

O DNA POR TRÁS DE 30 ANOS DE HISTÓRIA

Clientes, colaboradores, revendas e fornecedores falam da sua relação com a Som Maior e o universo high end



PRIMEIRA REVENDA AUTORIZADA SOM MAIOR

Conheça um pouco sobre a trajetória da Raul Duarte



INTEGRA PAIXÃO E EXCELÊNCIA

Filosofia resume o envolvimento da marca com a satisfação do cliente



PAUL MCGOWAN

Saiba quem é o fundador e presidente da PS Audio



Há 30 anos a paixão pela música está no nosso DNA.

Uma simples nota musical guarda inúmeros detalhes em sua essência, sendo capaz de provocar sensações que não sabíamos ser possíveis de sentirmos. Há 30 anos a Som Maior proporciona uma experiência sem igual ao nos transportar para um mundo de magia e encantamento revelado em nuances e particularidades sonoras sem precedentes. Pioneira no Brasil na importação de equipamentos de áudio e vídeo high end, representa e distribui as mais conceituadas marcas do mundo como B&W, SIM2, Meridian, Classe e Rotel, capazes de nos fazer contemplar detalhes até então não percebidos. Em suas 10 salas de demonstração acusticamente projetadas, transforma a arte de ouvir e ver em uma experiência única e inesquecível, sendo considerada hoje o maior e melhor showroom de áudio e vídeo high end da América Latina.

Som Maior, as melhores emoções que soam em cada nota.

B&W Bowers & Wilkins

CLASSE

MERIDIAN

**FORTRESS
SEATING**

SIM2



ROTEL

Integra.

BRIONVEGA



Pro-Ject

nexus

conrad-johnson

audioquest.

UltraPower



WALKER AUDIO

HANSEN

**JEFF ROWLAND
SPEAKERS**

DVDO



2013 **1983**



Homens que realizam sonhos

Todos nós temos sonhos. Supondo que os sonhos individuais não façam mal a ninguém, é nossa obrigação fazer tudo que for possível para atingí-los. Como já nos ensinou o cientista, o inventor, o pintor, o escultor, o anatomista, o engenheiro – entre outras profissões e interesses! –, talvez o maior gênio da história, Leonardo da Vinci: “I have been impressed with the urgency of doing. Knowing is not enough; we must apply. Being willing is not enough; we must do”. (Em tradução livre: “Estou impressionado com a urgência de realizar. Conhecer não é suficiente; nós precisamos aplicar. Querer não é suficiente; precisamos fazer”). Quando Leonardo nos diz que precisamos fazer, que precisamos realizar, ele se refere também à realização de sonhos de homens e mulheres comuns, e não de algum ente abstrato.

Neste mês de maio de 2013, mais precisamente no dia 13, a Som Maior completa 30 anos de existência. Por isso, esta 4ª edição da Revista Som Maior é uma edição

especial, na qual procuramos contar a história desses primeiros 30 anos por meio de depoimentos de diversas pessoas que fizeram e ainda fazem parte da empresa: Clientes, colaboradores, fornecedores e revendedores, além é claro dos fundadores, meus pais Luis e Silvana. Como poderemos ver, o ponto em comum em todos os depoimentos é a constatação da paixão do Luis pela realização do seu sonho de construir uma empresa de áudio única. Desde a abertura da primeira loja na Rua do Príncipe, em Joinville, o sonho a realizar estava estampado no slogan original da Som Maior: “Uma Nova Proposta em Som”.

A reportagem dos 30 Anos da Som Maior é apenas uma entre várias boas histórias que selecionamos para contar nesta edição comemorativa da Revista Som Maior. Como exemplo, temos a história da revenda especializada Raul Duarte, de São Paulo, possivelmente uma das mais antigas empresas de áudio de alta performan-



1983 2013

ce ainda em atividade no Brasil, e atualmente dirigida pela terceira geração da família Duarte, as belas irmãs Eliana, Fernanda e Patrícia Duarte. Outra história muito marcante é a do projetista Paul McGowan, fundador da marca americana PS Audio, que mostra como a paixão e a vontade de realizar um sonho foram fundamentais para o sucesso da empresa.

Todas as reportagens desta edição especial da Revista Som Maior procuram mostrar a importância dos homens e mulheres que acreditaram nos seus sonhos e fizeram de tudo para realizá-lo. Na já célebre frase da grande estadista britânica Margaret Thatcher: “Não existe essa coisa de sociedade. Existem homens e mulheres individuais, e existem famílias”. São precisamente esses homens e essas mulheres, aqueles que buscam efetivamente realizar os seus sonhos, os maiores responsáveis pela evolução do mundo, desde os primórdios até hoje em dia!

Muita coisa mudou de 1983 para 2013, e muita coisa ainda vai mudar nos próximos 30 anos. As empresas que quiserem permanecer no mercado terão que se reinventar constantemente, ao mesmo tempo em que se mantêm firmes nos seus valores e no seu propósito, na sua razão de existir. Como diria o nosso amigo e Cliente Roberto Tranjan: “Temos que mudar sempre para continuarmos sempre os mesmos”. Podemos dizer que a Som Maior mudou muito ao longo dos últimos 30 anos, mas com certeza o sonho e o slogan originais da empresa continuam mais vivos que nunca.

Parabéns ao Luis, à Silvana, ao Giovani Roberto, e a todos os colaboradores que acreditaram no sonho da Som Maior e o tornaram realidade.

E que venham os próximos 30 anos!

Kahlil Elias Assib Zattar.



INOVAÇÃO INTEGRADA



O DNA DAS EMOÇÕES



PERFIL PAUL MCGOWAN



PERFIL REVENDA



A IMERSÃO NOS GAMES

14 GOLDEN EARS

Álbuns que exploram a máxima qualidade do sistema

16 ARQUITETURA

Os projetos de Eduardo Garcia Arquitetura e Interiores

18 ARTIGO
POR LUIS ASSIB ZATTAR

Caixas Acústicas (Parte I)

22 REVENDA DIAMANTE

Conheça a revenda Dag Brasil

26 LANÇAMENTOS

As novidades do mercado mundial de áudio e vídeo

49 REVENDA OURO

Hi-Store, a conquista de uma paixão

53 ARTIGO
POR NESTOR NATIVIDADE

A terceira e última parte sobre o mistério das emoções interrompidas

76 CRÔNICA
POR FERNANDA LANGE

Vidas que vêm e que vão

78 ONDE ENCONTRAR

Lista de revendas e fornecedores

Conselho Editorial

Kahlil Zattar
Luis Assib Zattar
João Carlos Jansen Wambier
Giovani Roberto de Souza
Paulo A. Egerland

Coordenação Geral

Paulo A. Egerland
paulo@zquattro.com

Textos e Edição

Simone Cassol
simone@zquattro.com

Projeto Gráfico e Direção de Arte

Fabio Scalabrini
fabio@zquattro.com

Neto Picelli

neto@zquattro.com

Revisão

Simone Cassol
simone@zquattro.com

Colaboradores

Fernanda Lange
Nestor Natividade

Comercial – Publicidade

Kahlil Zattar
kahlil@sommaior.com.br

Impressão

Impressul

Tiragem

6 mil exemplares

Circulação

Nacional

A Revista Som Maior é uma publicação da Som Maior Áudio e Vídeo High End. Rua João Pessoa, 1.381, bairro América CEP 89.204-440 – Joinville (SC). Para anunciar ligue (47) 3472-2666 ou envie um e-mail para sommaior@sommaior.com.br. Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução parcial ou total sem autorização. As informações técnicas são de responsabilidade dos respectivos autores. Os artigos assinados não refletem, necessariamente, a opinião desta revista. Esta publicação não se responsabiliza pelo conteúdo dos anúncios publicitários.

Opiniões, críticas ou sugestões de pauta entre em contato através do e-mail revista@sommaior.com.br.



A tecnologia evolui.
A tradição permanece.



1950



1960



1980



2000

Z/Quatro

Uma longa história de tradição e tecnologia.
Há mais de 50 anos mantendo uma relação
de confiança e fidelidade com os clientes.



Rua Desembargador Aguiar Valim, 206 » São Paulo » SP
11 3842 6270 » 11 3845 1995 » www.raulduarte.com.br



Paixão e excelência pela qualidade de áudio

É com essa filosofia que a Integra é aclamada por revendedores, clientes e especialistas do mundo todo

Foi com o intuito de atender ao incipiente mercado de custom installation que a Integra, marca premium do Grupo Onkyo, iniciou suas atividades. Era o ano de 1999 e havia poucas marcas, especialmente nas categorias de receivers AV e CD/DVD players, que atendiam a esse mercado. No princípio a marca iniciou com uma linha de produtos projetados, fabricados e vendidos diretamente para integradores e revendedores especializados. Naquela época o mercado de custom installation era relativamente novo, mas estava crescendo para atender às necessidades de uma grande parcela de clientes que desejavam projetos personalizados de áudio, vídeo e automação.

Porém, a criação da Integra e a introdução dos primeiros produtos não teve início simples assim. Antes desses produtos serem lançados, as equipes de engenharia, marketing e vendas realizaram estudos abrangentes, pesquisaram, visitaram e fizeram entrevistas em muitas empresas especializadas em custom installation para descobrir que produtos e de quais recursos eles necessitavam para que os seus negócios prosperassem. “Queríamos descobrir o tipo de produto que tornaria mais fácil o trabalho deles, que faria com que suas instalações fossem feitas com maior tranquilidade, de que comandos eles precisavam para que seus sistemas de au-



tomação funcionassem de uma forma mais confiável e que tipo de políticas de garantia e assistência técnica eles estavam buscando”, revela Brian Sandifer, gerente de produtos no negócio de instalações personalizadas de áudio e vídeo da Integra. “Em resumo, o que poderia ajudá-los a sustentar seu modelo de negócios e a atender às necessidades específicas dos seus clientes. Voltamos então para nossas equipes de engenharia, marketing e vendas para criar uma marca especificamente para atender a essas necessidades. E, surgiu, então, a Integra,” conta Brian Sandifer.

Na Integra, o feedback dos revendedores tem grande valor. A empresa ouve o que eles desejam e precisam nos produtos da marca e atende, na maioria das vezes, a essas necessidades, tanto nos produtos atuais quanto nos da próxima geração. O processo dessa integração começa com a coleta das informações, que são enviadas à equipe de engenharia para que essa possa encontrar maneiras de introduzir sugestões e mudanças nos produtos. Os revendedores da Integra são tipicamente empresas de custom installation que atendem a clientes de classe média e alta que apreciam e pagam um pouco mais por um padrão mais elevado de desempenho e de serviço. Esses clientes muitas vezes estão construindo uma nova casa, estão fazendo uma reforma total em um de seus apartamentos e desejam colocar novas tecnologias nesse espaço, ou então querem apenas se atualizar com as mais recentes tecnologias e tendências e, por isso, procuram um revendedor da Integra para obter os produtos e serviços que atendam às suas necessidades e que facilitem suas vidas. E com o processo do feedback é possível atender a essas necessidades.

Todo esse envolvimento e preocupação com a satisfação, tanto dos revendedores quanto dos clientes, identifica a filosofia da Integra: paixão e excelência. “Estamos constantemente procurando descobrir o que está acontecendo em nossa indústria, seu efeito sobre a Integra e o que nossos revendedores e clientes desejam e precisam de nós. Por isso, sempre procuramos maneiras de melhorar nossos produtos e serviços e de nos tornarmos um fornecedor confiável dos

O gerente de produtos começou sua carreira na indústria do áudio e vídeo em uma empresa de integração. Após aprender e aperfeiçoar seus conhecimentos nas áreas de instalação, programação, cabeamento, vendas e marketing, foi convidado a trabalhar na Integra como especialista em produtos, a fim de atender aos desafios e necessidades dos revendedores da marca japonesa de receivers, players (Blu-ray e CD), amplificadores, processadores e docks.

Brian também faz parte da equipe de Planejamento de Produtos e Marketing, prestando auxílio em vários projetos. Desta forma mantém contato direto com os revendedores da Integra, o que se tornou uma parte substancial das suas atividades no dia-a-dia. O gerente de produtos relata que antes da sua vinda para a Integra os revendedores muitas vezes tinham dificuldade em obter respostas e suporte rápidos e precisos relativos às suas necessidades. Por isso, a marca precisava de alguém que realmente compreendesse como os revendedores estavam usando um produto específico e como ele iria se integrar e afetar outros produtos de uma instalação.



Brian Sandifer
Gerente de Produtos

nossos revendedores”, afirma Brian.

Para conseguir satisfazer plenamente a essas necessidades, a Integra conta com uma das melhores equipes de design e de engenharia do mundo, pessoas com mentes brilhantes e que amam o mundo do áudio e vídeo. São profissionais fanáticos no que se refere ao som dos produtos da marca, desde os modelos de entrada até os top de linha. Todos trabalham focados no intuito de oferecer ao mercado o que há de mais recente em conjuntos de recursos e de conectividade e, principalmente, fazer com que os equipamentos reproduzam músicas, filmes e programas de TV com precisão, ou seja, que sejam excelentes no fundamento mais básico de uma empresa de áudio, que é o de proporcionar uma ótima qualidade de som.

CONTINUA >

Blu-Ray Integra DBS-30.3





Tecnologia, o segredo da alta qualidade Integra

A tecnologia da Integra é considerada referência, fato comprovado pelos seus excelentes produtos e pelos reviews recebidos da imprensa especializada mundo afora. Proporcionar uma ótima qualidade de áudio está acima de tudo no dia-a-dia da empresa. Uma vez alcançado esse objetivo, a marca dedica-se então a acrescentar as mais recentes tecnologias e formas de conectividade. Brian revela que graças à equipe de engenharia e a parcerias com outras empresas de tecnologia, como THX, Dolby, DTS, Marvell, ISF e Audyssey, a Integra é capaz de manter-se atualizada com as mais recentes tendências e tecnologias.

Aliás, a parceria com a THX tem exercido desde o início um papel muito importante na história da marca, conferindo certificação a um grande mix de produtos da Integra, maior do que o de qualquer outra empresa dentro do segmento. Essa certificação é uma garantia de que os equipamentos foram produzidos com excelente qualidade e que combinam essencialmente com a visão da THX, que é a de apresentar um filme ou uma trilha sonora exatamente da forma pretendida por seu diretor. Os exigentes padrões de qualidade e desempenho estabelecidos pela THX proporcionam uma referência para as equipes de engenharia da Integra. “Trabalhamos muito próximos da THX, desde os esboços iniciais dos produtos até sua pré e pós-produção, para garantir que sempre acertemos os alvos em uma bateria de testes e medições.

Amplificador e Receiver Integra

Existe uma constante interação entre nossa equipe e a da THX. Por exemplo: nossos receivers passam por 2.000 testes cobrindo 75 categorias e 14.000 pontos de dados para garantir um desempenho preciso e realista de áudio e de vídeo. A certificação THX atesta quanta atenção a detalhes nós dedicamos a cada fase do projeto e produção dos nossos produtos”, revela Brian.

Os produtos da Integra sempre estiveram entre os primeiros a incorporar novas tecnologias de áudio e vídeo, como conexões HDMI, canal de retorno de áudio (ARC), sistemas da Audyssey de correção da acústica de ambientes e upscaling de vídeo para 4K. Para manter esse pioneirismo a Integra conta com excelentes profissionais, além de produzir todos os receivers em fábricas próprias, diferentemente de muitos dos seus concorrentes, que compram produtos de terceiros. Assim, ela mantém um controle muito específico e rigoroso sobre a forma como os produtos são fabricados, já que não se encontram na dependência de outro fabricante. “Temos um ótimo relacionamento com nossos parceiros de tecnologia e estamos trabalhando com eles constantemente para que possamos trazer ao mercado produtos com ótimos recursos e tecnologias, como 4K, HDMI, ARC e Audyssey”, conta Brian. Desta forma, as equipes Integra e os parceiros de tecnologia conseguem antecipar possíveis problemas e descobrir maneiras de trazer ao mercado essas tecnologias e recursos, em muitos casos, antes da concorrência.

RECEIVERS, OS CARROS-CHEFES DA LINHA DE PRODUTOS DA INTEGRA

A categoria mais importante de produtos da Integra é a dos receivers. É neles que se encontra a parte principal dos negócios da marca e onde acontece a cada ano a maioria dos avanços em tecnologia, tanto em hardware como em software.

Para que os revendedores e os clientes permaneçam com a marca no longo prazo, a Integra inclui recursos como a conectividade de rede nos receivers, não apenas proporcionando excelentes capacidades de streaming e de controle através da rede mas, algumas vezes, até acrescentando novos recursos aos produtos existentes para que os clientes aproveitem alguma nova tecnologia ou recurso sem precisar comprar um produto inteiramente novo.

Todos os receivers Integra multicanal possuem processador de vídeo Qdeo, que permite converter qualquer conteúdo de vídeo para a resolução 4K. Possuem ainda os processadores de surround mais avançados da Dolby e da DTS, sistema Audyssey para correção da acústica de ambientes e compatibilidade com o protocolo DLNA para uso em redes sem fio.



Standby 

 Power



 On  Off

Imagine toda tecnologia da sua casa simples e inteligente...

Com a XTRON você pode desfrutar de maior nível de controle, biometria, integração, controle, telefonia, CFTV, cabeamento



VISITE NOSSO SHOWROOM

Rua Normandia, 66 | Moema | São Paulo-SP | CEP 04517-040 | FONE 11 2348-1300

a na palma de suas mãos de um jeito

le e personalização de vários sistemas: audio, video, automação,
estruturado e wireless.

2013



XTRON

ÁUDIO, VÍDEO E AUTOMAÇÃO

www.xtron.com.br

Golden Ears

por Luis Assib Zattar



Esta sessão vai abordar os álbuns que têm uma gravação excepcional, que lhe proporcionem o máximo de realismo e explorem os limites do seu sistema.

Fotos Divulgação



Dead Can Dance

Into the Labyrinth (Mobile Fidelity/4AD) - CD/LP

Esta obra da chamada World Music é um exemplo de perfeitas técnicas de gravação moderna. Som cheio, claro, bonito, graves profundos, agudos limpos e extensos, dinâmica exemplar, um prato cheio para demonstrar seu sistema de som state-of-the art para os amigos. O palco sonoro que se descortina à nossa frente na faixa Yulunga é espantoso, com as vozes e instrumentos de percussão perfeitamente delineados em seu próprio espaço numa percepção quase tridimensional. A obra em si é uma mistura de canto tribal, místico e profundo, de uma sonoridade impactante, e talvez não agrade a todos, mas a versão em LP é uma das melhores obras que já ouvi para impressionar um ouvinte, novo ou escolado. Recomendado.



Rachmaninoff-Rhapsody on a Theme of Paganini

Chicago Symphony Orchestra/Fritz Reiner/outros/ Artur Rubinstein, piano (RCA Living Stereo) - CD

Gravação excepcional feita no final dos anos 50, digna dos melhores sistemas, som claro, de extrema faixa dinâmica, com graves excepcionalmente claros e limpos, piano de uma sonoridade incrível nas mãos hábeis de Rubinstein, e as peças dispensam comentários. Qualquer audiófilo ou melômano deve ter em sua biblioteca musical estas interpretações maravilhosas! Percebem-se claramente os ruídos de baixa frequência que o sistema de ar condicionado deixa vazar na gravação, algo incômodo e fascinante ao mesmo tempo. Toda a série RCA Living Stereo apresenta orquestras, solistas e maestros excepcionais, de uma fase áurea da gravação da música clássica.



Test CD 5 – Depth of Image–Timbre–Dynamics

Varios (OPUS3) - CD/SACD/LP

Esta gravadora sueca, junto da Proprius, representam o que de melhor em termos técnicos e artísticos a Suécia tem a nos oferecer.

Nesta compilação, a OPUS 3 nos oferece jazz de alto padrão, blues emocionantes, música clássica em várias formas e world music surpreendente!

Tudo apresentado com uma naturalidade e clareza que simplesmente nos tiram o fôlego ao ouvir... O som da percussão, dos sopros, do órgão, a presença tridimensional, tudo é absurdamente real!

Uma obra-prima, e há também os álbuns 1, 2, 4 ... para falar apenas das coletâneas!



Carter, Gillespie, Inc.

Benny Carter, Dizzy Gillespie, Joe Pass, Mickey Roker, Al McKibbin (Pablo) – LP/CD

Este disco, meu velho conhecido desde os anos 70, quando o ouvia em LP no meu Technics SL-1200MK2 equipado com cápsula Grado FT-1, já era um dos meus grandes favoritos de jazz. Night in Tunisia e Constantinople são os grandes hits de Gillespie no disco, mas minha favorita é a balada The Courtship, verdadeira obra-prima de Carter, de uma melancolia marcante e profunda, emocionante. Músicos desta grandeza dispensam comentários, as interpretações são maravilhosas e a qualidade de som é excelente, mesmo não sendo uma gravação audiófila. Indispensável!

ULTRAPASSE TODAS
AS SUAS EXPECTATIVAS



A linha **Phantom** da **Schaefer Yachts** tem tudo o que você espera de um grande barco: design arrojado, o melhor espaço interno, excelente performance e bom gosto em todos os detalhes. Tudo isso, aliado aos mais avançados recursos tecnológicos de produção, garante a melhor navegação em todas as categorias. Conheça a linha **Phantom** e surpreenda-se. Porque nada substitui uma **Schaefer**.

www.schaeferyachts.com.br


SCHAEFER
yachts



Projetos arquitetônicos trazem o máximo de realismo para o cinema em casa

As salas personalizadas de áudio e vídeo high end da Eduardo Garcia Arquitetura e Interiores

O cinema em casa passou a ser um dos entretenimentos de maior preferência na atualidade. Poder curtir os filmes preferidos junto com a família é uma tendência que veio para ficar. Mas para que essa experiência seja sempre prazerosa, é essencial que o projeto proporcione - além da qualidade de áudio e vídeo - conforto e iluminação adequada. “Nos projetos arquitetônicos high end são levados em consideração: o ambiente, o seu propósito, o perfil das pessoas que irão frequentá-lo, a sua acústica, a iluminação e o posicionamento do nascer e pôr do sol, entre outros fatores que influenciam a composição de um ambiente preparado para audição sonora ou sala de cinema”, explica Eduardo de Assis Garcia, da Eduardo Garcia Arquitetura e Interiores, com sede em Cuiabá, Mato Grosso.

O escritório começou a receber pedidos de projetos voltados para comportar sistemas high end há três anos.

E para atender a esse novo mercado, foi necessária muita atualização, além de consolidar parceria com uma empresa especializada na tecnologia, a Solução Técnica, de Cuiabá, que projeta e executa sistemas de áudio, vídeo e automação em todo o Estado. Eduardo conta que com essa tendência o escritório está atualmente em constante aprendizado e também recebendo assessoria específica. Desta forma, consegue, a cada novo projeto, oferecer diferenciais e surpreender os clientes.

Para atender a esse nicho de mercado o escritório realiza estudos diferenciados, tendo como ponto de partida o espaço para implantação dessa tecnologia e o tipo de equipamento que o cliente vai usar. “Cada caso é exclusivo. Mas em todos sempre avaliamos se os ambientes serão interligados (varanda, gourmet e home theater), a fim de antever todos os percalços, eleger as prioridades e prepará-los para a passagens dos cabos de áudio, a instalação



Sala de estar/cinema com caixas acústicas B&W, eletrônica Rotel e projetor SIM2: parceria entre o arquiteto Eduardo Garcia e a empresa Solução Técnica.

elétrica e as condições acústicas, sem nos esquecermos de conciliar a estética e a decoração”, revela Eduardo.

Uma das principais exigências dos clientes é que o projeto arquitetônico valorize o design e a performance/funcionalidade do sistema de áudio e vídeo high end, sem desvalorizar a decoração do seu ambiente. Por isso, em cada caso ainda é necessário prestar atenção à infraestrutura para que o projeto arquitetônico ofereça pleno funcionamento. Para atender a essas exigências o escritório se baseia na necessidade e no perfil de cada cliente, a fim de equilibrar o ideal com o funcional, personalizando cada projeto sem esquecer de conciliar aspectos técnicos como distanciamento ideal entre as caixas acústicas e seu posicionamento no ambiente, dimensionamento do ambiente, condições acústicas e de iluminação, a quantidade de aberturas e as cores. Tudo é minuciosamente avaliado para que o sistema de áudio e vídeo high end apresente a melhor performance.

Para atender aos pedidos um projeto precisa também estar de acordo com a disponibilidade do cliente. “Cada caso é um caso. Depende do cliente, da sua disponibilidade financeira, da maleabilidade do mesmo em deixar o profissional à vontade para criar e apresentar novas possibilidades. Mas sempre tentamos driblar os problemas ao máximo, seja ele financeiro ou a pouca flexibilidade, a fim de apresentar o melhor resultado possível.” Apesar dos entraves o diferencial do escritório é oferecer ao cliente o que há de melhor no mercado para que o resultado final do seu projeto seja sempre satisfatório. 🏡



Eduardo de Assis Garcia, Arquiteto

Caixas Acústicas

(Parte I)

Muito já se falou sobre caixas acústicas, seus tipos, tamanhos, quantidade de falantes, características técnicas, especificações e, não menos importante nos dias de hoje, suas formas estéticas e acabamentos.

Vamos aqui tentar esclarecer brevemente cada um dos principais tópicos relativos a elas.

Primeiramente há que se entender que a função única do objeto em pauta nesta matéria é a de transformar o sinal elétrico entregue pelo amplificador em uma onda sonora.

Ou seja, seu nome correto é transdutor, mas o apelido pegou, e todos nós leigos ou “entendidos” as chamamos carinhosamente (bem, os arquitetos não a consideram assim tão carinhosamente...) de caixas acústicas, independente de serem realmente ou não, “caixas”.

Se a sua função é a de reproduzir som, que o faça bem e direito!

Desta premissa deduzimos que esta transformação de sinal elétrico em som deva ser a mais fidedigna possível, ou seja, com a menor interferência em qualquer parâmetro do sinal, pois toda modificação do mesmo pode ser caracterizado como uma distorção. Cabe aqui esclarecer que de todos os componentes de um sistema de áudio, o elemento que mais modifica o sinal, distorcendo-o, é a caixa acústica. Por isso percebemos tão facilmente as diferentes “assinaturas” de diferentes fabricantes e modelos.

E para compreendermos um pouquinho melhor como isso seria possível, precisamos conhecer como funciona o elemento principal de uma caixa, o alto-falante.

O som, qualquer som, é produzido pela vibração do ar (ondas de pressão positiva e negativa) que nossos ouvidos captam e nosso cérebro decifra.

Este ilustre senhor, o transdutor, tem a difícil tarefa descrita anteriormente e funciona assim: o sinal elétrico que recebe na forma de uma onda complexa precisa ser transformado em vibração sonora, através

do movimento do seu cone ou membrana, que por sua vez movimentará o ar. Isto é conseguido quando o sinal elétrico passa através do campo magnético gerado pelo seu imã, nos modelos dinâmicos ou planares (há outros tipos de transdutores, matéria para artigos futuros).

A bobina que recebe o sinal se movimenta sincronamente com a polaridade deste e faz vibrar o cone ao qual está presa, produzindo ondas de pressão positivas e negativas no ar que nos cerca, e que percebemos como som.

Sei que parece complexo e mesmo entediante, especialmente explicado assim de maneira simplista, mas é necessário um entendimento mesmo que superficial para prosseguirmos.

E o que faz um alto-falante ser melhor, portanto, reproduzindo (transformando) mais fielmente o sinal elétrico que lhe é entregue pelo amplificador em ondas sonoras?

Várias são as respostas, entre elas as características mecânicas do cone ou domo, a eficiência do conjunto magnético, a rigidez da estrutura do falante, a qualidade do metal da bobina e muitas outras.

Excelentes alto-falantes são o principal componente para se construir uma boa caixa acústica, e bons fabricantes de caixas produzem seus próprios falantes, como B&W e Hansen.

Fabricantes mais comerciais e menos dedicados à perfeição utilizam falantes de terceiros, por economia ou falta de tecnologia própria.

Mas, se ter um excelente alto-falante é condição necessária para se construir uma boa caixa acústica, com certeza não é a única.

Gabinetes sólidos e inertes, de tamanho adequado aos falantes nele instalados (woofers maiores provocam maior deslocamento de ar e, portanto exigem um volume interno maior do gabinete) são tão importantes para a reprodução fiel como o próprio falante. A caixa ou o gabinete em si é um mal necessário!

Explico: quando o cone do falante se movimenta

para produzir som, este som também se propaga dentro do gabinete, produzindo vibrações que precisam ser amenizadas, controladas ou suprimidas, para que não interfiram com o som sendo emitido pelo alto-falante no ambiente.

Uma caixa acústica não é um tambor e não deve se comportar como tal, portanto deve ser inerte e não produzir nenhum som por si própria, apenas reproduzir o sinal que recebe, com a menor interferência possível.

Daí o aumento expressivo no custo das caixas do topo da pirâmide, pois utilizam madeiras especiais ou compostos inorgânicos inertes, espessos e pesados para não vibrarem indesejavelmente, produzindo distorções no som.

Além disso, suas formas interferem diretamente na dispersão sonora e nas ressonâncias internas, portanto gabinetes de formas curvas e arredondadas, tweeters e midranges montados separados em seus próprios suportes

fazem grandes diferenças no resultado final obtido, especialmente na espacialidade e no palco sonoro percebido.

Um exemplo perfeito sobre a forma de uma caixa acústica é a B&W Nautilus Original. Neste modelo, cada alto-falante tem seu próprio gabinete, na forma de tubo cônico ao qual cada alto-falante está acoplado.

Os diferentes comprimentos dos tubos são proporcionais à frequência mais baixa que cada falante deve reproduzir. O objetivo é fazer os gabinetes serem invisíveis à reprodução dos falantes, pois toda onda emitida para trás é completamente absorvida.

No caso da Nautilus woofer, como o comprimento do tubo seria de alguns metros, a solução encontrada foi “enrolar” o tubo em espiral, dando a forma similar ao molusco “Nautilus”.

Todos os cones são produzidos a partir de uma liga especial do mais puro alumínio para que a “assinatura, ou melhor, a não-assinatura”, fosse a mesma em todas as frequências. Impressionante!

Exemplo perfeito da forma seguindo a função.

O número de alto-falantes não está necessariamente ligado ao desempenho final obtido, mas tem influência direta com a pressão sonora desejada. Quanto maior o número de alto-falantes de uma caixa, maior a pressão sonora obtida, especialmente nos graves.

Caixas acústicas de duas vias, compostas de woofer(s) e tweeter(s), normalmente são muito boas em recriar um bom palco sonoro e têm boa transparência, mas têm mais limitações quanto à resposta de graves e a pressão sonora possível de ser atingida.

Caixas de três vias, que possuem também midrange(s) e três ou mais falantes, são as mais comuns no mercado, normalmente do tipo coluna ou torre, e representam um bom compromisso entre a transparência e o palco sonoro que um modelo bookshelf de duas vias pode proporcionar e o impacto e dinâmica que apenas woofers e gabinetes maiores oferecem.

Os falantes, de diferentes tamanhos, formas e materiais são projetados e construídos para apresentarem um desempenho otimizado para a função que irão exercer, especialmente a faixa de frequências sonoras que vão reproduzir.

Woofers, os alto-falantes de maiores dimensões de uma caixa, são dedicados a reproduzirem os sons graves e necessitam deslocar grandes quantidades de ar para que percebamos adequadamente e fielmente as



Caixa B&W Nautilus

frequências baixas.

Os materiais normalmente utilizados para a fabricação do cone dos woofers são um composto de papel ou plástico nos modelos mais simples indo para compostos que utilizam fibra de carbono ou metal nos modelos mais sofisticados.

A B&W utiliza em seus modelos da linha 800 um material extremamente leve e rígido, um composto de nome Rohacell, composto de duas camadas finas e leves



Woofer em Rohacell

de fibra de carbono recheadas por um “miolo” de espuma muito leve e rígida, formando um cone de excepcional desempenho para as frequências baixas.

Os alto-falantes midrange se destinam a reproduzir as frequências médias, entre aproximadamente 400Hz e 4.000Hz. Nesta gama de frequência estão compreendidas as vozes humanas, o mais difícil som de ser reproduzido fielmente. Por isso podemos dizer sem medo de errar que o(s) alto-falante(s) mais importantes de uma caixa são os midrange.

Empresas de prestígio investem grande quantidade de recursos financeiros e humanos para desenvolver drivers midrange de alto desempenho.

Um exemplo de alta performance é o falante FST. Feito em cone em Kevlar e com um inédito sistema de borda ou suspensão, eles são os responsáveis por aqueles médios melos e suaves pelo qual as caixas B&W são tão famosas.

E os tweeters, responsáveis por reproduzir com doçura e delicadeza aqueles sons tão imprescindíveis

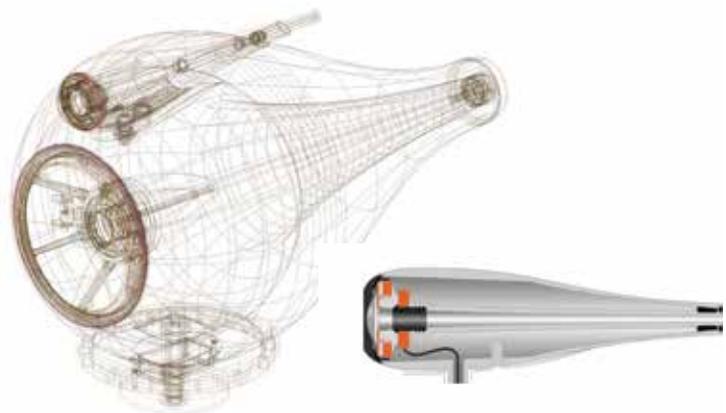


Falante FST

na música, como o sibilar das vozes, as notas altas dos violinos, os solos de guitarra, os pratos da bateria?

Estes minúsculos alto-falantes são de importância crucial para o desempenho final de uma caixa acústica, apresentando os sons mais agudos com clareza, suavidade e extensão, mas sem dureza ou metalização.

Novamente a B&W utiliza o excepcional novíssimo Carbon Braced Tweeter utilizado na novíssima e diminuta PM1.



Diamond Quad Magnet Tweeter

Well, folks that's all!!

Na próxima edição continuaremos nosso pequeno estudo sobre as famigeradas caixas acústicas.

Até lá.

Luis Zattar [✉](#)

VER, OUVIR E SENTIR.



 www.facebook.com/solucao.tecnica



Conheça também nossa linha de automação e simplifique as melhores coisas da sua vida.

65 3624.0422
Rua Major Gama, 950
Centro, Cuiabá/MT.

Solução 
Tecnologia em Som, Vídeo e Automação
www.solucaotecnica.com.br

Bons momentos proporcionados por equipamentos de áudio e vídeo high end

Dag Brasil, proporcionando entretenimento de qualidade

Proporcionar entretenimento de qualidade às pessoas. Esse é o objetivo da Dag Brasil, que acredita que através dele as pessoas são transportadas a momentos para onde jamais poderiam voltar, experiências que dificilmente poderiam experimentar e visitar locais nos recantos mais remotos do mundo. E a música e o cinema têm esse poder.

Criada na cidade de São Paulo no ano 2000, inicialmente prestando apenas serviços de instalação e venda de sistemas mais simples, a Dag Brasil abriu suas portas oficialmente em 2008 já com o objetivo de se expandir e poder atender a mais clientes com um perfil de trabalho focado em qualidade de áudio e vídeo, sem perder o bom gosto e o design residencial. “Começamos com os produtos a que tínhamos acesso inicialmente, com marcas muito boas e que foram perfeitas para a fase e os clientes da época. Incluindo a automação e as telas de projeção, fornecíamos de 9 a 10 itens ou marcas”, revela Dagson Sales, diretor e fundador da Dag Brasil.

Hoje a Dag Brasil é reconhecida no mercado por

trabalhar com produtos de referência. Por isso é indicada a clientes exigentes, com o foco no áudio e vídeo high end. Atendendo a um mercado que investe em qualidade, ela trabalha com uma proposta totalmente centralizada em produtos exclusivos e de referência mundial, como os da Meridian, Classé, Olive, SIM2, JL Audio, NAD, Rotel e toda a linha de produtos da B&W, o carro-chefe da loja. Tudo isso está exposto em seis ambientes de demonstração, dos quais um é um home theater e dois são ambientes integrados.

Traçando um panorama do início até hoje é possível visualizar o crescimento da Dag Brasil. Os primeiros desafios para realizar o sonho de entrar no mercado de entretenimento foram vencidos, “Tivemos algumas dificuldades, pois o mercado em que estávamos até o ano de 2008 não podia nos conceder um retorno, o pós-venda era dificultoso e, algumas vezes, tivemos que arcar com a maioria dos prejuízos causados pela falta de apoio dos fornecedores, um fato nunca aceito por clientes que investem nesse tipo de sistema,” conta Dagson.



Showroom Dag Brasil: Home Cinema formado por caixas acústicas B&W Serie 800 Diamond e pré-processador e amplificadores Rotel.



007 - Operação Skyfall
MGM

Daniel Craig está de volta ao papel de James Bond, em 007 OPERAÇÃO SKYFALL, a 23ª aventura da mais longa franquia da história do cinema. Em 007 OPERAÇÃO SKYFALL, a volta do passado de M (Judi Dench) coloca à prova a lealdade de Bond. O agente 007 precisa localizar e destruir essa ameaça, não importa o custo pessoal. Quando a mais rec...

Detalhes
Ação e aventura
Lançamento 2012
143 min.
★★★★☆ (88)

Altores
Daniel Craig
Judi Dench
Javier Bardem
Ralph Fiennes
Naomie Harris

Diretor
Sam Mendes

Pré-visualizar USD 4.99
Alugar **HD** USD 19.99
Comprar **HD**
Lista de Desejos
Mais

Os espectadores também assistiram

Showroom Dag Brasil: Home Cinema formado por caixas acústicas B&W Serie 800 Diamond e pré-processador e amplificadores Rotel.

Atualmente a empresa está focada em poucos fornecedores, mas que oferecem credibilidade, assistência técnica, bom relacionamento e produtos com qualidade, o que faz com que a Dag Brasil já seja vista como uma empresa de tradição, apesar do pouco tempo de mercado. Dagson fala da importância dos fornecedores: “temos em nossos fornecedores hoje a fonte de nossas atualizações de sistemas e de uma ampla gama de produtos.”

Durante esses anos de atuação a empresa já conquistou muitos clientes, que além de estarem satisfeitos com seus projetos indicam a Dag Brasil a amigos, que acabam se apaixonando pelo trabalho oferecido, após

conhecerem o showroom e as marcas comercializadas, sobre as quais antes nem tinham conhecimento. Para esses clientes são desenvolvidos projetos personalizados. “Cada cliente tem suas particularidades e personalidade. Por isso, todo o nosso diferencial está em atender a cada um de forma única”, revela Dagson.

Para 2013 a Dag Brasil pretende investir no desenvolvimento da sua equipe de técnicos e instaladores, além de reformular sua atuação no segmento de automação. Em decorrência disso e do excelente número de indicações de clientes satisfeitos, Dagson acredita que terá um crescimento de 30 a 40%. [↗](#)



Showroom Dag Brasil: Home Cinema high end formado por caixas acústicas B&W Serie 800 Diamond, pré-processador e amplificadores Classé, projetor SIM2 LED Mico 40 e lentes anamórficas para projeção de cinema em formato 2,35:1.



Showroom Dag Brasil: Caixas acústicas B&W Serie 600, Blu-Ray e receiver NAD e condicionador de energia Ultra Power.

Renove constantemente seu ambiente.

Mantenha-se atualizado com as inovações do universo de áudio e vídeo **high end**.

Projeto: HG Arquitetura



Upgrade HIFICLUB:
o seu high end definitivo.

Confira aqui o que há de mais novo no universo do áudio e vídeo high end entre as mais conceituadas marcas distribuídas pela Som Maior.

Explorer DAC

MERIDIAN

É cada vez maior o número de pessoas que utilizam seus computadores para baixar e ouvir músicas de todos os estilos a partir de várias fontes disponíveis na Internet, como o iTunes. Entre essas pessoas, algumas são bem mais exigentes em relação à qualidade de áudio daquilo que ouvem e, portanto, gostariam de ter algo melhor do que aquilo que normalmente conseguem utilizando a placa de áudio do próprio computador.

É exatamente para esses ouvintes exigentes que a Meridian está lançando o Explorer, um conversor DAC (digital para analógico) USB para ser conectado entre uma das portas USB do computador e uma das entradas analógicas de um receiver ou amplificador ou, alternativamente, a fones de ouvido.

O Explorer é um DAC USB de áudio Classe 2 do tipo assíncrono projetado por Bob Stuart. Ele possui, portanto, o DNA da Meridian, o que significa som da mais alta qualidade,

apresentando resolução de 192kHz a 24 bits, osciladores de elevada precisão para reduzir o jitter ao mínimo, níveis baixíssimos de ruído, modulação e distorção e construção com os melhores componentes disponíveis, como resistores e capacitores audio grade. O Explorer representa, assim, uma excelente porta de entrada para a reconhecida alta qualidade de áudio dos produtos da Meridian.

Fotos Divulgação



M50 Digital Music Player e M52 Digital Music Vault

NAD

O M50 Digital Music Player e o M52 Digital Music Vault da NAD são mais dois extraordinários produtos típicos da atual era da chamada “música digital”, entendendo-se por isso desde os já tradicionais discos CD e de outras mídias ópticas até a infinidade de músicas disponíveis através de downloads e de streamings via Internet acessados através de redes com fio (Ethernet) ou sem fio (WiFi).

O M50 é um CD player/central de comando para a reprodução de música digital proveniente de emissoras de rádio na Internet ou armazenada em pen-drives ou no M52 Digital Music Vault (vendido separadamente). Tanto o acesso às emissoras na Internet quanto os downloads e streamings de músicas são feitos totalmente pelo M50, sem a necessidade do uso de um computador. Para isso, ele conta com processadores ARM de desempenho ultra elevado.

Quando o M50 Digital Music Player e o M52 Digital Music Vault são usados em conjunto, as músicas contidas no CD colocado no M50 são armazenadas automaticamente no M52. Através de um software de gerenciamento para ser usado com um iPod, iPhone ou iPad, disponível gratuitamente na loja de aplicativos da Apple, é possível baixar os metadados e capas dos discos e localizar as músicas desejadas usando como referência suas capas ou listas de categorias, além da



criação de listas de reprodução (playlists).

O M50 é um produto fortemente baseado em software, o que significa que é à prova de obsolescência, podendo ser mantido permanentemente atualizado, tanto em termos de funcionalidades como de compatibilidade com novos formatos de áudio.

Por outro lado, o M52 Digital Music Vault destina-se a ser o “cofre-forte” de uma formidável e completa biblioteca musical com capacidade para até 18.000 músicas gravadas no

formato FLAC de 96kHz/24 bits de alta resolução ou 45.000 músicas no formato WAV correspondente ao CD (mais de 3.500 discos). Diferentemente de armazenar músicas em um computador, o usuário jamais corre o risco de perder toda a sua coleção devido a um problema no seu disco rígido. Para evitar que isso aconteça, o M52 conta com a tecnologia RAID 5, na qual são utilizados três discos rígidos ultra-silenciosos e

de baixa rotação, cada um com capacidade de 1TB. Mesmo que ocorra falha em um dos discos rígidos as músicas não são perdidas. Basta substituir esse disco para que o sistema se reconfigure automaticamente. Além disso, ao contrário dos discos rígidos usados em computadores os do M52 não precisam de coolers para sua refrigeração, ou seja, uma fonte a menos de vibrações.

Sistemas A7 e A5 de Música Digital Sem Fios

B&W Bowers & Wilkins

Na esteira do sucesso do Zeppelin Air, a Bowers & Wilkins está lançando mais dois sistemas integrados de música digital – o A7 e o A5 - ambos com a insuperável qualidade da sua engenharia acústica e eletrônica e com a tecnologia AirPlay da Apple. Isso significa a possibilidade de ouvir e controlar todas as músicas contidas em um iPod, iPhone ou iPad, ou ainda do iTunes ou de emissoras de rádio via Internet, com uma incrível qualidade de áudio e sem o uso de qualquer tipo de cabo de conexão. Além disso, é possível colocar um A7 ou A5 em cada ambiente onde se queira ouvir música, formando-se assim um sistema multiroom discreto, elegante e de alta qualidade.

O A7 e o A5 incorporam o que existe de mais avançado em tecnologia de áudio, com eficientes amplificadores Classe D, conversores DAC de alta precisão e alto-falantes de elevadíssimo desempenho especificamente desenvolvidos para cada aparelho. Tudo isso abrigado em um gabinete com excelentes qualidades acústicas.

O modelo A7 conta com cinco canais de amplificação, sendo 50W para o subwoofer de 6 polegadas, 2 x 25W para os mid-ranges de 3 polegadas e 2 x 25W para os tweeters tipo Nautilus com carga por tubo. Possui ainda conversor



DAC de 96 kHz/24 bits, processamento digital de sinais (DSP) e controle remoto. O A5 tem características semelhantes, exceto pela amplificação e pelos alto-falantes utilizados, com 2 x 20W para os mid-ranges de 4 polegadas e 2 x 20W para os tweeters, estes também do tipo Nautilus.

O A7 e o A5 têm um design discreto e atraente, com acabamento na cor preta e parte superior e frisos em alumínio. Tudo feito para sua perfeita integração com qualquer tipo de ambiente.

Fortress

FORTRESS
SEATING

Para quem deseja levar o conceito de home theater até suas últimas consequências a Som Maior está anunciando uma grande novidade: poltronas Fortress, especialmente projetadas para essa finalidade e dotadas de todos os itens de conforto imagináveis, como encosto reclinável com regulagem, apoio regulável para os pés, suporte para bebidas, várias opções de suporte de braço, bandeja para você colocar seu lanche ou a tradicional pipoca, suporte para controle remoto ou tablet com tela touchscreen e outros itens de conforto. São poltronas feitas para durar, com estruturas feitas de uma combinação de carvalho, bétula e compensado.

As poltronas Fortress são disponíveis em uma infinidade de modelos com várias opções de acabamento e configuração. Elas podem ser individuais ou conjugadas em grupos de duas, três ou mais poltronas, dispostas em linha reta ou formando

um arco. E como se não bastasse oferecer todas essas opções, a Fortress ainda fabrica modelos especiais sob encomenda.

As poltronas Fortress são produzidas nos Estados Unidos pela Fortress Seating, Inc., uma empresa especializada e com mais de 60 anos de tradição sediada nos Estados Unidos, no estado da Califórnia.





Blu-Ray Player Integra DBS 50.3

A Integra é mais uma marca de prestígio mundial que a Som Maior passa a distribuir no Brasil, com uma linha formada por receivers para home theater, Blu-ray e CD players, amplificadores, processadores de áudio e vídeo e dock para iPod/iPhone/iPad. São produtos que além de seu extraordinário desempenho, que lhes tem garantido excelentes reviews por parte da imprensa especializada internacional, são também completos e totalmente atualizados, apresentando todas as mais recentes tecnologias e recursos.

Na linha de receivers, todos os modelos multicanais, inclusive os de entrada (DTR-30.4 e DTR-20.4), oferecem a tecnologia Qdeo™ Video da Marvell, que converte sinais de vídeo de todas as resoluções para 4K ou ultra HD (3840 x 2160 ou 4096 x 2160 pixels) para uso com os novos TVs 4K que estão sendo agora lançados no Brasil. Esses modelos estão também equipados com processadores de surround DTS-HD Master Audio, Dolby TrueHD e Dolby Digital Plus, tecnologia de limpeza de jitter, tecnologia Audyssey de correção da acústica de ambientes, Audyssey Dynamic Volume, Audyssey Dynamic EQ, compatibilidade com vídeo 3D e com o protocolo DLNA. A compatibilidade com esse protocolo

permite o acesso e reprodução de conteúdos de áudio e vídeo armazenados em um computador compatível e capacidade de rede para acesso a emissoras de rádio via Internet. Esses receivers oferecem ainda várias opções de conexões de entrada e saída HDMI e de outros tipos, além de uma infinidade de outros recursos. Os modelos DTR-80.3, DTR-70.4, DTR-50.4 e DTR-30.4, por exemplo, têm ainda certificação e vários modos de surround da THX. Entre as várias características que estabelecem as diferenças entre os seis modelos de receivers multicanal está a potência de saída – que vai desde 180 W (DTR-80.3) até 80 W (DTR-20.4) por canal.

Os Blu-ray players DBS-50.3 e DBS-30.3 incluem tecnologia (Qdeo™ Video da Marvell, no DBS-50.3) para a conversão de sinais de vídeo de todas as resoluções para 1080p, compatibilidade com os modos de surround DTS-HD Master Audio, Dolby TrueHD e Dolby Digital Plus, tecnologia de limpeza de jitter e compatibilidade com vídeo 3D e com o protocolo DLNA. Oferecem ainda saídas HDMI, component video, de vídeo composto, digital óptica e digital coaxial, além de saída de áudio analógica.

Graças aos seus decodificadores DTS-HD Master Audio, Dolby TrueHD e Dolby Digital Plus internos e suas saídas de áudio 7.2, o modelo DBS-50.3 estende os benefícios desses avançados sistemas de surround para receivers mais antigos ainda não equipados com entradas HDMI. E para garantir uma excepcional performance de áudio e vídeo os Blu-ray players da Integra possuem avançados conversores D/A. O modelo DBS-50.3, por exemplo, conta com conversor de vídeo de 297 MHz/12 bits e conversor de áudio de 192 kHz/24 bits em todos os canais.

Receiver Integra DTR 30.4



A Som Maior está iniciando a distribuição no Brasil dos produtos da PS Audio, empresa americana fabricante de uma linha de produtos formada por condicionadores de energia, conversores DAC (digital para analógico), CD players, cabos HDMI e de alimentação de energia, entre outros itens, todos com um nível excepcional de qualidade e de acabamento. Entre os primeiros produtos já colocados à venda estão o regenerador/condicionador de energia PerfectWave P-10 e o condicionador PowerPlay 8500.

O PerfectWave P-10 é simplesmente o maior e mais avançado sistema de geração de energia do mundo, capaz de alimentar através de suas dez tomadas sistemas high end de áudio e vídeo com energia pura, revelando cada detalhe do que eles são capazes de proporcionar em termos de desempenho de som e imagem. O P-10 recebe a energia elétrica cheia de irregularidades e poluição que chega a uma residência, converte-a para corrente contínua e transforma-a novamente em energia de corrente alternada limpa, com ondas senoidais perfeitas. Nesse processo de regeneração são eliminados todos os problemas da rede elétrica, como sobretensão e subtensão, ondas senoidais distorcidas e ruídos. Sua fonte de alimentação interna armazena energia suficiente para produzir picos de mais de 70 ampères, quando uma tomada residencial típica é capaz de fornecer somente 15 ampères.

Outra característica do P-10 que merece destaque é sua conexão com a Internet, que permite que ele seja monitorado e controlado pelo revendedor, instalador ou usuário a partir de qualquer local do mundo, podendo ser programado para fornecer ou cortar a energia de determinados equipamentos conectados. Essa conexão permite ainda que o P-10 envie emails, além de alertas em sua página na Internet, sobre sua situação operacional e relatórios sobre as condições da energia elétrica que está recebendo a cada momento.

Condicionador de energia PS Audio Power Play 8500



O condicionador PowerPlay 8500 é uma central de energia equipada com dez tomadas e, como o P-10, pode ser conectado à Internet para proporcionar capacidade de monitoração e controle a partir de qualquer local do mundo, seja pelo próprio usuário ou pelo seu revendedor ou instalador. Ele é de fácil configuração, não requer um endereço de IP fixo e é, realmente, um produto plug and play. Basta conectá-lo à rede e pronto! Isso permite ainda que os eventuais problemas de travamento de um ou outro dos equipamentos conectados sejam solucionados sem a necessidade da visita de um técnico ao local. Através de um simples clicar de um mouse o aparelho que apresenta o travamento pode ser remotamente reinicializado.

A energia elétrica recebida pelo PowerPlay 8500 é monitorada, controlada e purificada para que todos os equipamentos conectados operem no patamar máximo dos seus respectivos potenciais, permitindo que o usuário possa extrair de cada um deles o máximo de que são capazes de fornecer em performance de áudio e de vídeo. Além disso, esses equipamentos ficam permanentemente protegidos contra os efeitos nocivos das condições de sobretensão, subtensão, picos, surtos e ruídos da rede elétrica.



Condicionador e Regenerador de energia PS Audio P10

MILITARY AMPLIFIERS CALSON
MILITARY HIFI
MILITARY SPEAKERS
MILITARY CABLES
MILITARY SOCIAL MEDIA



Luciano



LUCIANO JULIÃO

ÁUDIO E VÍDEO HIGH END



B&W Bowers & Wilkins

CLASSE

MERIDIAN



ROTEL

Integra

NEXUS

ESTRELANDO

UM TOQUE DE EXCELÊNCIA PARA TRANSFORMAR A SUA CASA EM UM GRANDE ESPETÁCULO

Você merece o melhor. Faça da sua casa um grande cenário e proporcione a você e à sua família entretenimento de qualidade, repleto de agradáveis atrações: projetores, caixas acústicas, toca-discos, amplificadores, receivers, telas e os melhores projetos e serviços. A Luciano Julião executa para você projetos com elegância, refinamento, qualidade superior, serviços altamente especializados para transformar a sua casa em um palco de atrações e entretenimento. Luciano Julião, o encontro da excelência com o entretenimento em um grande cenário: a sua casa.



ÁUDIO & VÍDEO

luciano@juliao.com.br

O DNA por trás de 30 anos de história

Clientes, revendedores, colaboradores e fornecedores falam da sua relação com a Som Maior e o universo high end

Nesses 30 anos, a Som Maior desempenhou um papel fundamental na vida de clientes, revendedores, colaboradores e fornecedores, mas principalmente fez muitos amigos que hoje têm muito para contar. Saiba, nas palavras de alguns deles, como a Som Maior embala as suas vidas, quais as sensações que provoca através de um mundo de magia e encantamento e quais as emoções que soam em cada história.



LUCIANO JULIÃO - REVENDEDOR

Revista Som Maior: Conte um pouco sobre a relação da Luciano Julião com a Som Maior: Como conheceu a Som Maior?

Luciano: Por intermédio de alguns concorrentes nossos.

Revista Som Maior: Há quanto tempo é revendedor?

Luciano: Desde 2007, portanto uns 6 anos.

Revista Som Maior: Como mantém a relação com a Som Maior?

Luciano: Mantemos uma relação excepcional pois existe uma “parceria” de fato de ambos os lados.

Revista Som Maior: Costuma visitar o showroom?

Luciano: Sim e é uma visita sempre muito agradável porque nos sentimos em casa além de apreciar os equipamentos high-end do nosso maior interesse. Sempre com muita novidade e o aprendizado constante.

Revista Som Maior: Alguma história interessante que pode contar sobre esse relacionamento?

Luciano: Histórias é que não faltam, mas as que mais nos animam nesta parceria é o atendimento na hora em que precisamos. Quer seja no atendimento a um cliente com características próprias e que nesta hora é necessária uma resposta imediata enquanto o negócio está quente, quer seja na hora da manutenção com a remessa de outro equipamento e não deixando o cliente que tem uma instalação cara sem poder usá-la. Tenho certeza de que é nessas horas que fazem valer o entendimento, a compreensão e a vontade de crescer com a parceria. A Som Maior faz a parte deles de forma irrepreensível e nós tentamos vender cada dia mais o que há de melhor e atender aos clientes de forma diferenciada.

Revista Som Maior: Quando a Luciano Julião começou parceria com a Som Maior você já tinha conhecimento sobre equipamentos de áudio e vídeo high end?

Luciano: Sim, iniciei com 14 anos como DJ numa época que ninguém sabia o que era isto, as festas eram com orquestras com Ed Costa, etc... Fui aprimorando conhecimento e já tinha equipamentos como Thorens, braços SME, Pré e power McIntosh valvulados, caixas Warfedale, JBL 4350, Marantz que era ainda americana e boa, Nakamichi Dragon, Revox A700 com rolo de 10 polegadas... Ainda tenho guardado muita coisa que os filhos nem sabem do que se trata... Tenho uma vida dedicada a isto, quer seja como hobby, quer seja como audiófilo chato, quer seja como amante da música ou profissionalmente.

Revista Som Maior: Quais as marcas que a Som Maior distribui que você mais admira?

Luciano: Gosto de todas evidentemente, mas tenho preferência pelas caixas B&W, pré [pré-amplificadores e pré-processadores de surround] e power [amplificadores] Classé, powers Jeff Rowland, Clearaudio, agora as Hansen Audio e JL Audio que tem uns modelos de subwoofers surpreendentes. A NAD e a Rotel têm produtos muito bem construídos e que vendemos com muita frequência. Os projetores da SIM2 são os melhores que já testamos, desde o modelo de entrada até os LEDs atuais que têm muito pouco ruído pela falta da lâmpada e uma imagem com um contraste impressionante, além do design diferenciado, muito distante daqueles japoneses que a princípio são baratos, mas com custo benefício péssimo. #

Luciano Julião
- Diretor da Lj Áudio e Video
- São Paulo-SP
- Revenda desde 2007

Julião





Rob Sinclair
- Diretor de Exportação da B&W
- Brighton – UK
- Fornecedor desde 1990

ROB SINCLAIR - FORNECEDOR

Revista Som Maior: *Como teve início a parceria entre a B&W e a Som Maior? Quanto tempo levou? Você lembra exatamente em que ano? Como está hoje esse relacionamento?*

Rob Sinclair - B&W: A Som Maior é um dos nossos distribuidores mais antigos. Iniciamos nossa relação de negócios há 23 anos, em 1990. Consideramos a Som Maior como sendo uma parte muito importante da nossa família de distribuidores mundiais. Porém, trata-se de muito mais do que uma relação comercial. No decorrer dos anos estabelecemos uma amizade pessoal com o Luis e, agora, é claro, com o Kahlil.

Revista Som Maior: *A B&W está satisfeita no que se refere às expectativas depositadas nessa parceria?*

Rob Sinclair - B&W: Com base muito no respeito mútuo, penso, como “parceiro”, que o suporte que obtemos da Som Maior é tudo que poderíamos desejar. É claro que o Luis e o Kahlil são exigentes em função dos seus elevados padrões, mas nós também o somos.

“Consideramos a Som Maior como sendo uma parte muito importante de nossa família de distribuidores mundiais.”

Rob Sinclair
Bowers & Wilkins

Revista Som Maior: *Qual é sua análise do mercado brasileiro para a B&W? Qual a sua importância para a marca?*

Rob Sinclair - B&W: O Brasil já é um mercado importante para nós. Olhando em direção ao futuro vemos o Brasil como um mercado significativo e com potencial para um sólido crescimento. Em parceria com um distribuidor tão confiável e claramente tão respeitado no mercado, vemos boas oportunidades para o nosso portfólio de marcas. Também não vamos nos esquecer de que o Brasil tem uma excelente rede de revendedores especializados e instaladores de áudio e vídeo, sem os quais não poderíamos colocar os consumidores frente a frente aos nossos produtos.

Revista Som Maior: *Como você classificaria a qualidade dos distribuidores da B&W ao redor do mundo e, entre eles, a da Som Maior?*

Rob Sinclair - B&W: Poderia se pensar que sou tendencioso, mas valorizamos o fato de que temos indiscutivelmente a melhor rede de distribuição da indústria no mundo. Para sermos realistas, reconhecemos plenamente que tanto nossos parceiros de distribuição são uma parte vital do nosso sucesso no passado e, esperamos, no futuro, quanto nossos produtos. Apreciamos, sem dúvida, o fato de que nossos amigos da Som Maior têm contribuído para o desenvolvimento global das marcas Bowers & Wilkins, Rotel e Classé. 🍷

Guilherme

GUILHERME - REVENDEDOR

Revista Som Maior: Conte um pouco sobre a relação da Ária com a Som Maior: Como conheceu a Som Maior? Há quanto tempo é revendedor? Como mantém a relação com a Som Maior? Costuma visitar o showroom? Alguma história interessante que pode contar sobre esse relacionamento?

Guilherme: Como sempre gostei de som (aparelhos e música) desde guri, fiquei sabendo da existência da Som Maior por revistas especializadas. Naquela época eu lia a Som Três, acho que a única revista nacional especializada, depois veio a Home Theater e outras.

A Ária é revenda desde sua abertura em 1999, ou seja, quase 14 anos. A relação com a Som Maior sempre foi de admiração, depois veio a confiança que consolidou a parceria. Nunca me deixaram na mão! Nas horas difíceis sempre consegui uma ajuda. Somos movidos pela paixão pelo nosso trabalho. Por isso sempre me refiro a eles como a Família Som Maior.

Gostaria de visitar o showroom mais frequentemente, porém não há voos de Porto Alegre para Joinville e vice-versa, o que dificulta bastante as coisas. Participo de todos os eventos e quando há oportunidade para levar algum cliente daqui também vou lá. Levar um cliente lá é como levar uma criança a Disneylândia.

O início não foi fácil, mas eu acreditei neles e eles em mim. Lembro-me da dificuldade que o Roberto colocou para eu me tornar revenda. Tinha que comprar um sistema completo para o showroom e mais umas coisas, até cabos! Não dava para comprar só um par de B&W... E o dinheiro era curto! Mas deu certo. Obrigado Roberto e Luis pela oportunidade.

Revista Som Maior: Quando a Ária começou parceria com a Som Maior, você já tinha conhecimento sobre equipamentos de áudio e vídeo high end?

Guilherme: High end especificamente não. Conhecia todo o resto. Devorava qualquer literatura e catálogos (naquela época não tinha internet), passava horas em lojas especializadas só vendo equipamentos. Na época o melhor que a indústria nacional oferecia era Gradiente. Aquele rack completo da Esotech era o delírio de qualquer guri. Tinham também aqueles importados da

Zona Franca de Manaus, Sansui, Marantz, Akai. Conhecia muito equipamentos, pois desde os doze, quatorze anos de idade (hoje estou com 45) eu já instalava e desinstalava aparelhos na minha casa e na de amigos e familiares. Também colocava som nas festas que meus pais davam em casa. Comecei com um toca-discos Garrard GR-6300 e com um Deck Gradiente CD-4000. Depois acabei colocando som profissionalmente até os 25 anos de idade. Em 1998 me desliguei da RBS e abri a Ária. Descobrir a Som Maior me fez querer ter uma empresa igual.

Revista Som Maior: Quais as marcas que a Som Maior distribui que você mais admira?

Guilherme: Com certeza Bowers & Wilkins em todos os aspectos. Depois o design dos SIM2, Clearaudio e Meridian. A robustez dos Rotel, a simplicidade quase franciscana dos NAD. A inovação dos Olive e Sooloos. Os mais belos gabinetes são da Meridian e o mais belo painel da Jeff Rowland. Belos e simples.

Sempre gostei de tecnologia, qualidade, sofisticação e design. E estas características, de uma forma ou de outra, em diferentes proporções, estão sempre presentes em todas as marcas distribuídas pela Som Maior.

Parabéns Balzaquiana! 🎵



Guilherme Giacomet

- Diretor da Ária Áudio, Vídeo e Automação
- Porto Alegre-RS
- Revenda desde 1999



David Nauber
- Presidente da Classé
- Canadá
- Fornecedor desde 1996

DAVID NAUBER - FORNECEDOR

Revista Som Maior: *Como teve início a parceria entre a Classé e a Som Maior? Quanto tempo levou? Você lembra exatamente em que ano? Como está hoje esse relacionamento?*

David Nauber - Classé: O relacionamento teve início em 1996, quando a Classé ainda era uma empresa independente e não fazia parte do Grupo B&W. Em 2001, antes de eu estar envolvido, a Classé passou a fazer parte do Grupo B&W. Um ano mais tarde saí da Madrigal Audio Labs (Mark Levinson e Proceed) para entrar na Classé, de maneira que foi então que me encontrei pela primeira vez com o pessoal da Som Maior. Durante todo o nosso relacionamento, tanto os fabricantes da indústria de áudio especializada quanto seus revendedores e distribuidores, foram desafiados por mudanças importantes na tecnologia. Precisamos de distribuidores inteligentes e dinâmicos como a Som Maior, que acompanham as mudanças e a demanda tanto quanto nós mesmos. Eles são benéficos para a marca Classé, o que reforça nosso relacionamento e o respeito que temos pelo bom trabalho que realizam.

Revista Som Maior: *A Classé está satisfeita no que se refere às expectativas depositadas nessa parceria?*

David Nauber - Classé: Sim, com certeza. Estamos muito felizes com a maneira pela qual a Som Maior representa a Classé, especialmente levando em consideração que no Brasil ela tem um desafio maior do que virtualmente qualquer dos nossos distribuidores nos mercados mais importantes no que diz respeito aos custos da realização de negócios. Embora o mercado brasileiro seja bastante grande, ele é limitado pelos custos excessivos de importação. A Som Maior enfrenta esse desafio através do investimento, proporcionando showrooms de classe mundial e um atendimento extraordinário. Ela proporciona a experiência premium que nossos clientes merecem.

“A Som Maior é, sem dúvida alguma, um dos melhores distribuidores da B&W e da Classé de todo o mundo.”

David Nauber
Classé

Revista Som Maior: *Qual é sua análise do mercado brasileiro para a Classé? Qual a sua importância para a marca?*

David Nauber - Classé: A economia brasileira é a sétima do mundo e existe um nível substancial de riqueza, tornando o seu potencial de negócios até maior do que o de uma economia maior mas menos desenvolvida, como a da Índia. Apenas esse potencial já faz do Brasil um mercado importante para qualquer fabricante de áudio e vídeo high end. Sua influência na América do Sul torna isso ainda mais importante. Graças a pioneiros na indústria, dinâmicos e entusiasmados, como Luis Zattar, incentivando a bem conhecida paixão do povo brasileiro, existe um grande mercado para sistemas de áudio de elevado desempenho no Brasil. Isso é da maior importância para a Classé.

Revista Som Maior: *Como você classificaria a qualidade dos distribuidores da Classé ao redor do mundo e, entre eles, a da Som Maior?*

David Nauber - Classé: A Som Maior é, sem dúvida alguma, um dos melhores distribuidores da B&W e da Classé de todo o mundo. Ela conhece seus produtos, é capaz de demonstrar o seu valor e lhes dá suporte de pós-venda. Ela faz tudo que poderíamos desejar de uma organização de distribuição de primeira classe. Parabéns a ela pelos seus trinta anos de desempenho de classe mundial! 🎵

Costumo dizer que minha história na Som Maior iniciou desde o primeiro dia de sua inauguração quando estava sendo oferecido um coquetel aos convidados e eu por acaso estava retornando da casa de um amigo já tarde da noite, passei em frente à loja e aquilo me chamou atenção. Uma vitrine pequena, mas repleta de aparelhos de áudio e vídeo com tudo o que havia de melhor na época. Fiquei impressionado e logo fui entrando, mesmo sem ser convidado e apreciando aquilo tudo, prometendo pra mim mesmo que algum dia seria cliente daquela loja.

Alguns dias se passaram e fiz então aquela tão sonhada visita onde conheci pela primeira vez aquele que mais tarde seria o meu patrão e que serviria de exemplo para minha carreira profissional e também minha realização pessoal. Lembro que ele até tentou me vender alguma coisa naquele dia mas logo viu que o que estava oferecendo não estaria ao meu alcance, mesmo assim foi sugerindo várias opções mais em conta para tentar encaixar no meu orçamento. Fiquei com aquele papel por vários dias no meu bolso e sempre passava em frente à vitrine durante a noite e ficava sonhando com aquelas configurações sugeridas.

Na época eu estava começando minha vida sozinho vindo de outra cidade e tinha que me manter com o salário que ganhava trabalhando numa loja de departamentos também recém chegada a cidade. Nessa loja, o meu chefe, que era uma pessoa bem mais experiente que eu na área comercial, gostava muito de áudio e vídeo e logo ficamos amigos; mais tarde ele foi convidado pelo Luis para trabalhar na Som Maior. Sempre que nos encontrávamos ele dizia que assim que tivesse uma oportunidade ele me chamaria para trabalhar com ele pois sabia que era meu sonho e confiava muito em mim. Esse convite veio logo nos meses seguintes, em março de 1984 e estou aqui até hoje.

Fiquei alguns meses trabalhando junto com os dois onde adquiri muita experiência comercial e também em áudio e vídeo. No ano seguinte inauguramos uma nova filial em Blumenau e eu fui pra lá para cuidar da loja. No início junto com o Luis e depois, sozinho onde fiquei por 10 anos. E foi em Blumenau que conheci minha esposa, mãe de meus dois filhos que me acompanhou praticamente desde o início da história da empresa e a quem devo muito pela dedicação e compreensão pelos dias e horas que tive de deixá-los sozinhos para dedicar-me às viagens, eventos e assuntos da empresa.

Em 1990, com a abertura de mercado, surgiu a oportunidade de trabalharmos com os importados e o Luis me enviou alguns aparelhos para demonstração na loja. Foi onde eu passei a conhecer outra esfera do áudio que me causou muita expectativa e tudo me levava a crer que viria para ficar, pois existia um excelente nicho de mercado no Brasil e essa era a nossa paixão e portanto, também o nosso negócio.

Costumo dizer que existiram várias fases na história da Som Maior e me orgulho de fazer parte de todas elas.

O Luis sempre foi um grande empreendedor e mostrou sempre para todos que trabalharam com ele, que ele faz o que realmente gosta, respeitando muito os nossos clientes. Isso foi o que fez com que eu ficasse por tanto tempo na empresa, pois eu compartilho desses mesmos sentimentos e como sempre apareceram novos desafios pela frente, pudemos contar um com o outro para superá-los com muita garra e paixão pelo que fazemos.

Para quem conhece este mercado há muitos anos sabe do que estou falando, pois passamos por vários governos e, junto com eles, várias mudanças na economia onde sempre o que primeiro parava era o nosso mercado de áudio e vídeo. Com a abertura do mercado, também apareceram vários importadores de diversas marcas e com isso a oportunidade dos clientes experimentá-las, o que fez com que perdêssemos algumas vendas inicialmente, mas logo em seguida, decepcionados pela má experiência com esses produtos e também com a falta de uma boa assistência técnica pós-venda - o que é um dos grandes diferenciais da Som Maior - esses clientes passaram a ser fiéis até hoje e também os principais indicadores de nosso trabalho.

Com várias marcas no nosso portfólio e algumas delas conosco até hoje, o desafio sempre foi mantê-las no mercado e isso só se consegue com muito trabalho, dedicação e reconhecimento dos clientes, muitos deles

CONTINUA >



Giovani Roberto de Souza
- Gerente Comercial
- Joinville-SC
- Colaborador desde 1984

Roberto

conosco desde o início e sempre confiando em nosso trabalho.

Muitos me perguntam como eu consegui ficar tanto tempo trabalhando na mesma empresa e a minha resposta sempre foi a mesma: gosto e tenho paixão pelo que faço e tenho muita liberdade dentro da empresa para tomar decisões, sempre focadas na satisfação dos clientes. Também nesse tempo todo posso dizer que não me acomodei pois sempre apareceram novos desafios e sempre estamos criando, inovando e assim, parece que foi ontem que iniciei na empresa. Também me perguntam o que faço, qual o meu cargo e aí sim fica difícil de responder pois como a empresa não é muito grande e não é departamentalizada, faço um pouco de tudo mas me concentro mais na área comercial. Não gosto muito de títulos e sim de ser reconhecido pelo bom trabalho que presto à empresa e consequentemente aos clientes.

Nessa área conto com a ajuda do Kahlil, filho mais velho do Luis, que eu vi crescer pelo convívio com a família e que admiro muito como profissional e como pessoa, pois é também um grande empreendedor e aprendeu desde cedo que o cliente é a base de toda a empresa que quer crescer e se manter no mercado.

Não posso deixar de citar também a Silvana, esposa do Luis que hoje não contribuí mais diretamente com seu trabalho na empresa, mas que sempre foi uma grande companheira ao lado do marido por vários anos, em viagens ao exterior, visitando fornecedores e também nos eventos de áudio e vídeo realizados em nosso país, sempre ali ao nosso lado com toda aquela simpatia e positividade que sempre encantou os clientes.

Uma das minhas tarefas é ajudar na escolha de novos colaboradores que acabam sempre passando pelo meu crivo pois conheço logo quem gosta da área e demonstra ser comprometido, o que faz uma grande diferença no nosso negócio. Nossos clientes são a base de nosso negócio e nosso negócio é exceder expectativas, proporcionando entretenimento em áudio e vídeo, criando um mundo de magia e encantamento através de sistemas de alto desempenho. Para isso o colaborador precisa gostar muito da área e se especializar muito no que faz portanto, estamos sempre aprendendo com as montagens de sistemas no nosso showroom, nos nossos clientes e também em cursos realizados no exterior com os projetistas e fabricantes dos produtos que trabalhamos.

Normalmente quando os clientes chegam em nosso showroom não sabem exatamente o que vão encontrar pela frente, pois até então vieram motivados pela indicação de algum amigo ou parente ou por alguma propaganda de revista ou internet, o que fica muito vago, pois o que mostramos é outra realidade a qual eles jamais haviam tido a oportunidade de conhecer, por isso ficam impressionados com a experiência. Muitos se emocionam e tivemos muitos casos de pessoas que choraram no momento da demonstração ou depois em casa quando na entrega do sistema

“Nosso negócio é exceder expectativas, criando um mundo de magia e encantamento.”

Roberto
Colaborador

montado. A música tem este poder de mexer e emocionar as pessoas. Mas somente os sistemas bem montados com toda a preocupação em casar os aparelhos com os cabos até o posicionamento das caixas na sala e a acústica do ambiente é que realmente levam o cliente à uma outra esfera musical até então nunca conhecida ou proporcionada anteriormente. Esse é nosso diferencial, oferecer sistemas que irão garantir essa experiência, nos causando muita satisfação ao receber os feedbacks positivos.

Nesses anos todos na Som Maior fazendo o que gosto e com muita paixão pelo que faço, vejo que se todos que trabalham com áudio e vídeo nesse país realmente procurassem olhar este mercado não só pensando em fins lucrativos mas respeitando as emoções dos clientes, teríamos uma outra realidade onde as pessoas passariam a ter sistemas de boa qualidade e muito bem montados. Não quero dizer que esses profissionais não existam, mas sim que muitos só visam lucros, muitas vezes momentâneos.

Hoje não só temos o home theater como principal engrenagem que move nosso negócio, mas também o áudio estéreo high end com várias das melhores marcas do mundo e no qual tenho um carinho especial pois ele foi a base de tudo, desde o início onde aprendi a ouvir música de excelente qualidade com toca-discos de vinil e que continuam sendo a principal referência até hoje.

Para proporcionar magia e encantamento às pessoas é preciso conhecer o que se está oferecendo a elas, caso contrário não faz sentido fazer o que fazemos.

Tenho que reconhecer também que sem ter uma equipe comprometida e motivada não se chega a lugar algum e me orgulho muito da equipe que está comigo, sempre disposta a enfrentar novos desafios. Muitos deles, assim como eu, estão há muito tempo na empresa e sabem muito bem o que espero deles e eles esperam de mim. Defino isso como uma família que sonha sempre e batalha para realizar os sonhos dos clientes não se conformando apenas com o ótimo e sim com a excelência em tudo o que se faz.

Acredito que é somente com esses desejos incorporados em cada um de nós que conseguimos chegar até onde chegamos e conseguiremos ir muito além, servindo como exemplo para cada colaborador que entra em nossa empresa, e também para o mercado, que precisa de pessoas que realmente entendam o que é áudio e vídeo de excelente qualidade e saibam oferecer o melhor às pessoas.

Percebo na maioria de nossos clientes o reconhecimento por tudo isso que me refiro, e me causa uma grande satisfação, me mantendo até hoje fazendo o que faço e trabalhando nesta empresa. 

EDISON FREIRE - CLIENTE

Revista Som Maior: Conte um pouco sobre a sua relação com a Som Maior: Como você conheceu a Som Maior? Há quanto tempo é cliente? Como mantém a relação com a Som Maior? Costuma visitar o showroom? Alguma história interessante que pode contar sobre esse relacionamento?

Edison: Tudo começou quando, ao ver um anúncio da Som Maior, telefonei e fui atendido por Carlos Zattar com muita atenção, gentileza e segurança o que me fez tomar uma atitude temerária. Enviava dinheiro para a Som Maior enquanto decidia que aparelho comprar e quando seria entregue o equipamento. Por isso, entrei para a história desse gigante realizador de sonhos audiófilos me tornando o segundo comprador high end da sua clientela. Nunca tivemos um contratempo.

Na minha primeira visita a Som Maior (ainda em instalações bem diferentes das atuais) quando fui ouvir as caixas Yankee, fui apresentado à esposa de Luiz Zattar e a mesma ficou impressionada, achando mesmo uma loucura, uma pessoa se deslocar do nordeste, de tão longe, para ouvir uma caixa acústica. Coisas da audiofilia!

Sempre que possível visito a Som Maior na sua sede e nas feiras porque sei que sempre vou encontrar aquele “algo mais”. Afinal de contas que outra firma pode representar tantas marcas famosas?

Revista Som Maior: Quando a Som Maior começou e importar equipamentos high end você logo começou a adquirir esses produtos? Já tinha conhecimento sobre a tecnologia?

Edison: Com a chegada da Som Maior acabou a mesmice de Yamaha e Pioneer e nossos sonhos começaram a se tornar realidade. Poderíamos tocar e ouvir os high end do mundo e não apenas desejá-los nas fotografias das revistas especializadas. Por minhas mãos passaram marcas como Yankee, EAD, Counterpoint,

“Por isso, entrei para a história desse gigante realizador de sonhos audiófilos me tornando o segundo comprador high end da sua clientela.”

Edison Freire
Cliente

Rotel, B&W, Jeff-Rowland, JL Audio, Audioquest, Poweredge e outros que já não lembro.

Revista Som Maior: Com qual frequência costuma adquirir equipamentos de áudio e vídeo high end?

Edison: O mercado de som é muito dinâmico. Sempre surge um “guru” com alguma novidade e nós embarcamos nele. No tratamento digital do sinal é onde o “bicho pega”, a todo instante surgem “gênios” bolando novos algoritmos, novos filtros e nós ficamos curiosos em testá-los para ver qual a distância real do som digital para o analógico e para a reprodução ao vivo. Isso nunca vai ter fim. Hoje com a experiência que tenho cheguei a conclusão óbvia de que o que interessa é a música e não a tecnologia. Se ambas puderem andar juntas ótimo!

Revista Som Maior: Costuma comprar lançamentos e substituir os antigos?

Edison: Hoje estou mais cauteloso. O poder da mídia é muito forte e pode lhe induzir a comprar “gato por lebre”. Tenho muito cuidado na seleção e só compro depois de ouvir e fazer o balanço: será que vale?

Revista Som Maior: Quais as marcas que a Som Maior distribui que você mais admira?

Edison: Sem querer ser “político” todas têm seu mérito, porém tem duas marcas que admiro muito e as coloco no pódio: Jeff-Rowland e B&W.

Revista Som Maior: Como você desfruta dos seus equipamentos e com qual frequência?

Edison: Na música sou eclético. Ouço de tudo dependendo do meu estado de espírito. Em função dele, alguns minutos ou horas podem me tele-transportar para outros mundos imaginários, e quando volto, a vida tem outro sentido, as coisas têm outro valor. 

Edison Freire

-Médico
-Aracaju-SE
-Cliente desde 1986



*A sua vida pode
ser BRAVISSIMA.*

ONEVIG ▶▶



Mario

MARIO EGERLAND - CLIENTE

Revista Som Maior: Conte um pouco sobre a sua relação com a Som Maior: Há quanto tempo é cliente? Quando começou seu interesse pelo áudio?

Mario: Conheço a Som Maior e sou cliente desde a primeira loja na rua do Príncipe, em 1983, e posteriormente na rua XV de Novembro. Sou audiófilo desde a minha juventude. Comecei a ouvir concertos e óperas gravadas em discos 78 rpm ouvindo-as em “radio-vitrola”. Sempre procurei acompanhar a evolução da tecnologia de gravação das músicas e dos equipamentos de reprodução. Passei pelos LPS, gravador de rolo, fita cassete, CD e suas sofisticações buscando a melhor qualidade de reprodução, SACD.

Revista Som Maior: Para você, qual é o segredo do sucesso desses 30 anos da Som Maior? Como mantém a relação com a Som Maior?

Mario: Considero a Som Maior uma referência. Aprendi muito com o Luis. A Som Maior tem na pessoa do Luis a sua grande diferenciação. Aliás, neste momento, cumprimento o Luis pelo seu sucesso. O segredo do sucesso da Som Maior: o Luis, audiófilo apaixonado que uniu o seu hobby com o seu negócio, e cedo entendeu que deveria se diferenciar dos concorrentes e foi buscar, mundo afora, as evoluções tecnológicas em equipamentos de áudio e, em seguida, também de vídeo. Com esta determinação pessoal do Luis, a Som Maior se tornou a importadora exclusiva dos melhores equipamentos de som e imagem, com distribuição nacional por meio de uma rede de revendedores.

“Considero a Som Maior uma referência. Aprendi muito com o Luis. A Som Maior tem na pessoa do Luis a sua grande diferenciação.”

Mario Egerland
Cliente



Mario Egerland
-Empresário
-Joinville-SC
-Cliente desde 1983

Revista Som Maior: Quais as marcas que a Som Maior distribui que você mais admira?

Mario: Pessoalmente destaco as caixas acústicas B&W, o leitor de DVDS EAD, e o leitor de CDS WADIA. Entretanto, para os meus momentos de audiófilo, o melhor som continua sendo o dos LPS escutados em equipamento valvulado.

Revista Som Maior: Como você classifica o showroom da Som Maior? Costuma visitar?

Mario: A nova sede com as salas de showroom são simplesmente fantásticas. Costumo visitar a Som Maior, e curtir as últimas novidades em som e, óbvio, também em imagem, agora também com equipamentos de vídeo 3D. Simplesmente fantástico! Imperdível curtir os equipamentos de reprodução (toca-discos) de LPS.

Revista Som Maior: Com relação ao atendimento e o pós-venda da Som Maior, como você classifica? Os profissionais são qualificados e atendem às suas necessidades?

Mario: Destaco a formação da equipe de profissionais que integram a Som Maior, alguns há 30 anos, como é o caso do Roberto. Com esta equipe, a Som Maior tornou-se também referência no atendimento personalizado do cliente, tanto na orientação dos equipamentos adequados ao ambiente do cliente buscando sempre a melhor qualidade de som e imagem, como também na instalação dos equipamentos no ambiente do cliente por meio de uma equipe técnica altamente comprometida com qualidade. Parabéns Luis! Parabéns equipe Som Maior! 🎵

Marcos

Revista Som Maior: Conte um pouco sobre a relação da Euroaudio com a Som Maior: Como conheceu a Som Maior? Há quanto tempo é revendedor? Como mantém a relação com a Som Maior? Costuma visitar o showroom? Alguma história interessante que pode contar sobre esse relacionamento?

Marcos: Por volta de 1986 conheci o Luis, da Som Maior, em uma feira, quando nós dois éramos especializados na venda de equipamentos de áudio de marcas nacionais. Com o passar do tempo percebemos que não tínhamos como competir com grandes lojas, porém a importação não era permitida. Em 1990 quando a importação foi liberada, a Som Maior trouxe as primeiras marcas internacionais ao Brasil, sendo a pioneira no país na importação de equipamentos de áudio e vídeo high end. E foi em 1993 que visualizamos a possibilidade de comprar e revender os produtos trazidos pela Som Maior, nos tornando uma revenda. A partir daí a nossa parceria cresceu muito. Hoje visitamos constantemente o showroom juntamente com nossos clientes, pois pelo fato de estarmos próximos - a Euroaudio fica em Curitiba e a Som Maior em Joinville - esse deslocamento torna-se mais fácil. E essa experiência e contato são muito enriquecedores. Uma história interessante que ocorreu nesses nossos 20 anos de

relacionamento foi em 1996 quando, ao passarmos por um problema financeiro, recebemos apoio e ajuda da Som Maior que continuou acreditando em nossa parceria, fato que estreitou ainda mais o nosso relacionamento.



Revista Som Maior: Quando a Euroaudio começou parceria com a Som Maior você já tinha conhecimento sobre equipamentos de áudio e vídeo high end?

Marcos: Eu tinha conhecimento sobre equipamentos high end apenas lendo em revistas especializadas e quando tinha a oportunidade de viajar a outros países. Porém nunca havia tido um contato tão de perto. As feiras que a Som Maior inicialmente fazia, antes de ter o showroom, posicionava e expunha muito bem esses equipamentos, assim fomos conhecendo melhor sobre esse mercado. Foi com a Som Maior que realmente fomos aprendendo sobre produtos high end e ampliando nosso conhecimento.

“Foi com a Som Maior que realmente fomos aprendendo sobre produtos high end e ampliando nosso conhecimento.”

**Marcos
Revendedor**

Revista Som Maior: Quais as marcas que a Som Maior distribui que você mais admira?

Marcos: Sabemos que todas as marcas que a Som Maior distribui são de alta qualidade, são produtos super top, o que de melhor há no mercado high end. Dentre as marcas que eu destaco estão a B&W, que considero o carro-chefe da Som Maior, a Classé, a Jeff Rowland e os projetores da SIM2.

Marcos Pereira
- Diretor da Euroaudio
- Curitiba-PR
- Revendedor desde 1993





Eleonora Borges
- Rio de Janeiro
- Cliente desde 1998

ELEONORA BORGES - CLIENTE

Revista Som Maior: Conte um pouco sobre a sua relação com a Som Maior: Como você conheceu a Som Maior? Há quanto tempo é cliente? Como mantém a relação com a Som Maior? Costuma visitar o showroom? Alguma história interessante que pode contar sobre esse relacionamento?

Eleonora: Conheci a Som Maior em 1998, quando eu e meu marido estávamos em uma feira de áudio, no Morumbi, São Paulo e quando um amigo me recomendou que eu fosse conhecer o showroom da Som Maior, que era a maior e melhor representante de equipamentos de áudio do Brasil.

Ao chegar naquela sala, me deparei com um par de B&W 800 tocando JLSANG, de Adolphe Adam (Cantate Domino) e não saí mais de lá. Para mim a visita à feira tinha chegado ao fim. Nada mais me interessou. Foi amor à primeira vista. E foi após a feira que conheci e adquiri meu primeiro equipamento high end na Som Maior.

Revista Som Maior: Com qual frequência costuma adquirir equipamentos de áudio e vídeo high end? Costuma comprar lançamentos e substituir os antigos?

Eleonora: Procuo não ficar trocando de equipamentos com frequência. Sou fiel às minhas escolhas. Por isso, não aceito nada menos do que o melhor, dentro de minhas possibilidades. Mas já fiz up grade, dentro da mesma linha de produtos, cerca de duas vezes nesses quinze anos, substituo mesmo apenas quando o novo modelo é infinitamente melhor do que o que já possuo.

Revista Som Maior: Quais as marcas que a Som Maior distribui que você mais admira?

Eleonora: Wadia, que, ao meu sentir, não existe leitor de CDs com semelhante qualidade; Jeff Rowland, para power e pré, e, falando em cinema, não pode faltar um Meridian 861 (que qualidade...). Agora, sem as B&W 800 Diamond, nada disso ficaria completo...

Revista Som Maior: Como você desfruta dos seus equipamentos e com qual frequência?

Eleonora: A frequência varia muito, pois tenho um ritmo de vida agitado, mas meu equipamento de áudio, a forma que mais gosto de desfrutar é tomando um vinho e sozinha, para verdadeiramente provocar meus sentidos, da forma mais intensa e pura. Mas também adoro ver filmes e escutar música ambiente com a família e amigos, ocasiões que, por vezes, passo a exibir as “gracinhas” dos equipamentos (como o som em DTS, ou explorando a noção de “palco”, em stereo), deixando todos surpreendidos com sua qualidade.☺

“Ao chegar me deparei com um par de B&W 800 tocando JLSANG, de Adolphe Adam (Cantante Domino) e não saí de lá. Foi amor à primeira vista.”

Eleonora Borges
Cliente



Massimo Zecchin

-Diretor de Vendas Internacionais da SIM2
-Pordenone - Itália
-Fornecedor desde 2000

MASSIMO ZECCHIN - FORNECEDOR

Revista Som Maior: *Como teve início a parceria entre a SIM2 e a Som Maior? Quanto tempo levou? Você lembra exatamente em que ano? Como está hoje esse relacionamento?*

Massimo - SIM2: Iniciamos nossa relação de negócios com a Som Maior exatamente em novembro de 2000, um momento chave para a SIM2. Foi o ano do lançamento da linha SIM2 Grand Cinema, que foi uma revolução no mercado do home theater. Ela foi a primeira plataforma de projetores do mercado projetada especificamente para aplicações de home theater (enquanto todas as outras marcas estavam habituadas a vender projetores projetados para escritórios e aplicações corporativas). Tivemos, assim, que selecionar os distribuidores certos em todo o mundo para a comercialização desses novos produtos, como o HT 200, um marco em nossa indústria. Naquela época, Luis Zattar possuía todas as características para a comercialização apropriada dos esforços da SIM2 em pesquisa e desenvolvimento. A parceria com a Som Maior, uma das mais duradouras da rede da SIM2, é agora excelente. Trata-se de negócios, mas as pessoas vêm em primeiro lugar. Nós nos compreendemos uns aos outros, pedindo, é claro, cada vez mais, mas sempre dentro de um nível de lealdade, sabendo cada um aquilo que é possível.

Revista Som Maior: *A SIM2 está satisfeita no que se refere às expectativas depositadas nessa parceria?*

Massimo - SIM2: Estamos extremamente satisfeitos. Graças ao trabalho do Luis, do Kahlil e da sua equipe, percebo uma constante melhoria na capacidade da rede de revendedores de comercializar nossos produtos. Na verdade o mix de modelos vendidos subiu para um nível mais elevado, o que significa que existem agora mais clientes que escolhem os melhores modelos em comparação com poucos anos atrás. Isso não acontece porque o poder aquisitivo dos brasileiros cresceu, mas devido ao

bom trabalho feito pela Som Maior e pelos vários revendedores que trabalham com a SIM2.

Revista Som Maior: *Qual é sua análise do mercado brasileiro para a SIM2? Qual a sua importância para a marca?*

Massimo - SIM2: O mercado brasileiro é, há vários anos, muito importante para a SIM2, sendo um dos cinco principais em vendas. Esse resultado é ainda mais promissor levando-se em consideração os pesados impostos que afetam o preço dos projetores. Fico sempre feliz quando vou ao Brasil. Sinto em todos e em todos os níveis, uma estimulante e contagiosa “vontade de fazer”. Penso que essa atitude dos brasileiros, combinada com a capacidade do país, está impulsionando o crescimento do gigante da América do Sul. Por outro lado, em outras regiões

“A parceria com a Som Maior, uma das mais duradouras da rede da SIM2, é excelente.”

Massimo
Fornecedor

do mundo existe nas pessoas uma espécie de depressão, e não apenas pelas más condições da economia. É algo mais profundo, mais psicológico.

Revista Som Maior: *Como você classificaria a qualidade dos distribuidores da SIM2 ao redor do mundo e, entre eles, a da Som Maior?*

Massimo - SIM2: Em quase vinte anos a SIM2 criou uma rede de distribuição cobrindo 55 países, estando capacitada a comercializar adequadamente seus produtos de vídeo high end. Porém, a Som Maior é, com certeza, um dos nossos melhores parceiros de todo o mundo. A paixão pelos produtos high end e pela vida conduz a forma como ela faz negócios. Isso é de extrema importância ao falarmos com clientes exigentes e dispostos a investir grandes orçamentos para possuírem entretenimento de alta qualidade em suas casas. Os showrooms da Som Maior estão entre os mais extraordinários que já vi em todo o mundo (eu os chamo de “as sete maravilhas do mundo do áudio e do vídeo”). Foi um grande investimento, mas muito útil para demonstrar que boas emoções e vibrações que podem ser proporcionadas por bons equipamentos. Além do mais, aprecio as comunicações de nível muito elevado que a Som Maior utiliza. Esta “newsletter” (se é que ela pode ser assim simplesmente chamada) é, mais uma vez, a publicação mais profissional e bem feita que já vi entre nossos (e não somente entre os nossos) distribuidores. 



Luis Assib Zattar

Fundador da Som Maior

Revista Som Maior: *Fale um pouco sobre como iniciou a Som Maior: O que mais te motivou? Quais foram os sonhos iniciais, eles foram realizados? E as dificuldades, como foram dribladas? Como você analisa a evolução da empresa desde início da sua composição até os dias de hoje?*

Luis Zattar: Quando estava me formando em engenharia civil na UFSC, comecei a trabalhar em uma loja de som em Florianópolis, o que era um sonho para um amante do áudio e da música.

Tinha 24 anos! Depois de formado, decidi abrir uma loja de áudio em minha cidade, pois achava que havia espaço para uma empresa dedicada ao áudio de alta qualidade, com um atendimento qualificado, diferenciado e personalizado. Nosso primeiro slogan foi “Uma Nova Proposta em Som”.

Dos sonhos que tinha para a empresa, posso afirmar com orgulho que os alcancei. Logicamente lutamos para melhorar nossos serviços e produtos diariamente, mas temos a maioria absoluta dos nossos clientes plenamente satisfeitos com nossos produtos e principalmente com nossos serviços, atendimento diferenciado, conhecimento e soluções.

Dificuldades, com certeza tivemos, e muitas, como toda empresa empenhada em crescer atendendo cada vez melhor seus clientes!

As maiores foram quando decidimos abrir nossa filial em Blumenau, e devido ao aumento expressivo de vendas e conseqüentemente de necessidade de crédito, precisamos recorrer a um empréstimo bancário, e mais tarde quando resolvemos em 1994 nos dedicar exclusivamente ao segmento high end que atuamos hoje, abandonar o comércio varejista e vender as instalações das lojas.

A Som Maior nasceu de um sonho alicerçado em meu amor pela música e pelo áudio de alta performance, capaz de despertar nossas melhores emoções!

Posso dizer que sou feliz com o resultado que consegui alcançar com a ajuda incansável da minha esposa Silvana e de todos os colaboradores, do meu braço direito Roberto ao meu filho Kahlil, que está no dia-a-dia da empresa com exemplar dedicação e profissionalismo.

Hoje a Som Maior é referência nacional e um grande exemplo internacional de empresa dedicada ao segmento high end.

Revista Som Maior: *Ao completar 30 anos a Som Maior mantém acesa a paixão pela música que na verdade inspirou a fundação da empresa? Essa paixão continua dando ritmo no seu dia-a-dia e te motivando?*

Luis Zattar: Sem dúvida a música é a razão maior da nossa existência, os melhores equipamentos não teriam razão de existir se não fosse pelo objetivo de reproduzi-la com o maior realismo possível, nos arrepiando e despertando sensações ao ouvir nossas peças musicais preferidas, seja uma sinfonia de Mahler, uma ópera de Verdi, o jazz de Miles Davis ou um rock do Zeppelin!

Revista Som Maior: *Quando começou o seu interesse pelo universo do áudio e vídeo high end? E como é ser considerado o pioneiro no Brasil ao ingressar nesse segmento? Afinal, você é o responsável pela introdução desses equipamentos no país.*

Luis Zattar: Me interessei pela música e pelo áudio de alta qualidade (não havia ainda o termo high end) desde cedo, na minha pré-adolescência, quando ouvia o sistema hi-fi stereo Philips do meu pai. Depois que ganhei meu primeiro sistema de áudio (Gradiente/Polivox/Akai/Dual/Teac), não parei mais de pesquisar e adquirir, dentro das minhas condições, sistemas de alto desempenho! Não me importo muito com isso de ser pioneiro, pois na verdade posso ter sido um dos primeiros a tentar difundir o conceito no “pós-reabertura das importações em 1990”, mas havia muitas pessoas interessadas em áudio high end na época, apenas faltavam empresários que acreditavam neste nicho de mercado. Neste aspecto a Som Maior foi pioneira.

“A Som Maior nasceu de um sonho alicerçado em meu amor pela música e pelo áudio de alta performance, capaz de despertar nossas melhores emoções!”

Revista Som Maior: *Como você define “um mundo de magia e encantamento” que a Som Maior proporciona aos seus clientes? Conte-nos um caso que exemplifica a realização dessa missão da Som Maior e como você se sente ao realizar os sonhos desses clientes.*

Luis Zattar: Quando resolvi construir a sede atual da empresa e realizar o sonho de ter um espaço com salas acusticamente planejadas para reproduzir da melhor maneira possível o ambiente de uma sala de concertos, um clube de jazz ou uma sala de cinema top de linha, o que realmente me motivou foi poder mostrar aos meus possíveis clientes o quanto de emoção e prazer um sistema high end pode proporcionar quando bem instalado num ambiente assim.

Magia e Encantamento foi o que vi e senti nas pessoas que nos visitavam e adquiriam nossos sistemas, portanto foi um slogan natural que surgiu.

Temos muitos clientes que ficam extremamente felizes quando recebem o sistema instalado e ajustado em suas residências, mas um que pessoalmente me gratifica é o de um amigo, que após terminar de decorar seu enorme apartamento em São Paulo, me disse: “Luis, de tudo que investi neste apê, o melhor foi este sistema de Home Cinema que você me vendeu. Simplesmente fantástico!” Isso é gratificante e me realiza como pessoa e empresário. 

Luis



Luis e Silvana Zattar
- Fundadores da Som Maior
- Joinville-SC

A Som Maior, por Silvana Zattar

Era uma vez uma menina e um menino... Assim também poderia começar nossa história de vida, nossa história profissional e nossa história de amor.

Éramos muito jovens ainda quando tudo isto começou...

O Luis sempre foi louco por som. Quando adolescente, tinha uma banda que tocava apenas na garagem de casa. E, mais tarde, em 1977, tornou-se o primeiro DJ de Joinville. Foi nesta época que começamos a nos aproximar, já que eu e minha turma de escola vendíamos os ingressos para as “baladas” que ele promovia nos clubes da cidade. E assim não demorou muito, fomos nos envolvendo e teve início uma grande história.

Quatro anos mais tarde, quando estávamos ainda no último ano de faculdade, nos casamos. E como o Kahlil já estava a caminho, o Luis começou a trabalhar em uma loja de som como vendedor, unindo o útil ao agradável: a paixão pela música e a necessidade de prover a família.

O resultado desta experiência foi que, ao nos formarmos na faculdade, resolvemos voltar para Joinville, vender o único bem que o pai do Luis havia nos deixado e abrir uma loja de áudio de alta qualidade, batizando-a de Som Maior. Arriscamos tudo: vendemos o apartamento e fomos morar de aluguel... Todas as nossas fichas apostadas num único negócio, novo e arrojado. Pelo menos não precisamos fazer dívidas com o banco! Logicamente, todos ficaram chocados com a nossa atitude, pois o ano era 1983, o Brasil em plena crise econômica, com inflação na casa dos 20% ao mês... Parentes e amigos diziam que éramos loucos! Uns quinze dias antes da nossa inauguração, instalou-se próximo uma grande loja, filial de uma rede de departamentos de Curitiba. Logo descobrimos que seria uma concorrente direta, também loja de som. Nossa! Foi um nocaute antes mesmo de começarmos.

Mas fomos em frente, pois acreditávamos no nosso sonho e na nossa capacidade, e após uns três anos eles fecharam as portas. Xequemate, dessa vez da nossa parte.

A paixão pelo som e o sonho deste empreendimento eram tão grandes e contagiantes no Luis, e sempre me envolveram de tal maneira que jamais tive dúvidas que daria certo. Lembro que, nestes 30 anos de empresa, tivemos vários momentos de incerteza em decisões importantes, mas eu sempre repetia: vamos em frente, e se precisamos começar de novo, será com mais experiência que antes. Era o meu mantra.

Com pensamento positivo, o vento soprou a favor e o negócio navegou de vento em popa. De dois em dois anos, abríamos uma nova loja.

Claro que nos primeiros anos dividir o tempo entre o trabalho e as crianças não foi tarefa fácil. Trabalhávamos muito e, em 1990, com o início da importação dos equipamentos high end, começaram as viagens: íamos muito ao exterior para feiras de lançamento de produtos, visitar fornecedores e também saíamos à procura de revendedores pelo Brasil todo. Isso nos deixava com pouco tempo de dedicação familiar, o que sempre me causou peso na consciência, confesso. Felizmente sempre pudemos contar com a ajuda dos bons avós.

Portanto, como podem perceber através deste singelo texto, o início da Som Maior coincidiu com o início do nosso casamento e da criação dos nossos filhos (hoje, nosso maior orgulho), o que não foi fácil, como tudo na vida. Grandes conquistas vêm com grandes sacrifícios, “No pain, no gain”! E o que tenho a dizer hoje é que cada momento de dificuldade, insegurança e exaustão, cada discussão e noite sem dormir, valeu muito a pena, pois alcançamos aquilo que é a Som Maior hoje: orgulho de quem fez e de quem continua fazendo o melhor! 🎵

Equipamentos que marcaram época

Conheça os lançamentos importantes que fazem parte dos 30 anos da Som Maior

Assim como as paradas musicais de sucesso e os campeões de bilheteria no cinema, o mercado de equipamentos de áudio e vídeo high end também foi marcado por importantes, consagrados e premiados lançamentos das mais conceituadas marcas do mundo, que fazem parte da história da Som Maior.

Confira quais os produtos que mais marcaram esses 30 anos de história.



1987

Linha Esotech Gradiente

A Som Maior traz ao mercado a linha Esotech, equipamento modular e superior a todas as outras linhas fabricadas na época. O equipamento era o que de melhor se produzia no país nesse período.

1983



Serie 800 Matrix B&W

1990

O ano marca o início das importações pela Som Maior, que começa a trazer produtos das mais conceituadas marcas internacionais, como a B&W. A B&W Serie 800 Matrix foi uma grande revolução na indústria do áudio high end, e logo foi adotada como monitores de estúdio pelos mais famosos estúdios de gravação do mundo na época, como Decca, EMI e Deutsche Grammophon.

1993

Nautilus, o maior ícone da história da B&W

A Nautilus “emergiu” da B&W após cinco anos de árduo desenvolvimento. Na busca de uma caixa acústica perfeita, os engenheiros chegaram a um conjunto de alto-falantes e gabinetes tubulares com desenho revolucionário que eliminam cada traço de ressonância interna.



2000

Projektor DLP HT200 da SIM2

O primeiro projetor digital (com tecnologia DLP) projetado e construído especificamente para uso em home theater. Possuía resolução de 800x600 pixels, lente com zoom de alta definição, inovações na roda de cores e com uma relação de longo alcance para fazer um verdadeiro cinema em casa, com projetor projetando as imagens detrás dos espectadores.

Da paixão pela tecnologia à conquista de uma paixão: a Hi-Store

O engenheiro que virou empreendedor do mercado de áudio e vídeo



Showroom Hi-Store: Sala Splendour, composta por caixas B&W, eletrônica Rotel e NAD, projetor SIM2 e Media Server Meridian.

O apreço de seu fundador por tecnologia, áudio e vídeo deu início a Hi-Store. O princípio foi marcado pela realização de projetos apenas para amigos e conhecidos na cidade de São Paulo, o que lhe trouxe prestígio e a confiança de seus clientes. Como consequência, as indicações começaram a acontecer, surgindo, assim, a necessidade e a oportunidade de criar um negócio exclusivo.

A loja, instalada em 2011, está localizada em Campinas-SP, atendendo todo o interior do estado e grande São Paulo em uma sede de 500m², com destaque para três salas dedicadas e completas de home theater para que os clientes possam apreciar e vivenciar tudo o que pode ser realizado no conforto de suas residências.

Fábio Gagliardo Marinho, diretor e fundador da Hi-Store, relata que “o mercado de São Paulo assimila com mais naturalidade as empresas que prestam serviços de alta qualidade e com isso conseguimos adquirir o respeito dos clientes e a garantia de nossa maior propaganda, que é feita por eles.” Esse ótimo relacionamento e a grande procura por produtos e serviços de tecnologia com alta confiabilidade fez com que a Hi-Store crescesse e, como consequência, firmasse parceria com engenheiros e arquitetos, profissionalizando ainda mais o negócio.

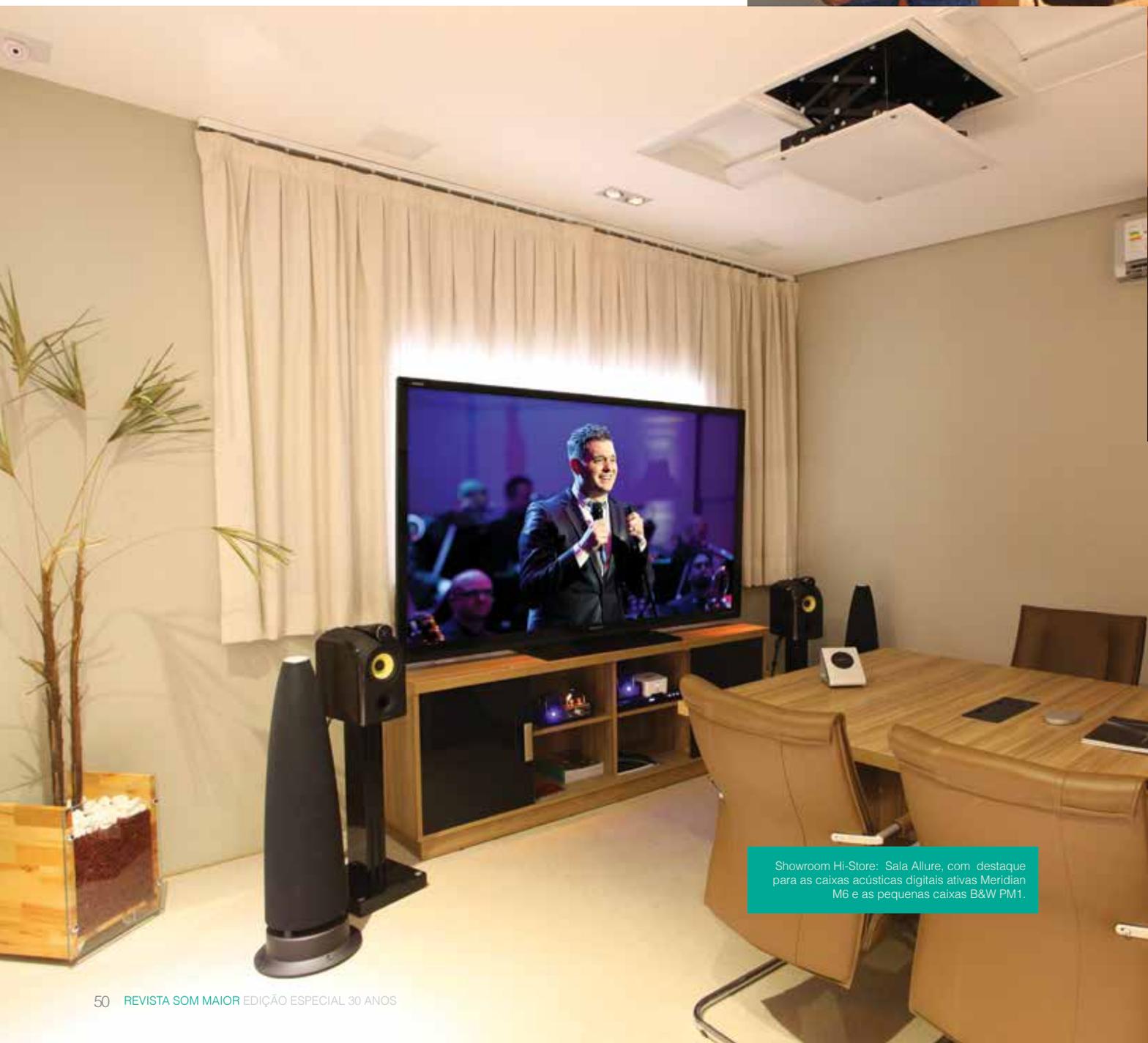
“Agora o nosso grande desafio é vender produtos de maior valor e performance, já que nossas salas praticamente vendem-se sozinhas no mercado de Campinas”, afirma Fábio. Para alcançar esse objetivo a Hi-Store conti-

nuará sempre oferecendo o que há de melhor e, em parceria com a Som Maior, pretende trilhar uma história digna e de muito sucesso. “Queremos investir cada vez mais em home theater high end e, quem sabe, montar mais uma sala em 2013 e duas em 2014. Junto com a Som Maior, queremos elevar a exposição das principais marcas, como B&W, Rotel, NAD, SIM2, AudioQuest e Classé, sempre oferecendo todo um portfólio de alta fidelidade”, completa o diretor da Hi-Store.

Formado em Engenharia Civil, Fábio sempre foi amante da tecnologia e viu no mercado de áudio e vídeo high end e de automação residencial a oportunidade de realizar sua paixão, além de concretizar o sonho de pessoas que buscam segurança, conforto e comodidade para usufruírem do lazer junto com suas famílias.



Fábio Gagliardo Marinho
-Diretor da Hi-Store



Showroom Hi-Store: Sala Allure, com destaque para as caixas acústicas digitais ativas Meridian M6 e as pequenas caixas B&W PM1.



Showroom Hi-Store: Home Theater Oasis, composto por caixas B&W Série 800 Diamond, pré-processador e amplificadores Rotel, toca-discos Clearaudio e projetor SIM2 Crystal 35.

Com uma carteira diversificada de clientes especiais, que buscam conforto e performance diferenciada (sendo, em muitos casos, a sua primeira experiência em home theater high end e automação), a Hi-Store oferece atendimento e projetos sempre de forma personalizada, gerando assim uma afinidade junto ao cliente. Para alcançar esse diferencial de atendimento e satisfazer aos clientes, ela trabalha no conceito que a empresa chama de “clean-up”, que se refere ao tripé Transparência, Limpeza e Discrição. Ou seja: Transparência - desde o momento da apresentação dos produtos, elaboração da proposta, colocação de dúvidas pertinentes e contratação, para que os clientes sintam confiança plena em que os produtos oferecidos serão os mais adequados; Limpeza - profissionais da área de instalação com boa aparência e capazes de dialogar e efetuar vendas junto aos clientes; Discrição - no sentido de manter sigilo em relação a objetos pessoais e decorativos dos clientes.

Por meio desses diferenciais a Hi-Store é reconhecida através da satisfação dos clientes, das indicações de outros clientes pelos já existentes e da confiança dos fornecedores e parceiros. E todo esse sucesso é conquistado com o trabalho de uma equipe formada por diretor, gerente, programador, projetistas, técnicos de instalação, instaladores e eletricitistas.

Apesar desse sucesso, a Hi-Store não para por aí. A expectativa para 2013 é de aumentar o faturamento em 50% na área de home theater. “Pretendemos buscar novos profissionais de qualidade, além de manter proximidade com os fornecedores, cultivando maior confiança e conhecimento sobre os equipamentos já oferecidos, que são atualizados todos os meses”, revela Fábio, que ainda acrescenta: “Quando novidades surgirem, como a tecnologia 4K, estaremos prontos para atender.”

ONDE TODO DETALHE IMPORTA,
NÓS TEMOS A SOLUÇÃO.



Projetos personalizados, atendimento com excelência para a necessidade de cada cliente nas áreas de áudio, vídeo e automação de equipamentos e iluminação. Entre em contato conosco e encontre a melhor solução para cada ambiente.



Versão
Brasileira

áudio, vídeo e automação

Rua Santa Maria do Itabira, 58 – Bairro Sion – Belo Horizonte

31.32275090 comercial@versaobrasileira.com.br

www.versaobrasileira.com.br

O estranho caso das emoções interrompidas

Terceira e última parte

As primeira e segunda partes deste artigo deixaram claro para você leitor que o áudio de alta-qualidade –o ‘miôlo’ hard-core do seu, do nosso hobby– nunca foi uma invenção com a paternidade de alguém, mas sim uma evolução multicolaborativa mais ou menos contínua, cheia de tropeços, enganos e marchas e contra-marchas. Entre as grandes pedras no seu caminho houve a dramática Grande Depressão (1929~1933) e suas consequências planetárias: a pesquisa para engenhos usados numa guerra mundial que matou 50 milhões de pessoas, com nações simplesmente suprimidas; e o saque coordenado, feito pelos vencedores, da tecnologia de ponta de uma nação moribunda. Visto de longe, é inacreditável que algo criado para divulgar e preservar algo tão sublime como a expressão musical do espírito humano tenha tido valores tão sórdidos e baixos como fatores determinantes na sua evolução!

Neste ponto da nossa história falta juntar coisas aparentemente não relacionadas entre si, como o microsulco - o AEG Magnetofon - o shape elíptico de um diamante de dimensões literalmente microscópicas; os ímãs AlNiCo; o corte de discos de alumínio (“acetatos”) revestidos com tinta automotiva em um torno vertical; plásticos, agora acessíveis em grande escala, e por aí vai, sem mencionar que, tecnologicamente falando, naquele momento a indústria fonográfica estava estacionada numa Terra de Ninguém, onde todo mundo berrava e o dinheiro falava ainda mais alto. Tudo isto somado, era uma bagunça muito ruim para os negócios e lucros, principalmente em termos globais, e não apenas locais ou regionais. Mais ainda. Dos escombros da Segunda Guerra Mundial surgira um grande vencedor o qual, casualmente, detinha os maiores e mais importantes grupos de mídia do planeta. E assim, o vital e derradeiro avanço final veio exatamente pressionado por esse personagem sem uma face definida: o lucro.

Por partes, você já viu aqui que a introdução do Magnetofon hi-fi não somente reduziu os custos da hora de estúdio, mas também permitiu a liberdade da locação de uma gravação qualquer fora do ambiente físico de um estúdio. Permitiu também, e pela primeira vez, que se estudasse em detalhes e com muita calma o melhor posicionamento de um microfone para uma determinada gravação, o surgimento das primeiras emissoras de FM semi-automáticas que divulgavam costa a costa nos Estados Unidos o mesmo conteúdo por meio dessa nova mídia de longa duração. E tão ou mais importante que todos os outros benefícios, o Magnetofon hi-fi fez parte de uma humilde e muito simples invenção que

solucionou um problema de custos de pós-produção da indústria fonográfica, problema esse que se arrastava desde seu berço: o direct cut (corte direto).

Mesmo antes da introdução do open reel como ferramenta de trabalho em estúdios, os selos já imprimiam qualquer conteúdo de duração superior a quatro minutos por meio de volumes feitos de papelão e cartão extra-resistente, com belíssimas artes gráficas na capa frontal e contendo, à guisa de folhas de um livro, até mesmo uma dúzia de invólucros cartonados que abrigavam discos de shellac de 78rpm. Esses volumes eram conhecidos como “Álbuns”. Retirados de um álbum, os discos de 78rpm deveriam ser consecutivamente inseridos no toca-discos em uma ordem pré-determinada. Eu vivi o fim dessa era e, realmente, o peso dos álbuns e a fragilidade dos discos exigiam uma atenção e trabalhadeira que nada tinha de lúdica. Na verdade, aquilo tudo era um “saco” !! Isto sem contar o senta,levanta,senta, da “poltrona preferida” e o caminhar até o toca-discos. O processo exigia isso.



EMT JPA 66

Outrossim, após a guerra a fatherland usiana agora nadava em dinheiro, algo muuuito diferente do que ocorrera há apenas cerca de década e meia atrás! E dinheiro traz consumo - de bens para a saúde, para a erudição e conforto e, claro, para a exteriorização do sucesso econômico-financeiro das pessoas. Nesse momento, se a indústria fonográfica agora tinha o open reel, estava mais que na hora de se desenvolver a sua contrapartida para o público,- isto sem perder de vista o fracasso comercial da RCA Victor na aceitação de discos de longa duração pelo público (1931). Esse erro havia traumatizado a indústria fonográfica local como um todo.

Mas qual foi a sequência de fatos que harmonizou e atendeu a essa demanda do grande público, superou o trauma causado pela RCA Victor e solucionou as disputas comerciais que eram tal e qual um saco chutado cheio de gatos brabos ?

Hummmm ... pelo começo ou, na verdade, por um

dos muitos começos possíveis que envolveram essa guinada comercial de mestre que mais tarde seria repetida com sucesso e ainda com maior precisão e nos seus mínimos detalhes com as mídias Compact Cassette, Musicassette (K7), Compact Disc (CD) e DVD.

É bem pouco conhecido e reconhecido que o sucesso da nova e futura mídia então prestes a chegar (mais uma na longa fila delas!) se deveu ao reestudo de conquistas já esquecidas naquela época. Essa atitude de não tentar reinventar a roda foi decisiva para a velocidade da evolução do processo como um todo. Mais rápido e também muito mais barato. Havia poucas patentes a serem incorporadas à nova mídia que já não fossem de posse dos mais interessados no seu surgimento. Desse reestudo ficou claro que deveria surgir um único formato para mídia de longa-duração, este aceito por todos os selos e regulado por normatizações.

Parece incrível, mas entre as normas foi necessário adotar o VU meter (Indicador de Unidade de Volume), então definido em 1942¹ para uma finalidade totalmente diversa! Essa definição falava da balística da agulha desse galvanômetro e o que exatamente deveria significar '0 VU'. Ambos, balística e 0 VU, são fundamentais, entre outras coisas, no processo de gravação/reprodução para a manutenção da melhor relação sinal/ruído, mantendo a distorção no mínimo e a resposta de frequências a mais ampla possível.

Havia também o Magnetofon, mas não suas fitas magnéticas! Foi preciso desenvolvê-las a toque de caixa e com características tais que deveriam se tornar padrões^{*2} para os ajustes do bias (polarização) do gravador open reel. Para essas fitas-padrão também deveriam ser estudadas curvas típicas para a equalização durante a gravação e reprodução para cada velocidade comercialmente viável [30, 15, 7-1/2, 3-3/4 e 1-7/8ips]. Nos EUA esses padrões de equalização foram estabelecidos em 1942 pela NAB® (National Association of Broadcasters, agora NARTB, National Association of Radio and Television Broadcasters) e suas sucessivas revisões em 1949, 1950, 1953, 1964 e 1965, bem como as curvas AME (Ampex Master Equalization). O mesmo se deu na Europa pelas organizações CCIR, DIN, IEC e a eternamente popular Nagra Master Eq. Os padrões NAB e CCIR, de fato, diferem entre si, mas o mais importante é que foram desenvolvidos sem levar em conta especificidades de



EMT JPA 66

marcas, fossem elas de fitas ou gravadores.

Neste ponto cumpre fortemente destacar que apesar das oito curvas de equalização (quatro para gravação e quatro para reprodução) desenvolvidas em cada lado do Atlântico, elas eram usadas de maneira transparente pelo usuário. Isto é, ao se optar por um modo de operação da máquina (rec. ou play) e uma das suas velocidades, a equalização pertinente a essa ação era aplicada automaticamente. Simples assim.

Isto foi possível porque os fabricantes de gravadores na verdade sempre foram integradores dos produtos que fabricavam: o transporte eletromecânico da fita, a eletrônica completa e os cabeçotes de apagamento/gravação/reprodução eram concebidos para formar uma máquina única, desde o início perfeita e pronta para o trabalho. Isso do lado da eletrônica profissional usada nos estúdios.

Do lado da eletrônica de consumo o caso era bem diferente: havia a gritaria dos concorrentes que populavam a Terra de Ninguém. Essa eletrônica fora levada para lá, aos trancos e barrancos, pelos próprios interessados. O público formador de opinião nunca foi ouvido sobre a possibilidade de produtos integrados e plug&play. Com a exceção dos consoles de madeira do passado (os "vitrolões" e rádio-vitrolas) e da tímida introdução em 1979 do padrão P-Mount / T4P pela Technics para braços tangenciais e cápsulas realmente plug&play, os fabricantes sempre evitaram a integração - em um todo único - de um sistema de áudio sério e de qualidade superlativa. Os "systems" da Gradiente e de tantos outros produtores similares não podem ser considerados como algo sério e sim como boomboxes gigantes. O mercado sempre foi - e ainda é - do tipo "cada fabricante por si e o consumidor que se vire".

1- O Indicador de Unidade de Volume (sonoro) ou VU Meter resultou de estudos feitos em 1939 pela Bell Labs. a pedido das redes radiofônicas estadunidenses NBC e CBS. A norma regulamentadora foi publicada pela ASA (Acoustical Society of America) em 1942 (C16-5 - 1942) e estava direcionada à telefonia e radiotransmissão. Os estúdios de gravação "pegaram emprestada" a norma para si próprios, pois como as emissoras de rádio eles também usavam mesas de mixagem.

2- Para a manufatura das fitas magnéticas algumas (na verdade, de início, bem poucas) empresas estadunidenses se apresentaram para o desenvolvimento das primeiras candidatas à posição de fita-padrão, tais como a Audiotape, a 3M e a Panacoustic. A 3M ("Scotch") produziu as suas primeiras fitas (Nºs 100 e 101) em papel, justamente porque o foco da empresa à época era a fabricação de lixas! Entenda que um produto-padrão não necessariamente significa que ele é o melhor, mas sim que ele é um marco técnico contra o qual outros produtos da mesma natureza e para a mesma finalidade serão comparados. Você sabia que no processo de sua fabricação as fitas que usavam como substrato polímeros como o Mylar e outros para o depósito da película de óxido magnetizável eram produzidas em bobinas muito largas? Sabia também que após sua produção as bobinas ficavam "descansando" para a estabilização total do produto e que, somente após isso, eram cortadas nas larguras de seu consumo usual, onde o produto premium provinha do centro da largura da bobina, enquanto aquelas destinadas ao mercado consumidor, dito de segunda linha, provinham das bordas da mesma bobina?

‘Que se vire merrmo ... merrrão !’ Não somente a integração dos diferentes componentes (cápsulas, cabos de interligação, válvulas e até mesmo transformadores de saída!) ficava - e ainda fica - por conta e risco do usuário final. Hoje, no jargão do comércio, essa liberdade de escolha é chamada de “improvements”. Lá, no passado, isso era chamado de DIY (faça você mesmo). Se os praticantes do DIY naquela época definitivamente ajudaram a popularizar o Hi-Fi, também eternizaram a situação dos enganos dispendiosos e até mesmo dos logros perpetrados por gente que nunca deveria ter saído de debaixo das pedras. Isto do lado da eletrônica, que nos vende componentes.

Do lado dos selos das gravadoras, estes, desde tempos antanhos, sempre estiveram dispostos a dar uma “mãozinha extra” ao usuário final, utilizando, de fato, cerca de (pelo menos) 370 curvas de equalização somente para os shellacs — se considerarmos a somatória daquelas para gravação e suas recíprocas para a reprodução dos mesmos discos.



Marantz Console Model 1

A AES

Para difundir o conhecimento do áudio profissional, a AES (Audio Engineering Society) foi criada em Nova York (1948) e entre seus fundadores estavam homens de visão técnica e comercial, entre os quais os fundadores da Pickering (fonocaptadores) e da lendária Fairchild (áudio eletrônica de performance muito elevada para estúdios de gravação).

A AES nasceu como contraponto à crescente força do também estadunidense IRE (Institute of Radio Engineers - hoje IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) que prestigiava a eletrônica e não a qualidade das informações de áudio. Sua primeira publicação foi a Audio Engineering (então, uma revista bem magrinha, magrinha) que acabaria por se tornar a importantíssima Audio estadunidense, enquanto da profissionalização da AES resultou o JAES (Journal of the Audio Engineering Society).

Embora dos dois lados do Atlântico simultaneamente tenha havido esforços singelos e sinceros na mesma direção e sentido, foi

Pior: excetuando aquelas dos super-selos (Columbia, RCA Victor e Decca), o infeliz tinha duas alternativas: ou ouvia o disco com a curva de playback errada ou ficava tentando achar algo parecido com aquela original. Não somente a equalização correta de playback não era aplicada de maneira transparente (como nos gravadores), mas para “enteirar o cargueiro da égua” os fabricantes de preamplificadores (um dos componentes) enchiam os painéis destes com um grande número de chaves e botões. A expressão knob twister surgiu exatamente para designar audiófilos com a “Doença de São Guido”, com seu eterno senta, levanta, senta, levanta, enquanto operavam um painel parecido com aqueles de navas de combate! Deus ... eu vivi isso!!!

Pois é, de knob twister para um audiófilo-melômano, desde então, há um abismo que todos nós tivemos que sobrepujar. Esse caminho começou a ser pavimentado em 1948 com a fundação da AES (Audio Engineering Society) e da publicação (então uma revista bem magrinha, bem magrinha) da Audio Engineering. A AES propôs o abandono das múltiplas curvas de equalização por uma única para a gravação e seu “espelho” para a reprodução dos discos. Ela resolveria os problemas da distorção, ruído e tempo máximo de gravação por face do disco. Bem, apesar de tantas loas à força da difusão do conhecimento, o assunto padronização nem de longe foi resolvido, apenas pôs mais lenha no bate-boca.

Entra em cena a RIAA (Recording Industry Association of America). Criada em 1952 com a finalidade específica de representar a indústria fonográfica (isto é, os mais de 1.600 selos americanos) bem como seus distribuidores, administrar os direitos autorais e seus “pobremas” e cabeludos “poblemas”, ser a interface acreditada entre seus membros e os sindicatos

esse pequenino time de visionários estadunidenses que estabeleceu, primeiro localmente e depois em escala mundial, a profissionalização de como se obter a fidelidade à informação musical, seja na gravação ou na sua reprodução mecânico-eletrônica.

Lembram-se dos tenentes John T. “Jack” Mullin (1913–1999) e Spickelmeyer e daquela bucólica clínica alemã localizada em Bad Nauheim? Também de que o Führer havia determinado que a recuperação de soldados alemães feridos em combate deveria se dar ao som de boa música clássica excelentemente reproduzida? É isto. É com a AES que o ideal da qualidade da audiogravação e sua reprodução mecânico-eletrônica finalmente se concretiza. A reprodução de música deixa de ser lúdica e/ou destinada basicamente à radiodifusão – então o motor por excelência do entretenimento de baixo custo e de livre acesso a todos. Foi com a difusão do conhecimento aos seus engenheiros e profissionais associados que a Alta-Fidelidade finalmente adquire status próprio, como atividade comercial e profissional multibilionária envolvendo, direta e indiretamente, milhões e milhões de pessoas em todo o mundo, inclusive você

que nos lê!

Hmmmm ... realmente nada mau se considerarmos que tudo começou com a perseguição de um ideal para uma comunidade, a qual aqueles sonhadores jamais iriam conhecer. Altruismo é a palavra que me vem à cabeça...

Se houver interesse de sua parte, o capítulo brasileiro da AES fará sua 17ª Convenção neste mês de maio, nos dias 7 a 9, em São Paulo. Informe-se, filie-se, participe.

Como surgiu a RCA Victor Records

Certa vez houve um certo ex-torneiro mecânico que se envolveu em uma história sórdida, repleta de ardis, trapaças, acusações mútuas de má fé, além do descumprimento de acordos apalavrados e escritos entre sócios. No final desse imbróglio, que envolveu muita gente de mau caráter, o tal torneiro conseguiu em uma espetacular reviravolta legal em um processo ficar com o controle total de uma empresa da qual tinha sido um dos sócios-fundadores, uma tal de The Consolidated Talking Machine Company. A CTMC fabricava um tipo de traquitana robusta, mas feiosa, destinada a reproduzir os discos inventados por Berliner. Justamente devido a essa vitória nos tribunais, o Sr. Eldridge Reeves Johnson, o torneiro, trocou o nome da empresa para The Victor Talking Machine Company. Bem poucos anos depois, ele comprou a fábrica de um dos seus desafetos comerciais, a Zon-O-Phone, e tornou-a especificamente voltada para vender gravações por valores mais baixos do que aquelas de um outro selo de sua propriedade, a Victor Records. O cast do selo Victor Records teve artistas da estatura de Enrico Caruso, Jascha Heifetz, Fritz Kreisler, Sergei Rachmaninoff, regentes como Arturo Toscanini e Leopold Stokowski e orquestras sinfônicas como as importantíssimas Boston Symphony Orchestra, La Scala (di Milano) Orchestra, New Symphony Orchestra of London, Philadelphia Orchestra, Saint. Louis Symphony Orchestra, San Francisco Symphony Orchestra e a New York Philharmonic Orchestra. Resumindo muito, o melhor-do-melhor, o crème-de-la-crème possível na época em música clássica, façanha que talvez jamais se repetiu com outro empresário qualquer.

Mas não foi somente na música clássica que ele se tornou uma referência. Repetiu o mesmo sucesso dos clássicos ao inovar na introdução no mercado de estilos da música popular (hoje, 'Pop') agora bem conhecidos como Country Music e Negro Music, este último então ainda um tabu comercial inexpugnável.

Todavia o selo não conseguiu sobreviver ao impacto devastador do rádio. A qualidade da reprodução das músicas ouvidas nos rádios não diferia muito daquela de um disco, mesmo para aqueles gravados eletricamente. Entenda, embora um disco pudesse ter sido gravado eletricamente, domesticamente possivelmente ele ainda era reproduzido por dispositivos acústicos.

Mas não era somente isso. À época, o custo de um reproduzidor de discos era insuportável para o grande público. Em 1925, ano no qual discos e equipamentos para a reprodução elétrica doméstica se tornaram disponíveis, uma Acoustical

Orthophonic Victrola custava, dependendo do tipo e riqueza de detalhes do gabinete de madeira, entre US\$ 95. e US\$ 300. (que em dinheiro de hoje, 2013, seria uma quantia algo muito próxima de US\$ 1,261.00 a US\$ 3,982.00). Já as Electrolas, aquelas de reprodução elétrica (ainda não se dizia "eletrônica") custava US\$ 650. (idem, US\$ 8,627.00) para a mais barata da linha!

Em 1930, em plena Grande Depressão, os preços haviam despencado para menos da metade e, eventualmente, já agregavam o rádio como complemento do sistema reproduzidor. Mas já não havia público para comprá-las. Exemplo: uma Victor Radio Electrola Cabinet Model RE75 agora custava US\$ 350.00 (idem, com preço sugerido de US\$ 4,866.00).

Por fim, o aparelho de rádio era uma novidade fisicamente muito menor. Tinha um visual mais robusto do que uma corneta dependurada no canto do toca-discos. Também usava a novidade do alto-falante amplificado. E, o melhor de tudo, podia ser ouvido em quase todos os lugares. Mais havia ainda mais, o prego no caixão de discos e toca-discos: além de reproduzir uma programação variada, não se pagava para ouvi-lo.

Todos esses fatores somados levaram à implosão das vendas totais de discos nos EUA. Em 1921, somando-se todos os selos, o total das vendas caiu vertiginosamente de US\$ 105.6 milhões para inacreditáveis US\$ 5.5 milhões em 1933, sempre em valores não corrigidos.

Pressentindo o rumo do mercado, ainda em 1926 Johnson sabiamente vendeu o controle da Victor Records para um banco o qual, em 1929, no início do crack da Bolsa, vendeu o que sobrava da empresa para uma tal de RCA (Radio Corporation of America), a qual, casualmente, fabricava rádios e componentes eletrônicos, como válvulas, por exemplo! Certamente, nem todos os ex-torneiros mecânicos são iguais.

Continuando, pouco tempo depois a RCA Victor Records tornou-se uma subsidiária da RCA, ainda usando o cão Nipper e o slogan His Master Voice.

A história da Victor e dos demais selos estadunidenses foi reeditada nos dias atuais, com a troca livre de arquivos musicais entre internautas. Agora o inimigo não é mais o rádio e, mesmo passados 80 anos, a indústria fonográfica ainda não aprendeu a lição de como acompanhar as rápidas mudanças impostas pelo barateamento dos custos para o usuário final que novas tecnologias propiciam. Muitos pontos a ponderar, de fato.

Das suas curvas, qual delas é a mais bela?

Quando começou a ser estudado/inventado pela Bell Telephone Labs. (1926) o processo elétrico de gravação, desde suas origens, empiricamente já demonstrava que, diferentemente daquele acústico inventado por Berliner, este precisava de uma correção do sinal enviado à cabeça de corte do torno. Essa correção (ou equalização) do sinal deveria ser acompanhada da sua recíproca quando o disco resultante desse processo de corte fosse eletricamente reproduzido pelo usuário. Durante a gravação, a equalização do sinal recebeu o nome de pré-ênfase, e aquela outra usada na reprodução elétrica do mesmo disco - a recíproca da primeira - de ênfase do mesmo sinal. Durante a reprodução elétrica/eletrônica do disco a simetria perfeita das curvas promovia a anulação total dos efeitos de ambas e o resultado final disso (desconsiderando outros fatores pertinentes) era a audição do sinal originalmente captado pelo microfone. Esse conceito de alterar antes para depois anular, naquele momento empiricamente inventado e pela primeira vez aplicado, é algo simplesmente genial, pois realmente resolve de maneira absolutamente simples muitos problemas cujas outras soluções são por demais complicadas ou custosas. Você ficaria surpreso ao elencar quantos e quais produtos e/ou processos utilizam hoje essa mesma tecnologia. Basta um exemplo para demonstrar a importância do invento: ele é largamente usado nas mais diversas áreas das telecomunicações e, vez por outra, ele está presente até mesmo nos nossos CDs. *Capiche?*

Particularmente, no caso específico do corte elétrico de matrizes, as razões que levaram a esse invento são muitas e vão desde como um cabeçote de gravação fisicamente trabalha até a cruzeza e primitivismo do equipamento mecânico-eleto-eletrônico usado na época. Havia o ruído ("Hiss") da eletrônica e o "Rumble" da eletro-mecânica (o torno), como também a questão das proporções físicas da modulação lateral gerada pelos sons graves. Comparativamente, elas se apresentavam como fisicamente grandes (sobre-moduladas) se diretamente comparadas àquelas resultantes das notas agudas. Ambos, o ruído e o stress imposto à cabeça de corte pela modulação muito larga, geravam distorções claramente audíveis, enquanto a modulação larga, além da distorção do sinal, também diretamente implicava na redução razoável no tempo total da duração da gravação. Mesmo aumentando o diâmetro do disco para 16 polegadas (406,4mm!) e reduzindo o número de rotações para 33-1/3rpm, o tempo total de uma face do disco não era suficiente (!) para o tempo de duração da projeção de uma bobina de filme de 1.000 pés. Observe que durante a década de 1910 o termo "cinema" tinha o mesmo significado comercial de 'licença para imprimir fartamente dinheiro legal (the major money maker) e a ideia buscada por muitos pesquisadores era justamente formatar um produto que, mais tarde, seria conhecido pelo apelido de "talkies" (filmes falados). Nos talkies os quadros do filme em exibição estavam sincronizados com o áudio referente à imagem projetada.

O invento de "alterar para depois anular" procurou atender

a todos os requisitos (Hiss, Rumble, distorções e tempo de gravação) simultaneamente, no que os engenheiros foram muito bem sucedidos.

Ele funcionava desta maneira: na pré-ênfase, antes de determinada frequência do espectro sonoro, as notas graves eram fortemente atenuadas. Opostamente, após essa mesma frequência, os agudos eram fortemente realçados. Durante o playback elétrico da gravação a curva recíproca fazia exatamente o oposto da primeira: realçava os graves e atenuava os agudos.

Parece complicado, mas realmente não é. Na pré-ênfase, a atenuação dos graves evitava o stress mecânico do cabeçote e garantia uma modulação muito menor dos graves, proporcionalmente similar àquela dos agudos. Outrossim, no playback a de-ênfase atenuava os agudos, reduzindo em muito o hiss, enquanto que o reforço dos graves trazia de volta o equilíbrio tonal do envelope sonoro original. Absolutamente genial, não?

Na época dos estudos pioneiros da Bell Labs., todos os esforços empregados na solução dos problemas inerentes à gravação óptica da trilha sonora de um filme ainda patinavam e ainda levaria cerca de dois anos para chegarem a um produto pelo menos razoável. Assim, mesmo com os custos de um segundo operador na sala de cinema e dos "probleminhas" de sincronismo com a imagem, o processo W.E./ERPI Movie Audio Disc System, comercialmente chamado de Vitaphone, já era disponível e, de fato, foi usado pela primeira vez pela Warner Brothers nos seus talkies (1927), bem como no celeberrimo The Jazz Singer com Al Jolson (1927), para muitos o primeiro filme sonoro comercializado.

Em tempo: nessa época a Bell Labs. já havia sido absorvida pela W.E.. Exatamente devido à insaciável voracidade da Western e pelo total domínio do mercado que ela chegou a praticar, o governo estadunidense aprovou a Lei Antitruste, a Lei da Livre Concorrência, cujos benefícios todos nós hoje bem conhecemos e agradecemos.

Sabedores dos sucessivos refinamentos da gravação óptica da trilha de áudio de filmes e que, como resultado, o processo Vitaphone teria uma vida muito curta (ele foi sendo gradualmente abandonado desde 1929), a solução para recuperar os investimentos foi a adaptação do processo da gravação elétrica para o terceiro "money maker" do mercado, aquele dos discos de Berliner. O segundo, claro, nessa época já era a mídia Rádio.

Inicialmente, o processo da gravação elétrica foi licenciado pela Western unicamente para os selos Victor e Columbia, e os primeiros "discos elétricos" prensados pela Victor chegaram ao mercado em 1925 e se destinavam a vitalizar um mercado fortemente abalado pelo rádio.

Após a Grande Depressão e anos antes da Segunda Guerra Mundial as patentes de Berliner já haviam caducado (i.é.: o formato disco fonográfico e a modulação lateral dos sulcos, em oposição direta àquela, inferior, proposta por Edison, isto é, a modulação vertical, onde os sulcos tinham "colinas" e "vales"). Nessa época surgiram centenas de selos explorando a disseminação dessa "tecnologia do futuro" agora associada ao processo elétrico de gravação. Mas patentes da W.E. ainda estavam bem vivas. A solução foi praticar a re-engenharia sobre essas tais patentes.

Os resultados desses estudos foram refinamentos na fabricação das cabeças de corte. Mudanças também significativas na eletromecânica dos tornos e a adoção de quase 380 curvas originais de pré-ênfase e de-ênfase. Mas não somente isto. Outro subproduto dessas reengenharias foi que as empresas passaram a guardar como segredos industriais tais refinamentos e, às vezes, essa proteção contra o roubo beirava a paranoia. Como exemplo, a RCA Victor jamais imprimia dados técnicos que pudessem ser acessados por seus funcionários qualificados para tal. Importantes detalhes técnicos gerados pelo Departamento de Engenharia e Pesquisa eram colocados em documentos escritos à mão e, não somente isso, eram também criptografados! Tal método de combater a pirataria industrial, uma realidade desde sempre, no final acabou se tornando um obstáculo realmente sério quando historiadores tecno-arqueológicos se propuseram a reconstruir a história da empresa. A maioria das pessoas que conheciam os códigos para “traduzir” as muitas caixas de manuscritos já não estavam mais entre nós.

Para resolver a bagunça das dezenas e dezenas de curvas de equalização de pré-ênfase, muitos esforços foram feitos em ambos os lados do Atlântico para unir fabricantes que entendiam seu concorrente como um inimigo. Procuraram demonstrar que a uniformidade de um produto era fundamental para que todos ganhassem dinheiro. Isso para não falar das redes de broadcast sérias (rádios AM e de ondas curtas), como a ABC e a NBC, que tinham uma quase insuperável dificuldade de pôr no ar gravações com suas equalizações de playback corretas.

Com a chegada do Lp® a “coisa”, antes de melhorar, ficou ainda pior, isto é, pior até a chegada da RIAA.

A RIAA propôs uma solução que, partindo da curva New Orthophonic Sound, se inseria dentro dos limites de tolerância superior e inferior daquelas outras propostas pelas AES, Columbia Lp, NAB/NARTB/NBC Orthacoustic, e RCA Victor.

Esta última, pressentindo aquilo que estava por chegar, publicou um artigo técnico (1953) que demonstrava que sua curva de equalização na verdade estava diretamente relacionada àquela proposta em 1925 pela Bell Labs. e que, desde então, sempre usara a mesma curva, com pouquíssimos refinamentos. O curioso aqui é que a curva de 1925 fora obtida empiricamente por meio de tentativas, entre erros e acertos, enquanto que a Columbia Lp resultara da solução de um algoritmo! De fato a curva Lp foi a

primeira a ser obtida por meio de cálculos matemáticos.

Especificamente sobre a New Orthophonic Sound, comparativamente às demais do mercado praticadas naquela época, tenho vivo na memória que ela propiciava um prazer subjetivo definitivamente diferente e que, na falta de um termo específico internacionalmente aceito pela Psicoacústica, eu o chamaria de “superior”. Ela emprestava às gravações da RCA um áudio “cheio” (“full-body”), com tudo presente, mas sem qualquer traço de agressividade. Resumindo muito: ela propiciava para a mente uma noção de veracidade, conforto e “segurança” (!!!???) – incrível que eu tenha escrito isto!). Particularmente, ela era muito agradável na música lírica onde, sabemos, os problemas envolvendo a modulação impressa na mídia causada pela voz humana a plenos pulmões claramente costuma separar os homens dos meninos.

E você que pensava que um teste veraz para a capacidade técnica de um conjunto cápsula/braço fosse a porcaria da barulheira de um rock pesadão. Ledo engano, my dear. E, se esse for seu caso, tá na hora de corrigir seu desconfiômetro, principalmente se você ainda não se deu conta dos porquês envolvidos na questão.

Mas se você pensa que curva RIAA se tornou uma universalidade absoluta, de novo, ledo engano my dear. Durante os anos 60 e início dos 70 houve um erro de marketing cometido por duas coletividades imensas de áudio-técnicos, aqueles da Costa Leste da fatherland usiana e aqueles da Costa Oeste. A Columbia Records (Leste) passou a editar gravações cada vez mais “brilhantes” (i.é., fugindo da norma RIAA), com traços definitivos de “agressividade” no envelope tonal das gravações daquela época. No contraponto, um fabricante de caixas-acústicas da Costa Leste, a AR (Acoustic Research), desenvolveu sonofletores mais “velados”, propositalmente destinados a combater a agressividade das gravações da Columbia. Isto despertou um contramovimento na Costa Oeste, que passou a produzir sonofletores também com um envelope sonoro não plano, que sugeria a tecla Loudness permanentemente acionada, justamente aquilo que terminou por ser reconhecido como ‘The West Coast Sound’, capitaneado pela JBL.

East / West Coast Sounds à parte, ainda existem as proposituras da Enhanced RIAA Curve dos anos 70 e a curva proposta pela TELDEC (uma joint venture da Telefunken e da Decca) para obter melhores resultados dos tornos Neumann VMS82 de última geração, capazes de executar o corte diretamente no metal (latão usinável), isto é, aquilo que se conhece como DMM (Direct Metal Mastering). Esta magnífica obra de relojoaria fina alemã tem tal precisão, microscopicamente falando, que sua cabeça de corte é capaz de gerar masters para CDs (!!!) melhores do que aqueles gerados por burners ópticos. Realmente nada mau para uma tecnologia que se iniciou em 1860!



Curva RIAA

Nipper, o vira-lata mais famoso do Mundo!

Para impulsionar as vendas e destacar o selo Victor Records da concorrência “sem rosto”, E. R. Johnson havia adquirido os direitos de uma certa pintura chamada “Dog Looking At and Listening to a Phonograph”, na qual um cachorro vira-latas tipo fox terrier, chamado Nipper, olha atentamente para o megafone dourado de um fonógrafo à manivela de Berliner. A Victor Records era a marca forte para a qual Johnson destinava todas as gravações de melhor qualidade técnica e artística, e ele queria que o símbolo desse selo claramente demonstrasse isso.

Originalmente, Francis Barraud (então cenarista de um teatro em Bristol, Reino Unido) havia pintado Nipper olhando para uma máquina que tocava um dos cilindros da família Edison. Foi Berliner quem pediu para que Barraud mudasse a pintura para a forma que atualmente conhecemos. O ex-torneiro acrescentou à imagem um comentário que ouvira do próprio pintor da obra: “a expressão dos olhos, a postura das orelhas sugere que Nipper reconheceu a voz do seu dono no megafone”. Esta foi origem do slogan “His Master’s Voice”. A pintura de Nipper e o slogan His

Master’s Voice tornaram-se uma das marcas comerciais mais fortes do mundo, e ainda hoje está colocada entre aquelas mais afetuosamente lembradas pelos consumidores.

Em tempo, Barraud vendeu a pintura (com as modificações pedidas por Berliner) por exatas £100 libras esterlinas (valor não corrigido), incluso todos os direitos à reprodução da imagem.



Nipper

estadunidenses e, ainda, fazer pesquisa para a indústria fonográfica e estudos/adaptações das Normas Regulatórias determinadas pelo governo americano e aplicáveis a ela. Isto desde seus escritórios centrais em Washington, DC.

Estou maquinando aqui com meus botões para ver se encontro algo parecido com a RIAA entre nós. Hummm ... seria uma instituição privada que poderia ser o resultado algo assemelhado a uma hipotética fusão entre a Associação Comercial de São Paulo com um pedaço palpável da FIESP, mais a adição de bocadinhos do INMETRO, do IPT e do ECAD e, finalmente, somar-se-ia ao todo uns caras duros na queda na firmeza em tomar decisões e ... pronto, isto seria a RIAA! Pensando bem, nosso solo varonil jamais conheceu uma organização privada como esta.

Pois bem, lá naquele tempo, quando amarrar cachorro com linguiça era seguro, a RIAA resolveu por a mão dentro do vespeiro das (perto de) 400 curvas de gravação/reprodução de discos fonográficos (formatos 78, 45rpm e long-plays somados). De fato, “alguém” tinha que fazer alguma coisa e, rááápido, e esse alguém teria que ter muita força, muuuuito dinheiro, e a legitimidade política e legal para a tarefa. Esse alguém, à época, somente poderia ser a RIAA.

Mas não foi sem ranger de dentes de muitos por causa de interesses contrariados, insuflados pelos palpites “achistas” dos eternos “técnicos” que nunca abandonam o plantão. Mesmo porque o ponto inicial de partida nos estudos foi a curva da RCA Victor a New Orthophonic Sound. Foi uma

boa escolha técnica e, em termos de DNA, essa equalização politicamente tinha a força e o status de um dos dois maiores players do mercado de então – o outro era a Columbia.

Repetindo o último parágrafo da matéria anterior...



McINTOSH MODEL C8

Rigorosamente falando o Lp® nunca foi uma invenção, mas sim o costurar de muitos e muitos retalhos técnicos dispersos aqui e ali. Todavia, a “massa crítica” nunca teria ocorrido se aos tais retalhos não se juntasse o AEG Magnetofon K4 Hi-Fi e duas invenções usanianas. Esse todo agora somado catapultou a indústria fonográfica, possibilitando, de quebra, novos avanços que nos deliciam no nosso dia-a-dia.

De fato, faltam subir ao pódio tanto a curva RIAA e uma humilde invenção que propiciou, desde seu advento, masters excelentemente cortados, sem sobremodulação, distorção residual desprezível e, claro, o máximo uso da superfície de gravação disponível no acetato. Falo de uma máquina que conhecemos muito bem e que colocada antes, mas em linha com o sinal para a eletrônica da cabeça de corte (cutterhead), prevê com exatidão em quantos segundos após qualquer instante poderá se dar uma modulação excessiva da cutterhead. Esse dispositivo de previsão elimina por completo os erros e os custos inerentes ao processo direct cut. Esse dispositivo mágico é - de novo - o gravador de rolo! Com o advento dos open-reel de muito alta performance e de fitas de qualidade premium, foi possível se desenvolver máquinas específicas para a masterização final de uma gravação. Essas máquinas usam/usavam carretéis de até 14 polegadas, têm / tinham largura de fita entre uma e duas polegadas e são / eram usadas na velocidade de 30ips. Tudo isso para uma compressão virtualmente inaudível do sinal e a máxima largura de banda possível.

Acoplado ao torno, o player-only que reproduz a fita master tem uma tal configuração das cabeças de leitura que permite que o operador do torno ouça com vários segundos de antecedência o sinal que ainda chegará ao cabeçote de corte.

Nas mãos de um operador competente e experiente, esses poucos segundos significam um disco master de qualidade, que jamais imporá problemas de trilhagem para as agulhas e suspensão dos fonocaptadores. Esses profissionais qualificados são lendários e conhecidos pelos seus nomes completos, os quais não raro constam nas anotações técnicas impressas na contra-capa da obra que “cortaram”.

Com o advento do computador já não existe mais a necessidade da atenção ininterrupta do operador. Previamente, um algoritmo “escuta” o sinal contido em uma memória de estado sólido e comanda o torno, que agora é do tipo CNC (comando numérico, isto é, comandado por não-humanos), o qual jamais cometerá um erro sequer! Coisas do nosso tempo, mas tudo começou com um Magnetofon especialmente modificado, mais um operador experiente virtualmente grudado ao microscópio que todo torno, moderno ou antigo, sempre tem.

No próximo artigo comentaremos o desastre técnico que foi a adoção do presente sistema de corte e playback dos discos estereofônicos e suas implicações diretas na tecnologia dos fonocaptadores mono e estereofônicos e da possibilidade real do retorno de um formato que;

- é totalmente analógico;
- tem largura de banda que atinge a região dos MHz;
- é plug&play;

- tem custo similar para sua mídia àquele dos DVDs que conhecemos;

- usa mídias que são tão ou mais duráveis do que nossos CDs;

- o player dessa mídia teria custo similar ao de um BD player de média qualidade;

- e, finalmente, suas mídias, como o Lp, não podem ser fabricadas domesticamente.

Um sonho ?

Se é analógico que você quer... saiba que o Nirvana não está tão longe assim !!:#



Aparelho de rádio e toca-disco
"Telefunken", de 1958

Nota Final

Este artigo, após mais de uma dezena de correções e com a finalidade de manter um texto leve e (quase) divertido, dele tiveram extirpadas todas as informações que envolvessem o “tecniquês”. A ausência dessas informações, portanto, foi intencional, para torná-lo acessível a um maior número possível de leitores. Os quatro Boxes aqui apresentados seguem a mesma linha, mas oferecem muito mais informações que gravitavam no entorno dos fatos à época em que ocorreram. Espero que apreciem essa mudança de rota.

~ Nestor



É NECESSÁRIO UM TRABALHO INTENSO PARA SE CHEGAR A UM RESULTADO PERFEITO.



A Didjurgeit aprimora seus padrões de qualidade e durabilidade para executar projetos com excelência. Com experiência e qualidade na fabricação de móveis de alto padrão para home theaters e adegas, que passam de geração em geração, executa projetos de alto padrão. Adegas com exclusivo sistema de refrigeração e umidificação de vinhos e ambientes para home theaters com tratamento acústico específico para som estéreo, visando sempre a máxima qualidade do som.

projetos@didjurgeit.com.br | (47) 3041-0695 | Blumenau-SC

marcenaria
Didjurgeit[®]
Desde 1937

Paul McGowan, Co-Fundador
e CEO da PS Audio.

A IMPORTÂNCIA DA PAIXÃO PARA SE ALCANÇAR O SUCESSO

Paul McGowan revela o seu entusiasmo por trabalhar todos os dias em um campo que o fascina

Crescer ouvindo um amplificador estéreo projetado e montado pelo próprio pai, um toca-discos Rek-o-Kut e woofers da Stromberg Carlson exerceu grande importância na vida de Paul McGowan. A influência foi tamanha que orientou e continua a nortear a carreira do Co-Fundador e CEO da PS Audio até hoje.

Nascido em Ewa Beach, no Havaí, casado e pai de quatro filhos, Paul McGowan tem sua família como o seu alicerce, com a qual passa excelentes momentos. “Fui abençoado com uma bonita esposa, a Terry, e com quatro filhos maravilhosos – Rob, Scott, Sean e Lon. Somos uma família extremamente unida e muitas vezes passamos nossas férias juntos.” Além disso, os cinco também são a sua inspiração de vida: “Tenho alguns modelos de vida. Meu filho Scott, por sua paixão e dedicação à perfeição e por ocupar seu tempo com projetos; meu filho Lon, por seu tino comercial; minha esposa Terry, por sua incrível compaixão e compreensão; meu filho Rob, por suas habilidades artísticas e liberdade de pensamento e meu filho Sean, que me dá aulas de humildade e sanidade”, completa McGowan.

Antes de fundar a PS Audio Paul exerceu duas profissões que também eram suas paixões. Como fotógrafo e disc jockey ganhou seu sustento durante alguns anos. Paralelo a isso, em 1974 o Co-Fundador da PS Audio projetou um pré de fono para uma emissora de rádio e levou-o para que Stan Warren, um audiófilo, o testasse. “Stan ouviu-o e ficou entusiasmado com a sua sonoridade.

Logo depois, foi até minha casa com 500 dólares na mão e disse que queria comprar metade da minha nova empresa. Não tinha ideia alguma de que empresa estava falando e ele disse que se referia à empresa que nós dois iríamos abrir para vender o pré de fono que eu havia projetado. E ainda deu a ideia do nome, dizendo que iríamos chamá-la de Paul and Stan Audio ou, abreviadamente, de PS Audio”, conta. E foi assim que surgiu a PS Audio, com 500 dólares, um aperto de mãos e um projeto de pré de fono.

Nos primeiros anos Paul e Stan fabricaram à mão todos os produtos da marca, desde a dobragem do metal até a perfuração dos orifícios e o preenchimento das placas de circuitos impressos. Tudo era feito pelos dois, que sempre se mantiveram empenhados em fazer com que tudo desse certo. Mas a trajetória de crescimento da PS Audio no mercado foi lenta, com muitos tropeços, porém firme no seu propósito, o que resultou em uma grande equipe de profissionais e muitos clientes fiéis.

“Não consigo pensar em nada que me tire da cama mais do que aquilo que faço na PS Audio.”

Paul McGowan conta que os planos traçados quando era jovem foram concretizados e alcançados. Para ele, entretanto, trata-se de um trabalho contínuo, pois afirma que a longo prazo ainda pretende vir a fabricar sistemas high end completos e de configuração automática (plug and play) para levar à vida das pessoas música capaz de preencher um ambiente sem necessidade de configuração ou conhecimento. Tudo que será necessário é o amor pela música e bom senso suficiente para perceber quando algo é melhor e ter o desejo de possuir esse melhor.

Durante a sua trajetória profissional McGowan teve grandes empregos, mas para ele o maior estímulo diário é o seu cargo na PS Audio, que inclui o desafio de criar produtos a partir do nada, de estabelecer um nome dentro de uma arena muito populosa e ocupada por ótimas e inteligentes pessoas. “Não consigo pensar em nada que me tire da cama mais do que aquilo que faço na PS Audio: inventar, encontrar soluções para problemas, trabalhar com pessoas talentosas, saber o suficiente para trabalhar diretamente com o pessoal de engenharia e ter minhas ideias e pensamentos levados em consideração pelo seu mérito, e não devido ao meu cargo”. McGowan destaca o seu mérito principalmente pelo fato de seu conhecimento se dever ao seu treinamento e experiência, e não por formação acadêmica. Por isso, considera-se um autodidata, apesar de ter tido ensinamentos de ótimos mentores.



Coluna PS Tracks de Paul no site da PS Audio.

Aliás, McGowan gosta de compartilhar todo esse conhecimento. Por isso, mantém uma seção no site da PS Audio chamada PS Tracks. Nesse espaço, além de praticar mais um hobby do qual gosta, o de escrever e se expressar, transmite um pouco da sua bagagem aos amantes do áudio. Além de escrever, nas horas vagas McGowan gosta de estar em contato com a natureza, caminhar, esquiar e viajar para conhecer o mundo e as pessoas que são apaixonadas por música assim como ele.

E quando se fala em música, McGowan diz que gosta de muitos tipos de músicas, porém que escuta mais ópera e música clássica, além de apreciar o jazz e também alguns estilos novos que seus filhos ouvem. Mas cada estilo se encaixa com um momento: “Quando estou correndo ou me exercitando eu ouço consistentemente ópera, e o mesmo acontece quando estou preparando uma refeição para minha família. Porém, algumas vezes sinto vontade de ouvir um bom jazz acompanhado de uma ótima taça de vinho tinto, de minha família e de uma boa refeição.”

Aos 64 anos, pode-se afirmar que Paul McGowan é plenamente feliz e realizado, pois liderou grandes inovações na PS Audio, como o primeiro DAC de nível audiófilo do mundo. Mas nem por isso pensa em se aposentar, porque afirma não saber o que faria sem o seu trabalho. “Esta é e tem sido minha vida e pretendo continuar fazendo o que faço até não poder mais ou até perder o interesse”, relata. Afinal, o seu sonho de menino foi e continua sendo o de sempre acreditar que pode mudar o mundo para melhor.

“Esta é e tem sido minha vida e pretendo continuar fazendo o que faço até não poder mais ou até perder o interesse.”

Por isso, crê que dando um passo de cada vez com as suas ideias, seus produtos e sua paixão pelo que ele e a PS Audio realizam, fará a diferença e contribuirá de alguma forma para um mundo melhor, através, é claro da paixão pela música que hoje, por estar bem mais acessível a todos, é ouvida muito mais e com maior frequência. “Vejo um futuro muito brilhante para aqueles de nós que estiverem dispostos a mudar e a seguir a corrente”, encerra Paul McGowan. 🎧



Condicionador e Regenerador de Energia PS Audio P10

PELA FRENTE, NOVOS CAMINHOS. PELO RETROVISOR, LINDAS HISTÓRIAS.

Ousadia é reinventar novos caminhos.
Direção certa é olhar para trás e perceber
que fez parte de grandes histórias. É por motivos
assim que a rede de concessionárias Eurobike
foi eleita como empresa de Visão de Futuro
no Guia Época Negócios 360°.



Eurobike



RAUL DUARTE

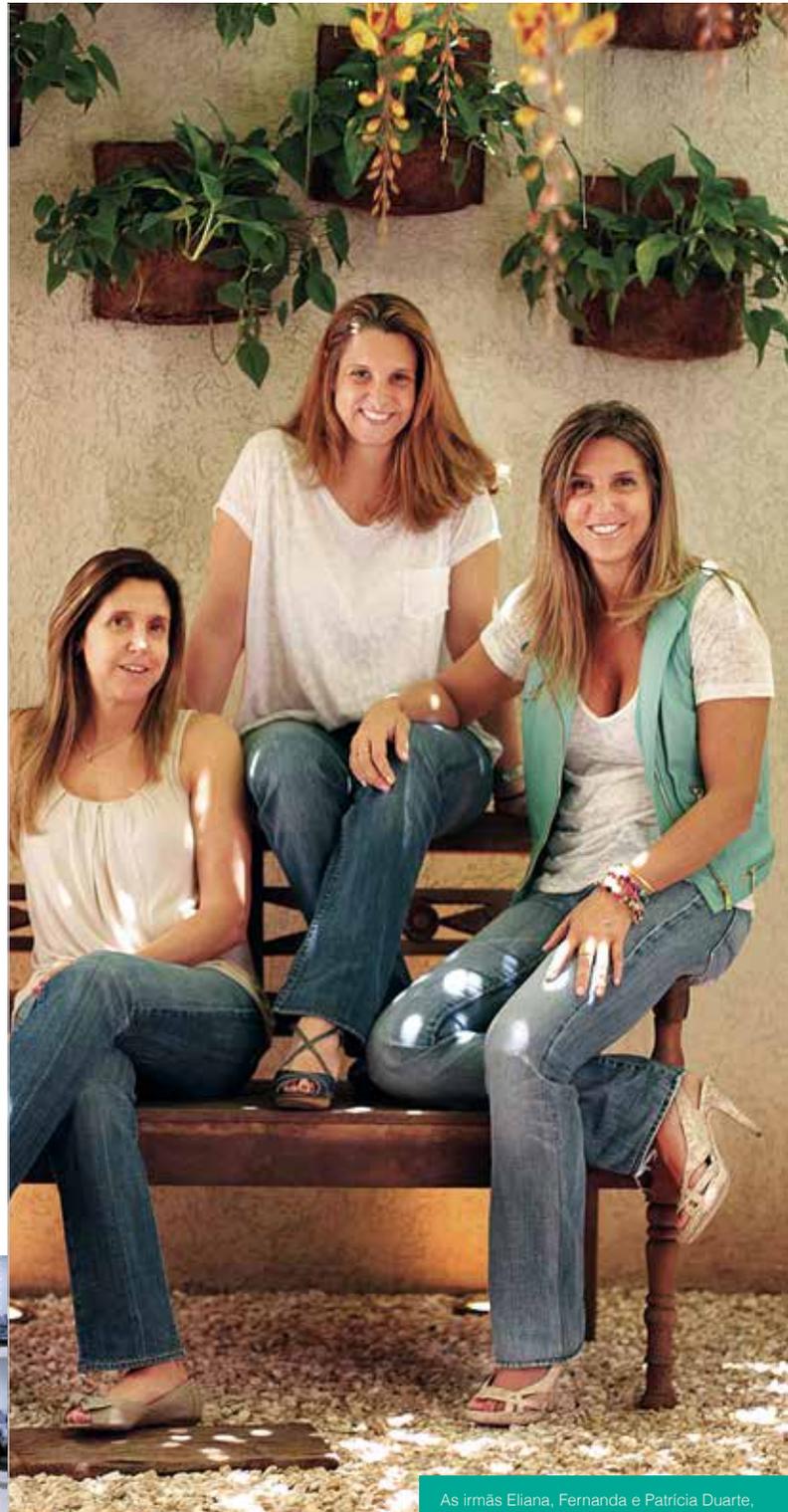
Por Fernanda, Patrícia e Eliana

REVISTA SOM MAIOR: A Raul Duarte é uma das pioneiras na venda de equipamentos de áudio no Brasil. Em 1952, quando o avô de vocês iniciou a loja em São Paulo, o mercado era restrito, tanto em marcas quanto em clientes que investiam no segmento, mas ele foi um visionário e apostou no sonho. Vocês se orgulham dessa história? Que ensinamentos aproveitam dessa herança?

Raul Duarte: Temos muito orgulho. O Raul Duarte, nosso avô, era um aficionado por música erudita. A loja é fruto desta paixão que também foi herdada pelo nosso pai. Crescemos no meio de toca-discos, amplificadores, caixas acústicas e aprendemos a gostar de ouvir música com a melhor qualidade possível. A grande herança deixada por eles foi o respeito que sempre tiveram com os clientes e o comprometimento com os fornecedores. Não é possível tal longevidade sem que se valorize todos os envolvidos no negócio.

REVISTA SOM MAIOR: A tradição na família Duarte é forte também na questão pessoal? Como vocês se sentem sendo a terceira geração à frente da Raul Duarte? O sucesso da Raul Duarte é comprovado por anos de mercado. Como é carregar a bagagem de mais de 60 anos de história?

Raul Duarte: O nosso relacionamento fora da empresa é excelente, apesar de algumas adversidades em questões profissionais. É inegável que os nossos desafios foram mais complexos do que aqueles encontrados pelos gestores anteriores. Isto porque a nossa geração, iniciada em 1991, foi a que mais passou por mudanças tecnológicas com grandes transformações. O que era um simples conjunto de áudio estéreo



As irmãs Eliana, Fernanda e Patrícia Duarte, netas do fundador Raul Duarte.

Sala de entrada do showroom da Raul Duarte



se transformou em home theater conjugado a TVs e projetores e, mais tarde, integrados à iluminação e todo tipo de automação residencial e/ou corporativa. Na verdade, é um desafio diário corresponder às expectativas geradas em torno de todos esses anos.

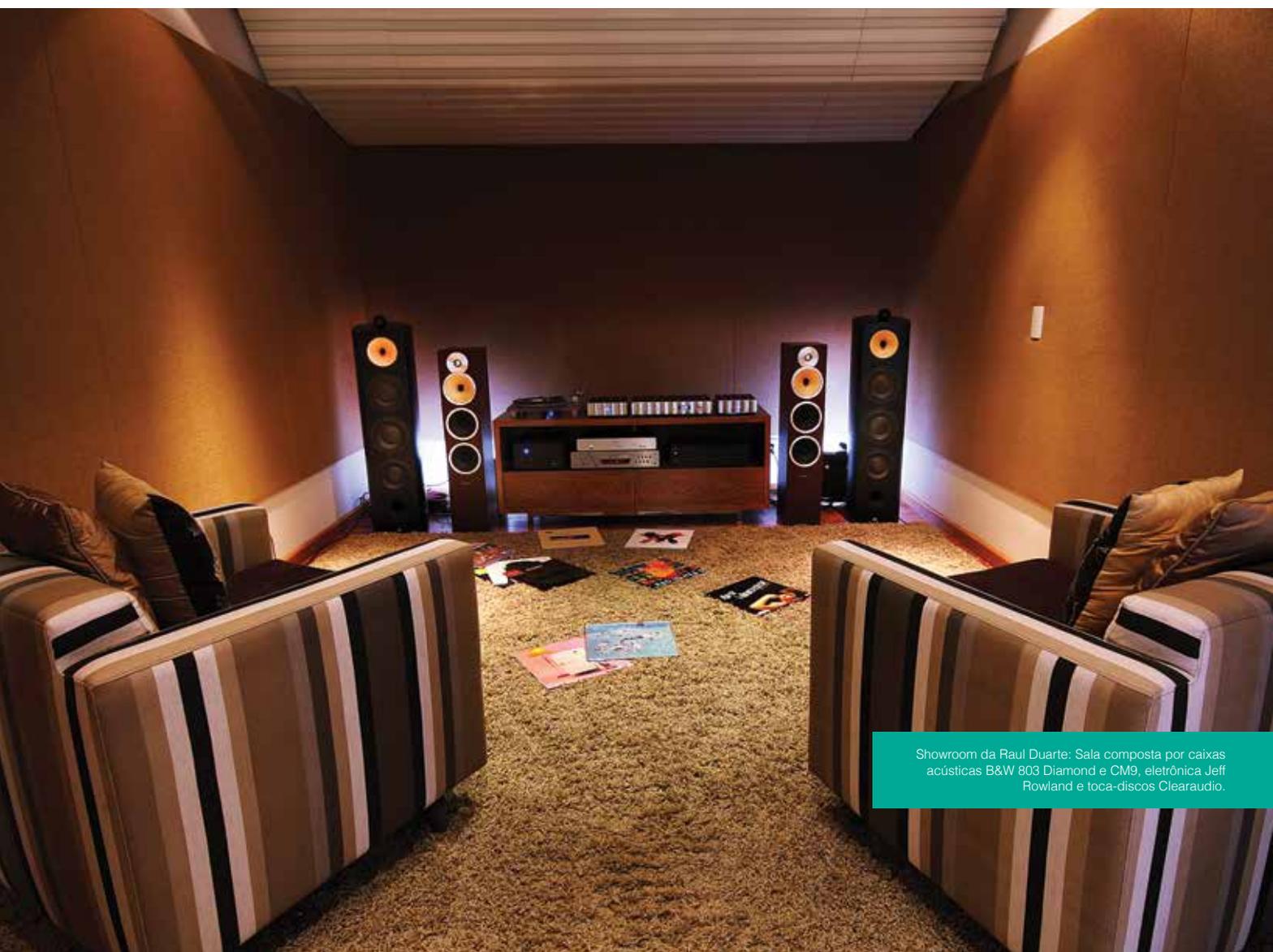
REVISTA SOM MAIOR: A Raul Duarte foi a primeira Revenda Autorizada da Som Maior. Quando começou essa parceria? Como era a venda de áudio e vídeo high end naquela época e hoje em dia? Como você vê a Som Maior de quando começaram e agora em 2013, quando completa 30 anos? Alguma história interessante para contar sobre essa parceria entre a Raul Duarte e a Som Maior?

Raul Duarte: Começamos a trabalhar com a Som Maior em 1991. Não existia aqui no Brasil esse mercado específico de high end. Na verdade, acho que foi a Som Maior que introduziu essa expressão por aqui. Os clientes gostavam de audiofilia, mas poucos usavam a expressão high end. Os contatos com a Som Maior eram mais informais e certamente as duas empresas foram hábeis em crescer e buscar a merecida valorização no mercado. Há um

respeito mútuo que muito nos ajuda a alavancar bons negócios. Nosso primeiro contato com o Luis (Luis Assib Zattar, fundador da Som Maior) foi há 22 anos em uma Feira de Utilidades Domésticas, a antiga “UD”. Naquela ocasião ele apresentava os amplificadores Jeff Rowland. Ficamos imaginando que loucura apostar nesse mercado aqui no Brasil. Loucura que após 2 anos também fazia parte da nossa empresa. É como um casamento, tem épocas boas, outras nem tanto. Mas é contornando os problemas que fortificamos a nossa relação.

REVISTA SOM MAIOR: As mulheres conquistam cada vez mais seu espaço e mostram o seu valor ao mundo. Como é atuar neste mercado de áudio e vídeo tão dominado pelo universo masculino? Existe algum preconceito do público masculino ao se deparar com três mulheres no comando da Raul Duarte?

Raul Duarte: No início sentíamos muito esse preconceito, não só por parte dos clientes, mas também pela concorrência. Com o passar dos anos isso foi desaparecendo e hoje em dia é muito raro alguém achar diferente ou fazer



Showroom da Raul Duarte: Sala composta por caixas acústicas B&W 803 Diamond e CM9, eletrônica Jeff Rowland e toca-discos Clearaudio.



Showroom da Raul Duarte, composto por caixas acústicas B&W 600 Series

algum comentário. Nenhum cliente sai da nossa loja com a sensação de que faltou algum esclarecimento com relação ao produto. Lidamos muito bem com técnicos, instaladores e todos os envolvidos na cadeia do negócio. Respeitamos os nossos concorrentes e somos muito respeitadas.

REVISTA SOM MAIOR: Como vocês dividem as áreas de atuação entre as três sócias? Cada uma tem uma especialização? E existe alguma preferência entre vocês? Uma se identifica mais com projeto, a outra com instalações e a terceira com a comercialização de equipamentos ou as três entendem bem de todas as áreas?

Raul Duarte: Todas as sócias são habilitadas para tratar de qualquer assunto. Entretanto, com o tempo houve um compreensível ajuste de acordo com as preferências e habilidades de cada uma. Atualmente, a Eliana é quem cuida da parte financeira e administrativa. A Fernanda e a Patrícia atuam quase que exclusivamente na área comercial, que abrange questões técnicas e pós-venda.

REVISTA SOM MAIOR: Durante esses mais de 60 anos, a Raul Duarte construiu relações de confiança e fidelidade com os clientes. Sendo assim, devem existir clientes de longos anos. Como é esse relacionamento com

eles? Há quanto tempo estão na Raul Duarte os clientes mais antigos?

Raul Duarte: É um consenso entre as sócias que um dos nossos maiores patrimônios são os clientes. São pessoas que frequentam a loja há muitos anos. Compraram com o nosso avô, depois com o nosso pai. Os clientes trouxeram os filhos e os amigos. Conhecemos as histórias, os casamentos, as casas, a casa do campo, a casa de praia. Trabalhamos com a emoção de cada cliente. Eles querem o melhor produto, a melhor instalação, o melhor atendimento. Querem atenção. Entendemos os nossos clientes e eles confiam em nossa empresa. Daí a longevidade da Raul Duarte.

REVISTA SOM MAIOR: Vocês pretendem continuar a história de sucessão da Raul Duarte? Os filhos de vocês já se interessam pelo mercado?

Raul Duarte: O nosso trabalho não nos deixa envelhecer a ponto de pensar em sucessão. Temos projetos e o desejo de melhorar e perpetuar o negócio. Que venham ainda muitos anos para a Raul Duarte. #



Bem-vindo ao espetáculo High End

Venha conhecer o **Espaço Nautilus**, uma sala única em Goiânia. Ela possui 35 m² e é equipada com a mais alta tecnologia de som. Sincronia, perfeição e alta tecnologia a serviço da emoção e prazer. O espaço possui caixas acústicas **B&W Nautilus Original** e projeto de acústica assinado pela **Walter Storyk Design Group**.

www.miamihomevideo.com
Fone: 62 3255.9474
Av. T63 N° 933 - Goiânia-GO

MIAMI
HOME VIDEO



Euroaudio. Para tecnologia virar emoção.



Cada pessoa é única, cada projeto também. Por isso, a equipe Euroaudio tem uma dedicação especial para respeitar os seus desejos e a sua personalidade. Tudo para atingir algo único quando se pensa em áudio e vídeo: the state-of-the-art. Mais do que vanguarda ou a alta tecnologia, estamos falando de um padrão inigualável e à frente de seu tempo. É para poucos. Sim, é para você. Converse com os especialistas da Euroaudio, você vai ver e ouvir a diferença.



“É surpreendente como esse ambiente te leva para dentro do jogo. A imersão é total. Posso definir em apenas uma palavra toda essa experiência: absurda.”

Thiago Branco

Ainda mais dentro do jogo

Equipamentos high end permitem que gamers vivenciem toda a potência dos efeitos dos videogames de última geração

Uma das principais indústrias do entretenimento atual, ultrapassando o cinema em alguns países, teve início há mais de 40 anos. Estamos falando dos videogames, que existem desde a década de 1970, quando os EUA e a Europa lançaram seus primeiros fliperamas repletos de cores, sons e botões. Mas foi no final dessa década que surgiram os consoles para uso doméstico, porém com cores, sons e movimentos restritos comparados aos videogames de hoje. Daí para os jogos de primeira pessoa foi uma grande evolução. Games de tiros e corridas hoje levam os jogadores para dentro das telas, fazendo com que vivenciem cada vez mais a aventura.

Lembra do tempo em que usávamos joysticks? Tudo era muito mecânico. Hoje temos sensores que captam, através de luz infravermelha, o movimento dos corpos e que substituem os controles manuais, interagindo cada vez mais e oferecendo uma grande imersão para os jogadores.

Atualmente o console mais poderoso chega a reproduzir imagens em full HD e com efeito 3D. As próximas gerações já estão sendo anunciadas e prometem ser muito mais potentes, criando ambientes e personagens mais detalhados, podendo gerar até 1,84 teraflops, bem como áudios de alta tecnologia, além do atual uso do blu-ray como mídia. A Blu-ray Disc Association já está reali-

“Ao jogar utilizando um sistema high end você percebe detalhes nos jogos que antes nem sabia existir. Equipamentos convencionais não conseguem exaltar essas características de áudio e vídeo.”

Fabio Scalabrini



zando estudos de viabilidade no sentido de determinar se, de alguma forma, o formato Blu-ray poderá se tornar capaz de reproduzir vídeos em 4K. Diante disso podemos afirmar: os videogames irão tornar-se cada vez mais realistas.

Com os jogos passando a fazer, cada vez mais, parte do dia-a-dia das pessoas, muitas delas investem não somente nos aparelhos de videogame, mas também em equipamentos high end que permitem aproveitar melhor tudo o que os jogos oferecem, interagindo e fazendo literalmente parte da cena.

Ao jogar videogame em equipamentos high end é possível explorar todas as possibilidades oferecidas em cada jogo, o que não é praticável em equipamentos convencionais. Durante essa experiência a imersão no jogo é total. O som faz tremer e emociona por completo, preenchendo todo o ambiente. As imagens saltam aos olhos e apresentam um nível de definição surpreendente, com um contraste e realismo de cores extraordinário. Além disso, um ambiente todo configurado permite que todas as pessoas presentes fiquem envolvidas, e não apenas o jogador. Mesmo com uma sala cheia de familiares e amigos, todos podem explorar 100% o jogo.

A fim de aproveitar todo o potencial que os jogos oferecem, a Som Maior convidou alguns gamers para algumas horas de entretenimento em seu showroom, onde o áudio e o vídeo dos equipamentos high end tornaram a brincadeira com o videogame ainda mais realista. Confira em imagens e depoimentos como foi essa emocionante e mágica experiência.

Showroom Som Maior: Sala Sidney Opera House, composta de caixas acústicas B&W linha CM, pré-processador e amplificadores NAD Master Series, condicionador de energia PS Audio e projetor SIM2 LED Mico 50.



sua vida mais confortável em um clique

para automação residencial
& home theater, pense hifi



HOME THEATER

hifi

Rua Pernambuco, 2269, Madson Plaza, Pituba
Telefone: (71) 3248-2505 | 3240-6911

“esqueça as regras”

Criatividade

Agilidade

Liderança

Experiência

Interatividade



comunicação
360°

Esqueça as regras. Abandone seus mitos. Chegou a hora de romper todos os paradigmas e impor um pacto de liberdade com o seu pensamento. Nosso negócio é fazer comunicação de verdade, por isso conhecemos a fundo nossos clientes, planejamos com ousadia e criamos com excelência para colocar a sua marca em um novo patamar. Conheça o nosso trabalho, acesse portfolio.zquattro.com.

PROPAGANDA • INTERNET • PROMOÇÃO • EVENTOS • BRANDING • DESIGN • MARKETING DIRETO • IMPRENSA • CONSULTORIA

47 3025.1904 www.zquattro.com

Z Quattro
marketing & comunicação

Vidas que vêm e que vão

Eu nasci, há 30 anos atrás, e não tem nada nesse mundo que eu saiba de mais... Eu vi Madonna ser crucificada, a lambada nascer e ser “assassinada”...

Brincadeiras à parte com a canção de Raulzito, que nos deixou no inverno de 1989, eu nasci, sim, no mesmo ano em que a Som Maior abriu as portas: 1983. Bob Marley já tinha se despedido desse mundo, assim como John Lennon. A década da música eletrônica dava os primeiros passos – ainda que o “bate-estaca” parecesse menos agressivo.

Com a memória sonora um tanto quanto fragmentada, fiquei curiosa em pesquisar o que mais tinha acontecido em 1983 – além desses dois grandes fatos (risos). Acabei surpresa com a quantidade de registros que encontrei. De início, descobri que foi o ano de estreia da Rede Manchete de Televisão aqui no Brasil, aquela, que lançou a Xuxa. Também foi o ano em que Luis Buñuel despediu-se dos bastidores do cinema espanhol.

Amy Winehouse nascia naquele ano. Cazuzza ainda estava entre nós, assim como Kurt Cobain. Whitney Houston estava apenas sendo descoberta. No Brasil, surgiam bandas marcantes como Sepultura, Titãs, Kid Abelha, Capital Inicial. Paralamas do Sucesso lançava o primeiro EP. Despontavam Bon Jovi, Metallica, Red Hot Chili Peppers. Ícones, como Cyndi Lauper e Madonna, trabalhavam seus primeiros álbuns. Era 1985 quando grandes nomes da música reuniram-se no especial “We are the World” em campanha contra a fome na África – entre eles o memorável Bob Dylan, o incomparável Michael Jackson e o alucinante Ray Charles.

Vieram, então, os anos 90, com a emocionante “Tears in Heaven”, de Eric Clapton. Nirvana e Alanis Morissette embalando adolescências. A passagem rápida dos Mamonas Assassinas... De 2000 para cá, as mulheres parecem ter tomado conta, a exemplo de Beyoncé e Lady Gaga – enquanto Madonna continua firme e forte, aos 54 anos.

Na verdade, cada ano é um baú de descobertas, que não tem cheiro de naftalina, não. Tem cheiro de saudade, de dificuldade de desapego do que foi bom e parece resistir tanto ao tempo, que não deixa a gente gostar de mais

nada. Eu mesma, não raras vezes, vou parar na década de 1970, quando nem tinha nascido ainda, onde parece que pulsa uma efervescência musical incomparável (deve ser por isso, talvez, que tive um belo choque térmico após o parto, vim na hora errada!).

Mas as lembranças dessas três décadas, que, na minha cabeça, continuam existindo apenas na certidão de nascimento, também perpassam episódios bem particulares. Quando criança, eu tinha medo da “banda”. Provavelmente isso acontecia quando se aproximavam as datas cívicas. A maldita vinha, de um longínquo pianíssimo a um rufar dos tambores. E eu tinha medo, ninguém sabia. Medo do barulho forte. Hoje, quando vejo uma banda tocando, como a do Festival de Música de Santa Catarina, tudo parece perfeito, tamanha a energia que se expande no palco.

Quando fiz comunhão – para uma religião já pré-definida –, queria um cachorro de presente. Meu grau de responsabilidade devia estar baixo, então ganhei outra coisa, que também me deixou imensamente feliz (Jimmy Cliff Hendrix Morrison Page, nosso adorável daschund, viria sete anos depois). Ganhei um micro system com três fitas cassete! A trilha sonora de Olho no Olho, Tim Maia e Roxette eram o meu repertório. Tempo em que rebobinávamos a fita manualmente, com uma caneta, sem pressa, pra não gastar pilha do walkman. Depois veio o discman, que já era artigo de luxo, meio grande pra algo portátil, pensava eu.

Tenho as melhores lembranças desses 30 anos. Foram tantos meses, semanas, dias e horas, que eu acho incrível como algumas obras de arte se infiltram na nossa memória de uma forma avassaladora e tão individual. Se cada um escrevesse aqui as recordações musicais desse período, teríamos uma infinidade de vozes. Filmes como “Ghost – o outro lado da vida” e “Uma linda mulher”, ambos de 1990, ficaram como tatuagem. Sentimos falta daquilo que se foi, mas agora temos tecnologias avançadas para ouvir, ver e recordar esses tesouros...🎧





Viva hoje mesmo uma experiência **ÁRIA**.

Você merece vivenciar o inusitado, com os projetos da Ária você experimenta uma sensação única de entretenimento e bem-estar, usufruindo o que há de melhor em áudio, vídeo e automação.

Faz mais de treze anos que a Ária é especialista em elaborar e executar projetos que proporcionam uma experiência única, dando a você a sensação de estar em um cinema no conforto da sua própria casa.



ATENDIMENTO COM HORA MARCADA

ANUNCIANTES:

ARIA

R. Padre Chagas, 147 Conj.801
Porto Alegre/RS - Tel: (51) 3222-0043
ariaht@ariaht.com.br

DUARTE'S

R. Desembargador Aguiar Valim, 206
São Paulo/SP - Tel: (11) 3845-1995
raulduarte@raulduarte.com.br

EURO AUDIO

R. Dr. Carlos de Carvalho, 695 – Batel
Curitiba/PR - Tel: (41) 3333-1003
euroaudio@euroaudio.com.br

EURO BIKE

Av. dos Bandeirantes, 1729 – Vila Olímpia
São Paulo/SP - Tel: (11) 3627-3082
eurobike@eurobike.com.br

HI-FI ÁUDIO E VÍDEO

R. Pernambuco, 2269 Ed. Madson Plaza
L. 1B – Pituba
Salvador/BA - Tel: (71) 3240-6911
hifi@hifiht.com.br

HIFI CLUB

R. Pe José Menezes, 11 - Luxemburgo
Belo Horizonte/MG - Tel: (31) 2555-1223
carlos@hificlub.com.br

LIVEMAX

Al. Dr. Carlos de Carvalho, 1441 – Batel
Curitiba/PR - Tel: (41) 3322-5050
vendas@livemax.com.br

LUCIANO JULIÃO

R. Levotti Grotera, 98 – Morumbi
São Paulo/SP - Tel: (11) 3758-0797
gabriela@juliao.com.br

MARCENARIA DIDJURGEIT

R. das Missões, 30 – Ponta Aguda
Blumenau/SC - Tel: (47) 3041-0695
didjurgeit.ltda@terra.com.br

MIAMI HOME

Av. T-63, 933 – Setor Bueno
Goiânia/GO - Tel: (62) 3255-9474
miamivideo@brturbo.com.br

SCHAEFER YACHTS

Rod. BR 282, Km 18 , 18.500 – Aririú
Palhoça/SC - Tel: (48) 2106-0001
hemerson.diniz@schaeferyachts.com.br

SOLUÇÃO TÉCNICA

R. Major Gama, 950 – Centro
Cuiabá/MT - Tel: (65) 3624-0422
comercial@solucaotecnica.com.br

TAROII BRÁVÍSSIMA

R. 2.870, 100 Sala 1 – Centro
Baln. Camboriú/SC - Tel: (47) 3361-0110
helenat@taroi.com.br

VERSÃO BRASILEIRA

R. Santa Maria do Itabira, 58 – Sion
Belo Horizonte/MG - Tel: (31) 3227-5090
recepcao_vb@versaobrasileira.com.br

XTRON

R. Normandia, 66 – Moema
São Paulo/SP - Tel: (11) 3848-9388
marcos@xtron.com.br

Z/QUATTRO

R. Itaipópolis, 695 Casa 76 – Saguaiçu
Joinville/SC - Tel: (47) 3025-1904
contato@zquattro.com

RE VENDAS:

ALAGOAS

HOME DIGITAL
Av. Fernandes Lima, 1513 S. 307 – Farol
Maceió/AL - Tel: (82) 3311-9838
homedigital@homedigital.com.br

BAHIA

HI-FI
R. Pernambuco, 2269 Ed.M.Plaza L.1B
– Pituba
Salvador/BA - Tel: (71) 3240-6911
hifi@hifiht.com.br

HOME SOM

R. Anísio Teixeira, 161 Shopping Boule-
vard, Loja 15-16 - Itaipara
Salvador/BA - Tel: (71) 3347-1988
homesom@homesom.com.br

CEARÁ

HOME SOUND
Av. Washington Soares, 909 Lj 96 B Salinas
Edson Queiroz
Fortaleza/CE - Tel: (85) 3241-0104
lojahomesound@gmail.com

DISTRITO FEDERAL

KALU IMPORTS
SHIS QI 09/11 Bloco E, Lojas 11 e 59 –
Lago Sul
Brasília/DF - Tel: (61) 3248-0401
adm@kaluimports.com.br

PROTEC

SGCV Sul Lote 22 Loja 228 2º piso Casa
Park Shopping
Brasília/DF - Tel: (61) 3234-0392
protec@protecaudiovideo.com.br

ESPÍRITO SANTO

INTERCINE HOME
R. Elias Tommasi Sobrinho, 274 Loja 6
Shopping Vitória Decor
Vitória/ES - Tel: (27) 3324-9361
intercinehome@intercinehome.com.br

GOIÁS

MIAMI HOME
Av. T-63, 933 – Setor Bueno
Goiânia/GO - Tel: (62) 3255-9474
miamivideo@brturbo.com.br

MATO GROSSO

SOLUÇÃO TÉCNICA
Rua Major Gama, 950 - Centro Sul
Cuiabá/MT - Tel: (65) 3624-0422
atendimento@solucaotecnica.com.br

MATO GROSSO DO SUL

UNIQUE HT
Rua da Sequoia, 340 - Jardim Flamboyant
Campo Grande/MS - Tel: (67) 9277-4999
tunay@uniqueht.com.br

MINAS GERAIS

HIFI CLUB
Pe. José Menezes, 11 – Luxemburgo
Belo Horizonte/MG - Tel: (31) 2555-1223
carlos@hificlub.com.br

VERSÃO BRASILEIRA

R. Santa Maria do Itabira, 58 – Sion
Belo Horizonte/MG - Tel: (31) 3227-5090
recepcao_vb@versaobrasileira.com.br

PARAÍBA

HI FI HOME THEATER
Av. Maranhão, 500 - Dos Estados
João Pessoa/PB - Tel: (83) 3214-7706
hifi@hifihometheater.com.br

PARANÁ

EURO AUDIO
R. Dr. Carlos de Carvalho, 695 – Batel
Curitiba/PR - Tel: (41) 3333-1003
euroaudio@euroaudio.com.br
LIVEMAX
Al. Dr. Carlos de Carvalho, 1441 – Batel
Curitiba/PR - Tel: (41) 3322-5050
vendas@livemax.com.br

RIO DE JANEIRO

ARNALDO MENIUK
R. Uruguaiana, 10 Sala 1909 – Centro
Rio de Janeiro/RJ - Tel: (21) 2507-5885
vendas.arnaldomeniuk@gmail.com

AUDIO EXCELLENCE

Estr. da Barra da Tijuca, 1636 – Bloco E
Loja D
Rio de Janeiro/RJ - Tel: (21) 2429-9010
vendas@audioexcellence.com.br

RIO GRANDE DO SUL

ARIA
R. Padre Chagas, 147 Conj.801
Porto Alegre/RS - Tel: (51) 3222-0043
ariaht@ariaht.com.br

DESCONZI

Av. Angelo Bolson, 467 - Medianeira
Santa Maria/RS - Tel: (55) 3028-0110
atendimento@desconzi.com.br

G3 FANTONI ÁUDIO E VÍDEO

R. dos Andradas, 132 - Vila Rosa
Novo Hamburgo/RS - Tel: (51) 3035-3785
contato@g3fantoni.com.br

SMARTBUILD

R. Alvares Machado, 10 – Petrópolis
Porto Alegre/RS - Tel: (51) 3333-1712
atendimento@plasmacenter.com.br

RONDÔNIA

HIGH TECH
Av. Carlos Gomes, 2581 – São Cristóvão
Porto Velho/RO - Tel: (69) 3224-7000
vendas@htav.com.br

SANTA CATARINA

SCHIEL
R. Frei Rogério, 95 – Centro
Porto União/SC - Tel: (42) 3522-3186
loja@schiel.com.br

SOM MAIOR

R. João Pessoa, 1381 – América
Joinville/SC - Tel: (47) 3472-2666
sommaior@sommaior.com.br

SÃO PAULO

AMPLITUDE HT
Av. Dr. Heitor Penteado, 904
Jardim Nossa Senhora Auxiliadora
Campinas/SP - Tel: (19) 3255-1766
jantonioclaro@terra.com.br

AUTOMUNDI

Av. Professor João Fiusa, 1136 - Alto da
Boa Vista
Ribeirão Preto/SP - Tel: (16) 3632-6064
l.pompei@automundi.com.br

CINEMA 1

R. Gustavo Maciel, 24-53 Pça. Portugal
(Zona Sul)
Bauru/SP - Tel: (14) 3227-1010
claudia@cinema1.com.br

CINEMA 1

Av. Costábile Romano, 1165 - Ribeirânia
Ribeirão Preto/SP - Tel: (16) 3967-8767
roberta@cinema1.com.br

DAGSOM

R. João Cachoeira, 1731 - Itaim
São Paulo/SP - Tel: (11) 3044-4552
sac@dagbrasil.com.br

DUARTE'S

R. Desembargador Aguiar Valim, 206
São Paulo/SP - Tel: (11) 3845-1995
raulduarte@raulduarte.com.br

F&M

Av. República, 702 – Centro
Marília/SP - Tel: (14) 3454-2274
fm@fmaudiovideo.com.br

HI STORE

Rua Padre Almeida, 450 – Cambuí
Campinas/SP - Tel: (19) 2121-2323
hi-store@hi-store.com.br

HOME SYSTEMS

R. Generosa Bastos, 3485 Loja 1 -
Redentora
São José do Rio Preto/SP
Tel: (17) 3235-2015
contato@projetoautoma.com.br

IMAGIC

Dr. Thirso Martins, 100 Cj. 101 - Vila
Mariana
São Paulo/SP - Tel: (11) 5081-8888
contato@imagicmultimedia.com.br

IMPORTS BR

R. Prof. Pedreira de Freitas, 937 – Tatuapé
São Paulo/SP - Tel: (11) 3854-8188
vendas@importsbr.com.br

INTEGRA

Av. São Gabriel, 149 Cj.703/4/5 – Itaim
São Paulo/SP - Tel: (11) 3078-3378
douglas@integramidia.com.br

LUCIANO JULIÃO

R. Levotti Grotera, 98 – Morumbi
São Paulo/SP - Tel: (11) 3758-0797
gabriela@juliao.com.br

NEXTT HOUSE

R. Inhambu, 1293 - Moema
São Paulo/SP - Tel: (11) 2385 – 9907
contato@nextthouse.com.br

OGURI

R. Pe. Carvalho, 771 Pinheiros
São Paulo/SP - Tel: (11) 3037-7120
alexandro@oguri.com.br

SAX HI FI

Pç. Nove de Julho, 23 Casa 1 - Centro
Sorocaba/SP - Tel: (15) 3221-5896
contato@saxhifi.com.br

XTRON

R. Normandia, 66 - Moema
São Paulo/SP - Tel: (11) 3848-9388
marcos@xtron.com.br

SERGIPE

IHOME/MEMPHIS
R. Duque de Caxias, 264 - São José
Aracaju/SE - Tel: (79) 3231-4609
comercial@ihomeaudio.com.br

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO:

SOM MAIOR

R. João Pessoa, 1381 – América
Joinville/SC - Tel: (47) 3472-2666
sommaior@sommaior.com.br



livemax
Automação e Cinema Residencial

Revenda Diamante em Curitiba

Al. Dr. Carlos de Carvalho, 1441 | Batel | 41.3322 5050 www.livemax.com.br





Z/Quatro

EXPLORE TODAS AS EMOÇÕES...
E VIVENCIE EXPERIÊNCIAS SURPREENDENTES.

A Som Maior proporciona experiências inesquecíveis em todos os sentidos. O verdadeiro estado da arte capaz de despertar nossas emoções por meio de um mundo de magia e encantamento em áudio e vídeo high end. Som Maior, há 30 anos nos envolvendo com a intensidade de cada cena e cada nota.

som maior
AUDIO VIDEO HIGH END
30 anos

47 3472 2666 - www.sommaior.com.br