

Exposición de piezas de alta gama en la ciudad

El reloj, en una muestra fascinante

Hay modelos exclusivos que cuestan hasta US\$ 3 millones

Por Franco Varise

De la Redacción de LA NACION

Caja, cuadrante, brazalete y una máquina en movimiento. A simple vista, podría interpretarse que hace falta bastante poco para atrapar el tiempo. Pero no. Hay mucho más. O, al menos, así lo interpretaron los suizos que montaron una industria detrás de ese pequeño accesorio llamado reloj.

En tren de difundir los conocimientos y la "espiritualidad" de estas valiosas miniaturas, llegó por primera vez a la Argentina la muestra temática Think Time-Think Swiss Excellence, organizada por la Federación de la Industria Relojera Suiza y la embajada de ese país en el Patio Bullrich hasta hoy.

Esta exposición itinerante viajó por países europeos, asiáticos y de Medio Oriente. Y, a grandes rasgos, consiste en paneles interactivos que apuntan a reforzar la idea de que el reloj no es sólo un reloj.

"El reloj tiene vida; es lo que queremos difundir y el público agradece que le mostremos qué hay detrás de cada uno de estos instrumentos", explicó Jean Françoise Meyer, jefe del servicio de asuntos promocionales de la entidad.

"Un reloj puede ser un instrumento para medir el tiempo—consideró—pe-



ALEJANDRO PAGNI

Una de las piezas de la exposición

ro, también, es una creación una obra de arte con una tradición de más de 200 años en nuestro país."

La cultura del reloj, tal vez el instrumento más antiguo vigente en su forma original, encierra tantas simbologías sociales como tecnologías de producción y patrones estéticos. El mundo de la "alta relojería", al cual sólo acceden los modelos que arrancan a partir de los 10.000 dólares, cuenta con un mercado prolífico en el país, que es uno de los principales importadores de relojes de alta gama de Suiza por más de 33 millones de francos suizos al año.

La estructura de este instrumento como la conocemos hoy data del siglo XI. En la Edad Media los pueblos competían por ver cual de todos tenía

el instrumento más grande en la torre más alta.

A partir del siglo XIX empieza el proceso de "miniaturización" por el maestro Abraham-Louis Breguet, y empezaron a competir las personas.

"El consumidor argentino busca más un signo de status que el precio. Todo objeto de lujo tiene que ser difícil de adquirir y hay argentinos famosos en Suiza porque son compradores de relojes de lujo", comentó Ernesto Kohen, uno de los auspiciantes locales de la muestra y cuarta generación en el país de representantes de la alta relojería.

Consultado acerca de quiénes compran estos relojes en el país, Kohen señaló: "Son coleccionistas. Hay algo común entre quienes gustan de los autos que luego terminan por inclinarse por la alta relojería, los une esa fascinación por lo mecánico. Muchos otros, la mayoría, buscan status".

Los valores de los modelos de lujo tienen un piso, pero nunca un techo. En verdad, estos relojes de alto impacto económico cotizan desde los 10.000 hasta los tres millones de dólares.

—¿Es numeroso el público que compra estos relojes aquí?

—La proporción es similar a la de los países desarrollados. Son personas que buscan satisfacer el espíritu por medio de la compra de bienes de lujo con la ventaja de que éste lo lleve en el bolsillo.