

ÁUDIO - VÍDEO - TECNOLOGIA - EQUIPAMENTOS HIGH END - DESIGN - ALTO ESTILO

revista

som maior

ÁUDIO VÍDEO HIGH END

Ano 02 - Edição 05 - Agosto 2013

www.sommaior.com.br



PERFIL

Conheça a história de Joe Atkins, o presidente da Bowers & Wilkins

CARROS HI-FI

Parcerias de luxo: B&W com a Maserati e Meridian com as marcas Jaguar, Land Rover e McLaren

SALAS DE ESPETÁCULOS

Dois locais que você deve conhecer quando for à Europa

A VOLTA DOS LPs

Ed Motta fala com a Som Maior e conta sobre sua paixão pelo vinil

BEM-VINDO AO UNIVERSO
DA ALTA PERFORMANCE.





Razão e emoção

É possível dizer que vivemos em um mundo digital. Mas também vivemos em um mundo analógico. Na tecnologia do áudio e vídeo esta dicotomia está presente o tempo todo. Enquanto o que vemos e ouvimos – aquilo que desperta as nossas sensações e emoções – são ondas analógicas, a maior parte das mídias onde o áudio e o vídeo são gravados é digital, como por exemplo, o CD, o DVD, o Blu-Ray, além é claro dos arquivos que são simplesmente gravados nos discos rígidos dos computadores e iPods.

Entretanto, a mídia analógica, principalmente o LP (Long Play), ainda existe e está crescendo bastante nos últimos anos. Países onde as estatísticas de vendas dos LPs são confiáveis, como os EUA e a Alemanha, mostram que a curva de crescimento das vendas é exponencial. Na Alemanha, foram vendidos quase 5 milhões de LPs em 2012, um crescimento de 400% sobre as vendas de 1 milhão de LPs em 2007. A marca austríaca Pro-Ject, uma das mais renomadas fabricantes mundiais de toca-discos, vende atualmente cerca de 8.000 toca-discos por mês!

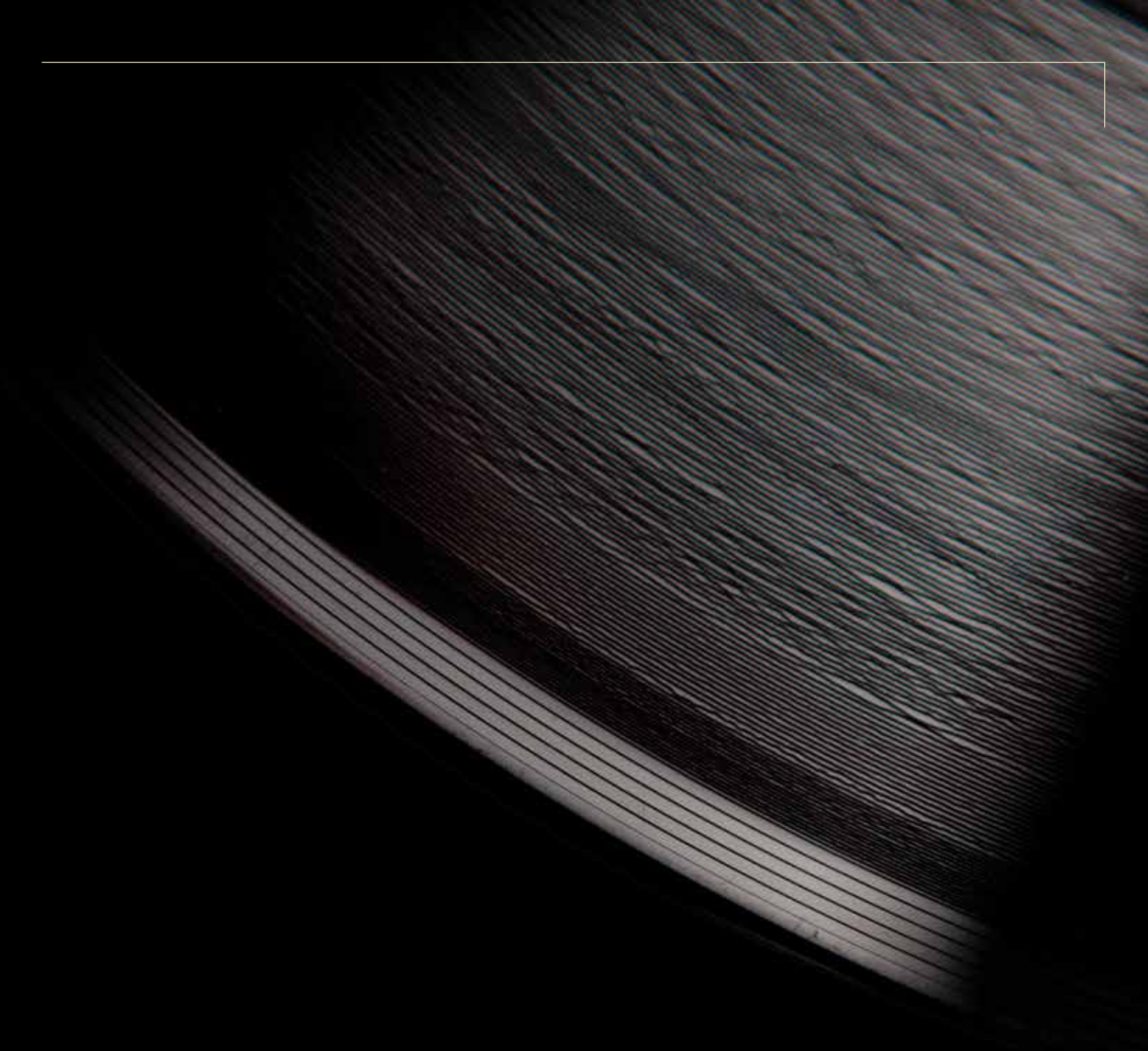
Podemos citar algumas razões para o renascimento dos LPs: a qualidade sonora incomparável com relação ao CD e ao MP3, o design magnífico dos modernos toca-discos (que evoluíram muito em relação aos modelos das décadas de 70 e 80) e uma tendência mundial de valorização de modelos de eletrodomésticos retrô. Ter um toca-discos moderno hoje em sua sala de estar é cool!

Entretanto, uma razão mais profunda, de cunho mais emocional, também é fundamental para o renascimento

dos LPs: a sensação física da posse de um bem material, de sentir a mídia em suas mãos, de ver o disco girando no toca-discos enquanto a agulha percorre os sulcos e se ouve o som... Tudo isso foi sendo perdido ao longo do tempo com os arquivos digitais, e vimos que muitas pessoas ou sentiram falta disso ou quiseram experimentar essas sensações pela primeira vez, daí o retorno ao LP.

A reportagem de capa desta 5ª edição da Revista Som Maior nos traz mais informações a respeito do ressurgimento do vinil por meio de entrevistas com profissionais do ramo: uma entrevista com o cantor e compositor Ed Motta, um dos maiores colecionadores e entusiastas de LPs do Brasil, além de uma conversa com João Augusto, proprietário da Polysom, reaberta em 2009 e atualmente a única fábrica de LPs da América Latina, na cidade de Belford Roxo, Rio de Janeiro. Os depoimentos dos entrevistados possuem uma mesma linha mestra: eles nos mostram que o mundo analógico aproxima o ouvinte do músico, criando um laço emocional muito mais forte do que é possível quando se ouve um arquivo digital.

É bom frisar que não se trata aqui de menosprezar o mundo digital, pois os seus benefícios para a música (e para a humanidade) são evidentes. Exemplos desses benefícios no mundo do áudio e vídeo, bem como no dia a dia das pessoas, não faltam. O objetivo aqui é valorizar o mundo analógico, ajudando a mostrar que tanto o digital quanto o analógico são indispensáveis para o bem-estar atual do ser humano. E falamos de bem-estar de forma integral, holística por assim dizer.



Enquanto o mundo digital está relacionado à mente, o mundo analógico está ligado ao coração.

Razão e emoção.
Indissociáveis.

Uma excelente leitura!
Kahlil Elias Assib Zattar.

Agosto 2013



VINIL
A alma que o digital não tem **30**



INOVAÇÃO
JL AUDIO



ROTEIRO
SALAS DE ESPETÁCULOS
NA EUROPA

16



CARROS DE LUXO
B&W E MERIDIAN APOSTAM
EM PROJETOS DE ÁUDIO
AUTOMOTIVO HIGH END

52



PERFIL
JOE ATKINS
PRESIDENTE DA B&W

66

14 GOLDEN EARS

Álbuns que exploram a máxima qualidade do sistema

18 CAIXAS ACÚSTICAS - PARTE II

Por Luis Assib Zattar

22 REVENDA DIAMANTE

Conheça a InterCine

26 LANÇAMENTOS

As novidades do mercado mundial de áudio e vídeo

45 REVENDA DIAMANTE

Conheça a Miami Home Vídeo

48 A ARTE DE OUVIR

Por Nestor Natividade

72 DIÁRIO

Convenção Internacional da Som Maior

80 CRÔNICA

Por Fernanda Lange

82 ONDE ENCONTRAR

Lista de revendas e parceiros

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.net

Textos e Edição

Taísa Rodrigues
imprensa@zquattro.net

Projeto Gráfico e Direção de Arte

Fabio Scalabrini
fabio@zquattro.net

Revisão

Simone Cassol
simone@zquattro.net
Taísa Rodrigues
imprensa@zquattro.net

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 pelo e-mail revista@sommaior.com.br.



Alto-falantes da linha marítima.

JL Audio: inovação e qualidade

Empresa procura surpreender e participar de todas as etapas da vida do consumidor

Quando se fala em inovação, logo se pensa em uma empresa que busca a qualidade e a diferenciação no mercado. A JL Audio é um exemplo de empreendimento que sempre surpreende e encanta os clientes quando o assunto é alto-falantes de qualidade para casas, carros e embarcações.

George Jenkins, o vice-presidente da JL Audio, gosta de dizer que a empresa é fantástica. “A JL Audio preza muito a qualidade geral dos produtos, com especial ênfase no desempenho sonoro. Trata-se de uma companhia direcionada para área de engenharia.”





George Jenkins, vice-presidente da JL Audio, visitando a Som Maior.



Subwoofer da linha Fathom.

Fotos: Divulgação

Criada em 1975 por Jim Birch e Lucio Proni – Jim para o J e Lucio para L –, a JL Audio é uma empresa privada e sem muitos acionistas. “Nós temos o luxo de ter o controle do nosso destino. Quando nós criamos um produto é porque Jim e Lucio acreditam que é o produto certo”, completa George em uma entrevista que deu para a Som Maior na última visita ao Brasil.

O vice-presidente explica que a empresa tem três

divisões: a divisão de produtos automotivos, a residencial e, por fim, a marítima. A divisão de produtos automotivos foi a primeira, início das atividades da JL Audio. Por causa disso, os clientes estão distribuídos em uma faixa etária bastante ampla. Por exemplo, no mercado automotivo o consumidor é bastante jovem, nos EUA a faixa etária varia dos 18 aos 20 anos, na Europa, dos 20 aos 21. São clientes que procuram a empresa para colocar alto-falantes nos carros. Mais tarde, estes clientes procuram alto-falantes para suas residências. E se a pessoa tiver muito sucesso, ela vai comprar um barco e precisará de alto-falantes marítimos.

“Ou seja, em todos os momentos da vida a JL Audio estará presente. Então, nossos consumidores são muito diversificados em função disso. Para você se tornar desejável por essa grande diversidade de consumidores, precisa sempre ter produtos inovadores. Tanto do ponto de vista técnico quanto do ponto de vista de estilo. Nós temos que ser desejados por uma grande variedade de pessoas. Há paixão e conhecimento em todos os lugares. Colocamos design em cada produto que desenvolvemos e ainda testamos cada caixa de som antes de dizer que ela está realmente pronta para ir ao mercado. Tudo isso para garantirmos qualidade e inovação”, diz.



Sede da empresa em Miramar, Flórida, EUA.



Linha de montagem dos subwoofers residenciais.

Atualmente, a JL Audio tem duas unidades nos Estados Unidos: uma perto de Miami, na Flórida, que é a sede, onde trabalham cerca de 200 pessoas, e a outra fica em Fênix, no Arizona. Lá está toda a equipe de engenheiros e designers, sendo cerca de 20 pessoas. “De Miami até Fênix são mais ou menos 3.600 quilômetros e nosso departamento de informação de tecnologia tem um grande desafio porque eles têm de manter conectadas essas duas unidades que são tão distantes geograficamente, para que todos nós possamos trabalhar em total sintonia, mas eles são muito bons nisso”, completa George.

Além de trabalhar e se adaptar com a distância, ele conta que grandes mudanças ocorreram provenientes dos computadores, ou seja, a indústria dos computadores está entrando no mercado e isso tem mudado o cenário econômico fortemente.

“O fato de você poder acessar música em formatos diferentes, mudou duas coisas básicas: a maneira como as pessoas escutam música e as características demográficas dos nossos ouvintes. Hoje o consumidor é mais ‘computer oriented’, mas eu tenho encontrado também consumidores que provavelmente foram influenciados por seus pais a possuírem um bom sistema de áudio, então eles ainda acessam a música pelo computador, mas querem escutar a música em um sistema bom. Enquanto as pessoas gostarem de música, vai ter um mercado bom para nós. Música é arte, é emoção e traz memórias. Todo mundo tem essa música e é isso que nós temos que trabalhar.”

Sempre envolvido em negócios internacionais, George viaja o mundo e percebe bem as mudanças e como as empresas parceiras trabalham. No caso da Som Maior George é enfático ao dizer que não poderia existir uma parceria melhor. “Posso dizer que uma organização como a Som Maior é única. Não só pelo showroom que eles têm, pelas salas de demonstração, mas pelo profissionalismo e pelo apoio que eles dão aos fabricantes. É simplesmente incrível. Som Maior para mim não é um distribuidor. Eu posso confirmar que eles são uma extensão da JL Audio no Brasil. Portanto, eles são nossos parceiros e nós somos muito honrados em estar com eles.”



Subwoofer in Wall.

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

na palma de suas mãos de um jeito

e personalização de vários sistemas: áudio, vídeo, automação,
estruturado e wireless.



XTRON

ÁUDIO, VÍDEO E AUTOMAÇÃO

www.xtron.com.br

www.xtron.com.br

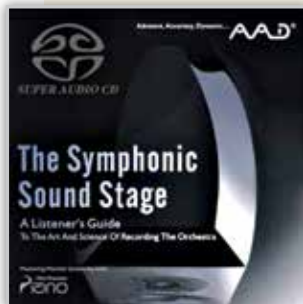
Golden Ears

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



The Symphonic Sound Stage

Vários artistas e intérpretes (Delos D/CD 3502)

Este CD não pode faltar em nenhuma prateleira de um verdadeiro amante da música! Mesmo se a música clássica não é exatamente sua primeira escolha, este disco, com uma seleção maravilhosa de pequenas peças e vários compositores vai colocar seu sistema em cheque e lhe mostrar tudo o que ele pode (e não pode) fazer.

Graves subterrâneos, contrastes dinâmicos espetaculares, posicionamento dos instrumentos extremamente realísticos e um palco sonoro que se estende para além das paredes da sua sala. Recomendadíssimo!



Tchaikovsky: 1812 Overture etc

Fritz Reiner/ Chicago Symphony Orchestra (JVC XRCD)

Este CD excepcional, relançado pela JVC há alguns anos com sua tecnologia de gravação XRCD elevou o já excelente nível de qualidade original RCA Victor a novos patamares.

A estrela do álbum é a gravação da Abertura 1812 de Tchaikovsky, mas há outras preciosidades como o Mephisto Waltz de Liszt e Carnival Overture de Dvorák.

Todos excepcionalmente bem gravados, com um som poderoso sob a batuta do grande Fritz Reiner, mostram o que se conseguia fazer com 3 microfones e um engenheiro competente em 1955!

Uma obra-prima de gravação orquestral.



Keith Jarrett

The Köln Concert (ECM LP/CD)

O mestre da improvisação no piano jazz em seu melhor momento. Gravado em Köln, Alemanha, em 1975, mostra o pianista no seu auge, como compositor e músico. Todas as faixas são improvisadas, mas com uma conexão melódica excepcional, sem nenhuma nota exagerada ou fora do lugar.

Embora seja uma gravação ao vivo, não se percebe um ruído ou suspiro sequer na plateia, hipnotizada pelas melodias inebriantes e sedutoras.

Gravação padrão ECM, muito clara e aberta, com uma dinâmica e timbres excepcionais.



The Latin Touch

Laura Fygi (Mercury CD)

Disco de música latina de grande equilíbrio sonoro, a voz da cantora soa suave e aveludada, amparada por uma orquestra competente e muito bem gravada.

Os arranjos tradicionais são executados com emoção e virtuosismo, especialmente do guitarrista Leonardo Amuedo.

Um disco para ouvir e curtir a delicadeza sonora que o seu sistema deve ser capaz de lhe proporcionar.

Abra um vinho, escolha bem a companhia e se deixe levar...

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

Salas de Espetáculos

Conheça o Olympia Hall e o The Royal Albert Hall – duas casas de sucesso

Casas de ópera, salas de concertos ou casas de shows. Não importa. Quando vamos a uma sala de espetáculos, procuramos o melhor – em música, acústica e, claro, arquitetura. Prédios imponentes encantam e devem fazer parte do roteiro de quem viaja e aprecia uma boa música.

Na primeira parte da série “Salas de Espetáculos” você irá conferir duas casas da Europa que estão na lista das melhores do mundo: Olympia Hall, em Paris e The Royal Albert Hall, em Londres.

OLYMPIA HALL, PARIS

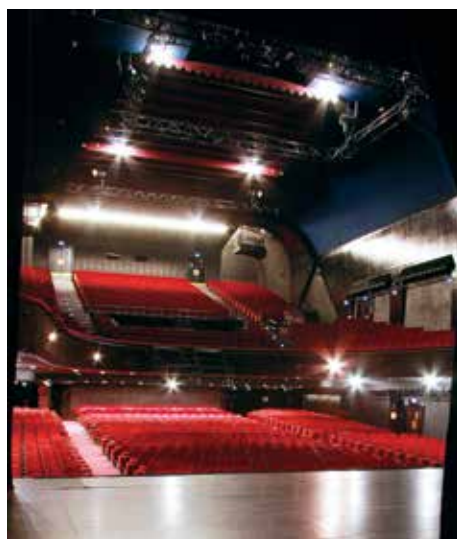
O prédio antigo e a fachada em vermelho caracterizam a casa de espetáculos mais emblemática de Paris: Olympia Hall. Construída pelo arquiteto Léon Carle e inaugurada em 1893, com a apresentação da dançarina e cantora francesa La Goulue, o espaço recebeu por algum tempo espetáculos musicais, circos, balés e óperas. Mas em função do declínio no número de apresentações e com a tomada da França pela Alemanha na 2ª Guerra Mundial, o Olympia passou a receber apenas as tropas, que após cantarem hinos nacionais apreciavam os famosos shows de cancan.

Foi então, em 1954, que o Olympia Bruno Coquatrix – atual nome da casa – foi reinaugurado como sala de espetáculos pelo próprio Bruno Coquatrix. Até hoje há quem diga que o local é mágico, mítico e eclético. Por isso, quem vai se veste para, realmente, curtir algo único, encantador e, ao mesmo tempo, elegante. Vestidas a rigor, as pessoas pedem Champagne no intervalo das atuações e trocam impressões sobre o espetáculo que assistem.

O Olympia já recebeu grandes artistas franceses e internacionais, como Edith Piaf, Léo Ferré, Louis Armstrong, Aretha Franklin e os portugueses Amália Rodrigues e Tony Carreira. Ao longo destes anos, diversos concertos de música pop, rock, reggae, hip-hop, jazz, blues e música clássica também foram destaques no palco do Olympia.

Um pouco antes da década de 90, após a morte de Bruno Coquatrix, o Olympia acabou entrando em declínio. A ideia, naquela época, era demolir o local e transformá-lo em um estacionamento. Porém, em 1993 o então Ministro da Cultura, Jack Lange, ordenou a preservação do espaço.

Com mais de 30 milhões de espectadores nos últimos 50 anos, o Olympia transformou-se num music hall lendário, que passou por altos e baixos para continuar sendo um lugar clássico para shows e espetáculos.





Fotos Divulgação

THE ROYAL ALBERT HALL, LONDRES

Quem vai para a Inglaterra já sabe que não pode deixar de visitar o The Royal Albert Hall, em Londres. Uma verdadeira obra de arte, a casa foi inaugurada em 1871 pela rainha Vitória em memória do seu falecido consorte, Albert de Saxe.

A construção em tons terracota e com uma abóboda de vidro é simplesmente magnífica, cheia de detalhes, cores e, por dentro, claro, um espetáculo. Ela sempre foi concebida como uma casa polivalente por apresentar não só concertos de música, como também exposições, reuniões e cerimônias.

O Royal Albert Hall foi construído para cumprir o desejo do príncipe Albert de conceber, em uma região central, um espaço com a proposta de promover a valorização das artes. Por isso, ele ficou situado no coração do bairro South Kensington, rodeado por museus e lugares de aprendizagem.

Desde quando foi inaugurado esse espaço sempre foi movimentado. A lista de artistas que já se apresentou no The Royal Albert Hall não é pequena. Ele já recebeu Led Zeppelin, Frank Sinatra, Liza Minnelli, Jimi Hendrix, The Beatles, Oscar Peterson, The Who, Eric Clapton, Sting, Elton John e também artistas de uma geração mais



jovem, como The Killers, Jay Z, Kaiser Chiefs e Adele – cujo álbum *Live at the Royal Albert Hall* foi ali gravado.

Todos os espetáculos sempre estiveram lotados. O plano original era para que o salão acomodasse cerca de 30.000 pessoas, mas por razões financeiras ele recebe hoje aproximadamente 7.000 espectadores. Isso ocorreu porque grande parte do dinheiro destinado para a construção havia sido desviado.

Algo que chama atenção na estrutura são as treliças instaladas no hall, que melhoram a acústica do espaço, transformando shows em verdadeiros espetáculos. Vale ressaltar que o The Royal Albert Hall é uma instituição que não recebe nenhum financiamento do governo central ou local.

Se quiser conhecer mais, confira a linha do tempo interativa no endereço <http://www.royalalberthall.com/about/history-and-archives/timeline-detail.aspx>

Caixas Acústicas

(Parte II)

Na parte primeira deste artigo abordamos os tipos de alto-falantes que são utilizados em uma caixa acústica full-range, como os woofers, midranges e tweeters e a importância dos gabinetes e materiais.

Nesta sequência, dissertaremos sobre os três tipos mais comuns entre as caixas acústicas dinâmicas.

A primeira e muito utilizada em instalações onde o espaço disponível ou o tamanho da sala é limitado, são as chamadas bookshelf. De dimensões reduzidas e normalmente com duas vias (woofer e tweeter), têm a vantagem de poderem ser utilizadas com amplificadores ou receivers de potência média e serem instaladas em estantes ou prateleiras, tomando pouco espaço.

Por serem compostas por apenas dois falantes, normalmente apresentam bom equilíbrio e coerência tonal. E como apresentam uma resposta de graves não muito extensa sofrem menos influências negativas da proximidade de paredes ou grandes superfícies.

Cabe uma explicação sobre o exposto no parágrafo anterior: os sons graves sofrem muita influência pela proximidade dos woofers das paredes ou do piso. Para cada superfície em que o falante de graves esteja muito próximo, os sons de baixa frequência são amplificados acusticamente em três decibéis (3dB). Ou seja, uma caixa “colada” à parede do fundo tem seus graves aumentados em 3dB, e se estiver em um canto da sala, em 6dB (9dB se também estiver muito próxima ao teto ou do chão).

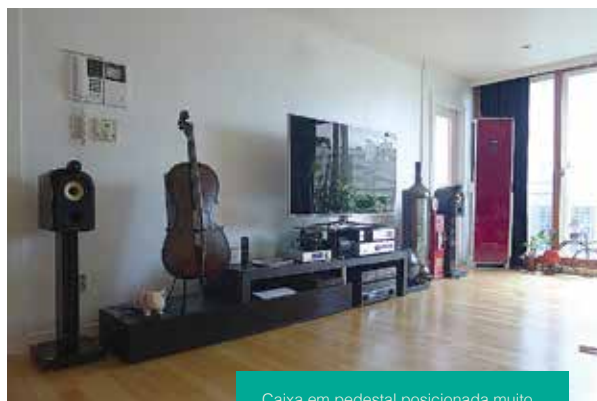
Ao mesmo tempo em que percebemos uma reprodução mais “cheia” e com mais graves, estes interferem negativamente no equilíbrio tonal da

caixa, tornando os graves retumbantes e com som de “barril”. Todos os sons graves adquirem o mesmo tom, obscurecendo a clareza necessária nos médios e tornando a reprodução pesada e cansativa.

Por isso, mesmo as caixas bookshelf devem ser posicionadas longe das paredes laterais da sala ou móvel e o mais à frente possível nele. A situação ideal seria a de uma caixa bookshelf em seu pedestal dedicado, posicionada na sala não equidistante das três superfícies adjacentes (paredes traseira, lateral e piso).

A diferença na qualidade sonora obtida por uma caixa bem posicionada contra outra encostada no fundo e na lateral do móvel é gritante, ultrapassando quase sempre as diferenças obtidas por outros fatores como uma eletrônica mais sofisticada.

Ou seja, caro leitor, verifique a posição da sua caixa na estante e experimente movê-la, procurando uma posição melhor. Garanto que vale o esforço. A você, instalador ou projetista do móvel onde as bookshelf serão instaladas, leia e releia o aqui exposto. A melhora sonora obtida pode ser enorme!



Caixa em pedestal posicionada muito próxima à parede do fundo.

O outro tipo são as caixas tipo torre ou de piso. Nestes modelos, que apresentam normalmente três ou mais falantes, sendo ao menos um dedicado aos graves, as possibilidades de posicionamento se ampliam em muito.

Como não estão limitados ao espaço disponível no móvel, podem ser livremente movimentadas na área à frente do ouvinte, procurando-se a posição que melhor proporcione um bom equilíbrio tonal e um bom palco sonoro. Claro que estamos aqui falando de situações ideais, hipotéticas, mas que devem ser perseguidas com rigor. Quanto menos concessões forem feitas no quesito posicionamento de caixas, melhor o desempenho sonoro e a satisfação do ouvinte.

Tenho visto muitas instalações com equipamentos high end ou de qualidade premium com desempenho medíocre. Na quase totalidade dos casos, o grande problema é o posicionamento das caixas frontais.

“De todas as variáveis que podem influenciar o equilíbrio tonal e o palco sonoro, o correto posicionamento das caixas acústicas é de longe a mais importante.”

Em inúmeras instalações de sistemas high end, utilizando caixas do topo-da-gama, dotadas de grandes woofers, vemos as mesmas “socadas” nos cantos das salas, provocando enormes aberrações na resposta tonal e total destruição do palco sonoro.

Esta situação é absurda e deve ser evitada a todo custo! Afinal, se você investe um bom valor em caixas de alta performance, o que você espera é de que elas lhe forneçam um som condizente com o investimento.

As caixas devem ser posicionadas na sala de modo que as distâncias do(s) woofer(s) às paredes laterais e ao piso sejam diferentes entre si para que não ocorram reforços e cancelamentos indesejáveis em determinadas frequências baixas.

O correto posicionamento também ajuda muito a construir um palco sonoro sólido e tridimensional, com o som indo além do espaçamento entre elas e com uma correta sensação de profundidade.

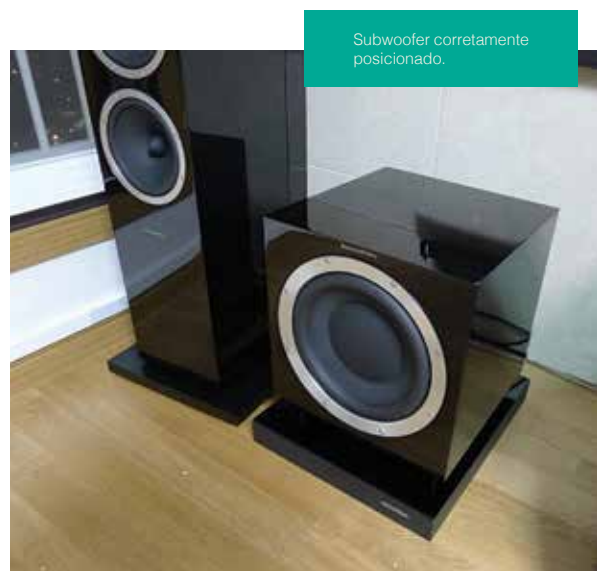


Exemplo de caixas torre corretamente posicionadas.

Estas avaliações devem ser feitas em dois canais estéreo, sem nenhum efeito surround. O subwoofer também deve estar desativado. Somente depois que você conseguir um som homogêneo, limpo, sem ressonâncias evidentes nos graves e com um correto palco sonoro é o que os ajustes de corte de crossover (se houver) e a inclusão e ajustes do subwoofer serem feitas.

Sobre o assunto subwoofer, o leitor pode se indagar: mas este muitas vezes não é colocado justamente nos cantos da sala?

Sim, isto é verdade, e a eficiência acústica do mesmo é aumentada nestas circunstâncias, mas, como o sub atua por pouco mais de duas oitavas (20Hz a 80-100Hz) o problema das ressonâncias é mais facilmente contornado por um bom ajuste de frequência de corte, fase e ganho.



Subwoofer corretamente posicionado.



Caixas em pedestal corretamente posicionadas.

Fotos Divulgação

E temos ainda os alto-falantes (ou caixas) de embutir. Os modelos redondos são os mais indicados para instalações no teto, e os retangulares para as paredes. Entretanto, aqui no Brasil, devido ao tipo predominante de construção com paredes de tijolos, a grande maioria das caixas de embutir vai mesmo é para o teto, sejam circulares ou retangulares.

Depois de dissertarmos tanto sobre o correto posicionamento das caixas de pisos, o que falar sobre o posicionamento das caixas de embutir?

Caixas de embutir normalmente são utilizadas apenas para som ambiente e como caixas surround, mas hoje existem modelos com woofers de dimensões razoáveis, de duas ou três vias, capazes de desempenho surpreendente em termos de extensão de graves, com médios claros e envolventes aliados a agudos definidos e doces...

Se a instalação for para um sistema de home theater, existem modelos em que os midranges e tweeters são instalados angulados dentro do gabinete para uma melhor resposta de frequência no ponto de audição.

Uma dica útil no caso de caixas de embutir para os canais surround é instalar as caixas um pouco mais distantes do sofá principal, não diretamente sobre a cabeça dos ouvintes. Isto permite uma maior integração do som e uma percepção mais natural dos efeitos sonoros.

That's all folks!

Em edições futuras abordaremos em mais detalhes os subwoofers e o casamento caixas/amplificadores. Até lá. [»](#)

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



InterCine - Uma história de sucesso

Determinação, vontade e trabalho são os ingredientes que marcam a trajetória dessa revenda

A história da InterCine, uma das revendas e parceiras da Som Maior, pode ser comparada com filmes ou documentários de “cases” de sucesso. Como toda empresa, ela passou por percalços no meio do caminho, principalmente quando foi inaugurada em 2007 – dentro de uma loja de iluminação em Vitória, no Espírito Santo. Mas em 2010 muita coisa mudou e a InterCine, que nesta época tinha apenas dois funcionários, cresceu e já ganhou destaque conquistando em 2013 o título de Revenda Diamante – uma forma de reconhecimento da Som Maior para as revendas que tiveram um excelente desempenho comercial.

Hoje, os irmãos Jefferson Hubner e Uenderson Hubner são os proprietários da empresa. Tudo começou com Jefferson, que descobriu o gosto por boa música e por belos sistemas de áudio quando era criança. “Lembro da minha infância, nas tardes de domingo, do meu pai ouvindo música em sua sala dedicada com um super (na época) estéreo da Gradiente. Era um show! Eu adorava e fui criando a minha ligação com a música”, revela.

O pai era muito fã de MPB, mas ao longo dos anos Jefferson foi conhecendo coisas novas, como Eric Clapton, Roger Waters, Eagles. Tendo um conhecimento e certa apreciação pela música, ele foi chamado há seis anos para trabalhar na InterCine para atuar como gerente comercial (na verdade, atuava mais como vendedor).

Após dois anos, foi convidado a ser sócio da empresa, onde assumiu inicialmente 5% de participação. “Pra quem tinha a carteira assinada de gerente e trabalhava como vendedor, 5% já era algo. O tempo foi passando e as coisas não iam nada bem. Comecei então a tomar minhas próprias decisões e a tocar o negócio sozinho”, completa.

Foi no início de 2010 que Jefferson teve a chance de comprar a InterCine por completo – uma empresa que estava com sérias dificuldades e ainda sem showroom, que acabou sendo levado na negociação. Ou seja, Jefferson ficou com as dívidas dos fornecedores, do banco e ainda com uma dívida com o ex-sócio. Nesse

momento, a loja tinha apenas um receiver NAD, Blu-ray Panasonic e caixas M1 da B&W.

No trabalho não era diferente. Além de ser o dono, ele era o instalador, vendedor e técnico, tendo uma secretária que o ajudava no setor administrativo e financeiro. “Quando essa virada aconteceu, agarrei-me à minha melhor oportunidade: a Som Maior. Foquei em produtos top de linha, exclusivos e high end. Comecei a visitar os escritórios dos profissionais de decoração e a falar apenas de bons produtos aos clientes, mostrando um mundo muito melhor e que era desconhecido por eles”, conta o empresário.

A REVIRAVOLTA

Em apenas três anos, a InterCine mudou-se para um shopping exclusivo de decoração, contando com uma sala com dois sistemas montados e dois showrooms, sendo o mais refinado equipado com caixas B&W 802 Diamond, projetor italiano Sim2 Nero 3D, subwoofer JL Audio e todo o cabeamento da Audioquest, mais outros equipamentos e periféricos. “Esta configuração me dá a certeza que a InterCine possui o melhor showroom do Estado”, avalia Jefferson.

A proposta é dar continuidade ao melhoramento da loja e ao atendimento diferenciado aos clientes. Pensando nisso, a InterCine mudará para um espaço maior, mas no mesmo shopping. Jefferson adianta que serão montadas três salas, todas tratadas acusticamente. Essa mudança deverá ocorrer ainda em agosto de 2013. “Vamos oferecer algo ainda melhor e bem mais estruturado”, garante.

Atualmente, a empresa conta com oito colaboradores. O empresário revela que no decorrer destes três anos a empresa cresceu muito, cerca de 36% ao ano. Com esse crescimento, as instalações começaram a tomar o seu

tempo, e foi aí que o irmão Uenderson entrou. Ele já trabalhava como técnico em eletrônica em uma empresa de tecnologia e hoje está se formando em engenharia de automação. Atualmente, 90% do seu tempo é dedicado à parte técnica da empresa.

Outro ponto de destaque da InterCine é justamente a preocupação com a formação dos colaboradores. “Todos os técnicos são formados em eletricidade ou eletrotécnica. Nossa responsável pela área comercial está se formando em arquitetura, enquanto que a do setor financeiro/administrativo é formada em administração, ou seja, não temos nenhum tipo de serviço terceirizado.”

O TRABALHO

A empresa trabalha atualmente com o conceito Smart Home: circuitos de câmeras, cabeamento estruturado, aspiração central, telefonia, automação residencial e segurança biométrica. Mas o foco é áudio e vídeo. Tanto isso é verdade que, quando assumiu a loja, Jefferson focou na Som Maior e, conseqüentemente, os projetos high end começaram a aparecer. “Sempre acreditei neste mercado high end e de luxo”, afirma.

Com toda essa movimentação e investimento, a InterCine conquistou em 2013 o título de Revendedor Diamante. Uma conquista muito celebrada pela equipe. “Um verdadeiro show. Trabalhamos muito durante três anos para ganhar esse título. Assim como nosso foco agora é colocar em nosso showroom as caixas Nautilus. E os capixabas podem esperar, pois irão ouvi-las.”

Sempre otimista e muito preocupado em manter a qualidade dos serviços prestados, Jefferson espera manter um crescimento mínimo de 36% ao ano e, claro, surpreender as pessoas com o novo espaço, colocando nele, o mais breve possível, as famosas caixas “caracol” Nautilus.

“Nosso foco agora é colocar em nosso showroom as caixas Nautilus. E os capixabas podem esperar, pois irão ouvi-las.”

Jefferson Hubner

B&W Nautilus, caixa ícone da marca e próxima integrante do showroom da InterCine.





Showroom da InterCine com linha B&W 800 Diamond, eletrônica NAD Master Series e Projetor SIM2 Nero 3D.

OS PROJETOS

Cada projeto é feito de uma maneira, conforme a necessidade dos clientes da InterCine. Jefferson deixa isso bem claro quando dá o exemplo de projetos em um mesmo edifício, com mesmo tamanho de salas, mas com público diferente. “Quando o futuro morador começa as alterações de cada ambiente, o corpo fica diferente. Então estudamos carinhosamente o espaço, seja ele qual for – home theater, varanda, suíte – juntamente com o profissional de decoração para ver as características”, explica.

Para isso, o empresário sempre buscou parcerias com arquitetos e designers. “Aliás, temos uma pessoa responsável para atendê-los, visitar os escritórios e ficar à frente de mostras como a Casa Cor.” Este é um dos diferenciais da InterCine.

Para finalizar, não se pode esquecer dos detalhes, como tubulação e parte elétrica, posição das caixas e equipamentos e ambientação. Tudo tem de ser perfeito e estar brilhando como um diamante. ▀



Os irmãos e sócios Uenderson e Jefferson Hubner.

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

Caixa acústica CM10

B&W Bowers & Wilkins

A Bowers & Wilkins (B&W) está lançando uma nova integrante da sua prestigiada Série CM – a CM10 – que passa a ser o modelo topo de linha dessa série. Seu principal diferencial em relação aos demais modelos da Série CM está na montagem no topo do gabinete do seu tweeter Nautilus com domo de alumínio e carga por tubo, uma característica herdada da linha imediatamente superior à CM – a 800 Diamond. Esse posicionamento do tweeter resulta em uma reprodução ainda mais fiel da faixa dos agudos e em uma melhor reprodução do palco sonoro, graças à redução dos efeitos de difração.

Outro diferencial da CM10 está no desacoplamento do seu midrange FST de 6 polegadas com cone de Kevlar em relação ao gabinete da caixa, o que resulta em uma maior pureza na reprodução das frequências médias.

Para uma reprodução potente e precisa dos sons graves a CM10 conta com nada menos do que três woofers de 6,5 polegadas com cone de papel/Kevlar de grande capacidade de excursão.



Amplificador estéreo Direct Digital C-390DD

Com seus 150W de potência por canal e todas as suas características inovadoras, o C-390DD é um produto ideal para audiófilos exigentes e que desejam aproveitar o que de melhor as fontes de áudio digitais ou analógicas têm a oferecer.

Através da sua tecnologia Direct Digital, o amplificador C-390DD representa um novo conceito em amplificação. Ele não tem nenhum estágio analógico no caminho do sinal de áudio, mantendo a música no âmbito digital até as saídas para as caixas acústicas. Todas as suas funções de pré-amplificação são executadas digitalmente, sem as rotações de fase, o ruído e a distorção que são inerentes a todos os projetos analógicos, qualquer que seja o seu nível de preço. Seu conversor DAC com arquitetura de 35 bits e clock de 108MHz tornam a tecnologia Direct Digital uma das mais precisas entre as disponíveis atualmente.

Graças à sua construção dentro do conceito Modular Design Construction (MDC), o C-390DD pode ser continuamente atualizado através da inclusão de módulos para a realização de funções especiais, como o DD USB 1, que serve para fazer a interface com dispositivos USB e que já vem incluído no produto. Através desse módulo o C-390DD oferece três entradas USB, sendo duas para dispositivos como

pen-drives e uma assíncrona para receber o sinal de um PC ou Mac. Atualmente são disponíveis mais outros dois módulos – o DD HDM-1, com três entradas HDMI e uma saída, e o DD AP-1, para proporcionar ao C-390DD uma entrada para toca-discos de vinil. Esse módulo é realmente inovador, pois contém um conversor de sinais analógicos para digitais de 192kHz/24 bits da mais alta qualidade para tornar os circuitos puramente digitais do C-390DD compatíveis com os sinais recebidos de toca-discos de vinil equipados com cápsulas dos tipos MM (moving magnet) e MC (moving coil).

O C-390DD conta ainda com o recurso ROOM EQ, especialmente útil para corrigir problemas na reprodução das baixas frequências causados por ondas estacionárias geradas no ambiente de audição.





A compacta AM-1 da Bowers & Wilkins (B&W) foi projetada para levar som de altíssima qualidade para os mais diversos ambientes. Para começar, ela é uma caixa acústica “à prova de intempéries”, o que a torna uma solução perfeita para ser utilizada em ambientes externos, como jardins, pátios, varandas e laterais de piscinas. Além disso, seu design harmonioso e sua durabilidade também a tornam uma opção perfeita para a sonorização de ambientes públicos, como bares e restaurantes.

Seu gabinete selado a protege dos rigores do clima, além de contribuir para uma reprodução profunda e envolvente dos sons graves pelo seu midrange/woofer de 5 polegadas com cone de fibra de vidro, no que é auxiliado pelo uso de um radiador passivo. A impecável reprodução dos agudos é garantida pelo uso de um tweeter com domo de alumínio.

Amplificador integrado RA-1570 e CD player RCD-1570 da ROTEL

ROTEL®

A Rotel, sempre admirada pela crítica especializada e pelos audiófilos pelo elevado nível de qualidade e valor dos seus produtos está lançando dois novos modelos – o amplificador integrado RA-1570 e o CD player RCD-1570 - projetados para quem deseja formar um sistema de áudio estéreo de alto padrão.

A proposta de projeto do amplificador RA-1570 é a união do que existe de melhor nas tecnologias analógica e digital para obter como resultado uma fiel reprodução de todas as fontes conectadas. Seu circuito de amplificação Classe A/B utiliza componentes discretos para garantir uma perfeita reprodução de todos os sinais, independentemente de sua origem e com praticamente quaisquer tipos de caixas acústicas, produzindo 120W de potência por canal com carga de 8 ohms e ambos os canais acionados. Sua fonte de alimentação está baseada no uso de um transformador toroidal projetado e fabricado pela própria Rotel e de componentes com estritos níveis de tolerância, como capacitores T-network.

O outro lançamento – o CD player RCD-1570 – tem como uma de suas garantias de qualidade a longa tradição da Rotel no projeto e fabricação de alguns dos melhores produtos dessa categoria, algo que vem fazendo desde a introdução dos primeiros discos CD, em 1982. O RCD-1570 possui conversor DAC e filtro digital de alta resolução modelo WM8740 da Wolfson para o processamento de sinais digitais de 24 bits e taxas de amostragem de 8kHz a 192kHz, o que garante uma perfeita reprodução de todos os níveis de sinais digitais. Por outro lado, os circuitos pós-conversão do RCD-1570 são o resultado de décadas de experiência da Rotel no projeto do caminho que resulta no melhor som, desde a saída do DAC até suas tomadas de saída balanceadas e normais. Esses circuitos utilizam componentes selecionados após sua contribuição positiva para uma excelente qualidade sonora ter sido efetivamente comprovada através de longas seções de audição.



Amplificador monobloco (mono) 925 da Jeff Rowland



JEFF ROWLAND
DESIGN GROUP



Com potência de 430W a 8 Ohms e 850W a 4 Ohms, resposta de frequências de 5Hz a 50kHz, baixíssima distorção harmônica total de 0,004% e fator de amortecimento maior do que 10000 de 20Hz a 20kHz, o amplificador monobloco 925, o topo de linha da Jeff Rowland, é uma extraordinária peça de engenharia de áudio. Ele veio para substituir com vantagem o modelo 9, um produto mítico e aclamado pela crítica.

Usinado com precisão a partir de dois blocos de alumínio aeronáutico não ressonante o amplificador modelo 925 apresenta uma exclusiva arquitetura de circuitos com blocos Classe AB de tensão e ganho de corrente separados e sem realimentação negativa. Apresenta ainda placas de circuitos cerâmicas especificadas para uso militar, barras ônibus de cobre para correntes elevadas e fonte de alimentação com capacitores de quatro polos e fator de correção de potência.

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



Cantor Ed Motta fala da sua coleção de 30 mil discos e revela que a casa onde mora é para eles.

VINIL

A ALMA QUE O DIGITAL NÃO TEM

Sumido das prateleiras, ele está voltando de uma forma discreta e começa a ganhar destaque não só nas lojas, mas também nas residências

Cuidadosamente, você tira ele do encarte, depois do plástico e com o olhar clínico visualiza os dois lados para, em seguida, colocá-lo no toca-discos, baixar a agulha sobre sua superfície e iniciar a sua reprodução. Sim. Hoje é dia de falar do disco de vinil que, por muito tempo, esteve em um lugar especial da casa. Sumido das prateleiras, ele está voltando de uma forma discreta, mas ao mesmo tempo com força. Cantores e bandas de diversos gêneros apostam nesse formato e acreditam que essa onda retrô vai ajudá-lo a ganhar destaque nas prateleiras não só das lojas, mas também das residências.



Mas há quem nunca deixou o vinil de lado. O cantor Ed Motta, por exemplo, está sempre ouvindo uma boa música na casa onde mora no Rio de Janeiro. E brinca quando diz que “está por acaso na casa”. Afinal, são 30 mil LPs distribuídos por toda parte. “Eu tenho um sofá e uma televisão. Na verdade, a casa é para os discos e por acaso eu estou lá dentro (risos). Já tapei diversas janelas e só há um pequeno espaço ainda”, revela.

A paixão pelo vinil começou cedo, quando ele tinha dez anos. Depois do primeiro adquirido, Ed não parou mais. Tanto é que quando completou a coleção com cem discos ele decidiu fazer uma festa para comemorar. “Cem discos é bastante coisa. Reuni os amigos na casa dos meus pais e fiz uma festa”, completa.

E para ouvir com qualidade as músicas de que gosta, Ed não dispensa um bom toca-discos: em casa, ele tem dois aparelhos EMT (alemão) e dois Technics, estes últimos usados para ouvir os discos brasileiros ou jamaicanos, por exemplo. Segundo o cantor, mesmo que se use um equipamento de lavagem, é bastante raro encontrar um disco no Brasil em perfeito estado de conservação, sem contar que são LPs mais finos e seu som tem menos graves e, por isso, ele os ouve nos Technics. “Eles não podem ser tocados em um toca-discos de alta definição como o EMT alemão. Os EMT são toca-discos mais sensíveis, com cápsulas mais sensíveis. Ou seja, o som de um disco importado é diferente do de um produzido no Brasil e por causa disso são tocados em aparelhos diferentes”, explica.

E mesmo com tantos discos, o cantor ainda tem os seus desejos. Na coleção falta o primeiro LP de Roberto Carlos e um disco do cantor brasileiro Arnaldo Medeiros. “São discos raros e caros”, conta. Mas enquanto o colecionador não adquire esses vinis, ele segue se encantando e curtindo os que tem. Segundo Ed, os discos estão guardados de uma maneira que ele conhece bem. Ele possui uma máquina de lavar os LPs e ainda utiliza plásticos externo e interno em cada um. “Eu mesmo cuido, eu mesmo lavo.... curto muito. Nem tenho mesa de jantar em casa para evitar aglomeração e que mexam nos discos já que cuido de todos de uma maneira especial”, revela.

Embora seja apreciador de soul, funk, rock e trilhas sonoras de filmes, Ed gosta mesmo é de jazz. “Escuto jazz de toda a parte do mundo: América Latina, Europa, Austrália, Nova Zelândia... Gosto de tudo, mas se for ver eu tenho mais discos de jazz.” Sempre que está em casa, o cantor está ouvindo música. Só para na hora de ler ou fazer as refeições. “Eu posso escutar qualquer coisa de manhã ou no fim do dia. Escuto tudo desde que seja música boa. Vinil é muito bom, pois tem um som superior, é mais aberto. Os instrumentos na música, quando se ouve um LP, são beneficiados. Para mim, é o melhor formato inventado até hoje. É melhor ouvir um disco do que um concerto ao vivo.” Ed lança neste segundo semestre, em vinil, o álbum “AOR”.



“Eu tenho um sofá e uma televisão. Na verdade, a casa é para os discos e por acaso eu estou lá dentro (risos). Já tapei diversas janelas e só há um pequeno espaço ainda.”

Ed Motta



Neste semestre, Ed Motta lança em vinil o álbum “AOR”. Ao lado (direito), cantor com sua coleção de LPs na casa onde mora no RJ.



Patrícia Marx também lança em vinil o seu álbum "Trinta".

A cantora Patrícia Marx também é exemplo de quem curte vinil. Com um pouco mais de duzentos discos, ela conta que antes os vinis estavam encaixotados e empoeirados, mas agora todos recebem um carinho especial. “Eu sempre gostei de ouvir. Tenho vários guardados desde quando eu era pequena. Arrecadei alguns dos meus pais e do meu marido, que é DJ”, completa Patrícia.

Segundo a cantora, os LPs fazem parte da sua história, tanto é que ela tem alguns discos da própria carreira guardados. No segundo semestre deste ano, ela adianta que o seu último trabalho “Trinta” vai ser lançado também em vinil. O 15º disco marca os 30 anos de carreira de Patrícia. “O engraçado é que já foi lançado um compacto em vinil com duas músicas minhas no Japão. Tem gente que está comprando lá e trazendo para o Brasil”, revela.

Mesmo se surpreendendo com essa reação de alguns fãs, Patrícia diz que, se pudesse, também compraria diversos discos, na verdade, compraria tudo. Mas agora a prioridade é um toca-discos. Na última semana de junho ela fez aniversário e o presente que ela escolheu foi um toca-discos. “Eu estava sem e queria voltar a ouvir. O som do vinil é uma curtidão e o ruído que ele tem é maravilhoso.”

“O disco é a alma que o digital não tem
não, ou seja, ele conta uma história.”

Patrícia Marx

Por isso, ela acredita que daqui para frente será diferente. Ela garante que vai cuidar mais dos discos, adquirir outros e, com o toca-discos em casa, vai ouvir muito mais. Patrícia sempre foi de escutar música boa e para ela o jazz tem algo especial. “Até meu filho, de 14 anos, estuda ouvindo jazz”, completa. E não é à toa. A cultura musical vem de casa e Patrícia concorda quando este é o assunto. A mãe dela, professora de balé clássico, sempre ouviu música erudita e o pai gostava de jazz e música popular brasileira (MPB). “Cresci ouvindo isso e são estilos de que gosto muito. A MPB antiga, como a música de Tom Jobim, João Gilberto e Elis Regina me encanta.”

E encanta tanto que, para Patrícia, o vinil é como uma fotografia: “ele sintetiza o momento da música muito mais que um CD. O disco é a alma que o digital não tem não, ou seja, ele conta uma história”, finaliza Patrícia.

VINIL – DA FÁBRICA ATÉ A SUA CASA

A única fábrica de vinil da América Latina fica no Brasil, mais precisamente no Rio de Janeiro. Há cerca de quatro anos, a história da Polysom foi retomada depois de estar fechada por um período por causa das baixas vendas, cancelamento dos pedidos e a falta de perspectiva. Mas depois de saber do crescimento da venda de vinis nos Estados Unidos e na Europa, os proprietários da Deckdisc decidiram adquirir a Polysom. Conforme o consultor e proprietário, João Augusto, foram sete meses de trabalho para colocar a casa em ordem.

“Quando compramos, a fábrica estava desativada e os equipamentos em processo acelerado de sucateamento. Além

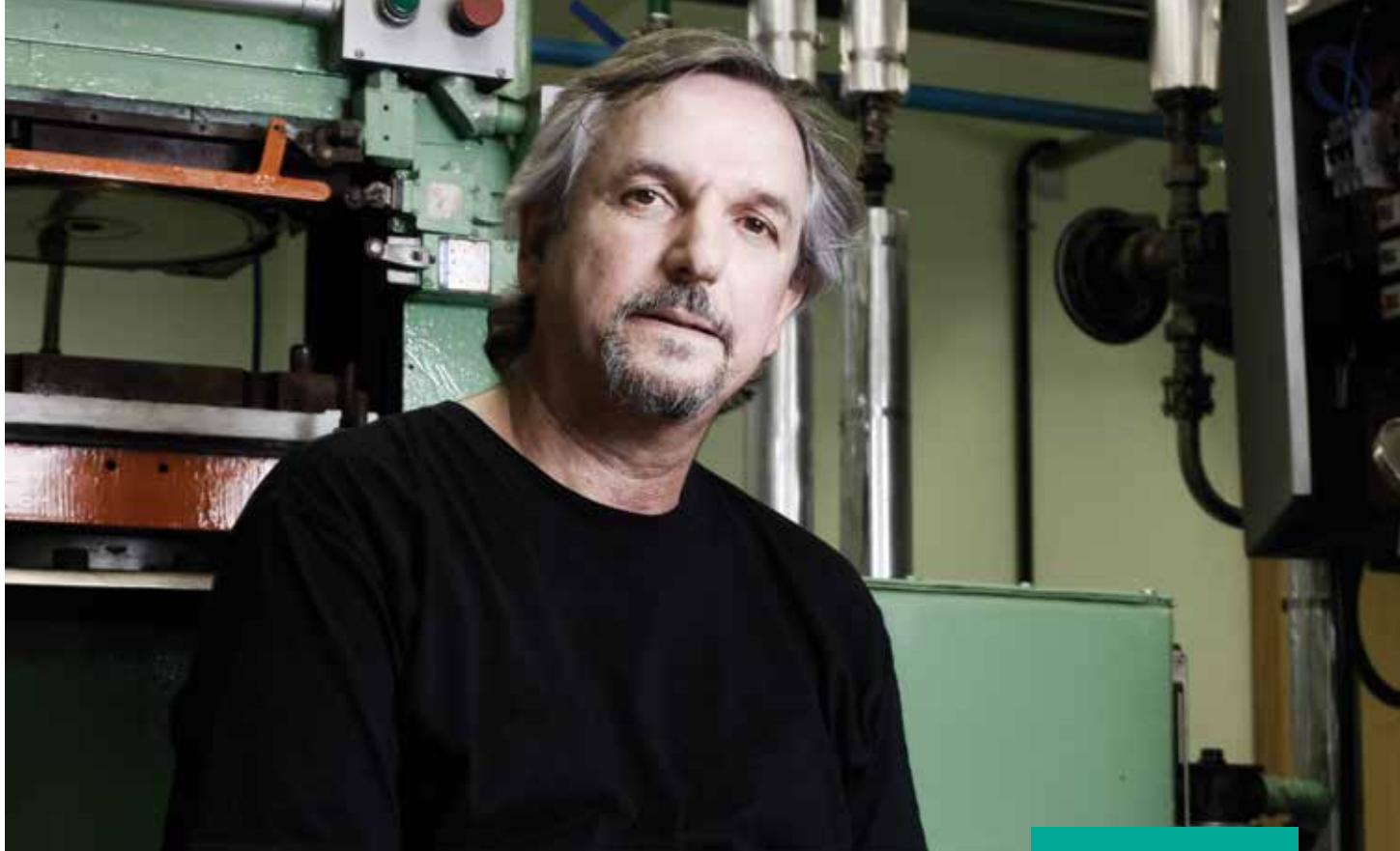
disso, havia dívidas com órgãos públicos, com fornecedores de energia, enfim. O que fizemos foi regularizar toda a situação, manter a antiga equipe, contratar uma ampla obra civil para melhorar as instalações e investir fortemente na recuperação dos equipamentos”, conta João. Como resultado, ele afirma que a Polysom é uma fábrica com qualidade comparável a qualquer uma de países como Estados Unidos e Alemanha, onde estão as melhores, lembrando que no mundo existem cerca de 40 fábricas de vinis em funcionamento.

Mas com uma fábrica de alta qualidade, como fazer para reavivar o vinil, sucesso até a década de 90? Bem, ainda não é uma tarefa fácil, não só pela presença dos CDs e DVDs, mas também pelo formato MP3 e outras formas de baixar música pela Internet. Mas João acredita que foi justamente a era digital que causou a volta desse interesse pelo vinil. “O digital é uma radicalização muito grande dos formatos de se reproduzir música e algumas pessoas ou sentiram saudades de lidar com o disco físico e a capa, no caso do mais velhos, ou se interessaram por conhecer como eram aqueles “old times”, no caso dos consumidores mais novos”, explica.

Ou seja, ainda há quem goste de colocá-los no toca-discos, observar magníficas artes estampadas em 31x31cm (contra os 12cm do CD), ler o encarte e a contracapa, trocar de lado e ainda ouvir um som que tem vantagens cientificamente comprovadas sobre qualquer som digital. Tudo isso faz com que o vinil seja encarado como um objeto de desejo. “Eu arrisco dizer que a qualidade do som, a beleza da capa e a deliciosa experiência de se colocar um disco no prato e a agulha para tocá-lo é que fazem a diferença”, completa João.

Para ele, assim como para vários colecionadores, o vinil nunca deixou de ser importante. “Agora, a sensação é de que o formato acordou de repente. Todo mundo fala em vinil e, ao que tudo indica, todo mundo quer vinil.” O contraponto nesta história é que mesmo todos querendo o bom e velho disco, os custos de produção são muito altos, sem contar os impostos do Brasil, e isso acaba deixando o produto final, de certa forma, caro – para o consumidor e para o artista. Mas no ponto de vista do consultor João Augusto, o valor do produto não é alto.

A fabricação envolve várias etapas, que começam no corte de acetato, que apesar de técnico, tem um forte aspecto artístico, e termina com a prensagem propriamente dita. No caminho entre um e outro, existem a galvanoplastia (que transforma o acetato em matrizes niqueladas), a caldeira, os compressores, tudo operado com custos altíssimos. “Some-se a isso a enorme carga tributária que vigora hoje no Brasil. Desse ponto de vista, definitivamente não é caro o vinil. O que faz o vinil brasileiro ser tão caro é uma das mais selvagens malhas de impostos do mundo. De qualquer forma, conseguimos vender mais barato do que o importado, mas bem mais caro do que gostaríamos. O custo para o consumidor final é prerrogativa do produtor fonográfico e dos pontos de venda, mas estamos trabalhando arduamente para baixar o custo de fabricação e assim criar uma corrente de preços mais em conta”, esclarece João Augusto.



João Augusto, consultor e proprietário da Polysom.

A PRODUÇÃO

A Polysom, desde que reabriu, estabeleceu uma quantidade mínima de fabricação. Isso quer dizer que cada artista ou músico independente tem de solicitar, pelo menos, 300 unidades. Esse é o número mínimo que justifica a elaboração de todo o set up necessário para colocar a engrenagem em funcionamento. Por ser uma empresa completamente independente, a fábrica foi reativada justamente para atender a qualquer artista, gravadora ou produtor que deseja fabricar vinil. A lista inclui gravadoras majors e independentes, produtores, artistas e agências. Mas os proprietários acreditam que os independentes estarão muito atuantes.

Depois de aberta, os quatro primeiros títulos escolhidos para serem lançados foram da Pitty, Nação Zumbi, Fernanda Takai e Cachorro Grande. A proposta foi deixar bem claro que a Polysom pode lançar LPs dos trabalhos mais recentes de artistas atuais, como ocorre no exterior. “Lá, artistas de pop rock lançam simultaneamente os CDs e os LPs, sempre com um bônus digital. É um caminho que iremos seguir com todos os nossos lançamentos, mas escolhemos os artistas citados por um critério próprio que os apontava como os melhores títulos para os primeiros lançamentos”, completa João.

Outro fato importante, que já está estabelecida no exterior, é a inserção nos discos de um código exclusivo para que o consumidor que comprou o vinil acesse o site e faça download do disco completo.

Atualmente, a capacidade instalada na fábrica é de 28 mil LPs e 12 mil compactos por mês, podendo ser de 140g, 160g e 180 gramas, mas o consultor revela que isso pode ser ampliado

para o triplo sem perder qualidade. Esse número é considerado alto já que, em média, leva-se cerca de duas semanas para produzir um LP. “Por ser um trabalho bem artesanal, a fabricação do vinil exige testes seguidos, que fazem o processo ser um pouco mais demorado do que a fabricação de um CD – que é toda automatizada.”

Falando em fabricação, está nos planos da Polysom produzir discos coloridos e picture discs. Além disso, depois de várias análises quanto à tributação e transportes, a empresa decidiu ampliar a prestação de serviços – como capa, adesivos, plásticos de embalagem etc. Embora os discos sejam um formato antigo, muitas coisas têm sido adaptadas aos novos tempos, desde as próprias instalações da fábrica até a forma de fazer esses discos chegarem ao público. “Se não tivermos lucro, não poderemos reinvestir. Ninguém empreende um negócio para perder e não podemos nos dar a esse luxo”, esclarece João Augusto sobre todos os investimentos já feitos na fábrica.

Mesmo com alguns entraves, acredita-se que existe mercado para os bolachões, pois o vinil não voltou para substituir, mas para se converter em mais uma opção de se reproduzir música, principalmente para os apaixonados por LPs. A demanda existe não só no Brasil, mas em países como a Argentina e o Chile, onde o vinil é idolatrado.

João Augusto reforça que muitos artistas e gravadoras da América do Sul querem lançar seus trabalhos no formato antigo. A reativação da Polysom é uma contribuição para que a cultura do vinil não esmoreça por falta de oferta.

O PROCESSO DE FABRICAÇÃO

O processo começa com a masterização e segue com o corte do acetato, galvanoplastia, prensagem e acabamento. Em todas essas etapas há equipamentos que não são mais fabricados e que tiveram que ser recuperados do estado em que se encontravam.



Corte de Acetato

Primeiro estágio na produção do vinil, é o processo pelo qual o áudio é transcrito para os sulcos do acetato. É quando a informação magnética (ou elétrica) contida no master é convertida em informação mecânica (sulcos do disco).

Na foto, o operador verifica no microscópio a forma do sulco.



Prensagem

As prensas são hidráulicas e produzem os discos a partir de misturas onde o PVC é o principal elemento. Na parte de baixo, fica a pastilha onde geralmente se coloca a matriz do lado A do disco. Essa pastilha é uma peça de quase 50 quilos, feita em aço, cujo interior parece um labirinto, por onde passam o vapor gerado pela caldeira e a água fria.

Nas fotos, a Caldeira ATA 9 que fornece o vapor para as prensas, e rebarba do disco é retirada através do corte da borda.

É um processo longo, cheio de detalhes, que só pode ser conduzido com o conhecimento dos bravos guerreiros que foram arrematados para o projeto, todos egressos de grandes fábricas brasileiras.



Galvanoplastia

Processo para se obter as matrizes metálicas que irão para as prensas hidráulicas. Na galvanoplastia, os acetatos passam por vários processos até terem a superfície gravada coberta por um banho de prata (um dos momentos mais bonitos em uma fábrica de discos), que cria uma camada metálica muito fina sobre a superfície gravada.

Na foto, o operador perfila a matriz.



Controle de Qualidade

Durante todo o processo de prensagem, o controle de qualidade verifica os discos visual e auditivamente. Para o exame visual, o operador pode se utilizar de uma lâmpada ultravioleta para verificar se a massa está "queimada" e de uma lâmpada photoflood ou equivalente para verificação de manchas e homogeneidade da mistura.

Em termos de audição, estima-se que, ao final de uma produção, um em cada 100 discos é ouvido integralmente.



*A sua vida pode
ser BRAVISSIMA.*

ONEVIG ▶▶





12
AGO

DIA INTERNACIONAL DO VINIL

O Dia Internacional do Vinil foi criado em homenagem à invenção por Thomas Edison da primeira vitrola, em 1877, e representou uma revolução, pois foi o primeiro dispositivo capaz de reproduzir música gravada. A data foi adotada em 2002 por uma organização sem fins lucrativos que tem como objetivo preservar a influência cultural dos discos de vinil.

CLIENTE DA REVENDA LIVEMAX APAIXONADO POR DISCOS

O advogado Guilherme Moreira Rodrigues, 57 anos, de Curitiba, no Paraná, é um apaixonado por discos, possuindo cerca de 1.500 LPs. Mesmo ouvindo também CDs e DVDs, Guilherme acredita que o vinil soa melhor, é mais nítido e mais natural. Apreciador de música clássica e jazz, o advogado gosta também de MPB, pop, rock e outros gêneros.

“Para desfrutar amplamente da música, é indispensável que o aparelho de som seja diferenciado. É fundamental para a nitidez, detalhes, efeito geral de conjunto. Muda da água para o vinho. Para mim, escutar música em vinil é o mais próximo possível de ouvir ao vivo. Muito mais vida, nitidez e emoção.”

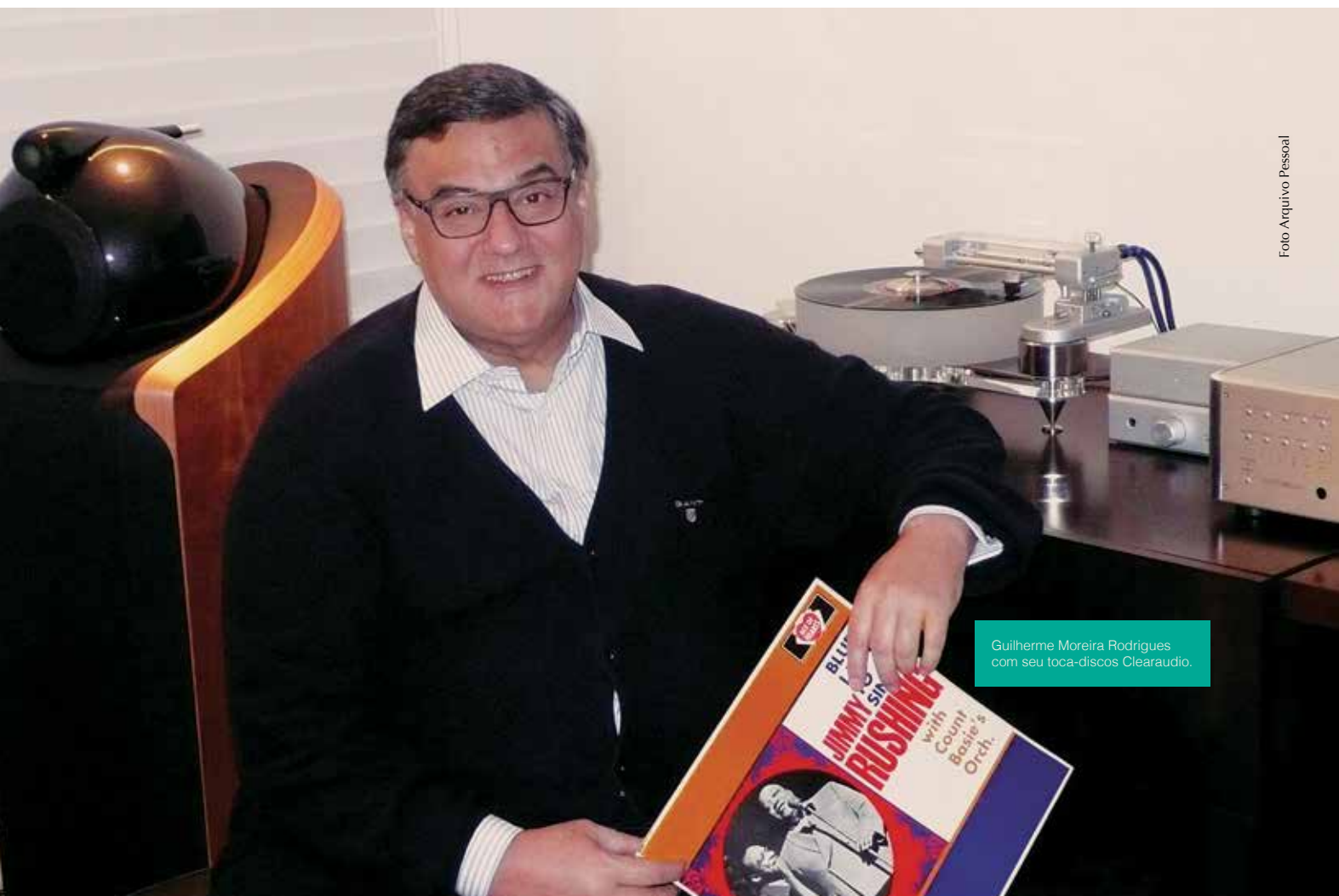


Foto Arquivo Pessoal

Guilherme Moreira Rodrigues
com seu toca-discos Clearaudio.



Toca-discos Walker Audio Proscenium Black Diamond, considerado um dos melhores do mundo atualmente.

Fotos Divulgação

WALKER AUDIO

A curiosidade em saber a diferença entre dois tipos de toca-discos, em 1976, fez com que Lloyd Walker, hoje presidente da Walker Audio, iniciasse sua paixão por áudio e vídeo e, conseqüentemente, pelo high end.

A empresa, especializada em componentes de áudio high end e acessórios, cresce e já se tornou referência no mercado. "Nossos produtos melhoram a experiência de audição e visualização para os clientes com todos os níveis de sistemas: analógicos, digitais e de vídeo", explica o presidente.

Todos os produtos são feitos à mão, mas Lloyd deixa claro que só usam peças de alta qualidade, que são testadas para determinar a melhor sonoridade. "Uma lição primordial que aprendemos é que você não pode tomar nada como certo. Você deve experimentá-lo e ouvir, ouvir, ouvir. E você deve saber ouvir criticamente um sistema", completa Lloyd Walker.



PRO-JECT

A Pro-Ject Audio Systems é uma das principais fornecedoras mundiais de toca-discos de vinil, com uma linha de modelos projetados para atender ao público exigente. Os produtos apresentam desempenho sonoro além de todas as expectativas normalmente associadas com o seu preço. Eles são simples de usar, apresentam uma qualidade sonora surpreendente e funcionam de forma confiável.



Linha Pro-Ject Debut III.





CLEARAUDIO, EXCELÊNCIA EM TOCA-DISCOS

Robert Suchy é uma pessoa de sorte. Ele faz parte de um negócio familiar que neste ano completa 35 anos e foi fundado pelo pai, Peter Suchy (que ainda está na empresa), na cidade de Erlangen, na Alemanha. Robert está na Clearaudio, uma referência mundial quando o assunto é toca-discos, há 20 anos. O irmão se juntou a ele há 15 anos e a irmã há sete.

Hoje, Robert é responsável pela área de exportação e de marketing dos produtos como toca-discos, cápsulas (onde a agulha está instalada) e acessórios. Segundo ele, sua história com a empresa começou por acaso. “Meu pai nunca planejou nem me obrigou a ingressar na empresa. Isso, realmente, aconteceu por acaso”, garante. Depois de terminar os estudos ele foi para os Estados Unidos e, como a empresa tinha alguns assuntos de distribuição dos produtos da Clearaudio nos EUA, Robert começou a auxiliar. “Eu resolvia os problemas com certa rapidez e, em seguida, já estava estruturando um novo sistema de distribuição. Voltei para a Alemanha e disse a meu pai que tinha gostado muito disso”, completa Robert.

Na Clearaudio, Robert tem o cargo de vice-presidente, mas é também responsável por vendas e marketing internacional. “Meu trabalho não é simples, pois tenho que satisfazer 91 distribuidores ao redor do mundo. Preciso viajar muito todos os anos, como vir ao Brasil. Isso é muito prazeroso porque você conhece os distribuidores, troca informações e os auxilia e orienta a respeito de tratamentos especiais para os clientes.”

Os consumidores

Os consumidores da Clearaudio buscam qualidade. “E é isso que nós temos conquistado em termos de tecnologia e design e que nos dá bastante prazer porque, realmente, preenche os nossos



Fotos Divulgação



corações. Mais de 90% dos nossos clientes estão felizes e satisfeitos com nossos produtos. Isso é algo bastante único.”

O futuro da indústria

Robert conta que é possível perceber que nos últimos dez anos algumas empresas estão muito focadas em distribuição, clientes e consumidores. “Elas estão sempre lançando novos produtos, nunca estão paradas, e nós somos uma dessas empresas, pois estamos sempre avançando. Se você olhar ao redor do mundo essas empresas têm muito sucesso.”

O futuro do mercado analógico, segundo Robert, é diferente do futuro do mercado digital. “O digital é voltado para um volume maior de consumidores e o mercado analógico é de nicho. Este tem uma grande vantagem porque sempre existe, ou seja, ele é algo especial. O toca-discos, por exemplo, você pega, você sente, você tem várias emoções quando toca um disco mais antigo, relembra várias coisas, situações especiais e isso é algo que você não tem com a mídia digital. Não é tão tocante”, diz. Por causa disso, ele acredita que nos próximos cem anos os toca-discos ainda estarão no mercado.



Clearaudio e Som Maior

É uma parceria e uma amizade. “Acredito que quando existe um entendimento e um respeito pelo ser humano, isso acaba sendo uma chave para o sucesso. É muito mais prazeroso trabalhar desta forma.”



Robert Suchy na Som Maior em 2013.

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

Miami Home Vídeo: referência em Goiânia

Aberta de domingo a domingo, empresa aumenta lista de clientes

Quem vai para Goiânia encontra uma revenda da Som Maior rica em showrooms e equipamentos de última geração. É na Miami Home Vídeo que Eduardo Fleury e Fernanda Fleury tocam um trabalho que começou em 1992 por influência familiar e hoje é considerado referência no Estado.

Tudo começou com o pai de Eduardo, pioneiro na produção de comerciais para TV no Centro-Oeste. Além disso, ele tocava violino e cantava ópera. “Isso influenciou muito o meu gosto por áudio e vídeo”, completa Eduardo.

Por causa disso, ele pesquisou sobre o tema e, ao mesmo tempo, buscou a possibilidade de conseguir uma representação que fosse ao encontro dos seus objetivos – abrir uma loja especializada em áudio e vídeo.

Foi aí que nasceu a Miami Home Vídeo. O boca a boca, acredita Eduardo, ajudou a fazer da loja uma referência no Estado. Outro fator que ele considera diferencial é o fato da revenda ficar aberta de domingo a domingo. “Sempre convidamos as pessoas que adquirem

nossos produtos, seja de um cabo a um sistema, para fazerem uma audição em nossas salas. O legal é que elas trazem os amigos e têm todo o tempo para curtir o espaço”, garante.

Não é à toa que esse laço criado com o cliente fez com que a loja completasse 21 anos no mercado unindo duas empresas – a Miami Home e Miami Vídeo – atraindo sempre um público diferenciado, desde locação de vídeos VHS e Blu-Ray, até os equipamentos high end.

O TRABALHO

Antes de montar qualquer projeto high end, o ponto de partida é saber qual o interesse do cliente. Depois a escolha dos equipamentos de acordo com o seu investimento desejado. A partir daí, a sala começa a ser projetada. Mas os técnicos da Miami Home Vídeo cuidam sempre da acústica e do posicionamento correto dos equipamentos. “Existe toda uma diferença de uma



Showroom da Miami Home Vídeo conta com uma ampla linha de caixas acústicas high end da B&W, incluindo a Signature Diamond.



A Sala 800 é um espaço de 120 m² que foi transformado em um moderno showroom, dividido em três ambientes conjugados: home theater, boate e bar. Na sala principal com B&W 801D, eletrônica Classé, cabeamento Audioquest e projetor SIM2 Nero 3D.

AS SALAS

sala viva e sem planejamento para uma que é projetada”, afirma Eduardo, que já fez inúmeros projetos, sem contar os upgrades.

Segundo Eduardo, a Miami tem departamentos de projetos, vendas e instalações. Todos os ambientes, desde uma simples sala até outra com um cuidadoso tratamento acústico são estudados e planejados para a obtenção dos melhores resultados possíveis, tanto em termos de som quanto de imagem.

“Nossa ideia é desenvolver soluções que atendam às necessidades de nossos clientes, primando sempre pela qualidade e criando uma relação de confiança.”

Com tantos anos no mercado, os proprietários esperam crescer ainda mais. “Nossa estimativa é de crescermos 10% ao longo de cada ano”, espera Eduardo.

Eduardo conta que a loja toda é um showroom. Mas essa preocupação nos detalhes e no design da revenda começou quando se iniciou a parceria com a Som Maior, há seis anos. Foi aí que surgiram os pedidos de projetos high end. “Mas antes de sermos revenda já havíamos montado a nossa sala com produtos B&W e Rotel, e notamos a diferença em relação a outros produtos”, explica Eduardo.

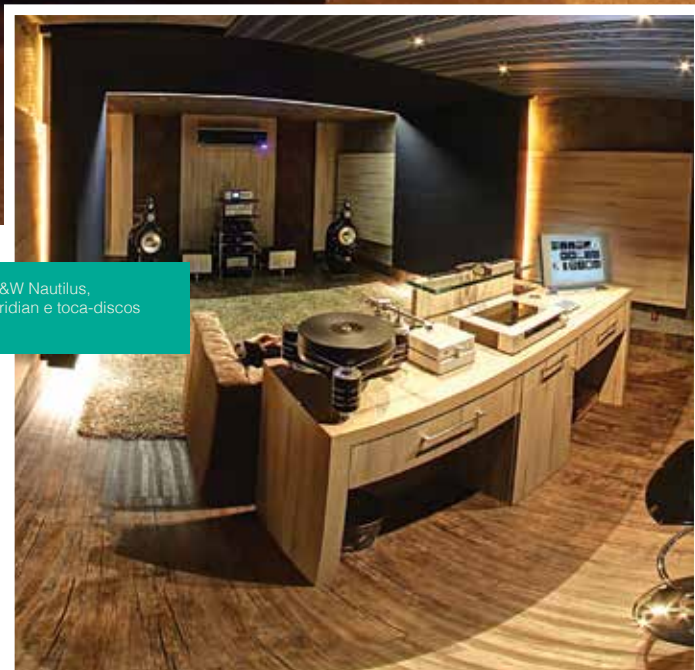
Atualmente, a Miami Home Vídeo conta com duas salas especializadas. A primeira é a Nautilus - uma sala para amantes do áudio, onde todas as nuances musicais são reveladas nos mínimos detalhes. “A beleza estética e a extraordinária qualidade de áudio das caixas Nautilus e dos equipamentos eletrônicos associados, de marcas como Jeff Rowland, Clearaudio, Meridian, Shunyata, Audioquest e Classé, são complementados pela ótima




Sala high end estéreo com B&W Nautilus, eletrônica Jeff Rowland e Meridian e toca-discos Clearaudio Innovation.

acústica da sala, tornando-a um espaço privilegiado no Centro-Oeste.

A Sala 800 é um espaço de 120m² que foi transformado em um moderno showroom, dividido em três ambientes conjugados: home theater, boate e bar. A ideia, conforme Eduardo, é que o ambiente simule uma área de entretenimento de uma residência. O espaço do home theater teve mais cuidados em relação ao tratamento acústico para receber um sistema high end de áudio e vídeo. Na boate, foram instaladas duas TVs e um sistema de áudio com quatro caixas acústicas. Com o desafio de manter o equilíbrio acústico sem limitações físicas, a parte frontal da sala recebeu painéis de absorção tipo Broadband, com acabamento em tecido, responsável pela absorção de frequências médias e altas. O fundo da sala recebeu um difusor bidimensional em madeira maciça



que, quando iluminado, forma um belo efeito, realçando ainda mais os equipamentos instalados em racks laterais, juntamente com as caixas de surround do sistema 7.1. “Cada um dos elementos de tratamento acústico foi criteriosamente dimensionado para promover o equilíbrio final da resposta de frequências e das relações de tempo do sistema de áudio instalado”, finaliza Eduardo. 

Master Classes - A Arte de Ouvir

OU

“Não Me Irrite, Meus Ouvidos Não São Penicos!”

Estamos em Londres, em uma mansão vitoriana conhecida como Little Menlo, residência do Coronel George Edward Gouraud, herói da Guerra Civil estadunidense. Em agosto desse mesmo ano de 1888 ele introduzira oficialmente à imprensa da capital do “Império Onde O Sol Nunca Se Põe” uma das “invenções” aperfeiçoadas de Edison, o “Phonógrapho”. Agora, em outubro, ele o faria novamente, mas de maneira informal, à pessoas escolhidas a dedo dentro da alta-sociedade londrina, os tais formadores de opinião.

Rigorosamente falando, a invenção do registro sonoro sempre coube a um francês, um certo Mr. Edouard-Leon Scott, na França e 17 anos antes do feito usariano em além-mar! Coube a Edison tornar audível o registro sonoro e, lá na Little Menlo, em outubro de 1888, isso novamente seria uma façanha e tanto. Entre os convidados presentes ao jantar estava um certo cavalheiro chamado Arthur Seymour Sullivan. Sir Arthur Sullivan, um self-made man, era parceiro comercial e artístico de um outro gênio na arte de entreter as pessoas em larga escala: William Schwenck Gilbert. Na verdade muita gente conhece, e muito bem, ambos através de suas muitas operetas de sucesso que fazem parte da história mas, principalmente, o musical *The Mikado*, de Gilbert-Sullivan, ainda hoje encenado com sucesso espantoso nos teatros amadores e universitários!

Após o jantar, já nos licores, o Cel. Gouraud reproduziu naquele ambiente descontraído um dos cilindros de Edison com o registro sonoro de uma pequena canção (*The Lost Chord*) pertencente a uma das operetas da dupla Gilbert-Sullivan (evidentemente gravada in loco e, provavelmente, sem o conhecimento de seus autores). *The Lost Chord* foi a primeira canção comercial registrada pelo homem. Apesar do primitivismo da traquitana, o áudio ouvido causou um impacto devastador em Sir Sullivan. Sabemos disto porque o Cel. Gouraud pediu que ele gravasse um fonograma (carta falada) para Edison em um cilindro com comentários sobre aquilo que acabara de presenciar e ouvir. Parte daquilo que disse está transcrito no texto que se segue:



“... posso apenas dizer que estou estupefato e um pouco aterrorizado com os resultados dos experimentos desta noite: estupefato com o poder maravilhoso desenvolvido por você, e aterrorizado ao pensar que tantas músicas abomináveis e de má qualidade poderão ficar gravadas para sempre. Mesmo assim, penso que foi a coisa mais maravilhosa de que já tive experiência, e o congratulo de todo meu coração por essa descoberta maravilhosa ...”

~Sir Arthur Sullivan, Oct 05, 1888

Batata! Não deu outra coisa! Tanto o rádio como o cilindro (ou disco) começaram dentro de altos propósitos no afã de elevar o nível da arte oferecida à sociedade como um todo e ainda baratear os custos envolvidos no processo. Desde esse início promissor até os bailes funk cariocas e o “Pancadão da Cachorra” de hoje passaram-se pouco mais de cem anos ... sempre descendo ladeira abaixo!

Neste artigo híbrido, quase sem texto, tentarei conduzir pela mão aqueles que estiverem dispostos a sair

da opressão do mainstream para o local de onde jamais deveríamos ter saído.

De início, apesar da irritação expressa no subtítulo, você nunca escuta com os ouvidos. Você escuta com o cérebro (!!), sempre banhado por vagas sucessivas de harmônios amplamente fornecidos pelo nosso próprio organismo. Os ouvidos (melhor seria dizer “sistema auditivo”) são simples sensores orgânicos e não podem ser educados, treinados ou melhorados. Isso, claro, dentro do atual estado-da-arte. O pior é que, natural ou artificialmente, eles se degradam desde o momento exato do nosso nascimento. Isso quando nascemos com eles perfeitos.

Mas com o cérebro a situação é muito diferente. De fato, ele pode ser treinado e capacitado para um nível de percepção capaz de detectar imprecisões ou perturbações dentro de uma “janela” ainda bem menor que 1/24 de uma única oitava de frequências em determinadas faixas da audição percebidas por um adulto sadio.

Em contraponto, exemplificando quão pouco sabemos sobre ele, até menos de uma década atrás era habitual se encontrar textos impressos onde se lia que “seria muito difícil encontrar um adulto capaz de, repetidamente, discernir ou apontar perturbações dentro de janelas inferiores a 1/3 de oitava”, isto é, intervalos maiores que oito vezes o acima mencionado.

Outrossim, lá no meu passado bem passado, escrevendo certa vez um artigo para a hoje extinta SomTrês, recebi do Maurício Kubrusly, meu editor à época, a observação de que seria muito melhor não mencionar essa tal de “adrenalina”. Entre temeroso e cuidadoso, ele me disse:

- Você sabe ... isso é novo ... não está bem provado ... é melhor não falar.

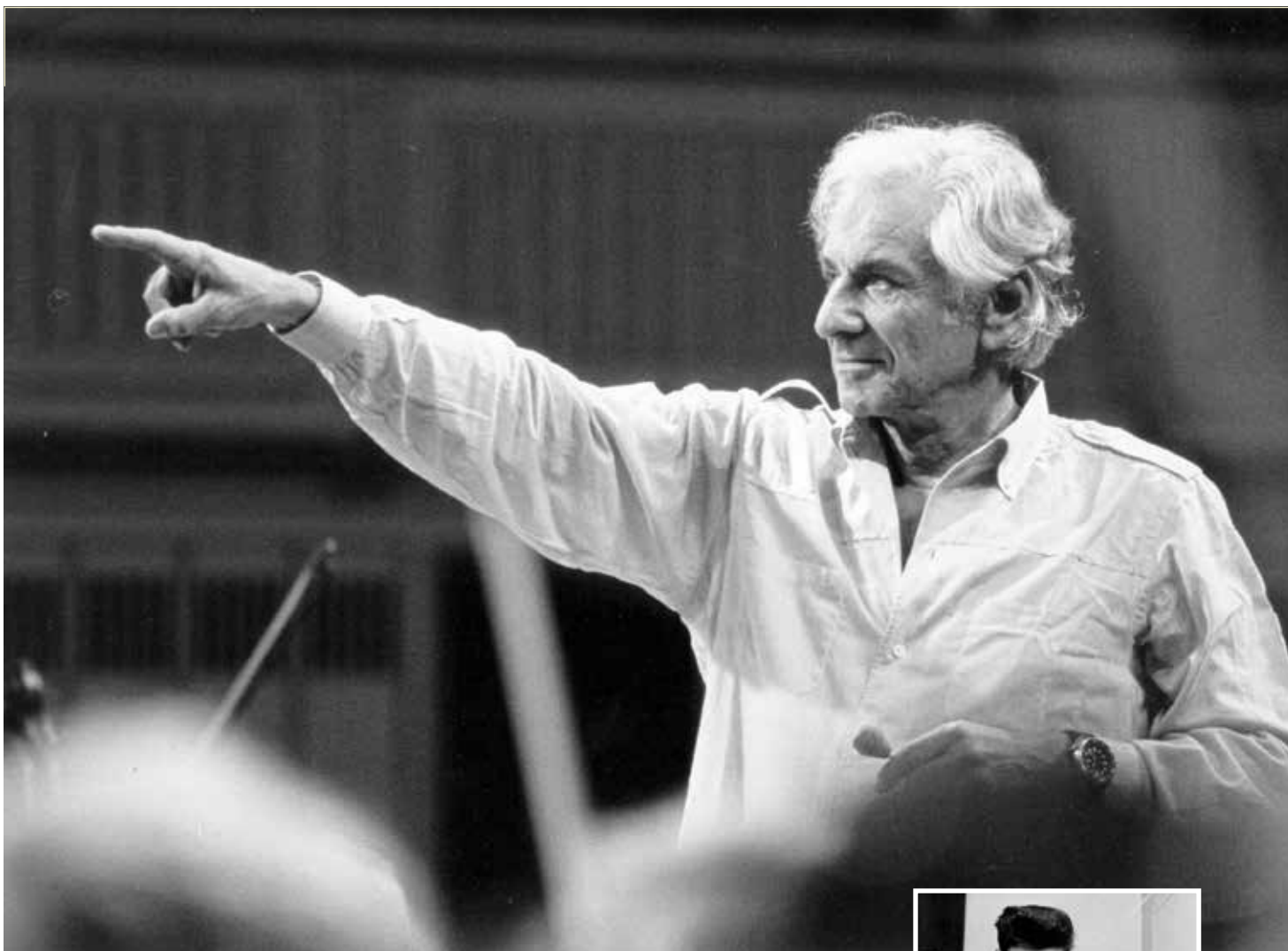
Embora a adrenalina houvesse sido descoberta na mesma época da demonstração perpetrada na Little Menlo, suas interações com as emoções ainda estavam sendo estudadas no terço final do século passado. Porém, a interação hormonal - mesmo sem se saber que os hormônios existiam - já era claramente sabida lá naquele passado ainda mais distante, quando da época embrionária do cantochão (século XIII), o cântico monofônico (em oposição àquele ainda futuro - o polifônico) entoado pelos monges. Se dizia então: o cantochão deve ser cantado ou apreciado com uma alegria contida! Isto é, a emoção ao entoá-lo não deveria se sobrepor ao ato religioso que ele acompanhava.

De fato, não somente à percepção, à emoção e a outros “ãos”, a adrenalina também está associada ao prazer de se ouvir muito alto determinadas e bem específicas faixas de frequências, assim como outras faixas (de maneira combinada ou isoladamente) estão ligadas ao prazer, ao terror, à urgência, à necessidade de fuga imediata do local em que se está, e por aí vai. Não é totalmente ilógico que no “pancadão da cachorra” se usem doses obscenas de graves e de um volume sonoro maior que 110 dB(A) na pista de dança. O bípede apreciador do “pancadão” sempre estará “viajando”, mas não na música. O termo “música” foi muito gentilmente aqui colocado de maneira a não ampliar ainda mais a animosidade entre os apreciadores dessa barbárie e eu.

Logo adiante você encontrará um único link que o levará a uma página da web com dezenas de outros links correspondentes a dezenas e dezenas de horas de instrução para educar o seu cérebro na arte de ouvir música e não equipamentos. (Quanto a “equipamentos”, toda uma série de artigos híbridos está em desenvolvimento, todos eles exclusivamente destinados a ensinar a treinar o cérebro a ouvir a imperfeição manifestada, e não a música em si).

Para ensinar a ouvir e apreciar música, outros já suavizaram o caminho das pedras para você. Será possível





aprender de maneira estruturada ou aleatória (i.e, aos pedaços), por exemplo, exatamente o que seria a “Fuga”, termo que de-vez-em-quando-em-sempre você encontra nas obras do mestre Bach.

Todo esse conhecimento é gratuito e está em “brasileiro”. Não existem textos para serem posteriormente preenchidos, não há exames e certificados e o melhor de tudo: distante de você apenas um click! Simplesmente baixe os arquivos para o seu computador (conteúdo musical absolutamente vasto e legal) e os organize para posterior apreciação da maneira que melhor entender.

Você até pode gostar de metal, com muita distorção



nas guitarras, de pagodeiros, de forró, de funk, de rap, de hip-hop, da Eguinha Pocotó ... mas saiba que a vida é realmente curta e você poderá gastá-la inteira antes de perceber que o Universo é maior que o mercado de massa. De fato, seus ouvidos não são penicos!

Abraços

Nestor Natividade

<http://www.somperfeito.com.br>



Sala Metropolitan - Espaço Som Maior

Transforme a sua sala em um palco de atrações para toda a família.

O amor pela música e a paixão pelo cinema nos motivam a oferecer o melhor para fazer de sua sala um grande cenário, proporcionando a magia do entretenimento para você, sua família e seus amigos. A AM Solutions (by Arnaldo Meniuk) presta consultoria e executa projetos exclusivos, equipados com uma completa linha de aparelhos e acessórios das mais conceituadas marcas mundiais em equipamentos de áudio e vídeo high end, totalmente controlados por modernos sistemas de automação.

Upgrades: Podemos avaliar seu equipamento atual e aceitá-lo como parte de pagamento. Entre em contato conosco e saiba mais informações.

Atendimento exclusivo. Agende sua visita.



www.amsolutions.arq.br

Fone: (21) 2507-5885 | 7528-6994

Rua Uruguaiana, 10 - sala 1.909 - Centro - Rio de Janeiro - RJ



B&W E MERIDIAN APOSTAM EM CARROS DE LUXO

Reproduções fiéis, potentes e envolventes para todos os ocupantes do veículo

Passou o tempo em que motor potente, design diferenciado e direção hidráulica eram tudo que se esperava de um bom carro. Hoje, os acessórios são muito importantes, pois conferem ao carro mais conforto e segurança e transformam em prazer o tempo em que neles passamos, que é cada vez maior devido às dificuldades do trânsito nas grandes cidades. E um dos itens de conforto mais valorizados em um automóvel é o seu sistema de som, já que a música é um excelente meio de relaxar a tensão. É por esse motivo que a B&W e a Meridian, por exemplo, estão apostando em parcerias para a sonorização de carros de luxo incorporando muita tecnologia e inovação. O objetivo é equipar esses carros com sistemas de som de última geração, com o que existe de melhor ao alcance das atuais tecnologias relativas a projetos eletrônicos e de acústica. Resultado: um som limpo, potente e envolvente, não só para quem está nos bancos da frente, mas para todos os ocupantes do carro. Conheça as parcerias e encante-se.

B&W e Maserati Quattroporte: espetáculo de som e de carro

Um trabalho minucioso, dedicado e inovador. Essas são algumas palavras que podem definir o projeto realizado pela Bowers & Wilkins, fabricante britânica de produtos de áudio high end, para a Maserati, mundialmente famosa devido aos seus icônicos carros esportivos, e um verdadeiro motivo de orgulho para a Itália. E um desses carros é o modelo Quattroporte.

“O lançamento do novo Maserati Quattroporte certamente foi um grande acontecimento. Ambas as marcas têm um bom nível de DNA em comum com relação à excelência de engenharia e de produtos dentro de suas respectivas áreas de atuação. Além disso, a Maserati desejava oferecer um desempenho de áudio realmente excepcional nos seus veículos para aumentar ainda mais a experiência “grand tour” ao dirigir pela qual ela é renomada. Com quase 50 anos de excelência em áudio, a Bowers & Wilkins era uma escolha óbvia como colaboradora”, diz David Shenn, 47 anos, diretor de estratégia e planejamento de produtos da B&W.

Para sonorizar o Quattroporte a B&W convocou seus melhores especialistas nas áreas de amplificação, processamento digital de sinais e acústica para produzir um som digno de um audiófilo, especialmente projetado para as condições acústicas da cabine desse sedã de luxo. Para que isso resultasse em uma experiência de áudio realista, impactante e envolvente para todos os ocupantes do carro foram utilizados quinze alto-falantes, estrategicamente posicionados para garantir a melhor acústica dentro do veículo. Ou seja, não importa onde você esteja, sempre terá a impressão de que a banda ou orquestra está situada à sua frente, como em um auditório.

Cada detalhe do sistema premium de surround da Bowers & Wilkins foi projetado e acusticamente otimizado para o interior do Maserati Quattroporte. Tudo começou com a localização ideal, em termos técnicos, dos alto-falantes. É essa precisa localização que permite que os ouvintes sintam-se imersos no som.



Foto Divulgação





B&W Bowers & Wilkins

CONHEÇA OS EQUIPAMENTOS UTILIZADOS NO PROJETO

O sistema premium de surround do Maserati Quattroporte é composto por 15 alto-falantes distribuídos pelo painel, portas e painel traseiro. Ele é alimentado por um amplificador Classe D de 1.280W de alta eficiência, o que resulta na experiência de audição de elevada pureza exigida pela B&W e pela Maserati. Os instrumentos musicais, vozes e reflexões dos ambientes onde foram feitas as gravações são separados e processados para fornecer um som envolvente, cristalino e com a melhor definição possível.





MASERATI

EXCELLENCE THROUGH PASSION

ALTO-FALANTES UTILIZADOS:

- 5 tweeters de 1 polegada com domo de alumínio (parte esquerda, central e direita do painel e portas traseiras).
- 5 midranges de 4 polegadas com cone de Kevlar (portas frontais, centro do painel, esquerda e direita do painel traseiro).
- 2 woofers de 6,5 polegadas com cones de fibra de carbono/Rohacell (portas frontais).
- 2 woofers/midranges de 6,5 polegadas com cone de Kevlar (portas traseiras).
- Subwoofer de 12,6 x 8 polegadas (painel traseiro).



O desenvolvimento do produto, conforme David, seguiu então para o desempenho do sistema de áudio. “Com a utilização do processamento digital de sinais (DSP) e de medições de última geração, nossos engenheiros personalizaram esse desempenho de áudio através de retardos (delays), direcionamento das ondas sonoras e equalização para obter o melhor resultado possível dentro do espaço da cabine. Por isso, é seguro afirmar que da parte da Maserati e da Bowers & Wilkins todos os aspectos foram levados em consideração no sentido de proporcionar um sistema de áudio de tirar o fôlego para complementar uma luxuosa experiência ao dirigir”, completa.

Com tanta tecnologia, design e conforto presentes em um Maserati, David deixa claro que, além de dirigir um ótimo carro, o motorista e todos os passageiros ouvirão o que existe de melhor em som. “Na Bowers & Wilkins nós nos orgulhamos do conceito do Som de Verdade. Nosso fundador, John Bowers, acreditava que uma caixa acústica deveria fazer em relação ao som o mesmo que um vidro em relação à luz: permitir uma perfeita transferência das informações. Acreditamos que esse deve ser o caso com todos os nossos alto-falantes e caixas acústicas, quer eles estejam nos Estúdios Abbey Road, em sua casa ou no interior de um automóvel. O sistema premium de surround da Bowers & Wilkins instalado no Quattroporte atinge esse objetivo. Ele permite realmente que o ouvinte, seja ele o motorista ou um passageiro, ouça o som de uma gravação da forma como foi originalmente pretendido pelo artista, o que é uma experiência muito incrível.”

“É seguro afirmar que da parte da Maserati e da Bowers & Wilkins todos os aspectos foram levados em consideração no sentido de proporcionar um sistema de áudio de tirar o fôlego para complementar uma luxuosa experiência ao dirigir.”

David Shenn





O CARRO

O Quattroporte é um carro extraordinário e elegante. Última criação da Maserati, é um digno sucessor de suas obras-primas, mantendo um olhar simplificado, absolutamente dinâmico.

O carro está equipado com os mais recentes sistemas de segurança. Os faróis dianteiros Bi-Xenon têm uma função de rotação que ilumina a estrada e o acostamento, reforçando a segurança nas curvas durante a noite.

Em termos de segurança passiva, o novo Quattroporte é equipado com seis airbags: dois frontais de duplo estágio para o motorista e passageiro dianteiro, dois laterais integrados aos bancos dianteiros para proteger os quadris e o peito dos ocupantes e mais dois laterais adicionais, instalados no teto, para proteger as cabeças dos ocupantes dos bancos frontais e traseiros.

NOVIDADE

A B&W se prepara para lançar mais um projeto em parceria com a Maserati. Trata-se do Maserati Ghibli, que contará com um novo sistema de áudio de alto desempenho da Bowers & Wilkins. Projetado e acusticamente otimizado especificamente para o Ghibli, o sistema de som com surround de alta qualidade proporciona resultados extraordinários.

O primeiro carro executivo de quatro portas da Maserati também é o mais acessível e, assim como o primeiro, conta com opção diesel. Ele chega a uma velocidade máxima de até 285 km/h e de 0 a 100 km/h em apenas 4,8 segundos.

A Bowers & Wilkins prosseguirá com sua parceria com a Maserati em vários lançamentos de alto nível ao longo de 2013.





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



Foto Divulgação



Meridian: qualidade e tecnologia em som automotivo

Parceria com Jaguar, Land Rover e McLaren rendem frutos desde 2009

A Meridian, uma das marcas de áudio mais reverenciadas no mundo, segue fazendo um trabalho caracterizado pela altíssima qualidade e nível de inovação dos seus produtos.

Preocupada em levar não só o melhor em som para sua casa ou escritório, ela quer mais: que você ouça o melhor onde quer que esteja. Pensando nisso, desde 2009 a marca vem conquistando parceiros automotivos que também se destacam quando o assunto é qualidade, design e tecnologia.



MERIDIAN



McLaren



Fotos Divulgação



Cada carro tem o seu projeto, onde cada detalhe faz com que o veículo se torne realmente exclusivo – não só em relação ao modelo, mas principalmente quando se fala em som, sendo necessárias no mínimo 2000 horas para desenvolver cada sistema de áudio. Porém, no Meridian Signature Reference System, o primeiro sistema de surround 3D do mundo para automóveis (disponível no Range Rover e no Range Rover Sport), foi preciso um tempo a mais para fazer sua sintonia fina devido ao número de alto-falantes empregados (29), suas posições no interior da cabine – quatro alto-falantes estão embutidos no teto – e a forma como é processada a música por meio da tecnologia Meridian Trifield 3D.

“Todo o pessoal de pesquisa e desenvolvimento esteve até agora envolvido no fluxo de projeto. Esses

projetos exigiram um “pool” de projetistas e engenheiros mecânicos, de eletricidade e de processamento digital de sinais (DSP)”, explica o gerente de marketing automotivo da Meridian, Marco Scialanga, de 33 anos.

Esse cuidado com o projeto mostra a preocupação que a Meridian tem com os ouvintes, ou seja, todas as tecnologias são especialmente voltadas para eles quando estão no interior do veículo. Para garantir isso, são levados em consideração fatores críticos como o espaço da cabine, os materiais em seu interior, os passageiros e as posições dos alto-falantes. “Isso permite que tenhamos um claro entendimento das oportunidades oferecidas pela cabine para então aplicarmos nossas tecnologias Meridian, proporcionando uma experiência musical autêntica e consistente para todos os passageiros.”



Segundo o gerente, tudo começou com a Jaguar, quando colaboraram no projeto do McLaren-12C, seguido do 12C Spider. “Estamos atualmente trabalhando no P1”, conta.

A partir daí, tudo começou a se encaminhar de uma forma que as parcerias só aumentaram, fazendo parte dessa lista nada mais nada menos que a Land Rover e a McLaren. Desde que entrou na empresa, em 2011, Scialanga está a cargo das relações de marketing com a Jaguar, Land Rover e com a McLaren, tendo acompanhado de perto os lançamentos de todos os “veículos Meridian”.

Aliás, foi neste mesmo ano que se tornou pública a parceria com a Land Rover, quando foi lançado o Range Rover Evoque. “A parceria com a Jaguar foi anunciada por ocasião do lançamento do XJ Ultimate, na feira de automóveis de Pequim, em 2012. Desde então já lançamos oito “veículos Meridian” com a Jaguar/Land Rover: Evoque, Freelander, Range Rover, Range Rover Sport, Jaguar XF, Jaguar XF Sportbrake, Jaguar XJ e Jaguar F-TYPE”, completa Marco.

PRESENTE PARA OS OUVIDOS

Com tanta tecnologia não tem como os ocupantes do carro não se encantarem. Scialanga garante que os clientes irão redescobrir e ter um envolvimento com suas músicas como jamais experimentaram antes. Os detalhes ficarão claros e emocionantemente autênticos. “Eles serão capazes de ouvir claramente e sem esforço cada nota. Ao selecionar o Meridian Sound System ou o Signature Reference System, os clientes perceberão a música como se viesse diretamente da sua frente, exatamente como aconteceria durante uma audição ao vivo”, revela. E Marco vai além: “eles perceberão uma imagem sonora estável e consistente onde quer que estejam sentados, realçando não apenas a experiência musical, mas também a sensação de espaço no interior da cabine. Por último, graças à sua tecnologia DSP os sistemas Meridian são isentos de distorção, o que é especialmente importante quando os clientes ouvirem música durante longos períodos. Todos poderão perceber a diferença”, finaliza.

TECNOLOGIA TRIFIELD 3D

Encontrada exclusivamente no Range Rover e no Range Rover Sport, a tecnologia Trifield 3D acrescenta uma outra dimensão para quem está no carro. De acordo com o gerente de marketing automotivo da Meridian, Marco Scialanga, todos os sistemas de surround disponíveis no mercado reproduzem música em duas dimensões. O resultado, porém, mesmo que bastante realista, não inclui a dimensão vertical, afetando a autenticidade do som.

A tecnologia MeridianTrifield 3D eleva o som com surround para um nível superior, acrescentando canais correspondentes à altura através de quatro alto-falantes adicionais colocados no revestimento do teto da cabine. Essa tecnologia foi desenvolvida para criar uma experiência sonora verdadeiramente holográfica a partir de músicas gravadas em estéreo e reproduzidas por qualquer fonte compatível. A tecnologia Trifield 3D amplia os comprovados conceitos da tecnologia Trifield para proporcionar sinais adicionais para os alto-falantes colocados no alto. Além disso, ela também proporciona um maior controle sobre o conteúdo dos canais de surround laterais e traseiros. Cada alto-falante recebe então seu sinal 3D precisamente calculado para finalmente controlar a altura e a profundidade do campo sonoro no interior do veículo.

“Os passageiros perceberão a música agora em todas as suas dimensões. A profundidade, a largura e a altura do campo sonoro são reproduzidas à frente de cada banco do veículo. Isso significa que cada pessoa se beneficiará de uma performance sonora pessoal, autêntica, mas não intrusiva. O sistema 3D realça também a sensação de espaço no interior da cabine.”



Foto Divulgação

Gerente de marketing automotivo da Meridian, Marco Scialanga.

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





Joe Atkins ao lado da Nautilus, um dos ícones da B&W.

Joe Atkins

O presidente da Bowers & Wilkins fala um pouco sobre sua vida, sua empresa, como vê o futuro, o mercado brasileiro e a parceria com a Som Maior

Em sua última visita ao Brasil, o canadense Joe Atkins, presidente da Bowers & Wilkins, concedeu uma interessante entrevista para a revista Som Maior onde contou um pouco sobre sua vida, sua empresa, como vê o futuro, o mercado brasileiro e a parceria com a Som Maior. Mesmo não sendo um audiófilo, Joe se encantou pelo mundo do áudio high end devido à paixão que as pessoas que trabalham no mercado de áudio têm pela sua empresa e seus produtos. Nesse sentido, ele afirma que o que o atraiu na empresa e que o tem deixado mais satisfeito é a 'família internacional' – o fato de poder vir ao Brasil ou ir para a Rússia, a China ou o Egito e encontrar distribuidores locais muito apaixonados e que ajudaram a construir a marca. "Nesse aspecto, considero a Bowers & Wilkins muito diferenciada." Confira como foi o bate-papo.

Fale-nos sobre o senhor, sobre sua vida, sua família.

Bem, sou canadense e moro em Toronto. Sou contador e não sou um audiófilo. Na verdade, a primeira vez em que ouvi falar a respeito da Bowers & Wilkins foi como investidor, em 1986, e nunca havia estado em uma loja de produtos de áudio nem havia colecionado discos. Portanto foi uma introdução interessante à indústria do áudio. Antes disso, trabalhei em uma empresa internacional de contabilidade e meu trabalho era controlar, para bancos, empresas que se encontravam em dificuldades financeiras.

Quando surgiu a oportunidade com a Bowers & Wilkins, ela se deu por meio de um amigo que me apresentou ao dono, que desejava aposentar-se. Comprei então o negócio da distribuição na América do Norte, de forma semelhante ao que faz a Som Maior. No mesmo ano, cerca de seis meses após ter assumido os negócios na América do Norte, John Bowers, o fundador, faleceu repentinamente vítima de câncer. Naquela época, a B&W ainda era uma empresa relativamente pequena. Como eu havia acabado de investir muito nela, fiquei preocupado no sentido de que a situação precisava ser estabilizada. Comecei a viajar regularmente para o Reino Unido e dentro de poucos anos acabei comprando a parte principal da Bowers & Wilkins e a estou dirigindo desde então. Isso me proporcionou muita satisfação.

A empresa tem crescido consideravelmente nos últimos 25 anos. Nos seus 47 anos ela é muito singular em termos daquele sentido de família que me é muito agradável, pois gosto de viajar. Já estive em quase todas as partes do mundo. Foi assim, então, que o lado dos negócios se formou. O trabalho é grande...

No começo, era apenas um investimento. E agora? O senhor se apaixonou por essa indústria?

Creio que sim. Estou envolvido com outros negócios, como o automotivo. Porém, não se fica apaixonado. Podemos ter muito sucesso com negócios, mas não se fica apaixonado ou entusiasmado com isso. Penso que, no meu caso, o que mais me deixa satisfeito é ver como todas as pessoas que fizeram suas carreiras no negócio do áudio, inclusive os distribuidores, têm orgulho pelo fato da marca ter adquirido a reputação que alcançou. Portanto, minha maior satisfação é que as pessoas que trabalham para mim, que passaram todas as suas carreiras ajudando a construir a Bowers & Wilkins, e, em menor escala, a Classé e a Rotel, podem visitar feiras e conferências e fazer parte da família Bowers & Wilkins. Elas têm muito orgulho disso e penso que para mim isso se torna o verdadeiro objetivo: garantir que consigamos continuar construindo essa reputação.

Sua equipe tem ótimos profissionais...

Exatamente, temos pessoas excelentes. Um dos nossos desafios agora é a transição da liderança para outra geração. Assim como o Luis está passando as responsabilidades para o Kahlil, o que é muito importante que seja feito, temos muitas pessoas, incluindo eu mesmo, que estamos naquela idade quando é chegada a hora de começar a deixar entrar pessoas mais jovens, de dar-lhes mais responsabilidades, e este é o tipo de fase em que a Bowers & Wilkins se encontra agora. A B&W tem 47 anos e logo completaremos 50. Isso é muito tempo, não apenas para a sobrevivência de uma marca, mas na verdade para continuar melhorando. Este é o nosso grande desafio e estou bastante confiante em que continuaremos a fazer isso, mas é necessário conseguir que as pessoas compreendam realmente aquilo que chamamos de DNA. Sabe os testes de DNA? São os seus genes. Uma marca precisa ter isso e a Bowers & Wilkins tem um DNA muito forte, mas leva tempo para que as pessoas entendam de fato o que isso significa.

E quanto ao futuro? Para o senhor, ele será bom?

Penso que sim! Penso que nossa indústria está sendo muito desafiada. Há duas coisas que mudaram o mundo de forma dramática nos últimos dez anos – uma é a Internet e o número crescente de pessoas fazendo compras por meio dela. É um grande desafio porque não se podem vender produtos como os nossos pela Internet. As pessoas precisam experimentá-los. Outro grande desafio é a fabricação na China. O que isso fez foi tornar muito fácil para quase qualquer um entrar nesse negócio e começar a fabricar produtos. Antes era difícil. Era preciso construir uma fábrica, ter engenharia, era preciso fazer um bom nível de investimento para criar uma marca de alto-falantes ou de eletrônicos. Hoje você vai à China e existem dezenas e dezenas de fabricantes sob contrato que farão um alto-falante e você poderá colocar nele a marca que quiser e entrar no negócio. Realmente, o mercado mudou e isso significa que você precisa ser muito bom naquilo que faz para poder sobreviver nesse ambiente.

E quanto ao Brasil? O que o senhor acha do mercado brasileiro, da parceria com a Som Maior?

Obviamente, temos uma tremenda parceria com o Luis e agora com o Kahlil. O Brasil é um grande desafio, quer dizer, é o único mercado de sucesso na América do Sul.

Eu creio que ele ainda está lutando porque o sistema de tributos e impostos é muito complicado.

“Espero que a Bowers & Wilkins e a Som Maior sejam ainda a marca de áudio e a empresa de áudio número um no Brasil até onde possamos vislumbrar.”

Vamos falar sobre a Nautilus, um grande produto.

Ela tem 20 anos. É um produto icônico e nunca modificamos o seu projeto. Cada peça dela é exatamente igual ao que era por ocasião do seu lançamento. Continuamos vendendo cerca de 50 pares por ano. Ela é muito grandiosa. Em muitos casos, é claro, seus compradores são pessoas que desejam um exemplar de cada grande produto, como o sultão de Brunei (Bill Gates tem um par das Nautilus), xeiques sauditas etc. Penso que Putin possui um par, mas não tenho certeza. Muitos líderes políticos e de negócios possuem a Nautilus. Sim, ela é uma incrível peça de engenharia e não temos planos de descontinuí-la. Ela tem muitas tecnologias interessantes. O pessoal que fabrica o gabinete é o mesmo que produz as carrocerias dos carros da Fórmula 1. Os carros que estão na Fórmula 1 são de fibra de carbono e produzidos exatamente na mesma fábrica que o nosso gabinete.

Outro ícone é a 800 Diamond, uma excelente caixa acústica. Ela é a referência em alguns dos mais importantes estúdios de gravação, como o Abbey Road, Decca e DGG (Deutsche Grammophon).

Alguns produtos de áudio, como as caixas acústicas, têm sua sintonia fina feita artificialmente e de acordo com o gosto do engenheiro projetista ou de cada país em particular. Na verdade, esses engenheiros “sintonizam” o som de uma caixa acústica para que tenha um som como eles acreditam que deve ser o som de uma gravação. O que John Bowers acreditava, e ele tinha isso como religião, é que uma caixa acústica deveria reproduzir o mais fielmente possível o som da gravação em si. Portanto, se o cantor for ruim (riso), você vai ter uma gravação ruim. Obviamente, a Série 800 foi sempre projetada para ser a mais reveladora possível e, certamente, tendo em vista sua reputação, a Bowers & Wilkins conseguiu isso melhor do que ninguém jamais conseguiu fazer. Portanto, o motivo pelo qual os engenheiros de estúdios utilizam as caixas acústicas Bowers & Wilkins é

B&W Bowers & Wilkins



Foto Divulgação

que quando você está gravando, quando vai para o estúdio e grava uma música, você e o engenheiro desejam saber como ela ficou, se alguma coisa saiu errado, se você desafinou - você quer realmente perceber esses problemas e consertá-los. Uma banda leva muito tempo para gravar um álbum, pois precisa fazer várias repetições. É porque a Série 800 Diamond basicamente reproduz aquilo que um artista gravou. Eles não querem que ela faça uma filtragem de acordo com o gosto musical de um algum engenheiro. É por isso que os estúdios adotaram a Bowers & Wilkins e continuam a fazê-lo.

“Sabe os testes de DNA? São os seus genes. Uma marca precisa ter isso e a Bowers & Wilkins tem um DNA muito forte, mas leva tempo para que as pessoas entendam de fato o que isso significa.”




CURIOSIDADE

A ideia da Nautilus surgiu na praia. Um engenheiro e sua namorada estavam pensando em maneiras diferentes de tratar da engenharia e do tratamento acústico e viram uma pequena concha, e foi aí que Laurence Dickie disse “Ei, tive uma ótima ideia”.



Para concluirmos, fale-nos sobre sua parceria com a Som Maior - da B&W com a Som Maior.

A nossa parceria com a Som Maior e com nossos principais distribuidores vem de longa data. Como você sabe, logo estaremos celebrando o 30º aniversário dessa parceria, quando então será o 37º aniversário da Som Maior. Basicamente, isso começa com uma amizade além dos negócios e o Luis tem ido há muitos anos para a Inglaterra e conhece nosso pessoal. Negócios são negócios, mas se você não tem uma amizade e um relacionamento honesto por detrás disso, não irá sobreviver por muito tempo. Esse relacionamento é semelhante na Itália e na Austrália. São pessoas que o Luis conhece bem e que o Kahlil também virá a conhecer. E temos nossas conferências, onde as pessoas se reúnem e compartilham suas experiências. Trata-se de honestidade, trabalho intenso, de todas as coisas que você precisa ter. Este é um relacionamento importante. Nossa marca no Brasil é tão boa quanto a forma como ela é representada por uma empresa local. Portanto, se ela não está fazendo certo o seu trabalho, se não compartilhar da nossa paixão e da nossa visão sobre como a Bowers & Wilkins, a Classé e a Rotel devem ser distribuídas, então precisaremos fazer uma mudança, como em um casamento. Se você toma uma boa decisão quando se casa, não precisa se divorciar. Portanto, tomamos algumas boas decisões, o que significa que não precisamos nos divorciar na maioria dos mercados importantes, o que é bom. Espero que a Bowers & Wilkins e a Som Maior sejam ainda a marca de áudio e a empresa de áudio número um no Brasil até onde possamos vislumbrar. Nós apreciamos isso e ele também. É por esse motivo que tenho prazer em estar aqui para ajudar a celebrar o 30º aniversário. Foi um caminho longo, mas estou honrado em estar presente. 

EURO AUDIO
HOME CINEMA
ENTRETENIMENTOS



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.

CONVENÇÃO INTERNACIONAL SOM MAIOR 30 ANOS

Construindo uma marca de confiança

Por Ivete Maisa Werner

Com Maior, 30/04/2013, chegou o grande dia, todos voltados para os últimos preparativos da nossa Convenção Internacional. Cada um sabe o que deve ser feito e tem que estar perfeito, cada detalhe deve mostrar o quanto nossos parceiros, fornecedores e revendedores, são importantes no nosso dia a dia. Se eu fosse relatar desde o começo, agora viria a frase: quatro meses antes... porque é com este prazo que começamos a organizar os eventos anuais em nossa empresa.

Esta é a sétima Convenção Internacional realizada no Espaço Som Maior. Neste ano, além das palestras e premiações, comuns no evento, o destaque para os 30 anos de existência de nossa empresa.

Foram convidadas todas as Revendas Som Maior e todos os nossos fornecedores internacionais. Para nossa satisfação, tivemos praticamente 100% de confirmação.

O jantar de recepção foi no Hotel Bourbon, em Joinville. Era possível sentir no ar a emoção do reencontro. Aos poucos foram chegando fornecedores de vários países e revendedores de várias cidades do Brasil que, juntos com a Som Maior, desenvolveram uma parceria e um respeito no relacionamento comercial, e anualmente se unem para uma troca de experiências e para alinhar o objetivo único: oferecer o que há de melhor no mundo do Áudio e Vídeo para todos os seus clientes, buscando alcançar um mundo de magia e encantamento.



JANTAR DE RECEPÇÃO

30/04/2013



Catia (Som Maior), George Jenkins e Carl Kennedy (JL Audio - EUA) e Robert Suchy (ClearAudio - Alemanha)



Niro (Som Maior), Glauco, Gustavo e Glauber (G3 Fantoni- Novo Hamburgo), Janice e Elaine (Som Maior) e Roberto (AudioExcellence - RJ)



Thiago (Som Maior), Ricky e Bryan (Integra - Japão e EUA) e Junior (Som Maior)



Natalia e Alisson (Solução Técnica) e Roger (Som Maior)



José Antonio (Amplitude - Campinas), Kahlil Zattar (Som Maior), Regina (Amplitude - Campinas) e Ivete (Som Maior)



Luis Zattar (Som Maior) e Robert Suchy (ClearAudio - Alemanha)



Roberto (Som Maior), Natália e Alisson (Solução Técnica - Cuiabá)



Rodrigo (NexttHouse - São Paulo), Tim Ireland, John Bartkowiak e Martin McCue (Meridian - Inglaterra) e Inácio (Som Maior)

INÍCIO DOS TRABALHOS

A programação era extensa, iniciou no dia 1º de maio com o Luis contando como a empresa teve início, os desafios enfrentados e a importância da fé, verdade, integridade e excelência nos serviços, valores que fazem parte do nosso dia a dia e que ajudaram a construir a marca Som Maior.



APRESENTAÇÕES

01/05/2013

O dia foi dedicado à apresentação das empresas fornecedoras pelos seus representantes, a forma como cada empresa se preocupa com a qualidade de seus produtos e por que cada uma delas é destaque no seu segmento.

À noite, jantar na Sociedade Harmonia Lyra ao som do saxofonista Tadeu Santos.

Existe muita expectativa em relação a palestra comercial. É o momento de traçar estratégias, alinhar e definir ações, lançar desafios e conhecer novos acordos comerciais.



PASSEIO DE BARCO

02/05/2013

Luis e Cátia levaram nossos fornecedores para um passeio de barco que terminou com um almoço no Baiti Marine Restaurante, em Itapoá.

Os Revendedores continuaram conosco e participaram de uma dinâmica de grupo, aplicada por Silvio Bugelli, Diretor da Metanoia, que pelo segundo ano consecutivo participa do nosso evento, ajudando os Revendedores a pensar a estratégia da empresa, estratégia esta que vem ao encontro da filosofia de nosso negócio, que é levar ao nosso cliente um mundo de magia e encantamento. No final do dia, jantamos no V12 Eventos, ao som da Banda de Jazz "Quarteto Dedo de Proza".



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 Story's Design Group**.

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

MIAMI
HOME VIDEO



ÚLTIMO DIA

03/05/2013

Todos estavam cansados, porém eram unânimes em afirmar que apesar de cansativo, é muito bom podermos compartilhar destes momentos todos os anos.

Encerramos com uma Confraria do Vinho, realizada no Espaço Som Maior. Em alusão aos anos 80, assistimos a apresentação de um casal dançando músicas dos “Embalos de Sábado à Noite”. Em seguida, como em toda festa em família, tivemos algumas brincadeiras, como os painéis para fotos também relacionados com o filme que encantou e mobilizou os participantes.



O painel de fotos dos anos 80 foi um atrativo durante o evento. À esquerda, bailarinos ao som dos Embalos de Sábado à Noite.



PREMIAÇÃO DAS REVENDAS DIAMANTE SOM MAIOR

O momento de premiação das Revendas que alcançaram ou mantiveram a categoria Diamante foi um momento emocionante. Quando a emoção aflora, muitas verdades vem à tona, e nós, colaboradores da Som Maior, nos sentimos orgulhosos com declarações recebidas por nossos parceiros e fornecedores pela forma com que a empresa foi conduzida nestes 30 anos.



Fernanda e Eduardo
Miami
Goiânia



Carol e Denilson
Imports BR
São Paulo



Uenderson e Jeferson
Intercine
Vitória



Carlos
HiFi Club
Belo Horizonte



Guilherme
Aria Home Theater
Porto Alegre



Dagson
Dag Brasil
São Paulo



Fernanda Duarte
Duartes
São Paulo



Regina e José Antonio
Amplitude
Campinas



Thiago
Home Som
Salvador



Maria Amélia e Luciano
Luciano Julião
São Paulo



Carlos Eugenio
Versão Brasileira
Belo Horizonte



Alisson
Solução Técnica
Cuiabá



Felipe e Marcos
Xtron
São Paulo



Alexandre
Livemax
Curitiba



Caroline e Marcos
EuroAudio
Curitiba

PARABÉNS
A TODAS AS
REVENDAS
SOM MAIOR.

OS COLABORADORES FORAM CHAMADOS AO MEZANINO ONDE TIVERAM A OPORTUNIDADE DE DIZER ALGUMAS PALAVRAS.

Foi possível perceber que ali não estavam reunidos apenas parceiros, mas sim uma grande família espalhada em várias cidades, de vários países. Uma família que facilmente deixa transparecer a confiança e o respeito mútuos existentes entre seus membros.



Giuliana (Som Maior), Fernanda (Miami - Goiânia), Cíntia (Home Digital - Maceió) e Regina (Amplitude - Campinas)



Joe Atkins com Eduardo e Fernanda (Miami - Goiânia)



Eduardo (Miami - Goiânia), Kahlil (Som Maior) e Zé Antonio (Amplitude - Campinas)



Kahlil Zattar, Robert Suchy e Joe Atkins



Guilherme com Roberto Suchy



Ivete (Som Maior) com Zé Antonio e Regina (Amplitude - Campinas)

PARABÉNS À TODA FAMÍLIA SOM MAIOR E AOS SEUS IDEALIZADORES



MUITOS
ANOS DE
SUCESSO!

Sim, elas existem!

Fazia, creio, uns dois anos que eu não entrava em uma videolocadora. Tinha esquecido como gostava de percorrer as prateleiras com os olhos e ficar horas (sim, horas) olhando, olhando... Se ninguém me chamasse, eu podia ficar lá, sem zona fixa, em silêncio, apreciando a diversidade assustadora de obras a serem degustadas. (Li uma matéria na Mundo Estranho contabilizando 19.328 filmes que teriam sido lançados no mundo somente em 2006, conforme dados do Internet Movie Database – Imdb.)

Examinava as capas, descobrindo uma pérola em cada gênero (as classificações têm se mostrado questionáveis com o passar do tempo pela transversalidade, mas de alguma forma é necessário agrupar fisicamente a multiplicidade de títulos – ou não? (Revelava, também o Imdb, que o gênero mais frequente das produções nos registros do site eram, após os curtas-metragens e por ordem decrescente: roteiro dramático, documentários, comédias, filmes adultos, thrillers, horror, ação, romance e animação.)

Bom, os lançamentos nunca foram meu alvo principal. Sou bem eclética, na verdade. Do terror às biografias, do cinema cult à comédia romântica americana. Os franceses! Ah, os franceses. Sem tanta propriedade assim, por ser uma cinéfila controlada, tenho uma opinião bem reta sobre as criações vindas da terra de Joanna D'arc: ótimas produções, com roteiros interessantes e atores profundos.

Mas não foi para falar especificamente de filmes que sentei para escrever. Foi para recordar a magia das videolocadoras. Sim, elas ainda existem e continuam belas e formosas! Nasceram perto dos anos 80, impulsionadas pelo surgimento do videocassete, trazendo a sedutora possibilidade de levar para casa o sabor do cinema. Um recanto, habitado por universos de gostos díspares, onde monstros, gangsters e espíritos se encontram.

A fantasia, porém, que dá vida a esse tipo de negócio, estaria sendo assombrada por uma crise já algum tempo, apontam diagnósticos jornalísticos. Será que elas estão se extinguindo? Que o recanto corre o risco de perder o encanto, assim como falam da morte do jornal impresso e dos computadores de mesa? Em vez de pesquisar dados sobre fechamentos de empresas deste setor nos últimos anos, optei por falar com quem tem o local como rotina: um proprietário. Jean comprou a videolocadora há quatro anos – tempo em que, segundo

ele, a concorrência do bairro atrapalhava mais do que a pirataria. “Porém, nenhuma comprava lançamentos, e o que o povo quer é lançamento” lembra, deixando claro que o sucesso vem da busca pelo diferencial. Para alavancar o espaço, que estava meio mal administrado à época, começou a resgatar clientes investindo em filmes novos. Incrementou o local com atrativos como serviço de cópias e bomboniere. Acreditou.

Ele não concorda em jogar a culpa das vacas magras na pirataria de DVD. Internet e TV a cabo também estariam no páreo no quesito vilania. “Mas tem mercado pra todo mundo”, defende, citando os Estados Unidos como exemplo, onde as locadoras sobrevivem ao lado do grande acesso à TV a cabo. Hoje, Jean observa que metade do lucro de seu empreendimento vem das locações de Blu-ray e games. Segundo ele, as que não investiram nessas tecnologias na região naufragaram.

O boom do HDTV chega para dar um gás assim como o cinema 3D. O home theater seduz. A qualidade é importante. Aí vem o embate contra a pirataria: terra das incertezas. Enquanto, de um lado, uns defendem o democrático acesso às informações, do outro, falam em respeito aos direitos autorais, em legalidade. A oportunidade de baixar filmes parece a “Terra do Nunca”, mas nem tudo é tão glorioso. Legendas dessincronizadas, imagens de péssima qualidade. Tem que dar sorte, porque a frustração é grande quando você se joga no sofá, com coberta e pipoca, apaga a luz, e puft, lá vem aquela bela descoberta – e você com equipamentos de alta definição.

Frente a tudo isso, o que podemos desejar é que a evolução tecnológica seja sempre bem-vinda e que as videolocadoras aguentem firme para que possamos ir lá para ficar olhando, olhando...<#>



Fernanda Lange é jornalista, em Joinville. fermandalange.jor@gmail.com



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

AM SOLUTIONS (by Arnaldo Meniuk)
Rua Uruguaiana, 10 - sala 1.909 - Centro
Rio de Janeiro-RJ - Tel: (21) 2507-5885
www.amsolutions.arq.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

HIFI CLUB

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

SCHAEFFER YACHTS

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

SOLUÇÃO TÉCNICA

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

TAROIÍ BRAVÍSSIMA

R. 2.870, 100 Sala 1 – Centro
Baln. Camboriú/SC - Tel: (47) 3361-0110
helena@taroií.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

REVENDAS:

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) 3346-3489
hifi@hifiht.com.br

HOME SOM

R. Anísio Teixeira, 161 Shopping
Boulevard, Loja 15-16 – Itaigara
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 17 Bloco F loja 101 –
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

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

DAG BRASIL

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