abriga-nos do sol se assim o pretendermos. E tudo premindo um único botão.

O interior do AM37 tem um sofá que se converte em cama dupla, uma mesa e um chuveiro, além de ar condicionado, frigorífico, microondas e uma máquina de café, tudo em nome do maior conforto a bordo. Quanto ao casco, construído num sistema em sanduíche, engloba resina epóxida e carbono. Com dois motores Mercury V8, temos duas versões: a AM37 S e a AM37, com esta a diminuir a sua potência para 370 cv, podendo mesmo assim atingir velocidades de 45 nós. Ambas as versões estão disponíveis a gasolina, mas a AM37 tem também uma oferta Diesel. Sem dúvida que a entrada da Aston Martin no mercado náutico é uma agradável surpresa, e esta marca fundada em 1913 mantém, mesmo sobre a água, um impressionante estatuto de luxo e, claro, não foge ao seu princípio: 'power, beauty, soul', sendo que a alma, a raça, são o elemento distintivo não só da própria embarcação, mas também de quem a pilota. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# *Pelas vinhas do Douro*

Dois trunfos de Portugal, o vinho e o turismo, são aliados poderosos em terras do Douro. Esperam-no dias de descanso passados à descoberta dos melhores enoturismos do país, a comer e beber melhor, e sem nunca perder de vista uma das mais belas paisagens do mundo.

:: *Texto de Catarina Palma*

**A** classificação como Património Mundial da UNESCO, em 2001, foi o ponto de partida para a transformação da primeira região demarcada do mundo num destino de reconhecimento internacional. Desde então, e com a crescente popularidade de Portugal, esta região excepcional, até há pouco tempo quase em isolamento, compete ao mesmo nível com Bordéus, Champagne ou Napa Valley. São por isso cada vez mais os espaços de enoturismo, hotéis e quintas onde pode passar a noite, fazer provas de vinho e participar em actividades vínicas. Deixamos-lhe aqui oito das melhores moradas, começando a viagem pelo fim, ou seja, na foz do Douro.



## *The Yeatman*

The Yeatman, em Gaia, é um nome incontornável. Membro da Relais & Châteaux, afirma-se como um embaixador dos vinhos nacionais, contando com a mais abrangente cave de vinhos portugueses do Mundo e uma extensa lista de prémios e reconhecimentos internacionais e nacionais, como o “Best of Award of Excellence” pela Wine Spectator, a mais influente revista internacional de vinhos.

Este hotel vínico de luxo oferece uma vista magnífica sobre o Porto, só superada por um jantar no restaurante gastronómico, chefiado por Ricardo Costa. Com uma estrela Michelin desde 2011, o Orangerie foi alargado, tendo ganho um Jardim de Inverno para proporcionar mais lugares com vista sobre o Douro. De resto, The Yeatman oferece vários programas dedicados ao vinho, onde se incluem jantares temáticos, provas e seminários. Sem esquecer, claro, o famoso spa de vinoterapia com a chancela Caudalie.



## *Six Senses Douro Valley*

A cadeia asiática Six Senses escolheu a Quinta do Vale Abraão (que em tempos pertenceu à aristocrática família Serpa Pimentel) para abrir, em 2015, o seu primeiro spa resort na Europa, dando nova vida ao antigo Aquapura. Os interiores da casa apalaçada estão agora mais luminosos e, apesar da decoração contemporânea, remetem para o passado e vocação vinícola da propriedade. Além do programa de bem-estar e tratamentos com a assinatura Six Senses, ou dos prazeres da mesa (o hotel contratou o chef Ljubomir Stanisic como consultor executivo), proporciona aos hóspedes provas diárias e cursos sobre vinhos do Douro e do Porto (dados pelas wine directors Sandra Tavares da Silva e Francisca van Zeller), além de visitas a quintas históricas da região ou experiências personalizadas, à medida de cada cliente. Destaque especial para a piscina exterior, uma das mais bonitas do país.

## *Quinta do Vallado*

Daqui seguimos para as margens do rio Corgo, perto do Peso da Régua. A Quinta do Vallado é um marco histórico, com referências que datam de 1716. Pertenceu a Dona Antónia Adelaide Ferreira e está há seis gerações na mesma família. João Ferreira Álvares Ribeiro, Francisco Ferreira e o enólogo Francisco Olazabal (da Quinta do Vale Meão) são os responsáveis pelos vinhos e também pelo projecto de enoturismo, que começou numa ala da casa de família e foi ampliado com a abertura de um hotel rural que segue a linguagem de linhas rectilíneas da adega, desenhada pelo arquitecto Francisco Vieira de Campos. Além de provas de vinho e cursos de iniciação à prova, oferece passeios pedestres, de bicicleta, de barco e de jipe, pesca no rio, piqueniques campestres e aulas de cozinha tradicional.



## *Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo*

Não muito longe, em Covas do Douro, a Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo, do grupo Amorim, assume-se como o primeiro hotel do vinho em Portugal. Rodeada de um encantador jardim, esta casa senhorial oitocentista oferece 11 quartos decorados de forma clássica e um restaurante – o Conceitus – onde o chef José Pinto desenvolve menus em perfeita harmonia com os vinhos da propriedade, privilegiando os sabores locais e os produtos de época. Entre as várias actividades disponíveis, os enoturistas podem visitar a adega, datada de 1764, a sala de barricas e a garrafeira subterrânea –, onde envelhecem os melhores lotes –, participar nas vindimas, ser enólogo por um dia ou fazer percursos pedestres ao longo dos socalcos, passeios de barco ou helicóptero.

## *Vintage House Hotel*

Um dos hotéis emblemáticos do Douro, a Vintage House já passou por várias mãos e recentemente tornou-se propriedade da The Fladgate Partnership. Proprietária das prestigiadas casas Taylor's, Croft, Fonseca e Krohn, a empresa recuperou este histórico hotel no Pinhão, dotando-o de quatro novas suites e espaços renovados, num total de 47 quartos, todos com vista para o Rio Douro. Além disso, no "novo" restaurante Rabelo, onde se respeitam tradições gastronómicas da região, a carta de vinhos foi reforçada.

Debruçado sobre as águas do rio, mesmo à entrada do Pinhão, o Vintage House assiste diariamente às travessias de barco e às ligações a várias quintas produtoras de vinho, tornando-se um ponto de partida privilegiado para descobrir a região.






## *Casas do Côro*

As Casas do Côro colocaram Marialva no mapa. Situada na fronteira entre o Douro e a Beira Interior, esta aldeia histórica vê o seu nome confundido com o deste projecto de turismo de referência, tudo porque há 18 anos Paulo e Carmen Romão decidiram recuperar uma série de casas abandonadas e transformá-las em alojamentos de luxo. Hoje com cerca de 30 quartos, um restaurante, um spa e um sem número de actividades, as Casas do Côro também se dedicam à produção de vinho, oferecendo várias experiências na área do enoturismo, muitas das quais organizadas em parceria com a equipa da Ramos Pinto, incluindo visita às Gravuras Rupestres e Quinta da Ervamoira, Museu do Sítio, e da Casa Ramos Pinto, com prova alargada de vinhos do Porto e almoço.



## *Quinta de la Rosa*



Também no Pinhão, mas na margem direita do rio, a Quinta de La Rosa é um enoturismo de características únicas. A maioria das casas produtoras fazem o amadurecimento e engarrafamento em Vila Nova de Gaia, mas na Quinta de la Rosa tudo é feito no Douro. Ou seja, aqui pode assistir a todo o processo, desde a vinha até ao engarrafamento. O alojamento faz-se entre a centenária casa principal e o edifício das vinhas, de construção mais recente, num total de 14 quartos (a que acrescem os cinco quartos da Quinta Amarela, utilizados para estadas longas) que têm, na maioria, nome de mulheres da família Bergqvist, proprietários da quinta desde 1906. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# TERRA DO *Néctar Purpura*

Porto. A mera menção da palavra leva-nos a conjurar imagens de catedráticos cheirando e girando copos do vinho rico e cor de rubi, discutindo filosofia ao lado da lareira.

:: *Têxto de Andrew Marshall, Fotografia de Paul Marshall*



Um vinho de profundidade, concentração e estrutura majestosa, o Porto é produzido a partir de uvas criadas nos declives rochosos dos socalcos da região do Alto Douro, no Norte de Portugal, e foi descoberto durante o século XVII, quando dois comerciantes britânicos adicionaram brandy para preservar o vinho local para uma viagem marítima pelo Atlântico.

Os pioneiros do comércio do vinho do Porto rapidamente descobriram que esse “fortalecimento” fez muito mais do que apenas proteger o vinho. Na realidade melhorou-o, conferindo-lhe o poder de maturar em algo único, transformado nas frescas e pacíficas caves que se aninham nas ruas apertadas de Vila Nova de Gaia, do outro lado do estuário do Rio Douro, frente ao Porto. Grandes sinais sobre os telhados de terracota anunciam os grandes nomes do mundo do vinho do Porto - Cockburns, Ferreira, Sandeman e Taylors. Muitos oferecem provas e excursões aos visitantes, e é aqui que nos encontramos numa soalheira tarde de Outono.

Rapidamente nos apercebemos que existe mais no universo do vinho do Porto do que observar um fumador de cachimbo abrir uma garrafa do misterioso néctar púrpura uma vez por ano depois da Ceia de Natal. Rubis, taw-

nies e vintages... quanto mais se prova, mais se percebe as complexidades dos tipos e estilos produzidos – ou pelo menos é a minha desculpa. E assim poderíamos ter ficado dias, mas é tempo de baixar os nossos copos, pelo menos por agora, e viajar até ao espectacular Vale do Douro Património da Humanidade, onde o luxuriante líquido é produzido.

Do Porto, seguimos para sudeste em direcção ao Vale do Douro. As vinhas crescem nestas encostas remotas desde os tempos pré-romanos, plantadas em fileiras de socalcos murados, o produto de séculos de labuta e sentimento. O Rio Douro está sempre presente – serpenteando através de padrões abstractos de vinhas cor de ferrugem que se empoleiram nas vertiginosas e íngremes encostas do vale.

Conduzir pela região das uvas é puro prazer, com cada paisagem melhor do que a anterior. Estamos no final de Setembro e é época da colheita. Pontinhos coloridos de colhedores carregando os seus cestos pontuam as encostas. Um aroma doce e inebriante enche o ar, e cada um em dois veículos que passam parece ser um tractor que puxa um atrelado carregado da preciosa fruta.

Na Quinta Seara d’Ordens, perto da cidade de Peso da Régua, perguntámos a António Moreira (um dos três irmãos que gerem o espaço); “Quais os segredos para se fazer um bom Porto?” “Se não tivermos boas uvas, não temos um bom vinho. O clima também é importante, assim como os socalcos que ajudam a reter a humidade no solo”, diz Moreira.

A lista de vinhos do Porto e de mesa da Quinta Seara d’Ordens ganhou vários prémios em concursos vinícolas nacionais e internacionais. “Recentemente ganhámos uma medalha de ouro por um Ruby Reserva”, diz Moreira, retirando algum vinho de uma barrica, vertendo-o num copo e segurando-o à luz. “Possui uma cor rubi vivida e profunda, aromas frutados pronunciados equilibrados por notas de baunilha transmitidas por carvalho. Mas o vinho fala mais articuladamente do que eu.”



A vários quilómetros dali, na Quinta da Pacheca, uma equipa de vários homens com braços entrelaçados marcham dentro de um grande lagar de pedra, ao ritmo das ordens do chefe do grupo. “Um, dois, esquerda, direita”, grita Álvaro para a sua equipa de pisadores de uvas composta por Alberto, João, Zeca, Vigia, Zegirão e Conster. É como um cruzamento entre os All Blacks antes de um jogo de rugby e uma cena dos Monty Python.

Mas isto é algo sério. Todo o trabalho árduo serve para extrair o máximo de cor e sabor das uvas sem esmagar as grainhas e os caules que darão ao vinho uma ponta tânica. Depois de caminhar sobre as uvas ao longo de vários comprimentos do lagar, a equipa faz uma pausa e depois repete o processo. “As máquinas ainda não conseguem igualar a sensibilidade do pé humano”, diz Álvaro.

Depois de testemunhar esta curiosa tradição, dificilmente haverá um local mais apropriado para passar a noite do que o hotel de cinco estrelas Vintage House, no Pinhão, situado mesmo à beira do Rio Douro, rodeado por socacos de vinhas. Se o Vale do Douro é o berço do comércio de vinho do Porto em Portugal, então o Vintage House Hotel é o epicentro. Aqui tudo destila classe, qualidade e conhecimento do néctar púrpura.

Na Academia de Vinho do Vintage House Hotel, os conhecedores de Porto podem encontrar uma loja de vinhos onde podem provar e comprar alguns dos melhores e mais raros portos da região, além de poderem participar em provas guiadas, cursos de vinho, provas de Porto e chocolates e jantares gourmet.

Nós passámos uma noite de convívio no Bar Library junto ao brilho acolhedor de uma lareira, vendo uma garrafa de Taylors Vintage ser aberta num ritual ancestral. Em vez de se usar um saca-rolhas, primeiro a garrafa é colocada de lado numa cama de arame. O pescoço é então cortado usando um par de línguas especial chamado tenaz que foi pré aquecido a alta temperatura. Isto é feito por causa das rolhas moles e para evitar que os sedimentos sejam perturbados dentro da garrafa. Uma vez decantado, o Porto vintage, como todos os vinhos envelhecidos, deverá ser idealmente consumido no dia em que é aberto ou, pelo menos, em poucos dias. Tradicionalmente, o decanter do Porto é passado à volta da mesa no sentido dos ponteiros do relógio.

### *Guia para o Vinho do Porto*

O Porto é produzido parando a fermentação do sumo da uva mais cedo, adicionando aguardente vínica (que é 77% límpida e incolor). Isto aumenta o conteúdo de álcool, mas permite ao vinho manter o doce intenso e a cor.

Sendo fortificado, o Porto é capaz de envelhecer em madeira por muito mais tempo do que a maioria dos outros vinhos – de dois anos a muitas décadas, dependendo das características e potencial. Pode maturar no barril, cuba ou garrafa – ou numa combinação destes. Os diferentes períodos e métodos de envelhecimento deram origem a uma diversidade de diferentes estilos, cada um com o seu carácter distintivo.

## Estilos de Porto

### Porto Ruby

Este é o estilo básico. Os Portos Rubis são vinhos jovens frutados e encorpados, maturados em barris de carvalho e com uma mistura de vinhos de um ou mais anos para assegurar a continuidade do estilo.

### Porto Tawny

Todos os tawnies são envelhecidos apenas no barril, engarrafados e depois preparados para serem consumidos. Os tawnies básicos são envelhecidos durante cerca de dois a três anos. O Porto Tawny é servido tradicionalmente antes ou depois de uma refeição, com queijo forte.

### Porto Tawny envelhecido

Se um Porto fino puder envelhecer por muitos anos em barris de carvalho, irá gradualmente perder a sua cor rubi original e assumir um delicado tom acastanhado, conhecido como “tawny”. Os tawnies envelhecidos podem ter dez, 20, 30 ou 40 anos. Um tawny envelhecido possui uma profundidade de sabor incrível tornando-o perfeito como vinho de sobremesa, casando especialmente bem com pratos de chocolate, café ou amêndoas.

### Porto Vintage

Este é o principal Porto de todas as casas e o melhor e mais raro de todos os vinhos do Porto. É uma selecção dos melhores vinhos de um único ano excepcional e representa apenas uma pequena proporção da colheita (os anos vintage são declarados pelo Instituto do Vinho do Porto). O Porto Vintage é envelhecido durante dois anos em carvalho, depois engarrafado. Irá maturar por muitos anos ou décadas na adega desenvolvendo lentamente os poderosos aromas inebriantes e o sublime sabor opulento que são as características distintivas de um verdadeiro Porto vintage. Tradicionalmente servido sozinho no final de uma refeição, ou com nozes ou frutos secos, ou com um puro de luxo.

### Vintage Tardamente Engarrafado

Vinho de um bom ano que é maturado em barris durante cerca de quatro a seis anos antes de ser engarrafado. Ao contrário dos Portos vintage clássicos, permanecerá em boas condições durante várias semanas depois de aberto. É o Porto perfeito para acompanhar um queijo forte, particularmente o queijo azul Stilton.

### Porto Vintage Single Quinta

Em anos em que o vintage não é declarado, pode decidir-se engarrafar um Porto Vintage Single Quinta. Este é feito inteiramente de uvas de uma única vinha, e possui o nome da propriedade individual na etiqueta.

### Porto Branco

Feito a partir das variedades de uvas brancas da mesma forma que o rubi básico. Porto branco seco é o aperitivo clássico em Portugal, bebido gelado e servido com azeitonas e amêndoas torradas.



## Como desfrutar de um Porto Vintage

Algumas regras simples podem aumentar o seu prazer ao desfrutar do melhor de todos os vinhos fortificados. O Porto vintage matura numa garrafa escura e espessa com uma rolha de cortiça de grande impulsão, para proteger o conteúdo durante muitos anos maturando na adega. É aconselhável guardar a garrafa de lado para prevenir a rolha de secar.

À medida que o Porto vintage matura na garrafa, um sedimento natural ou borra forma-se no fundo da garrafa. Como tal, é aconselhável decantar o vinho, vertendo-o com cuidado para outro recipiente, deixando o depósito para trás antes de servir. Tal como todos os vinhos envelhecidos em garrafa, o Porto vintage deve idealmente ser bebido no dia em que a garrafa é aberta ou, pelo menos, em poucos dias, porque o contacto com o oxigénio pode estragar o valioso conteúdo.



## Prova

Os grandes nomes do mundo do Porto (tal como Taylors Cockburns, Ferreira e Sandeman) possuem as suas adegas ou caves em Vila Nova de Gaia nas margens do Rio Douro, no Porto. A maioria oferece provas e excursões aos visitantes, e os Portos estão disponíveis para compra no local, muitas vezes por preços melhores. Para mais informação sobre visitas e provas de vinho nas quintas do Vale do Douro [www.dourovalley.eu](http://www.dourovalley.eu). 🌟





# *Porto de Santa Maria* AO SABOR DO MAR

O Porto de Santa Maria é um nome incontornável, e uma paragem obrigatória, para quem procura uma deliciosa refeição de peixe ou mariscos. Um verdadeiro refúgio de sabor com uma vista deslumbrante para o mar do Guincho, onde o aroma a maresia e arte de bem servir tornam cada momento inesquecível.

:: *Texto de Companhia das Cores*

**A** história começa em 1947, numa cabana de pescadores conhecida nas redondezas por servir os mariscos mais frescos do mar do Guincho. Palavra puxa palavra e o restaurante vai-se tornando cada vez mais conhecido. O nome 'Porto de Santa Maria' é dado em homenagem à origem dos seus fundadores, uma localidade no Sul de Espanha, perto de Cádiz. Em 1974, um grupo de amigos decide comprar o restaurante e investir nele,

dando-lhe uma nova identidade com serviço, conforto e bom-gosto acima da média. Finalmente, em 2010, é adquirido por um empresário de Cascais, que procura aliar a experiência e a tradição de quase setenta anos às exigências dos seus clientes, cada vez mais conhecedores do que melhor se faz pelo mundo.





## Refúgio de sabores

É impossível não nos maravilharmos com o cenário que nos envolve. Com as dunas selvagens de vegetação marítima e um mar majestoso, mesmo à nossa frente, a libertar odores salgados que inspiram o sonho e o palato.

O espaço é de uma simplicidade elegante, com janelas rasgadas que o abrem para o exterior – para o mar, ao sabor do qual a mesa se enche de deliciosas iguarias. Os clássicos não podem faltar: o robalo e a dourada – ao sal ou no pão –, o linguado frito ou *au meunier*, o imperador, o sargo grelhado, as amêijoas – ao natural, à bulhão pato, à espanhola ou à marisqueira – a parrilhada, os perceves, os carabineiros, a lagosta, os lagostins, o camarão da costa. Embora seja

quase um pecado num espaço onde os peixes e os mariscos reinam incontestados, também estão disponíveis carnes da mais elevada qualidade. E não esquecer a influência saloia, bem presente no pão de Mafra cozido em fornos a lenha ou nas suculentas hortaliças.

Mas os sabores que inebriam os sentidos não se ficam por aqui. Na adega é possível descobrir um tesouro de mais de 30.000 garrafas e mais de 1.000 referências, entre emblemáticos vinhos nacionais e internacionais e um vasto espólio de vinhos do Porto. Para que possam ser apreciados, foram criados espaços de prova e degustação, incluindo uma mesa para grupos. Há também espaços reservados para garrafeiras particulares, onde os clientes mais fiéis podem guardar os seus preciosos néctares e usufruir de condições vantajosas da casa para adquirirem novos vinhos. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# *La Quintinye Vermouth Royal* PERFEITA ALQUIMIA

Nascido no coração dos vinhedos de Cognac, em França, La Quintinye Vermouth Royal distingue-se pela elegância, delicadeza e refinado sabor, que lhe conferem a sua personalidade única. Em 2016 foi considerado o melhor vermute pelo prestigiado Ultimate Spirits Challenge.

:: *Texto de Companhia das Cores*

## *O melhor vermute do mundo*

La Quintinye Vermouth Royal Rouge foi eleito o melhor vermute do mundo em 2016. Galardoado com o Chairman's Trophy na 7ª edição do Ultimate Spirits Challenge, recebeu 97 pontos em 100, tornando-se o vermute francês mais bem cotado naquela que é a mais influente e prestigiada competição de bebidas espirituosas. ✨

**L**a Quintinye Vermouth Royal une a alma da região de Charente à visão e paixão presentes em cada criação da Maison Villevert. Com assinatura do enólogo e mestre destilador Jean-Sébastien Robicquet, nasceu do encontro de vinhos franceses com o Pineau des Charentes – um vinho fortificado feito a partir do mosto de uva e Cognac –, e de uma mescla aromática seleccionada de especiarias e plantas, como o absinto. Pensado para ser o aperitivo perfeito de quem aprecia as coisas boas da vida, é também uma homenagem à própria história do vermute: um invento italiano do século XVI com propósitos medicinais. Também homenageia Jean-Baptiste de La Quintinye, o visionário botânico de Luís XIV, o Rei Sol. Nascido na região de Charente, foi o criador da famosa Horta do Rei no Palácio de Versailles. O seu retrato frente aos seus jardins está presente no rótulo de La Quintinye Vermouth Royal, assim como a flor-de-lis, símbolo da realeza francesa. As ilustrações, ao estilo dos botânicos do século XVI, representam as plantas que se encontram na composição deste vermute: a artemísia, a flor de uva, as raízes de íris e angélica.

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





TRADITIONALLY UNCONVENTIONAL



## REVEAL YOUR UNCONVENTIONAL SIDE

as the artist Janine Rewell, inspired by G'Vine, the French gin crafted from grapes.

Seja responsável, beba com moderação.





# AMIAE DE TODAS AS CIDADES

Colorida, vibrante e multicultural, a Cidade do Cabo deslumbra os visitantes pela união perfeita entre a sua atmosfera cosmopolita cool e a natureza em estado puro que a rodeia. Afinal, quantas cidades podem gabar-se de estar, ano após ano, no ranking das mais desejadas do mundo?

:: *Texto de Catarina Palma*

**A** Cidade do Cabo está prestes a tornar-se palco de uma das instituições de arte mais influentes do mundo. Quando inaugurar, em Setembro de 2017, o Zeitz Museum of Contemporary Art será o maior museu a abrir no continente africano nos últimos 100 anos, albergando a colecção do ex-CEO da Puma, o filantropo Jochen Zeitz, ávido coleccionador de obras de arte contemporânea de artistas africanos e toda a sua diáspora.

Ocupando um antigo silo de cereais junto ao porto Victoria & Alfred Waterfront, o Zeitz MOCAA terá 9500 metros quadrados. Com 57 metros de altura, o Grain Silo é um ícone do horizonte e da história da cidade, por isso o responsável pelo projecto, o mediático arquitecto britânico Thomas

Heatherwick, decidiu conservar os 42 tubos de betão que faziam parte do edifício original e integrá-los no museu. No interior, concebeu um átrio de forma “orgânica”, inspirado num pedaço de milho gigante, a peça central de uma das obras de arquitectura mais arrojadas do momento. E para concluir, no topo, será inaugurado um hotel – The Silo – com 28 quartos e uma extraordinária penthouse com 211 metros quadrados e vista directa para a Table Mountain.

## *Abraçar o Mundo*

Publicações como a Condé Nast Traveller e a Travel & Leisure voltaram a colocar o Cabo, este ano, entre as dez melhores cidades do mundo para visitar. Um sucesso que se justifica talvez porque a Cidade do Cabo aprendeu há muito tempo – foi a primeira cidade fundada por europeus num país que hoje ostenta 11 línguas oficiais – que ser multirracional, multicultural e multifacetada é uma grande vantagem.

Capital legislativa da África do Sul, a Cidade do Cabo é sede do Parlamento Nacional, a segunda maior área urbana do país, depois de Joanesburgo, e, sem sombra de dúvida, a mais cosmopolita das cidades africanas. Quem visita a Cidade do Cabo nunca mais a esquece. A “Cidade Mãe”, como é carinhosamente conhecida, é um destino vibrante e colorido, com um enquadramento natural extraordinário, que a coloca entre as mais belas do mundo.

Começemos pelo seu ex-líbris. A Table Mountain é uma montanha de cume plano – um planalto com cerca de três quilómetros – que domina toda a paisagem. A solução mais comum – e cómoda – para chegar lá acima é apanhando o teleférico, mas há quem prefira subir até ao topo... a pé! É uma caminhada árdua, mas sedutora para todos os amantes da natureza. É que a Table Mountain faz parte de um parque nacional com o mesmo nome, reconhecido mundialmente pela sua biodiversidade, por possuir uma fauna e flora únicas, estendendo-se desde Signal Hill, no norte, até ao Cape Point, no sul da península.

Cá em baixo, no centro, Long Street, é outro clássico da cidade. Famosa pelas suas fotogénicas fachadas vitorianas, esta rua animada está cheia de cafés, restaurantes, livrarias, pousadas para mochileiros, lojas de artesanato, e bares abertos pela noite dentro. Não muito longe, a Government Avenue convida a um passeio onde é comum cruzarmo-nos com esquilos. Passeando ao largo dos tranquilos Company Gardens, encontrará as Casas do Parlamento sul-africano do seu lado direito. Para quem coleciona marcos históricos, o Castelo da Boa Esperança está mesmo ali ao lado. Para que conste, é o edifício mais antigo da cidade, construído originalmente em 1666. Tudo isto a dois passos dos restaurantes e bares da moda da Kloof street.



Muda-se de bairro, muda-se de ambiente. Bo-Kaap, ou o bairro malaio, é outro dos cartões-postais do Cabo, com as suas casas art déco de cores garridas, minaretes, e população maioritariamente muçulmana. Dois passos ao lado e surge, quase em formato pop-up, o Waterkant, um bairro gayfriendly, repleto de galerias de arte. Mais para os lados do porto, Woodstock é o bairro mais fashionable do momento. E embora sempre tenha sido habitado por uma população multicultural, hoje os edifícios degradados em torno do Old Biscuit Mill (uma espécie de Lx Factory local) tornaram-se o local de eleição de todos os criativos da cidade.

Entre lojas de cerâmica, sabonetes artesanais e simpáticos cafés, é neste local que todos os sábados se realiza um concorrido mercado de produtos biológicos, o Neighbour Goods Markets, um dos must-go do momento. Depois, há que (tentar) experimentar dois dos restaurantes mais badalados da Cidade do Cabo, situados no silo de cereais do Old Biscuit Mill. Luke Dale-Roberts, um dos chefes mais aclamados do país, oferece no The Test Kitchen uma cozinha-espectáculo ao estilo de Heston Blumenthal (as reservas abrem no dia um de cada mês e esgotam num ápice); enquanto no The Pot Luck Club, no último andar do edifício, além de vista panorâmica servem-se brunches, almoços e jantares de uma ementa pan-africana e asiática, com pratos para partilhar.

Visitar o District Six Museum para conhecer melhor a história do apartheid (e que só terminou em 1990) ou apanhar o ferry até à ilha-penitenciária de Robben, onde esteve preso Nelson Mandela, são visitas da praxe para entender melhor a história de toda a África do Sul. Por sua vez, e se não tiver preparação física para se aventurar num dos trilhos através da cordilheira dos 12 Apóstolos, não deixe de visitar o Kirstenbosch National.

## *Boa vida*

Há quem veja o Cabo como um excelente destino de compras – graças aos seus muitos mercados, lojas de criadores de moda, jóias, design e decoração –, mas a gastronomia é mesmo um dos seus pontos mais fortes. E se há restaurantes para todos os gostos, também há nomes que estão na lista dos melhores do mundo! Dale-Roberts acaba de abrir mais um posto avançando do seu bem-sucedido império gastronómico no centro – The Shortmarket Club –, mas há mais. Franck Dangereux, chef três estrelas Michelin em Paris, é o responsável pelo La Colombe, um dos endereços mais celebrados da cidade, e também pelo The Foodbarn, um espaço mais descontraído instalado num celeiro na vila de Noordhoek. O senhor que se segue chama-se Reuben Riffel,





e é provavelmente o mais mediático dos chefes sul-africanos, júri do programa de televisão Masterchef. O seu Reuben's Cape Town está inserido no resort de luxo One&Only, a par de um Nobu do ainda mais célebre chef Nobuyuki Matsuhisa.

O Victoria & Alfred Waterfront, zona portuária que tem como símbolo uma torre de relógio, é, desde a sua reconstrução nos anos 1990, uma das mais seguras da cidade, e também uma das mais movimentadas, repleta de lojas de marca internacionais, de cafés e hotéis (como o One&Only). Por falar em alojamentos, este é outro tema onde a Cidade do Cabo se apresenta em grande estilo. Do histórico Belmond Mount Nelson Hotel (inaugurado em 1889), com o seu estilo colonial impecável e serviço cinco estrelas, ao conforto seguro do Cape Grace no V&A Waterfront, passando pelo Kensington Place, um boutique hotel no sopé da Table Mountain, com apenas oito suites, a escolha é variada e quase infindável. Por exemplo, a Ellermen House, em Bantry Bay, uma das zonas mais caras de África, conhecida como a Cape Riviera, é uma opção muito exclusiva, com quartos com vista directa sobre o mar, alguns dos quais com

direito a piscina privativa. Para quem é fã de locais remotos e beleza natural, então o Tintswalo Atlantic pode ser uma boa opção. É o único hotel de luxo dentro do Table Mountain National Park, mesmo na base do Chapman's Peak, e mesmo em cima da praia. Outra alternativa muito em voga é o aluguer de casas particulares. Mas não pense em casas particulares ditas "normais". São casas de sonho, desenhadas por alguns dos principais arquitetos da África do Sul – espreite o site de empresas como a Luxury Retreats e decida por si.

Por fim, é preciso pegar no carro e fazer-se à estrada. A Chapman's Peak Drive é um percurso único, uma estrada espectacular, que circunda a montanha junto ao mar até a vila piscatória de Hout Bay, seguindo até rural Noordhoek. Pelo caminho, há que fazer um desvio pela Cape Point Route para ir até ao Cabo da Boa Esperança, um passeio obrigatório para todos os portugueses. Prossiga pela linha costeira de False Bay para ver a colónia de pinguins de Boulders Beach, e termine o dia em Kalk Bay, recheada de bons restaurantes. Por último, dedique dois ou três dias desta grande viagem à região vinícola do Cabo, conhecida por Cape Winelands. Stellenbosch, a uma hora da Cidade do Cabo, foi a primeira região sul-africana a criar uma "rota dos vinhos". Além das provas de vinhos, entre Stellenbosch e Franschhoek esperam-no uma concentração extraordinária de restaurantes estrelados e hotéis de sonho, do estilo boho chic do Babylonstoren's Farm Hotel à Delaire Graff Estate, uma magnífica propriedade do joalheiro britânico Laurence Graff com uma colecção de arte a condizer. Não se vai arrepender. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# DIAMANTES *brancos de Piemonte*

Numa viagem à região de Piemonte, no norte de Itália, Andrew Marshall procura desvendar os segredos das trufas brancas.

:: *Texto e fotos de Andrew Marshall*

**E**stamos no início de Outubro, nos arredores da pequena cidade de Montechiaro d'Asti. O sol ainda há pouco começou a iluminar os campos lavrados, as sebes castanho-avermelhadas e as clareiras arborizadas, e já a paisagem acabada de acordar está viva com o fungar e os latidos de cães impacientes. É o início da época de caça às trufas, e os experientes caçadores Luigi Faletti e Giuseppe Tyrone lideram os seus cães de nariz afiado,

Chico e Tom Cruise, na busca da tuber magnatum pico, a apreciada trufa branca e uma das comidas mais caras do mundo, com um preço de cerca de 3500 euros por quilo.

A trufa branca encontra-se quase exclusivamente em Itália e no norte da Croácia, mas o consenso geral é de que as melhores do mundo chegam de Piemonte. O seu sabor e aroma únicos tornam-nas muito procuradas por chefs e amantes da gastronomia, e a sua raridade cria uma indústria lucrativa durante quatro meses por ano (de Outubro a Janeiro), nas normalmente calmas e isoladas cidades e vilas da região, sobretudo na zona de Alba e Asti.





É difícil imaginar uma ocupação mais tranquila do que a colheita de trufas. As ferramentas do ofício dos “trifolao” (o nome local dado aos caçadores de trufas) incluem um instrumento em forma de lança chamado vanghetto, para limpar a terra, conhecimento acerca do habitat da trufa branca e um cão bem treinado (alguns são até licenciados na Universidade para Cães Caçadores de Trufas, em Alba). O treino pode começar quando o cachorro nasce, esfregando óleo de trufa na mãe, forjando um vício precoce ao valioso fungo.

“Os melhores locais para procurar trufas são as zonas húmidas, onde crescem em simbiose com as raízes de carvalhos, ulmeiros, salgueiros, álamos e arbustos de avelãs”, diz Luigi, enquanto se mantém atento a Chico, que cheira avidamente um conjunto frondoso de terra por baixo de um salgueiro. “A colheita de trufas tem lugar da alvorada até ao início da manhã, porque o aroma é mais intenso nessa altura e os cães têm mais probabilidades de o detectar.”

O fungo e a árvore trocam minerais através das raízes, e leva 10 anos ou mais para que um carvalho alimente o fungo de modo a que cresça uma colheita de trufas. Ao contrário dos cogumelos de superfície, que crescem em poucos dias, as trufas brancas são fungos subterrâneos que necessitam de um mínimo de sete a oito meses para se desenvolvem até alcançarem a maturidade total. “As trufas brancas são geral-

mente encontradas a 10-15 cm abaixo da terra, e frequentemente podem ser necessárias várias horas de buscas para as localizar”, diz Guisepe. “E não é garantido.”

Embora possam crescer até ao tamanho de uma batata e, em algumas casos excepcionais, de uma pequena abóbora, Guisepe mostra-me um exemplar rugoso do tamanho de uma noz que Tom Cruise tinha localizado mais cedo. Abre-a com o seu canivete para revelar um interior marmoreado, bronzeado com veios creme-marfim. Assim que atinge os meus sentidos, o cheiro é intoxicante – almiscarado, fúngico, apimentado e a alho, mas ao mesmo tempo remanescente da terra de onde vem.

O valor comercial das trufas é explicado pelas leis muito estritas que controlam a sua colheita. Há cerca de 6000 caçadores de trufas em Piemonte e cada um, a juntar a um exame, tem de pagar uma taxa anual para uma licença, o que lhes permite procurar legalmente trufas, mas muitos vão sem os papéis oficiais.

Cooperativas de proprietários da terra controlam a caça às trufas nas suas propriedades e, a menos que seja membro, pode ser preso se colher trufas das áreas cooperativas. Montechiaro d’Asti possui a maior reserva de trufas (conhecida como tartufai) de Itália; cinco hectares controlados pelo Conzorzio Trifolau Valle Fameria of Montechiaro, responsável por manter a área arborizada limpa e assinalada.

A colheita de trufas é uma actividade estritamente masculina e tradicionalmente os caçadores são fazendeiros mais velhos, donos de terras e comerciantes, mas nos últimos anos tem havido um reavivar do interesse, com uma geração mais nova de homens envolvidos nesta actividade potencialmente lucrativa. Sem grandes surpresas, quando as apostas são tão altas, os caçadores de trufas guardam ciosamente a localização das suas descobertas individuais de trufas, e a colheita pode ser tão secreta como uma missão de James Bond. Alguns chegam ao ponto de estacionar os carros num lugar proeminente e depois pedalar quilómetros na direcção oposta, para despistar os concorrentes.

## *Fiera del Tartufo Bianco d'Alba*

Uma vez colhidas, as trufas são vendidas localmente a lojas, mercados e restaurantes. Os caçadores de trufas normalmente não consomem muitas, afinal é o seu negócio e sustento, mas cedem em ocasiões especiais e festividades. Todos os anos, à medida que a estação passa, as pessoas afluem a Piemonte para o abastecimento anual dos diamantes brancos e, neste breve período, a maior parte dos restaurantes possui trufas brancas disponíveis, alguns dedicando menus completos a este tesouro pungente. Alguns dos melhores exemplares são exportados e destinados às mesas dos melhores restaurantes de Nova Iorque, Londres e Tóquio, e, para uma trufa premium perfeita, o preço por grama é semelhante ao do ouro.

Algo em que todos os chefs estão de acordo, desde o premiado com estrela Michelin ao cozinheiro de uma simples família de Piemonte, é na absoluta necessidade de manter a simplicidade quando se usa o fungo. Ao contrário da não tão prestigiada trufa preta, a variedade branca nunca deve ser cozinhada, sendo consumida sempre crua. Porque a maioria do sabor da trufa branca reside no seu aroma, funciona melhor ralada muito fina com um ralador especial sobre pratos simples como risotto, massa, salada ou ovos mexidos aveludados.

Os italianos comem inclusive lascas de trufa branca sobre um bom pão branco, acompanhado por um vinho branco fresco. Alguns dos pratos regionais onde surge incluem carne cruda (cubos de bife cru), fonduta, um fondue cremoso feito com queijo derretido, leite e ovos, servido com torradas e massa de ovo fresca chamada tajarin – todos, claro, encimados com trufas raladas. O sabor das trufas brancas é único; uma versão mais subtil, prolongada e fumada do aroma, mas tão inesquecível quanto este.

## *Trufas brancas versus pretas*



- Existem muitos tipos de trufas: a branca, Tuber Magnatum Pico, é selvagem, não pode ser reproduzida e é muito procurada. A trufa preta (Tuber Melanosporum), apesar de valiosa, é menos prestigiada, e existe uma variedade que pode ser reproduzida através de micorrização. As trufas brancas valem cerca de dez vezes mais do que as variedades pretas.
- As trufas pretas geralmente crescem na região francesa de Périgord, onde são caçadas por porcos, mas também podem ser encontradas em Itália, Espanha e Croácia. As trufas brancas, mais valiosas, são caçadas por cães que, apesar de treinados para as encontrar, não as comem.
- As trufas brancas devem ser comidas cruas, ralando-as em lascas muito finas sobre pratos como risottos, massas, ovos e fondues de queijo, ao contrário das suas primas pretas, que devem ser cozinhadas e adicionadas a guisados, patés de fígado de ganso, molhos, omeletes, manteigas e pastelaria.



Os italianos prestam homenagem anual à sua trufa branca indígena desde 1923, através da Feira da Trufa Branca (Fiera del Tartufo Bianco d'Alba), que acontece durante o Outono na cidade medieval de Alba. Outras cidades e vilas da região também organizam feiras de trufas, mas a de Alba, a maior e melhor, normalmente tem início na primeira semana de Outubro e dura várias semanas.

Perto da entrada da tenda principal da feira existem enormes fotografias de famosas celebridades italianas a cheirar o valioso fungo: Giorgio Armani, Luciano Pavarotti e Sophia Loren. À medida que entro, o ar está repleto do inequívoco sopro de opulência. Trufas frescas de vários tamanhos repousam em caixas forradas a veludo como jóias preciosas, com etiquetas que mostram o preço por grama. Uma do tamanho de uma uva custa aproximadamente 17 euros, enquanto uma do tamanho

de uma batata média atinge aproximadamente os 200 euros. Locais e visitantes roçam ombros com chefs e ricos donos de restaurantes, que fazem negócios com trufas premium. Longas filas de expositores exibem produtos como manteiga de trufa, paté de fígado trufado, óleo de trufa e mel de trufa. Num ponto de avaliação de trufas gerido por peritos, estes diamantes brancos podem ser avaliados em termos de qualidade e preço.

A Feira de Trufas de Alba fecha com um leilão de caridade no Castelo Grinzane Cavour (apenas por convite), à saída de Alba. O local é ligado por satélite às cidades de Berlim e Hong Kong. Mulheres glamorosas vagueiam por entre um público de celebridades e chefs renomados, transportando o ouro branco em bandejas de prata, por entre intensas licitações. No leilão, cada trufa é autenticada de acordo com o seu peso exacto, o nome do cão de caça que a encontrou e o tipo de árvore sob a qual foi encontrada. Em 2006, 1,59 kg de trufa (constituído por três trufas) foi vendido a 97.542 euros a um restaurante italiano em Hong Kong – são 61.346 euros o quilo, quatro vezes mais do que o preço médio do ouro. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# CHAMPAGNE & CHÂTEAUX

Bolhas douradas e elegantes castelos que se erguem sobranceiros sobre vinhas manchadas pelo sol. Nada apela tanto ao requinte como a região francesa de Champagne.

:: *Texto de Andrew Marshall, Fotografia de Paul Marshall*



“Lembrem-se, cavalheiros, não é apenas pela França que lutamos, mas por Champagne.” – Winston Churchill. Ao longo das décadas, inúmeras citações têm sido feitas acerca desta celebrada bebida alcoólica, e o próprio nome fala por si. Com as suas associações reais e brilho mágico, o champanhe evoca imagens de estilo, prazer, elegância, romance e celebração. De acordo com a tradição, a engenhosa ideia de misturar diversas variedades de uva da região de Champagne-Ardenne, no nordeste francês, e selar as garrafas com uma rolha de cortiça e um fio de arame para sustentar a pressão da fermentação, partiu de Dom Pérignon (1638-1715), mestre da adega da Abadia Beneditina de Hautvillers.

O champanhe é o mais ilustre exemplo de um “vinho espumante”, e tradicionalmente é produzido utilizando uma mistura de três variedades de uva: Chardonnay, Pinot Noir e Pinot Meunier. Uma vez extraído o mosto, o champanhe enfrenta dois processos de fermentação, o primeiro nos barris e o segundo depois de o vinho ser engarrafado e de lhe ter sido adicionado açúcar e fermento. Isto permite que o dióxido de carbono fique preso no vinho, dando origem às famosas e distintivas bolhas. Os vinhos não espumantes são apenas fermentados uma vez, nos barris. Os champanhes “novos” são envelhecidos pelo menos durante 18 meses,

e os vintage durante pelo menos três anos, até um máximo de dez, e são os mais caros. O nome “champanhe” possui direitos de autor, e apenas os vinhos produzidos na região francesa de Champagne podem receber tal denominação. Se um vinho semelhante for produzido, usando a mesma metodologia, mas noutro local, deve ser rotulado como “méthode champenoise” (“método champanhês”), de modo a dar crédito ao procedimento.

Uma excelente forma de aprender mais acerca do processo de produção do champanhe é explorar as estradas assinaladas que compõem a Route Touristique du Champagne (Rota Turística do Champanhe). Um total de 600 km divididos em vários circuitos que serpenteiam pelas principais vinhas da região, incluindo Montagne de Reims (entre os dois centros de champanhe, Reims e Épernay), Côte des Blancs (a sul de Épernay) e, mais a sul, Côte des Bar, especialista em pequenos produtores de champanhe.

## *Terra do ouro líquido*

Estamos na última semana de Setembro e na época de vindimas em Côte des Bar. Conduzir ao longo da Route Touristique du Champagne, através das vinhas, é puro prazer; as belas paisagens abundam, e cada uma é melhor do que a anterior. Por entre aldeias pitorescas, vinhas cuidadosamente organizadas cobrem as encostas, enquanto coloridas figuras a colher as uvas pontuam os socalcos. Um aroma doce e inebriante enche o ar, e veículo sim, veículo não, avistamos um tractor que puxa um atrelado carregado da preciosa fruta.

Na aldeia de Urville visitámos Champagne Drappier, uma família de produtores de vinhos espumantes, cujas vinhas são cultivadas há mais de dois séculos. Michel Drappier, o actual e apaixonado Director da Casa, controla o processo de produção do vinho, enquanto o seu pai Andre, com uma vida de vindimas, supervisiona os procedimentos. Drappier produz cerca de 1,5 milhões de garrafas por ano, distribuídas para cerca de 90 países, e, ao longo dos anos, os seus champanhes soberbos têm seduzido um número de personalidades prestigiadas, incluindo Charles de Gaulle e Luciano Pavarotti.

“A Casa de Drappier possui uma panóplia de tamanhos de garrafas no seu portefólio, incluindo a gigante Melchizedek, única no universo do champanhe”, diz Michel Drappier. Com um conteúdo recorde de 30 litros (equivalente a 40 garrafas standard), com um peso de 58 kg e um preço de cerca de 3800 euros, esta é, de facto, uma garrafa rara, e apenas algumas são vendidas por ano.

Outrora ocupada por monges cistercienses da Abadia de Clairvaux, o lugar da Casa Drappier inclui algumas magníficas caves do século XII. Aqui, envelhecendo suavemente em prateleiras, estão os cuvées especia-

les, bem como os “grandes” da empresa, com nomes como Balthazar (12 litros), Nabuchodonzor (15 litros), Salomon (18 litros), e Melchizedek, o avô de todos.

“Venham visitar-nos de novo um dia destes. Estamos aqui há 850 anos, por isso não nos mudaremos tão cedo”, diz Michel enquanto nos despedimos e retomamos o volante em direcção à histórica Troyes, conhecida pela sua colecção de casas medievais e renascentistas emolduradas por madeira, e finalmente à nossa casa por uma noite, Château d’Etoges, situada na pequena aldeia com o mesmo nome, rodeada por vinhas.

## *Acomodações dignas de um rei*

Pernoitar ou visitar um dos 150 castelos, mansões e solares históricos é um belo complemento à visita à região francesa de Champagne-Ardenne, e encaixa-se perfeitamente no estilo de vida do champanhe. Construído no início do século XVII, o Château d’Etoges foi outrora um local privilegiado, onde os reis de França gostavam de ficar nas suas viagens para





leste. Diz-se que Luís XIV apreciava muito a beleza dos jardins, fontes e lagos do castelo.

Localizado sobre um quintessencial fosso, este castelo magnificamente renovado possui 20 quartos mobilados com antiguidades e tapeçarias genuínas. No andar de baixo, uma imponente lareira testemunha banquetes, reuniões e celebrações de um passado medieval. Cozinha francesa elegante (com uma boa selecção de vinhos e, claro, champagnes) é servida na sala de jantar adjacente e, depois de desfrutarmos de um saboroso jantar, segue-se uma curta caminhada até aos sumptuosos quartos, com as suas convidativas camas de dossel.

A uma curta viagem de carro para norte do Château d'Étoges está a cidade rural de Épernay, e o melhor local para a prova de champagne. Por baixo das ruas da “capital do vinho espumante”, em cerca de 100 km de caves subterrâneas, milhões de garrafas de champagne empoeiradas maturam lado a lado, esperando o dia em que serão abertas em celebração.

Épernay é a casa de algumas das mais famosas casas de champagne do mundo, como Moët & Chandon, De Castellane e Mercier, a marca mais popular em França. Muitas delas estão situadas na Avenue de Champagne, ou perto, e oferecem excursões de lazer e informativas, seguidas por provas e por uma visita à loja da fábrica.

A alguns passos desta avenida, no número 8 da Rue Gambetta, no sofisticado bar e adega C. Comme Champagne, afundámo-nos num par de poltronas de pele vermelha para provar champagne ao copo. “Representamos 50 pequenos produtores de vinho de 50 aldeias das principais regiões, e todas as semanas oferecemos várias provas, como uma selecção de cinco champagnes diferentes de várias regiões em copos de 10 cl”, diz Aurelie Hermant, uma das simpáticas funcionárias do bar.

De Épernay são apenas 6 km até Hautvillers, onde Dom Pérignon criou pela primeira vez champagne há três séculos. Na praça principal encontrará o Posto de Turismo, onde pode comprar um passeio pedestre com explicação sobre a vida de Pérignon e o efeito que teve no aperfeiçoamento

do champagne. Uma das atracções da aldeia é a visita à Abadia onde está enterrado.

## *Champagne na copa das árvores*

Situado nas Colinas arborizadas que rodeiam Verzy, a noroeste de Hautvillers, há um conceito totalmente novo na forma de desfrutar champagne. Uma caminhada de dez minutos através da floresta cria uma sensação de antecipação pela chegada a Le Perching Bar – o primeiro bar de champagne nas árvores. Criação dos designers Germain Morisseau e Oliver Couteau, o bar localiza-se numa plataforma de madeira suportada por estacas de seis metros, e acessível através de vários passadiços suspensos nas árvores.

Uma música agradável emana das colunas; vários champagnes locais são oferecidos e as vistas são excepcionais. Se estiver na região, esta é uma atracção que não pode perder. O bar está aberto de quarta a domingo durante os meses de Verão.

A partir de Verzy, é apenas uma flûte ou duas de espumante até Reims, que, juntamente com Épernay, é o centro mais importante da produção de champagne. Reims é a casa de alguns prestigiados produtores como Mumm, Tattinger, Pommery e Louis Roederer. Fundada em 1776,



Louis Roederer é uma das últimas grandes casas de champanhe independentes e geridas familiarmente. Em 1876, a pedido do Czar Alexandre II, Louis Roederer Cristal foi criado em garrafas feitas de vidro de cristal transparente com um fundo liso, tornando-as facilmente identificáveis. Por mais de um século, a aparência da patenteada garrafa de Cristal permaneceu única, inalterável... e muito copiada. Caracterizado pela sua grande delicadeza e elegância (uma grande proporção de Chardonnay), o seu aroma delicado e equilíbrio perfeito, Cristal é altamente apreciado pelos conhecedores.

O extraordinário castelo escolhido para explorar Reims é o Château Les Crayères. Discretamente aninhado no coração da cidade, esta elegante casa, outrora propriedade da família Polignac, é actualmente um retiro gourmet de luxo premiado com duas estrelas Michelin, onde os hóspedes podem relaxar nos 20 sumptuosos quartos e a gastronomia de luxo assume papel principal. Château Les Crayères apresenta um dos mais magníficos locais para desfrutar de champanhe, o Bar Terrasse.

Por fim, dirigimo-nos para Nordeste de Reims para passar a última noite em Château de Montaubois, um magnífico edifício do século XVIII localizado em quatro hectares de parque em Signy l'Abbaye. Os proprietários, Jean-François Monteil e a esposa Elizabeth, passaram três décadas a renovar o castelo para a sua antiga glória, com características originais e mobílias da época. Agora oferecem acomodação B&B com cinco sumptuosos quartos disponíveis para os hóspedes.

Bebericando a minha flûte de champanhe (arrefecida a um ideal de 6 a 8 graus celsius), descubro ser este o final perfeito para a nossa visita à região francesa de Champagne-Ardenne. ✨

## Guia de viagem



### Onde ficar

#### Le Château d'Étoges

[www.etoges.com](http://www.etoges.com)

#### Château de Montaubois

[www.chateaudemontaubois.com](http://www.chateaudemontaubois.com)

#### Château Les Crayères

[www.lescraieres.com](http://www.lescraieres.com)



### Onde beber e comprar champanhe

#### Champagne Drappier

Um produtor familiar de excelentes champagnes na região de Côte des Bar. [www.champagne-drappier.com](http://www.champagne-drappier.com)

#### C. Comme Champagne

Loja e bar especialista em champanhe em Epernay, com mais de 350 champagnes disponíveis. [www.c-comme.fr](http://www.c-comme.fr)

#### Perching Bar

O primeiro bar de champanhe nas árvores, nos arredores de Verzy. [www.perchingbar.eu](http://www.perchingbar.eu)



### Onde comer

#### Reims

#### Restaurante Le Millenaire

(1 estrela Michelin) [www.lemillenaire.com](http://www.lemillenaire.com)

#### Épernay

#### La Cave a Champagne

[www.la-cave-a-champagne.com](http://www.la-cave-a-champagne.com)







Epic Sana Lisboa

# Uma experiência *épica*

Os SANA Hotels anunciaram recentemente a construção de um EPIC SANA em Casablanca. Depois de Luanda, Lisboa e Algarve, a marca de hotéis de luxo do grupo hoteleiro português promete voltar a surpreender.

:: *Téxto de Catarina Palma*

“Os pequenos detalhes que fazem a diferença”, lê-se no site do Epic Sana Lisboa. E quem já acordou num dos seus quartos, experimentou o brunch de domingo em família, desfrutou da tranquilidade oferecida pelos tratamentos de assinatura do SPA Sayanna Wellness ou mergulhou na sua infinity pool com vista panorâmica sobre a cidade, sabe que os pequenos detalhes fazem mesmo a diferença.

Este luxuoso e moderno cinco estrelas do SANA Hotels – grupo português que tem crescido a uma velocidade vertiginosa e que quase todos os meses nos surpreende com novidades – foi inaugurado em Março de 2013, mas rapidamente se destacou no panorama nacional. Com uma localização muito privilegiada, nas Amoreiras, a dois passos do Marquês de Pombal e da Avenida da Liberdade, o projecto assinado pelo arquitecto Nuno Leónidas e com decoração de Teresa Leónidas, resulta num espaço contemporâneo, sofisticado e, acima de tudo, confortável. No fundo, o cenário certo para garantir, a par de um atendimento personalizado e um serviço diferenciador, experiências memoráveis.

Mas se Lisboa foi o local eleito para o primeiro hotel do conceito EPIC em Portugal, nesse mesmo ano abriu o EPIC SANA Algarve, na Praia da Falésia (Albufeira), outra localização bem estratégica. Situado numa área de oito hectares rodeada por jardins e um pinhal, este hotel-resort oferece 229 quartos e suites de design moderno, cinco piscinas exteriores, uma piscina interior aquecida, três restaurantes e três bares. Instalações invejáveis com um serviço a condizer, onde até é possível solicitar um mordomo!

## *África Minha*

Se os dois EPIC SANA em Portugal são dignos representantes desta marca de hotéis de cinco estrelas contemporâneos, a verdade é que o conceito teve a sua estreia em Angola. Mais, o EPIC SANA Luanda foi mesmo o primeiro hotel de cinco estrelas no centro da capital angolana. Situado na Rua da Missão, à distância de um curto passeio a pé da famosa marginal, foi construído neste local estratégico para estar perto de importantes centros empresariais e administrativos e, simultaneamente, de zonas de lazer e atracções turísticas, inaugurando uma filosofia que está sempre presente em todos os EPIC SANA: a localização privilegiada.



Com um lobby amplo e luminoso, quem aqui entra esquece facilmente que esta torre está localizada no coração de uma das zonas mais concorridas e apetecíveis de Luanda. Passando a moderna recepção e o espaço lounge com sofás, ao fundo avista-se o principal restaurante do hotel – o Terrakota. No primeiro piso, o bar Kosmopolis é um dos locais preferidos pelos luandenses para fazer reuniões de negócios ou tomar um copo antes do jantar. No restaurante Vitróvio são servidos clássicos da cozinha italiana, acompanhados por uma carta de vinhos provenientes de uma enoteca com mais de 120 referências. Já no segundo piso, encontra-se o restaurante Origami e a piscina exterior do hotel, onde apetece ficar a desfrutar de toda a carta de sumos naturais e cocktails, de manhã ao





Epic Sana Marrocos

## *Próxima paragem: Casablanca*

entardecer, e de uma cozinha composta por saladas, pratos ligeiros, cozinha portuguesa e grande variedade de peixe e marisco.

Mas não foi apenas na área do lazer que o EPIC SANA Luanda se revelou um produto diferenciador. O seu Centro de Congressos introduziu na capital angolana um serviço de qualidade, que alia a nobreza dos espaços à tecnologia de ponta de sistemas multimédia. O Kimera, espaço antes reservado para eventos privados de topo, como lançamentos, casamentos elegantes e exclusivas festas de aniversário é, hoje, um exclusivo restaurante, com conceito lounge. Situado no 21.º e último andar do hotel, oferece uma vista estonteante sobre a baía de Luanda e um serviço de excelência, que o transformam num local verdadeiramente épico!

Tudo isto sem esquecer o Switch Supper Club, projectado pelo arquitecto Miguel Câncio Martins (autor de moradas célebres como o Buddha Bar em Paris e os Pacha de Marraquexe). Aqui, as áreas lounge, bar, restaurante fine dining e animação fundem-se num ambiente sofisticado e cosmopolita, onde é possível jantar, beber um copo e dançar ao som do DJ residente, e até assistir a um espectáculo de música ao vivo.

O grupo SANA Hotels detém actualmente 16 hotéis, em Portugal, Alemanha e Angola, mas parece não querer parar por aqui, anunciando recentemente a construção de duas novas unidades na cidade marroquina de Casablanca, cuja abertura está prevista para 2019.

Marrocos é um mercado prioritário, pelo crescimento empresarial e económico dos últimos anos e pela estabilidade política e social, condições que, segundo comunicado do Grupo, propiciam a captação de investimento estrangeiro. Por sua vez, a aposta em Casablanca “justifica-se uma vez mais pela localização estratégica e por esta ser a capital económica do país”.

Com um total de 355 quartos, as novas apostas do grupo português são um quatro estrelas da marca Evolution e um cinco estrelas EPIC SANA. Um investimento de cerca de 55 milhões de euros, “em duas unidades hoteleiras com conceitos distintos, que abrangem diferentes públicos e colmatam necessidades completamente diferentes”.

O Evolution Casablanca será um hotel high tech, com forte componente tecnológica, que se pretende destacar pela funcionalidade, rapidez no serviço e inovação. Já no caso do EPIC SANA Casablanca, o novo hotel no segmento luxo terá 187 quartos, seis restaurantes/bares, espaços para eventos, spa, fitness center e duas piscinas, apostando na elegância e conforto dos espaços, atendimento personalizado e excelência do serviço ao nível dos mais rigorosos padrões internacionais, como aliás é sua imagem de marca... ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





*Um espaço  
reinventado  
na* AVENIDA  
DA LIBERDADE



Rosa & Teixeira renovou a sua loja no número 204 da emblemática avenida lisboeta. Um projecto onde a modernidade e a elegância se uniram para reinventar a sofisticação, preservando a alma e requinte intemporal que distinguem Rosa & Teixeira no panorama da moda masculina.

:: *Texto de Companhia das Cores, Fotografia de Pedro Bettencourt*

**C**osmopolita e com um serviço ainda mais exclusivo, a icónica loja foi redesenhada à medida do *lifestyle* do homem contemporâneo. Para este desafio, José de Castro reuniu uma equipa multidisciplinar composta por profissionais de referência, que são também clientes e amigos de longa data de Rosa & Teixeira, cada um deles com um profundo conhecimento do seu ADN. Uma colaboração fulcral para assegurar uma modernização que não deixasse de criar uma ponte com uma história e memória muito ricas.

O projecto tem a assinatura do arquitecto João Paciência e foi desenvolvido em perfeita sintonia com o engenheiro Vitor Vajão, responsável pela lumotécnica do espaço. Contou ainda com uma valiosa contribuição do artista plástico Pedro Cabrita Reis, sob a forma de uma peça de arte contemporânea que marca a nova imagem da loja (ver caixa). A execução do projecto esteve a cargo da empresa Tétris, especialista em obras de retalho de luxo.

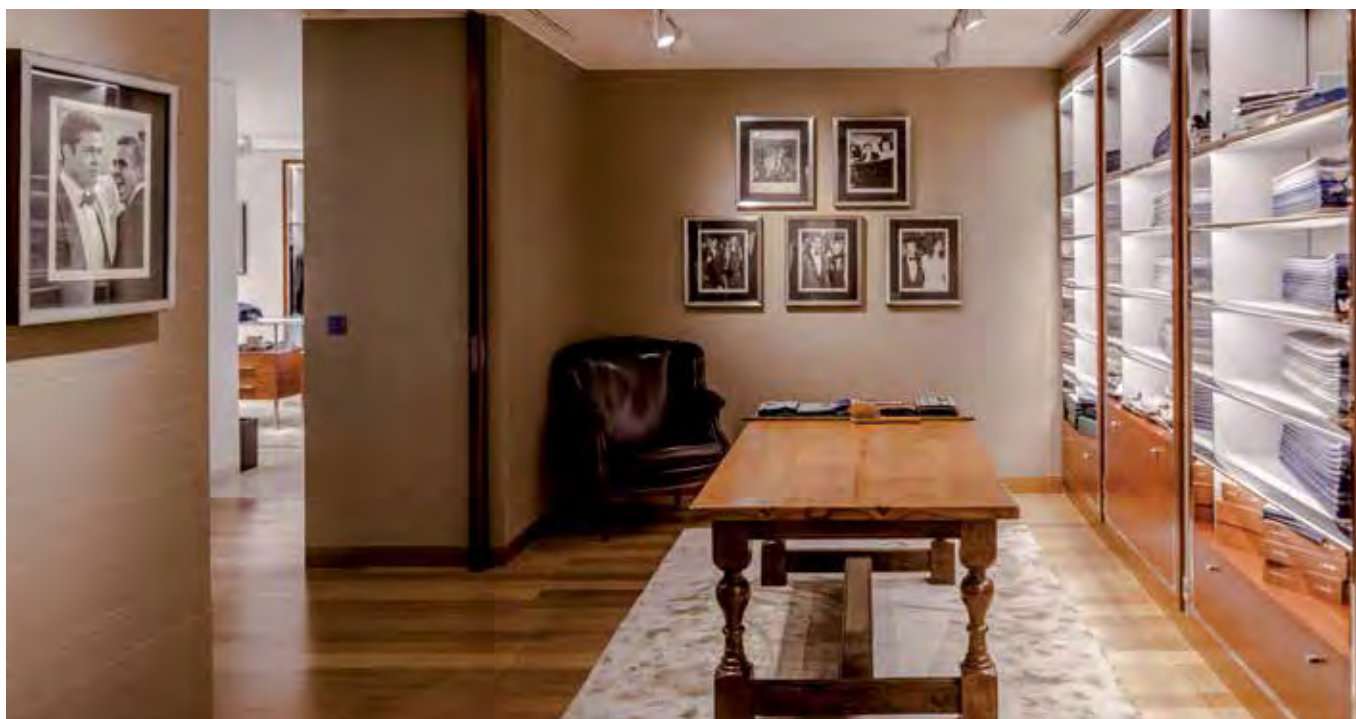
### *Valorizar a oferta*

A decoração contemporânea e minimalista foi pensada para valorizar a oferta da loja, criando uma atmosfera de linhas estilizadas e tons suaves. O mobiliário desenhado à medida – no verdadeiro espírito de Rosa & Teixeira – combina apontamentos de madeira Macoré com vidro e acabamentos em aço inoxidável polido, proporcionando um ambiente leve que transmite descontração e um requinte cúmplice. As linhas de luz LED ocupam um lugar privilegiado, contribuindo para a criação desta envolvente *clean*, onde a modernidade impera.



:: A decoração contemporânea e minimalista foi pensada para valorizar a oferta da loja, criando uma atmosfera de linhas estilizadas e tons suaves. ::





## *Modernidade e memória*

Quem entra encontra a área reservada aos acessórios, onde de imediato se destaca o expositor de gravatas perfeitamente alinhadas por cores e texturas. Chega então ao espaço central, que assume uma nova escala e amplitude, subdividindo-se em quatro áreas: camisas, *blazers*, calças e sapatos. Aqui foi preservada uma das imagens de marca da loja: a Brecha da Arrábida, que contrasta com o mármore branco que nasce na sala de entrada e se estende até ao fundo do piso. Esta centralidade é reforçada pelo tecto elíptico de vidro com elegantes candeeiros que iluminam os balcões de atendimento, colocando ainda mais em destaque a oferta da loja.

Já o espaço do fundo é ocupado exclusivamente por fatos, ligando-se ao piso inferior através de uma escada helicoidal que abraça a peça concebida por Pedro Cabrita Reis. No piso inferior, para além da zona de fatos de cerimónia, existem agora dois gabinetes de prova com antecâmara privada, para proporcionar um ambiente mais intimista e uma maior privacidade. Com novas áreas de atendimento e mais espaço expositivo, o piso -1 brinda-nos com uma perspectiva privilegiada do *atelier* de alfaiataria, dando um justo relevo a este serviço de Rosa & Teixeira. ✨





### *Uma peça marcante*

A peça monumental de Pedro Cabrita Reis une arte contemporânea e funcionalidade. É uma escultura que liga duas áreas distintas – o piso térreo ao inferior – e, devido à sua localização na escada helicoidal, oferece várias perspectivas sem nunca permitir a sua contemplação na totalidade. Segundo o artista plástico, a peça foi concebida para criar um ponto de perturbação, mas sem perder a harmonia com o projecto do arquitecto João Paciência e a elegância e prestígio do espaço.

Entre os materiais utilizados contam-se pedaços de ferro soldados, emaranhados uns nos outros, no meio dos quais surgem fios de electricidade, lâmpadas que parecem formar uma constelação de estrelas e, a partir do centro, tubos de cobre que se projectam como numa explosão.



# Um relógio com...

O clássico funde-se com o contemporâneo, revelando uma certa ousadia cúmplice da sofisticação. Detalhes exclusivos destacam-se com elegância do negro profundo, para afirmar o estilo incomparável do gentleman do século XXI. Elegante e confiante, numa atitude capaz de fazer parar o tempo.



:: Dior Homme  
na André Ópticas



:: Vertu  
New Signature  
Touch



:: Hublot  
Classic Fusion  
Racing Grey



:: Montegrappa  
Tirebouchon



:: Anil Arjandas  
Edição especial  
BR Plus



:: Rosa & Teixeira



:: Emporio Armani



# VIVÊNCIA *histórica*

Na Rua Santana à Lapa, nasceu um novo empreendimento de luxo que une tradição e modernidade. Num reencontro com a história de um dos bairros mais carismáticos de Lisboa, os 14 apartamentos reflectem o equilíbrio sublime entre a serenidade do lar e a vida inebriante da cidade.

:: *Texto de Raquel Soares*

**L**ocalizado no aristocrático Bairro da Lapa, onde as nobres residências se cruzam com edifícios de embaixadas, existe um novo empreendimento em Lisboa preparado para acolher com conforto e requinte novos moradores. No “Santana à Lapa”, a modernidade e o conforto conjugam-se de forma ímpar com a tradição de um bairro centralmente localizado e que oferece vistas estonteantes sobre as cores vibrantes da capital e a acalmia das águas do Tejo.

O novo empreendimento nasce da reabilitação de dois edifícios contíguos, localizados no topo da rua que lhe dá nome. De porte imponente, o primeiro edifício data do final do século XIX, enquanto o segundo remonta ao início dos anos 50. Entre eles, distribuem-se um total de 14 apartamentos com tipologias T1, T2, T3, T3 *duplex* e T3+1 *duplex*, todos com lugares de estacionamento e alguns com vistas para o rio. Reservados para poucos estão os terraços amplos com piscina, que deixam a promessa de tardes de sol relaxadas.

Contudo, quaisquer que sejam as condições meteorológicas, cada um dos apartamentos dispõe de um leque de equipamentos cuidadosamente seleccionado para garantir conforto e requinte em todas as circunstâncias. As instalações têm ar-condicionado com unidades individuais, enquanto as salas de estar ostentam lareiras a gás. As áreas foram abrihantadas com soalho flutuante de madeira pinho nórdico envernizado, que se cruza calorosamente com as paredes de cor verde azeitona. Numa elegante sobreposição de tradicional e moderno, os tectos falsos em gesso cartonado receberam iluminação embutida, estrategicamente colocada para criar envolverências reconfortantes. Também embutidos estão os electrodomésticos da lavandaria, enquanto as cozinhas e *kitchenettes* disponibilizam todos os equipamentos necessários à preparação de refeição: exaustor, placa de fogão vitrocerâmica, forno, microondas, frigorífico americano, máquina de lavar louça, máquina de café expresso encastrada e armário de vinhos.

Com áreas amplas e generosas, as dimensões dos apartamentos do “Santana à Lapa” variam entre os 88 metros quadrados do único T1 existente e os sublimes 186 metros quadrados do T3 *duplex*. Já finalizado, o empreendimento encontra-se agora em fase de comercialização e de portas abertas para receber aqueles que apreciam um espaço calmo e luxuoso, localizado bem no centro vibrante de uma cidade emblemática. ✨



Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# TERRA

O famoso cinegrafista francês Yann Arthus-Bertrand uniu forças com a Omega para produzir um novo filme – Terra –, que irá enviar uma mensagem ambiental ao mundo. Nick Smith visitou os bastidores das filmagens no Botsuana.

:: *Têxto de Nick Smith, adaptação de Marina Oliveira,  
Fotografia de Yann Arthus-Bertrand*



# BRÁ

O nosso helicóptero arremete com graça e precisão apenas alguns metros acima de uma das paisagens mais deslumbrantes do mundo. A leste, o sol nascente evapora a névoa matinal, enquanto a oeste os últimos vestígios da noite desaparecem lentamente.

Num majestoso panorama de 360 graus, estende-se uma paisagem ininterrupta de uma das maiores maravilhas naturais de África: o Delta do Okavango. O “pântano” é uma impenetrável área selvagem com vegetação emaranhada, ilhas sazonais, canais aquáticos labirínticos e uma fauna tão surpreendentemente abundante que, em comparação, até os melhores documentários televisivos sobre história natural parecem banais.



## *Nos bastidores*

Sentado à minha frente no helicóptero de quatro lugares está um dos fotógrafos aéreos mais talentosos do mundo. Yann Arthus-Bertrand goza de uma reputação internacional, graças à sua carreira brilhante. Ganhou fama como o homem por detrás do monumental “A Terra Vista do Céu”, livro que vendeu milhões de exemplares em todo o mundo e foi traduzido para 30 idiomas. A exposição que acompanhou essa obra revolucionária foi exibida em 120 cidades mundo fora, encantando 200 milhões de visitantes com as suas imagens extraordinárias. Se há um nome conhecido no mundo da fotografia, esse nome é Yann Arthus-Bertrand.

Tirar fotografias de um helicóptero é simplesmente emocionante. Ficamos sentados no lado esquerdo do aparelho, de onde as portas foram retiradas: não há nada entre nós e o céu azul e límpido de África, a não ser os nossos cintos de segurança. Mas este é o trabalho quotidiano de Yann, que mais tarde me diz que seria impossível sequer calcular quantas vezes já esteve lá em cima em busca da fotografia perfeita. Hoje, porém, não está a tirar as fotografias estáticas convencionais pelas quais é reconhecido. Está a gravar vídeos para o seu mais recente filme. “Terra” é a obra-prima de Yann: nada menos do que um hino à beleza e fragilidade do mundo em que vivemos, um projecto que, assim espera o artista, chamará a atenção para o impasse ambiental que ameaça o planeta.

A menos que estejamos na Antártida ou no meio de um dos grandes desertos de areia do mundo, não há, no planeta Terra, nenhum lugar mais remoto do que o Delta do Okavango, no Botsuana. Para lá

chegar, o ponto de partida é Joanesburgo, na África do Sul, onde cheguei após uma noite de voo a partir de Londres. De Joanesburgo, são mais quatro horas em direcção a norte num pequeno avião até Maun, um povoado sossegado agrupado em torno do único aeroporto em centenas de quilómetros. Mas ainda não estamos nem perto do destino, ao qual só se chega noutra voo num avião ainda mais pequeno, sacudidos na estrada num Land Rover modificado em estilo safari e fazendo uma revigorante travessia de uma hora através de cursos de água estreitos e rasos numa lancha. Após 24 horas de viagem contínua, finalmente cheguei à Ilha de Pesquisa Baboon, um minúsculo pontinho de terra firme no famoso Delta de Botsuana, onde enfim encontrei Yann e a sua equipa de apoio. Nos próximos dias, esta antiga base científica será o meu ponto de referência enquanto estiver no encaço do grande fotógrafo francês, com o objectivo de ter uma ideia do que acontece nos bastidores da realização dos seus filmes.

## *Eco-guerreiro na linha de frente*

Como Yann gosta de filmar apenas de manhã cedo ou ao final da tarde, quando o sol africano proporciona imagens douradas, temos muito tempo durante as horas mais quentes do dia para conversar sobre a filosofia por detrás de “Terra”. Sentados à sombra de uma acácia, perto do canal que circunda a Ilha de Pesquisa Baboon, podemos ver um grupo de hipopótamos a apanhar banhos de sol preguiçosamente e uma pequena manada de elefantes curiosos que vieram ver o que estávamos a fazer, enquanto ouvimos a incessante tagarelice de incontáveis garçotas, garças e cegonhas, que fornecem uma banda sonora exótica à nossa conversa. “Hoje em dia eu não me considero um fotógrafo”, diz Yann, explicando que prefere ser visto como um guerreiro ecológico ou activista ambiental, que, como presidente da Fundação GoodPlanet, se tornou defensor de uma atitude mais responsável para proteger o futuro do planeta. É um universo cheio de jargão ecológico que às vezes pode parecer um idioma estrangeiro, mas, se entendi bem o que Yann quis dizer, nas suas palavras mais simples, ele comprometeu-se a realizar filmes que façam as pessoas pararem para pensar. Os seus documentários, evocações deslumbrantes da beleza do planeta, são normalmente filmados a partir de um helicóptero e transmitidos sempre em câmara lenta. Para isso, a Fundação GoodPlanet necessita de patrocínio empresarial. A visão de Yann é possibilitada pela colaboração com o programa de responsabilidade social da Omega. O director de cinema francês manifesta abertamente a sua admiração e gratidão pela empresa relojoeira, que o “ajuda a fazer filmes que podem mudar o mundo”.

“De um ponto de vista criativo, eu gosto do Delta porque é simplesmente o melhor lugar para filmar animais”, diz Yann, descrevendo em seguida a sua reacção instintiva à ideia de trabalhar no Botswana: “quando estamos à procura de um local de filmagem, precisamos saber de antemão que este será perfeito; um lugar onde sabemos que é fácil captar imagens. Aqui, cada dia é melhor do que o anterior. Quando olho para algumas das seqüências que filmamos, é surpreendente.” Porém, a visão de um único homem necessita, nos bastidores, de logística, tecnologia digital e de uma equipa de proporções épicas. A Ilha de Pesquisa Baboon é o lar temporário de não apenas um, mas três helicópteros. O primeiro é utilizado para filmar o documentário propriamente dito, enquanto o segundo serve para fazer as “captações aéreas” que entrarão no “making of” do filme, nas cenas extras do DVD. O terceiro helicóptero é simplesmente um aparelho para evacuação de emergência médica. O hospital mais próximo fica a várias horas de voo dali. Se alguma coisa der errado no meio da selva, pode ser um drama. Mas tudo corre sempre bem.





## *Promover mudanças*

A sequência que Yann filmou no Botsuana desempenhará um papel fundamental na história de “Terra”. Porém, como o próprio artista admite, esta implica um custo ambiental. O nosso safari aéreo matinal consistiu em duas horas, mas forneceu apenas um décimo das imagens que Yann irá capturar antes de ir para o próximo local de filmagem. Então, quantas das 20 horas realmente acabarão por fazer parte do filme? A resposta é que a participação será “microscópica”. O artista também está extremamente ciente de que o transporte ininterrupto de unidades e equipamentos de filmagem pelo mundo todo contribui para emitir gases de efeito de estufa, o que parece contraproducente em relação à sua missão. No entanto, desde o princípio da carreira, sempre procurou compensar a sua emissão de carbono. Na verdade, foi assim que a Fundação GoodPlanet começou, pois o fotógrafo imaginou formas de pagar com boas ações a sua dívida ambiental perante o mundo. “As pessoas tendem a pensar que tudo se deveria resumir a plantar árvores. Na verdade, trata-se de ajudar as pessoas a terem vidas melhores. Eu coordeno projectos na Indonésia e na Índia para fornecer água mais limpa, monitorizar a poluição, reduzir o desmatamento e gerar empregos.”

Para Yann, estimular a consciencialização quanto à causa ecológica permite contrabalançar o modesto impacto ambiental do seu trabalho. Além disso, para o artista, não é prático parar de voar, pois precisa de trans-

mitir a sua mensagem. Aos 70 anos de idade, enquanto a maioria das pessoas talvez pense que está na hora de levar uma vida mais sossegada, Yann está mais determinado do que nunca a fazer com que a sua voz seja ouvida. “Eu faço o que faço porque preciso de o fazer. Sou uma pessoa extremamente curiosa e adoro fazer imagens. O que procuro fazer é conversar com as pessoas sobre os problemas com os quais a humanidade se confronta. Para isso, é necessário dirigirmo-nos ao coração delas, não à mente. Se conversarmos com as pessoas num registo intelectual, podemos mudar algumas coisas, mas não muito. O público só quer consumir. E isso não é bom. É necessário seguir na direcção oposta. Acho que precisamos de uma revolução científica. Mas isso nunca vai acontecer enquanto continuarmos a consumir 85 milhões de barris de petróleo por dia. Não podemos mudar o mundo com painéis solares e moinhos de vento. E, enquanto isso, a economia





**OMEGA**  
Seamaster Aqua Terra  
GoodPlanet GMT

mundial precisa de continuar a comprar e vender para poder funcionar. Onde está a espiritualidade aí? Onde estão a ética e a moral? Se quisermos mudar o mundo, temos de ser activistas. Seiscentos milhões de pessoas viram o meu último filme, o que me faz pensar que estou a fazer um bom trabalho. Como amo o que faço, não me vou reformar de forma alguma. Vou continuar a trabalhar até ao último dia da minha vida.”

## *Está na hora de mudar*

A Omega uniu forças com a Fundação GoodPlanet e Yann Arthus-Bertrand, com o intuito de enviar uma mensagem de boa vontade ambiental ao mundo. É uma colaboração que data de 2011. Primeiro, foi realizado o filme Planet Ocean, de enorme sucesso, que contou com o apoio de vários projectos de preservação ambiental activos, incluindo a restauração e conservação de recifes de coral e mangues na costa de Celebes, na Indonésia.

Porém, a empresa relojoeira também quis comemorar a parceria com o lançamento de uma nova colecção de relógios. Para ajudar a perpetuar o trabalho da fundação, a Omega doa uma percentagem do lucro dos relógios Aqua Terra “GoodPlanet” a um novo projecto de protecção dos animais selvagens que foi estabelecido no Botsuana.

O relógio Aqua Terra “GoodPlanet” apresenta um estilo e um encanto que combinam com as vastas paisagens e oceanos do mundo. Fabricado com robusto titânio grau 5, destaca-se instantaneamente pelo uso simbólico da cor do oceano. Este tom encontra-se nos índices aplicados azuis, no logotipo da Omega e nos ponteiros facetados azuis, que viajam sobre o mostrador branco lacado. O relógio apresenta uma pulseira de titânio grau 5 polido e escovado ou uma pulseira revestida a tecido de nylon azul com costura branca e fecho de bascula.

Yann não poderia estar mais feliz com a amizade colaborativa que fez com a Omega. Embora o fotógrafo seja totalmente contra o que considera como um desperdício do consumismo moderno, não vê nenhuma ironia no facto de a relojoaria suíça fazer a sua parte para transmitir uma mensagem de responsabilidade ambiental. “Eu não conseguiria cumprir a minha missão sem entidades como a Omega, que estão dispostas a contribuir para o futuro do planeta de modo tangível. O que a empresa faz mostra que se preocupa. É claro que as pessoas sempre desejarão relógios bonitos: é assim que o mundo gira, e eu não faço nenhuma objecção a isso. Não há motivo para as pessoas que compram relógios de luxo não poderem desempenhar um enorme papel na difusão da mensagem.” ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# PAIXÃO de JOËL e da AUDEMARS PIGUET

Joël Andrianomearisoa e a Audemars Piguet têm na arte uma paixão em comum. Premiada pela manufactura durante a ARCO Madrid, o artista passou por Lisboa para falar do seu trabalho.

:: *Texto de Carlos Torres*

**D**esde que foi fundada, em 1875, a Audemars Piguet tem vindo a explorar as pontes existentes entre as artes e a alta relojoaria, com o objectivo de combinar a excelência artística com o seu próprio conhecimento das técnicas que aplica nas peças que produz. O apoio às artes tem-se dinamizado de forma substancial nos últimos anos, com o envolvimento da marca de Le Brassus numa série de eventos de dimensão global. É o caso da Art Basel, que desde 1970 age como um ponto de encontro da comunidade artística global no âmbito da arte moderna e contemporânea. Composto por três feiras, – Basileia, Hong Kong e Miami –, o evento mostra-nos a arte dos séculos XX e XXI sob uma perspectiva curatorial forte,

que tem vindo a atrair cada vez mais galerias, artistas e colecionadores de todo o mundo. Desde o seu primeiro envolvimento com a Art Basel, em 2013, a Audemars Piguet destacou e patrocinou artistas como o fotógrafo britânico Dan Holdsworth, os franceses Benjamin Moreau e Samuel Boutruche, o artista audiovisual austríaco Kurt Hentschläger, o compositor suíço Robin Meier, o francês Alexandre Joly, e, já em 2016, o chileno Sebastian Errazuriz e o chinês Sun Xun. Mas o envolvimento da marca

com o mundo artístico não se esgota com a Art Basel. Para além de apoiar a Gallery Weekend Berlin e manter uma colaboração com a Zona Maco, a mais importante feira de arte contemporânea da América latina, o mecenato da manufactura alcança também a capital espanhola, onde apoia a ARCO Madrid desde 2012, com a atribuição de um prémio de quinze mil euros à criação e produção de uma obra de arte. Este ano o vencedor foi Joël Andrianomearisoa, da galeria Sabrina Amrani.

## *O Labirinto das Paixões de Joël Andrianomearisoa*

O “The Labyrinth of Passions” é um díptico composto por uma secção branca e o seu gémeo negro, que permitem visualizar diferentes tipos de emoção. Ao atribuir o prémio ao trabalho de Andrianomearisoa, o júri valorizou a profundidade da mensagem que convida o público a reflectir na oposição entre luz intensa e obscuridade total, que, sendo aparentemente noções opostas, podem na realidade ter origem nas mesmas forças. O júri destacou ainda o desejo do artista em apresentar um trabalho que “*não é uma meditação melancólica sobre o amor e a perda, mas antes um reconhecimento poderoso da possibilidade de estar vivo, entre forças cruéis e brutais*”. Com a curiosidade aguçada, a Turbilhão quis saber mais, pelo que aproveitou uma breve passagem por Lisboa do artista natural de Madagáscar para uma conversa.

Apesar de ser licenciado em arquitectura, Joël Andrianomearisoa nunca ambicionou a uma profissão específica. No entanto, hoje, tem consciência de que começou a sua vida adulta convencido de que o que desejava era criar formas. “*A maioria das pessoas dizia que eu tinha de ir para uma escola de arte ou para uma escola de moda, mas quando cheguei a Paris, aos 18 anos, decidi que tinha de ir além e estudar algo que realmente não conhecesse. Algo mais ambicioso, que era a arquitectura, e onde encontrei o elemento certo. É através da arquitectura que trabalho efectivamente com as formas, com a sociedade, porque desenhar casas é pensar na sociedade, é lidar com história, com a cidade e um sem número de outras coisas*”.

Foi durante os estudos que Joël começou a pensar numa nova forma de arquitectura, numa nova forma de arte. “*Foi assim que cheguei à arte contemporânea, que não foi apenas uma mera opção. Fui eu que decidi o caminho a seguir*”. Andrianomearisoa define-se como um artista que ama o mundo. Um termo que associa ao sentimentalismo e não apenas ao aspecto romântico. “*Ser sentimentalista pode ser político, porque quando se tem poder há uma espécie de paixão nisso. Sentimental significa que se está envolvido e muito dedicado a algo. Gosto desta definição de sentimental, porque significa que estamos em todo o lado*”. Esta é a sua definição de ser artista. Uma ideia que está intimamente associada ao prazer que retira em explorar o conceito de sentimentalismo, de melancolia e mesmo de nostalgia na sua vertente mais emocional

e sensível. “*Por exemplo, o trabalho com que venci o prémio Audemars Piguet é isso mesmo. Estou a falar de paixão, vida, esta profunda e poderosa paixão, que também é muito física, como se estivesse dentro da obra*”. Joël descreve o trabalho “Labirinto de Paixões” como uma espécie de grande livro cheio deste sentimento. “*De um lado há o lado negro da paixão, do outro há o branco virgem da paixão. Mas na verdade, quando se entra, e esta é a questão, é uma história sem fim. Pode-se ficar perdido nela. É por isso que utilizo esta ideia de labirinto. Assim, está-se profundamente no interior da paixão. Depois, os materiais também são muito importantes, razão porque decidi usar este elemento muito estranho que é o papel de seda, que as pessoas usam quando estão a embrulhar coisas, e que é um outro ponto de contacto com a Audemars Piguet, com o luxo. Decidi usar este elemento simples para criar a ideia de paixão, de delicadeza, porque é muito frágil, mas quando se colocam todos juntos, torna-se muito forte. O trabalho questiona qual o significado do preto, do branco, da paixão, da falta de paixão, qual é o significado da vida e da morte, onde está o fim e o início. Só temos de nos perder nele, temos de entrar e senti-lo*”. Mas quando questionado sobre se todo este sentimentalismo é fácil de transmitir ao público, Joël mistura a certeza com a dúvida, “*As emoções são sempre complicadas*” afirma, “*não estou a lutar, estou a tentar partilhar as minhas emoções, ou as emoções que quero criar, mas não consigo dizer se é fácil ou difícil. Acho que pode ser fácil, se as pessoas estiverem receptivas, se estiverem curiosas, de mente aberta, emotivas e sensíveis. As emoções também podem ser assustadoras, porque pode-se enlouquecer com elas. Mas este também é o momento mais interessante, é o momento de que gosto, este momento frágil em que não se sabe se o trabalho vai morrer, vai matar alguém ou se vai ser amado*”.

A inspiração de Joël Andrianomearisoa não tem uma origem concreta, mas emana de tudo o que o rodeia. “*Quando dou uma entrevista digo sempre que a inspiração é o sabor do chá*



que estou a tomar neste momento, do peixe que saboreei há uma hora, o cheiro que encontrei numa loja, o último livro que li... apenas para dizer que é absolutamente tudo. E mais uma vez, regressando às emoções, a emoção pode ser tudo, pode ser um corpo, um toque, um cheiro, um livro, uma palavra, uma cor, o céu..." Mas apesar desta abrangência, é a atmosfera urbana da cidade que mais o estimula. "Se olharmos para uma cidade, com os seus edifícios, pessoas, acidentes e alegrias, dor e lágrimas, lojas lindas e lugares sujos, pessoas loucas e amáveis, ela tem de tudo. Esta é exactamente a dualidade que identifico no meu trabalho e também na minha vida".

E será Lisboa uma boa inspiração? Joël acha que sim. "Cheguei ontem à noite, vi as luzes e hoje vi alguns elementos chave da cidade e, sim, é muito inspirador. E há outra coisa de que realmente gosto em Lisboa. Gosto desta ideia das colinas que temos de subir. Recorda-me a capital de Madagáscar, que é exactamente assim." Joël identifica Lisboa também como uma cidade romântica, e destaca a relação com o rio e a outra margem. "Estou a viver em Paris, mas adoro Istambul, e o que mais gosto na cidade é do Bósforo, o rio no meio, os barcos. Temos a vida na terra e na água. E Lisboa tem a mesma coisa, esta ideia de estar de um lado e de ir ao outro, a ponte... acho que as coisas são mais interessantes quando temos um elemento no meio".

Ganhar o prémio Audemars Piguet para a ARCO 2016 acabou por ser uma surpresa para Joël Andrianomearisoa, que considera ter descoberto um outro mundo de que não tinha verdadeiramente consciência. "Conhecia a marca, claro, mas não a conhecia realmente. O prémio é uma excelente oportunidade para fazer o confronto do meu trabalho com os relógios, o luxo, o lifestyle, o que é muito interessante. É uma oportunidade para criar um trabalho imersivo. Aprendi imensas coisas, como a técnica dos relógios, a preciosidade e o valor de todo o trabalho envolvido. É algo que me agradou muito, estando eu a trabalhar nesta ideia de urbanismo, temporalidade e emoção, a Audemars Piguet fala sobre o tempo, por isso acho que nos encontramos".

E é precisamente este elemento, o tempo, que Joël Andrianomearisoa associa a um estado de espírito. "O tempo é um dos elementos principais, porque não podemos fazer nada sem tempo. Vamos sempre perder alguma coisa se estivermos atrasados. Se não estivermos a tempo, estamos fora, estamos in, estamos na moda, estamos out, não estamos na moda... Não há uma resposta certa. Estou a tentar estar a tempo todo o tempo, e a tempo não é chegar a horas, é viver com o tempo. Por exemplo, agora estou a sentir o tempo de Lisboa, o seu ritmo. Para mim o tempo é o clima, as horas, claro, mas acima de tudo o mood". A conversa com Joël Andrianomearisoa acaba por sublinhar o objectivo da Audemars Piguet em fazer a ligação entre os mundos criativos da alta relojoaria e da arte contemporânea. Uma ligação confirmada também por François-Henry Bennahmias, CEO da manufatura suíça, quando afirma que "o nosso objectivo é o de forjar laços mais apertados com o mundo progressivo da arte contemporânea e desenvolver uma relação de longo prazo com eventos como a Art Basel e a ARCO Madrid". 🌟

# GLAMOUR & *lifestyle*



|   |     |
|---|-----|
| <b>Entrevista</b> Nadir Tati                            | 142 |
| <b>Tempo no Feminino</b>                                |     |
| Bulgari   | 146 |
| Piaget  | 148 |
| <b>Espaços de Referência</b> Mansão Cartier Nova Iorque | 150 |
| <b>Jóias</b>  |     |
| Bulgari   | 156 |
| Brumani e Damiani                                       | 158 |
| Piaget  | 160 |
| Mattia Cielo  | 162 |
| <b>Luc8k</b>  | 164 |
| <b>Moda</b> Tendências                                  | 166 |
| <b>Tendências</b> Acessórios de luxo                    | 170 |



*A alma angolana*  
**NAS PASSERELLES  
DO MUNDO**

Criminologista de formação, ex-manequim, criadora de moda, apaixonada pela defesa dos direitos das mulheres e das crianças, Nadir Tati é a verdadeira mulher dos sete ofícios. Angolana de alma e coração, mas fluente em cinco línguas e cidadã do mundo, a estilista mais internacional de Angola esteve na ModaLisboa para apresentar a sua mais recente colecção. A ocasião revelou-se perfeita para uma conversa sobre percursos, inspirações, desejos e projectos.

:: Por Marina Oliveira, Fotos de Francisco Fonseca

**O** que responde quando lhe perguntam qual é sua profissão? Sou estilista, criadora de moda, desenho, sou formada em criminologia e tenho uma atenção e um carinho por tudo o que é a defesa dos direitos das mulheres e das crianças. Sou uma mulher dos sete ofícios, como se costuma dizer, e vou fazendo um pouco de tudo, mas a moda, naturalmente, ocupa 90% do que faço. Quando se fala em moda fala-se em arte, em criar, e nós estamos sempre a criar. Aliás, um bom criador é aquele que cria todos os dias, a toda a hora, e que vai buscar inspirações em todo o lugar. Sou uma mulher dos sete ofícios, que luta e que vai buscar aquilo que for necessário para poder atingir os objectivos da moda do meu país e mostrá-los ao mundo.

**O que é que a inspira no processo de criação das suas colecções?**

Essencialmente, África. Inspiro-me sobretudo na mulher africana, aquela em que me consigo claramente rever. A mulher que, depois de tantos anos de guerra, se viu sozinha, sem marido, e que teve de assumir o papel de chefe de família. Inspiro-me neste espírito de vitória, de mulheres guerreiras, que vão à luta. A moda é isso, poder transmitir toda uma história e aquilo que acontece diariamente na vida das pessoas. Em todas as colecções procuro passar um conceito, aliar a arte à cultura e ao estilo de vida. Nas passerelles,

são 15 minutos de moda e estilo, mas que nos levam a viajar pelo mundo e a pensar como seres humanos.

**Já pensou em desvincular-se da cultura africana nas suas colecções?**  
Da cultura africana, nunca. Esta é a minha cultura, é o que eu tenho para dar, é o meu suporte, e acaba por ser a minha referência na marca Nadir Tati. Claramente que as colecções são, ou podem ser, adaptadas a um determinado momento ou país, mas a raiz está sempre lá.

**Como é o seu processo criativo?**

Não tenho um momento meu, um momento criativo, são vários momentos, e às vezes surge numa ocasião em que não estou à espera. Às vezes estou à procura de um conceito e de uma mudança, de algo diferente, durante, digamos, um mês, e não surge nada. E, de repente, sem esperar, surge tudo em catadupa. É um trabalho extremamente bonito e, acima de tudo, há um ponto que é muito importante: fazemos aquilo que gostamos e apercebermo-nos de que a nossa alma está presente no trabalho. Eu tenho esse privilégio de trabalhar naquilo de que gosto, de poder movimentar milhares de pessoas e, ao mesmo tempo, servir de incentivo e inspiração para milhares de jovens, não só em Angola como no resto do mundo. E isso é uma honra.

**Sente-se embaixadora da moda em Angola?**

Claro. Depois de tantos anos, penso que existem poucas pessoas que entendem mais ou melhor do assunto do que eu. Sou a estilista mais internacional que Angola já teve, mostrei o meu trabalho em vários países africanos, na Ásia, na Europa, na Mercedes-Benz Fashion Week em Nova Iorque, estive nos Oscars... É um currículo muito abrangente. Tenho vários prémios, quatro como criadora do ano, diva da moda, diva do ano... Neste momento, não se pode falar da moda de Angola sem se falar do meu nome, e isso é bom, não no sentido de vaidade, mas do trabalho realizado e da qualidade deste.



Há traços que definem o seu estilo. Quais apontaria como mais marcantes?

Neste momento, e sempre foi assim, aquilo que nos define é África. A marca Nadir Tati fala do continente africano, das mulheres africanas, das cores de África, que são fortes, e toda essa mensagem pode ser transmitida de várias formas. Mesmo numa colecção como a que apresentei na Moda Lisboa, algo escura, porque estamos a falar de Portugal, um país que não usa muitas cores, mas que não deixa

de ter os traços africanos ali presentes.

Foi a única estilista angolana na Moda Lisboa. Qual a importância deste evento para si?

Quando se fala da Moda Lisboa, estamos a falar num evento importantíssimo para o continente europeu e para aquilo que é a moda no mundo inteiro, estamos dentro das seis semanas de moda que existem em vários países. Para mim, estar em Portugal é uma porta aberta para o mundo. É um evento com uma organização excelente, que nos dá a possibilidade de expandir e mostrar aquilo que é o nosso trabalho ao resto do mundo. Quando se fala em Moda Lisboa falamos essencialmente em artistas, os criadores que admiro muito, entre eles Dino Alves ou Nuno Gama. Cresci a ver o trabalho deles e estar com eles no mesmo evento é de extrema importância para mim. Por outro lado, a própria importância da Moda Lisboa em Portugal. É um evento com grande projecção, à semelhança das outras semanas da moda em Milão, Paris ou Hong Kong. Finalmente, sinto que um país inteiro gosta do meu trabalho. No desfile não há um único lugar vazio, a sala fica repleta, e é um sentimento incrível, que eu tento retribuir com um grande espectáculo de moda.

Qual é a inspiração da colecção que veio apresentar à Moda Lisboa?

Apresentei uma colecção nova, criada para a Moda Lisboa, e que se chama "Caminhos da Alma". Esta é uma colecção que simboliza o meu caminho, o caminho do povo angolano, de uma nação que procura soluções para poder crescer e desenvolver-se. Acredito que a resposta para o progresso está nos jovens e que os caminhos a serem trilhados por eles devem ser abertos pelas entidades próprias. Estas devem dar opções àqueles que, sobretudo no mundo das artes, têm algum talento e que querem singrar. A educação é extremamente importante para este crescimento, bem como que os princípios, valores e hábitos que o nosso povo já possui. É importante o crescimento gradual, é necessário subir as escadas, passo a passo, para se chegar ao topo da montanha. São esses os caminhos a que me refiro. São os Caminhos da Alma, da minha e da do povo angolano que, actualmente pode não ter muita esperança, mas é importante acreditar. É esta a história da colecção, onde primeiro surge o preto e depois começa a mudar para o laranja e outras cores fortes cheias de esperança. Mas claro que não podemos esperar sentados, temos de contribuir de forma activa para o crescimento de Angola.

Quais são os seus projectos para o futuro?

Para já é importante a reorganização de toda uma estrutura, de todo um país que precisa de mim. Concentrar-me naquilo que é o factor de educação, nas aulas com crianças, na moda. Todos gostam de moda, mas a maioria não consegue lá chegar. O maior projecto será vestir Angola, ou seja, se este mundo até agora existe apenas para um grupo restrito, o meu objectivo é tentar que todos em Angola possam vestir uma t-shirt,





# Pague tudo com a nova Pulseira BPI Cash.



Aceite em todos os estabelecimentos aderentes



Flexível e ajustável



Resistente à água

O BPI, em parceria com a MoneyToPay, lançou em Portugal a primeira pulseira que permite fazer pagamentos em todo o mundo.

A Pulseira BPI Cash:

1. Garante comodidade e rapidez. Para efectuar pagamentos apenas precisa de aproximar a pulseira a um terminal de pagamento automático com tecnologia contactless aderente à rede Visa;
2. Assegura um maior controlo das suas despesas. Apenas pode gastar até ao limite do saldo previamente carregado;
3. Só precisa de código pessoal secreto (PIN) para pagamentos superiores a € 20;
4. Permite a consulta de saldos e movimentos a qualquer momento no BPI Net.

Pagar assim vai ser muito prático, rápido e seguro.

Toda a informação nos Balcões e Centros de Investimento BPI, [www.bancobpi.pt](http://www.bancobpi.pt) e 800 22 10 22 (linha grátis com atendimento personalizado das 7h às 24h).

Entidade Emitente

MoneyToPay

CAIXABANK ELECTRONIC MONEY

VISA



# SERPENTE *encantada*



:: Bulgari  
Serpenti Incantati

Em 2016, a Bulgari renovou o tema da serpente através de uma nova interpretação do mítico relógio, que agora surge com um novo design precioso.

O novo Serpenti Incantati da Bulgari é inspirado num alfinete de peito dos anos trinta e apresenta, pela primeira vez, o réptil enroscado à volta do mostrador redondo. Assim, ao contrário dos clássicos Serpenti, onde a serpente se enrola ao pulso, o novo Incantati exhibe o icónico animal a emoldurar o mostrador, com a cabeça descansando sobre a cauda.

O Serpenti Incantati está disponível numa caixa de 30 milímetros e declina-se em quatro versões diferentes. Duas apresentam-se com pulseira de cetim e caixa em ouro rosa ou branco e mostradores em full pavé de diamantes ou diamantes e rubelitas; enquanto as versões de alta joalheria diferem das anteriores ao apresentarem braceletes em ouro rosa ou branco, engastadas com diamantes ou diamantes e rubelites. Na versão em ouro rosa, a cabeça da serpente é executada em rubelite. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





•• Elie Saab



•• Damiani  
Fiocco



•• Creed  
Royal Exclusive



•• Dior



•• Chanel  
Le rouge

# INSPIRAÇÃO *histórica*



Piaget  
Limelight Gala Milanese

Inspirado num modelo icónico de 1973, o novo Limelight Gala Milanese destaca-se pela correia em malha milanese.

**I**rradiando enorme feminilidade, o novo Piaget Limelight Gala Milanese exhibe o clássico design central da linha Limelight Gala, lançada nos anos setenta do século passado. Com as inequívocas asas assimétricas e alongadas e as voluptuosas curvas da luneta engastada com diamantes, o Limelight Gala Milanese substitui as pulseiras de cetim de 2013 por uma correia em malha milanese de ouro rosa.

Disponível com caixa de 32 mm e aro engastado com 62 diamantes de corte brilhante, o novo modelo está equipado com o movimento de quartzo calibre 600P, produzido pela própria Piaget. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





:: Miu Miu



:: Eleutério Blossom



:: Chanel Les 4 Ombres

:: Chanel Le rouge



:: Miu Miu



:: Creed Aventus for Her



# *Por duas fiadas* de PERÓLAS

A recente reabertura da Mansão Cartier na 5ª Avenida, em Nova Iorque, esconde uma história que se tornou um mito. A da ambição de um joalheiro e da paixão de uma mulher por uma jóia.

:: *Texto de Carlos Torres*

**É** à terceira geração da família Cartier que se deve verdadeiramente a internacionalização da empresa fundada por Louis-François, em 1847. Com Louis a gerir a Boutique da Rue de La Paix, em Paris, no início do século XX, o irmão Jaques assume a direcção do ramo Londrino, com loja em New Bond Street, inaugurada precisamente no mesmo ano em que a marca se estabelece em Nova Iorque, sob a direcção de Pierre, outro dos irmãos. Estávamos em 1909, e os Estados Unidos beneficiavam ainda dos efeitos da “Gilded Age”, fruto

de uma expansão económica, industrial e populacional sem precedentes. Cartier era então o primeiro joalheiro de renome internacional a instalar-se na América.

Pierre Cartier instala-se no 4.º andar do nº 712 da 5ª Avenida, na esquina com a Rua 56, de onde controla uma ascensão fulgurante em boa parte devido à ampla publicidade resultante da venda por 180.000 dólares do diamante Hope (45,52 ct) a Evalyn McLean Walsh, socialite e herdeira de uma fabulosa fortuna. Pierre Cartier tinha adquirido a gema apenas um ano antes, por 550.000 francos (cerca de 100.000 dólares). Em consequência do sucesso, em 1912 as instalações começam a tornar-se exíguas, e Pierre Cartier necessita de um espaço de prestígio condigno para receber a elite nova-iorquina. Durante cinco anos procura activamente um edifício que pudesse ombrear com a magnificência da Rue de la Paix, em Paris, e



### CARTIER

Colar de pérolas naturais  
inspirado no exemplar  
adquirido por Plant

da New Bond Street, em Londres, até que, em 1917, a paixão de uma abastada cliente por uma extraordinária jóia abre a possibilidade de adquirir uma magnífica mansão localizada no coração de Manhattan.

## Os Plant

Morton Plant (1852-1918) era o tipo de pessoa de quem se dizia que tinha nascido em berço de ouro. Filho de Henry Bradley Plant, um industrial dos caminhos-de-ferro com mais de 14 empresas no sector e através das quais amealhou uma fortuna colossal, herda em 1899 um verdadeiro império, dando início a uma vida faustosa com a sua mulher Nellie Capron. Magnata dos caminhos-de-ferro, activo no sector imobiliário e filantropo, Plant era um cavalheiro de gostos requintados. E, quando, em 1902, decidiu que necessitava de uma nova casa, não olhou a despesas.

Nesse mesmo ano adquire ao multimilionário William K. Vanderbilt um lote de terreno na esquina da 5ª Avenida com a Rua 52. Nos três anos que se seguiram, Plant e Nellie constroem uma mansão em mármore e granito com seis andares e todos os detalhes elegantes ao estilo revivalista do renascimento italiano, tornando instantaneamente o edifício num verdadeiro monumento da “Millionaire’s Row.” Projectada pelo arquitecto inglês Robert W. Gibson, a mansão foi terminada em 1905, sendo nessa altura considerada pelo New York Times como a melhor numa área com diversos exemplos residenciais excepcionais. Um edifício que então, como agora, irradiava poder e fortuna.

Entretanto, a paisagem começava a mudar na baixa de Manhattan. As mansões de pedra castanha de John Jacob e William Astor, na 5ª Avenida com a Rua 34, tinham sido substituídas já em 1893 pelas unidades hoteleiras do Waldorf e Astoria, seguindo-se em 1895 o St Regis e o Gotham. O primeiro edifício de escritórios é erigido em 1907, no nº 712 da 5ª Avenida, precisamente onde dois anos mais tarde se instala pela primeira vez Pierre Cartier. O comércio começava a avançar significativamente ao longo da Avenida, e na altura em que Morton Plant e a sua mulher Nellie se mudaram para a nova casa, diversos moradores abastados começavam já a abandonar os seus lares, migrando mais para norte.

Mesmo assim, Plant resistiu ao inevitável e, até 1913, ele e a sua mulher, Nellie, foram os anfitriões de jantares elegantes, festas e eventos sociais a



que apenas os mais privilegiados tinham acesso. Mas a oito de Agosto desse mesmo ano, e ao fim de 26 anos de matrimónio, Nellie Plant sucumbe à doença. Pouco depois, Plant, então com 61 anos, conhece Mae Caldwell Manwaring e, menos de um ano depois da morte de Nellie, anuncia o noivado.

Após o casamento, em 1914, o casal vai viver para a Mansão da 5ª Avenida, então conhecida apenas por Morton Plant House, e que ostentava o nº 563. Mas, apesar do edifício representar uma autêntica barreira no avanço do comércio ao longo da 5ª Avenida, percebia-se que já não era possível travar durante muito mais tempo a marcha do progresso. E apesar de o industrial fazer estoicamente frente aos insistentes avanços do sector imobiliário, que teimava em fazer-lhe propostas de aquisição, em 1916 acaba por decidir que era inútil continuar a resistir.

Nesse ano, quando Plant tinha já iniciado a construção de uma casa imponente ainda maior, localizada mais a norte, na esquina da 5ª Avenida com a Rua 86, decide alugar a Mansão a Pierre Cartier. Tratava-se, no entanto, apenas de um aluguer, e não de uma venda. É nesta altura que convergem as ambições, distintas, mas igualmente arrojadas, de Pierre Cartier e Mae Plant.





## A troca

Na sociedade eduardiana, as pérolas, mais do que os diamantes e a platina empregues em jóias de perfil simétrico, eram um tesouro de valor imenso, que definiam o extracto social de quem as usava. Eram consideradas o epítome da sofisticação e elegância das cabeças coroadas da Europa assim como das classes abastadas que ambicionavam a um estatuto mais elevado. Para além do aspecto social, o seu elevado valor era também definido pelo facto de apenas uma pérola com qualidade gema ser descoberta em cada 25.000 ostras selvagens pescadas do fundo do oceano.

O objecto de desejo de Mae Plant, um colar avaliado então em um milhão de dólares (hoje, cerca de 16 milhões), e composto por duas fiadas a expedir com 55 e 73 pérolas finas (ou naturais) dos mares do sul, tinha sido exposto pela Cartier em Paris, Londres e, finalmente, Nova Iorque. Em 1916 a fabulosa peça, que levava anos a constituir, era amplamente noticiada, levando a que muitas senhoras da sociedade fossem visitar a Cartier no nº 712 da 5ª Avenida apenas para a verem. Mae Plant, também conhecida por Maisie, era uma dessas senhoras, e diz-se que foi amor à primeira vista.

**CARTIER**  
Promenade d'une Panthere



**CARTIER**  
Panthere Mystérieux



**CARTIER**  
Rings of Saturn

## *Horas joalheiras*

Há mais de 150 anos que a Cartier oferece uma ousadia elegante nas peças joalheiras com que brinda o mundo. Uma audácia que nos últimos anos tem vindo a aliar a modelos relojoeiros, que, além das extraordinárias capacidades técnicas, se revelam verdadeiras jóias. Numa aliança entre herança e tradição com modernidade e vanguardismo, a Maison dá, assim, vida a peças que aliam sublimemente os dois ofícios mais caros à Cartier: a relojoaria e a joalheria.

Desta aliança de génio nascem verdadeiras criações artísticas, pautadas por movimentos de excepção envoltos em pedras preciosas raras, que dão vida a estéticas onde o famoso bestiário da Maison está muitas vezes presente. São, em suma, autênticos relógios-jóia, concebidos no espírito dos valores tradicionais da Cartier de criatividade, autenticidade e originalidade, cujo estilo distintivo se baseia em linhas puras e sóbrias e cores equilibradas, onde a flora exótica e formas felinas caracterizam as peças mais exuberantes.



**CARTIER**  
Ballon Bleu de Cartier Serti Vibrant

A senhora Plant queria o colar, o senhor Plant queria vender a casa, e Pierre Cartier necessitava de assegurar uma morada de prestígio para os próximos 100 anos da Cartier. Mae Plant acabou por conseguir o seu colar e Cartier a sua mansão, pelo que esta parte da história, que agora integra o mito Cartier, acaba com Morton Plant a fazer a sua mulher muito feliz. Pouco depois de receber o colar, e já a residir na nova morada da Rua 86, Masie Plant posou para uma pintura de Alphonse Jongers, onde usava a jóia. Uma interpretação desta pintura por Claudio Munro Kerr encontra-se agora pendurada no Salão Maisie Plant, na renovada Mansão Cartier. Após a sua morte, em 1957 a peça viria a ser adquirida por um desconhecido, por apenas 151.000 dólares. É que o valor desta gema natural tinha caído precipitadamente com a entrada no mercado das pérolas de cultura, após a revolução operada por Kokichi Mikimoto em 1916, e que influenciou negativamente o mercado durante as décadas de 1930/40. O destino das pérolas permanece ainda hoje um mistério, sendo possível que tenham sido separadas por fiadas, ou mesmo dispersas pérola a pérola.

## Um monumento à Alta Joalheria

Com a aquisição da Mansão assegurada em 1917, Pierre Cartier contrata o conhecido arquitecto inglês William Welles Bosworth, para a transformar na Maison Cartier. Pierre tinha acordado com Plant que não iria modificar significativamente a fachada do edifício, pelo que para além da entrada principal passar da Rua 52 para a fachada da 5ª Avenida, e da abertura de vitrinas com detalhes em bronze e emolduradas por mármore verde, à semelhança da Boutique de Paris, nada mais foi mudado. Quanto ao interior, após as obras de adaptação em 1917, o espaço ficou virtualmente inalterado.

O trabalho foi exemplar, e a qualidade do design mereceu mesmo a aprovação por parte do comité para a Harmonia Arquitectural da Cidade de Nova Iorque, que, atribuiu à Cartier uma medalha de ouro. A Mansão voltaria a receber uma nova distinção quando, a 14 de Julho de 1970, a comissão de preservação dos edifícios de referência da cidade de Nova Iorque reconhece a importância da construção, atribuindo-lhe o estatuto de monumento oficial. Mais tarde, já em 2001, a esquina da 5ª Avenida com a Rua 52 seria baptizada com o nome de “Place de Cartier”, em honra da celebração do restauro do histórico edifício levado a cabo pelos arquitectos Butler Rogers Baskett, nesse mesmo ano.

## A grande renovação

A recente reabertura da Maison, no passado mês de Setembro, encerra a maior renovação na história da Cartier, tendo sido necessários cinco anos de planeamento e dois anos e meio de obras, entre demolições de interiores, reconstruções e decoração. Um trabalho que preservou integralmente a herança do joalheiro francês, não descurando o estilo de uma grande mansão privada, tal como concebida originalmente por Plant, enquanto o espaço disponível quadruplicou, passando de 800 m<sup>2</sup> sobre dois pisos para mais de 4000 m<sup>2</sup> sobre quatro pisos.

No interior, quase tudo foi feito à medida e por encomenda, entre 43 géneros diferentes de peles e tecidos, 35 estilos de mobília e 30 novos lustres concebidos segundo os modelos originais escolhidos pelo próprio Pierre Cartier,



CARTIER  
Panthere Divine

em 1917. Acrescem nada menos que 110 antiguidades adquiridas e escolhidas pelo “Cartier Heritage Department” e Thierry Despont, o arquitecto responsável pela obra. Pierre Cartier viveu em Manhattan durante 35 anos, e identificou-se bastante com o país e a cidade. Prova disso é o relógio encomendado por Cartier ao escultor de Brooklin, R. Bonet, em 1919, e que ornamenta a fachada da Mansão. Nele, é possível identificar um galo e uma águia, símbolos da aliança franco-americana. E ao fim de quase um século e uma extensa renovação, o n.º 653 da 5ª Avenida prepara-se para celebrar o seu centenário de forma brilhante, em 2017. Para o efeito, a Cartier criou um colar de pérolas naturais inspirado no exemplar adquirido por Plant, e que se destina a celebrar a lenda da Mansão e a sua reabertura.

Quando a Cartier se prepara para comemorar 100 anos de presença em Nova Iorque, já quase todas as grandes mansões privadas da 5ª Avenida, construídas durante a “Gilded Age”, foram demolidas para dar espaço a construções mais lucrativas. Hoje, e a par com um único outro exemplo, a mansão de Henry Clay Frick, também situada na 5ª Avenida, a Mansão Cartier mantém-se majestosa e um marco de um tempo que já passou, transcendendo em muito a sua simples identidade comercial. Uma Mansão cuja origem ficará para sempre ligada à paixão de uma mulher por uma jóia. ✨

Descubra mais em: [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# Hino ao poder *feminino*



Com a sua nova colecção Serpenti Jewellery, Eyes On Me, Bulgari homenageia o poder feminino através do imaginário do olhar da serpente. Concebida em ouro, ouro branco e ouro rosa, adornada com metais e gemas preciosas e trabalhada em formas hexagonais, esta colecção recupera a inspiração dos anos 60 e 70, quando este símbolo estava tão presente nas jóias Bulgari.

:: Colar em ouro rosa, diamantes e rubelitas; pulseira em ouro rosa e ametistas.

# CREED

1760

## AVENTUS

FOR HER



250 YEARS OF EXCELLENCE\*



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS

# Precioso *Brasil*



Inspirada na montanha do Rio de Janeiro que lhe dá nome – no topo da qual se encontra a icónica estátua do Cristo Redentor –, a colecção Corcovado está imbuída do espírito opulento do Brasil, expressando-se através de linhas que remetem para a beleza das ondas, das formas femininas ou da arquitectura de Oscar Niemeyer. Concebida com pedras brasileiras como a ametista, a rodolita, a granada ou o topázio azul.

:: Anel e brincos em ouro rosa e rodolita; colar em ouro rosa, diamante, rodolita e topázio.

# Abrço *eterno*



Com um design inspirado no abraço eterno, símbolo da unidade, a coleção Baci apresenta um romantismo jovem e contemporâneo. No anel unissexo, este abraço pode ser delicadamente desentrelaçado, destacando os seus dois elementos em ouro rosa e cerâmica, que podem ser usados separadamente.

:: Anel e colar em ouro rosa e cerâmica.

# Beleza *imortalizada*



Uma declaração de amor, um símbolo de afeição ou a expressão da mais intensa paixão, a rosa é a musa da maison Yves Piaget e revela diferentes facetas das suas criações. Na coleção Piaget Rose cada peça é uma história de amor incondicional, onde o brilho dos diamantes imortaliza a beleza efêmera da rosa e a pureza das pérolas evoca o mistério do luar.

:: Brincos em ouro branco com 78 diamantes e duas pérolas brancas Akoya; colar em ouro branco com 99 diamantes e duas pérolas South Sea.





# CURATORS OF FASHION EYEWEAR

RARE PIECES, VINTAGE MODELS, THE BEST INTERNATIONAL BRANDS, THE EXCLUSIVE REPRESENTATION OF THE BEST PRODUCERS OF HANDMADE EYEWEAR AND CUSTOM-MADE MODELS, COMBINED WITH STATE-OF-THE-ART TECHNOLOGY IN OPTOMETRY APPOINTMENTS, MAKE OUR STORES THE ONLY PLACE YOU'LL FIND SPECTACLES FOR PEOPLE FROM ANOTHER WORLD.

PEÇAS RARAS, AS MELHORES MARCAS INTERNACIONAIS, A REPRESENTAÇÃO EXCLUSIVA DOS MELHORES FABRICANTES ARTESANAIS DE EYEWEAR, MODELOS CUSTOM-MADE E VINTAGE, ALIADOS À TECNOLOGIA DE PONTA NAS CONSULTAS DE OPTOMETRIA, FAZEM DAS NOSSAS LOJAS O ÚNICO LOCAL ONDE ENCONTRAR...ÓCULOS PARA PESSOAS DE OUTRO MUNDO.

BOTTEGA VENETA - BALenciAGA - BULGARI - CARTIER - CAZAL - CHANEL - CHROME HEARTS - DIOR - DITA - FENDI - FRED  
GIORGIO ARMANI - GUCCI - LINDBERG - MONT BLANC - MIU MIU - MYKITA - OLIVER PEOPLES - PRADA  
ROBERTO CAVALLI - RAYBAN - SAINT LAURENT - TAGHEUER - THOM BROWNE - TOM FORD - VALENTINO - VICTORIA BECKHAM



ANDRÉ OPTICAS

AVENIDA DA LIBERDADE, 136A · LISBOA · +351 213 261 500/1

RUA GARRETT, 63/65 · LISBOA · +351 213 264 000/1

OEIRAS PARQUE · LOJA 1021/2 · OEIRAS · +351 214 460 080/1

CASCAISHOPPING · LOJA 0.009A · CASCAIS · +351 214 600 840

FACEBOOK.COM/ANDRE.OPTICAS · AO@ANDREOPTICAS.COM · INSTAGRAM: @ANDREOPTICAS

WWW.ANDREOPTICAS.COM

# Pura *leveza*



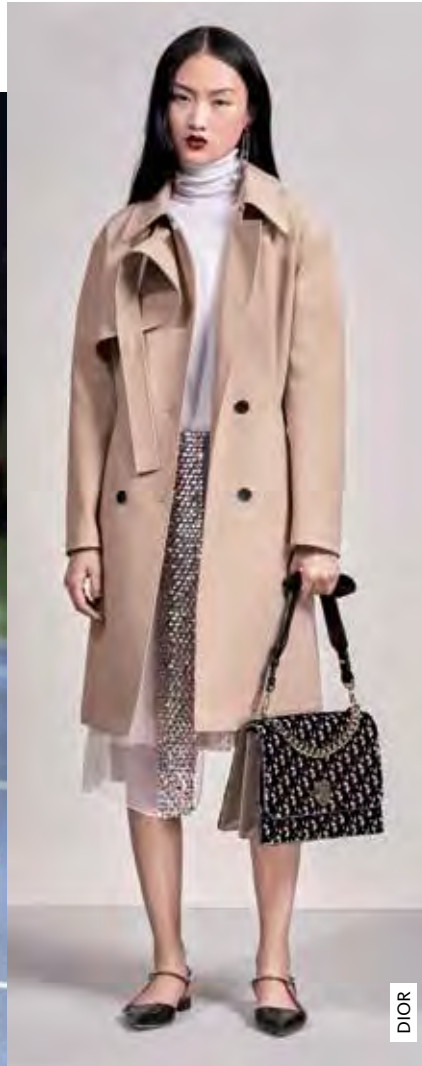
Leveza, suavidade e brilho são as palavras-chave da coleção Rugiada. Criada com recurso a tecnologia aerospacial e uma liga de titânio inovadora, destaca-se pela surpreendente flexibilidade, que lhe permite regressar sempre à sua forma original. Depois da versão em diamantes, pedras coloridas e pérolas, este ano são as delicadas 'gotas' de ouro que lhe conferem uma leveza pura e repleta de requinte.

:: Pulseira em ouro rosa com diamantes coloridos.

# LOJA DAS MEIAS

FASHION STORE

LISBOA • CASCAIS • MAPUTO



CORNERS AV. DA LIBERDADE

CÉLINE DIOR

ALICE AND OLIVIA BOSS BOUTIQUE MOSCHINO CHLOÉ CORNELIANI DOLCE & GABBANA  
EMILIO PUCCI ERMANNO SCERVINO ESCADA HACKETT JBRAND JUST CAVALLI KARL LAGERFELD LANVIN  
MALÏPARI M MISSONI MARC JACOBS MAX & MOI MICHAEL KORS MONCLER RALPH LAUREN RIZAL  
SALVATORE FERRAGAMO STELLA MCCARTNEY STUART WEITZMAN TORY BURCH

NEW STORE AVENIDA DA LIBERDADE, 254

LISBOA SHOPPING CENTER AMOREIRAS PISO 2, LOJA 2001/2002 • CASCAIS AV. VALBOM, 4 • MAPUTO RUA CHUINDI, 45

T. (+351) 213 710 303 [WWW.LOJADASMEIAS.COM](http://WWW.LOJADASMEIAS.COM)



# AFIRMAÇÃO *de estilo*

Elegantes, modernas e personalizáveis, as malas da recém-criada LUC8K chegaram para desafiar estereótipos. Concebidas com as melhores peles e fabricadas manualmente, lançam todo um novo movimento, em que moda, luxo, estilo próprio e sustentabilidade andam de mãos dadas.

:: *Texto de Raquel Soares*

**P**ensada para mulheres modernas, requintadas e com atitude, a LUC8K estreia um novo posicionamento no segmento de luxo, embutido na certeza de que a moda e a consciência ambiental devem caminhar lado a lado. A insignia foi criada por Karen-Maria Olivo, uma veterana da alta joalheria que representou publicamente algumas das mais conhecidas casas de relógios e jóias. Por isso, e como se de uma herança se tratasse, Karen-Maria transpõe para as suas criações um irrepreensível conhecimento de qualidade, forma, estilo e requinte que torna as malas da LUC8K um objecto de desejo. Ao permitir que seja a cliente a escolher o esquema de cores que melhor reflecte a sua personalidade, assegura ainda a exclusividade de cada bolsa, elevando o espírito de 'peça *statement*' que, na realidade, é.

Dúvidas houvesse sobre a exclusividade dos produtos, cada mala tem um código único, onde podem constar os seus números pessoais da sorte. O logótipo LUC8K em cada saco e acessório consiste de um padrão de quatro letras e quatro números. As letras exibem códigos de aeroporto impressos como códigos de barras nas etiquetas de bagagem, e os números são escolhidos pelo cliente. No total, existem oito

dígitos, que justificam o nome e a sorte da marca: LUC8K. “Enquanto o nosso nome significa sorte, não há nada de aleatório na forma como as nossas malas de pele são produzidas e sobre o tempo que estão projectadas para durar. Este espírito é incorporado nos nossos produtos, prontos para acompanhá-lo na sua jornada de auto-descoberta”, explica Karen.

Comercializadas exclusivamente *online*, num acompanhamento do estilo de vida da mulher dinâmica e que está sempre em movimento, as malas LUC8K são concebidas a partir das melhores peles, cuidadosamente seleccionadas e tratadas por uma das casas de curtumes mais conhecidas do mundo, localizada no interior do Sul de França. Os couros são depois tingidos a tambor, num processo natural que elimina a utilização de químicos nefastos para o ambiente e que assegura as cores mais ricas e duradouras, ao reter o grão natural da pele. O forro é trabalhado em Itália, a partir de um tecido de algodão estruturado com um acabamento de resina acrílica impermeável e, no fundo, existe um acolchoado com o timbre da marca costurado a fio metálico de ouro.

Todos os elementos se reúnem no *atelier* da marca em Casablanca, Marrocos, onde, de acordo com as solicitações da cliente, cada mala é fabricada artesanalmente. “Acreditamos na ousadia e o modo como nos desafiamos é deixando que os nossos produtos sejam co-produzidos pelos nossos clientes. Eles definem a sua própria solução individual dentro de um conjunto de opções. E, juntos, fazemos um excelente produto de design e *lifestyle*”, explica Karen. O melhor de tudo é que não terá de esperar uma eternidade pela sua peça, já que a marca garante entregar a sua encomenda no prazo máximo de uma semana. ✨





**MATTIA CIELO**

PAVONE



**BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS**

Lisboa, Av. da Liberdade, 129 - Tel. 213 430 076



Casaco e Calças Emilio Pucci, Top Ermanno Scervino, Carteira Salvatore Ferragamo e Sandálias Christian Dior tudo na LOJA DAS MEIAS

# *Shining deluxe*



**CHRISTIAN DIOR**  
na Loja das Meias

O jogo de padrões, texturas e cores desafia as convenções da estação e confere uma intensidade sofisticada ao *look*. As sandálias de linhas clássicas e brilhos sumptuosos dão um mote festivo de puro luxo e ousadia.



ALBERTA FERRETTI



# *Velvet desire*



**GUCCI**

A silhueta sublima-se numa aura etérea, materializada através de acessórios apaixonantes que despertam o desejo pelo luxo. O toque do veludo e a suavidade do pêlo, clássicos de uma elegância exuberante, reinventam-se em sintonia com a sofisticação contemporânea.

## *Um relógio com...*

Blossom Velvet inspira-se na delicadeza efêmera das flores para – como tantos artistas e poetas – capturar e eternizar a beleza feminina. Uma beleza que, na sua suavidade, evidencia um magnetismo instintivo e irresistível, pleno de sensualidade e mistérios que apenas se revelam no tempo certo.



:: Lanvin



:: Roger Dubuis  
Blossom Velvet



:: Dita  
Sunbird



:: Emporio Armani



:: Shamballa Jewels



:: Fendi

# OMEGA



## CONSTELLATION PETITE SECONDE O PRIMEIRO MASTER CHRONOMETER PARA SENHORA


Complexo na criação, mas belo na aparência, estabelece um novo padrão de precisão que floresceu do nosso compromisso com a inovação relojoeira.


DISPONÍVEL NA:

 **BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS**

AV. DA LIBERDADE, 129 - LISBOA - TEL.: (351) 213 430 076

  
**OMEGA**  
Constellation  

  
*Breguet*  
Depuis 1775

## Breguet, o criador.

### Turbilhão Automático Extra-Plano 5377

A complexidade de um movimento extra-plano é apenas igualada pela elegância do próprio relógio. O Turbilhão Automático Extra-Plano 5377, uma criação organizada e complexa, é dotado de uma reserva de marcha de 80 horas, graças ao seu patenteado tambor de alta performance. É um verdadeiro testemunho do espírito ousado e criativo de Abraham-Louis Breguet, criador do Turbilhão. A história continua...



**BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS**

Av. da Liberdade 194C, 210 730 530; Av. da Liberdade 129, 213 430 076  
Centro Colombo, 217 122 595; Amoreiras Shopping Center, 213 827 440  
NorteShopping, 229 559 720