

SILVIO PEREIRA E LUCAS DE LIMA, DIRETORES DA AUDIOPAX

XX Fernando Andrette
fernando@clubedoaudio.com.br



Silvio Pereira, Lucas de Lima e Gordon Burkhart-Schulz

Foi um choque para o mercado a morte do amigo Eduardo de Lima, idealizador da Audiopax. Diria que foi uma comoção geral de leitores, importadores e mostrou o quanto o Eduardo era querido por todos. Passado o baque com a perda, várias questões ficaram no ar: O que será da Audiopax? Como manter uma empresa hi-end funcionando sem seu fundador e projetista? Passei meses com essas e outras questões na mente, e como não podia ajudar, fiz o que julguei ser o mais sensato, esperei para ver como todo esse embaraço se desenrolaria, pois sabia que do lado de lá, o Silvio Pereira e o filho do Eduardo, o Lucas, que viera para ajudar na continuidade da Audiopax, fizeram tudo que estava ao alcance para manter a empresa viva. Confesso que por muitas vezes achei que apesar de toda a dedicação do Silvio e o empenho, a possibilidade de vermos a empresa sólida como nos melhores tempos, quando ela conquistou o mundo, não ocorreria novamente. Felizmente eu estava completamente enganado, e em uma linda prova

de superação (talvez inspirados pela própria história do Eduardo de Lima), eis que a Audiopax está novamente no mercado, com muitos planos, novos lançamentos (deixados nas centenas de anotações feitas diariamente pelo Eduardo, que pensava simultaneamente em inúmeros projetos) e o mais importante: totalmente revitalizada e pronta para alçar voos ainda mais altos, aqui e no exterior. Ao saber de todos os planos e conhecer alguns dos novos produtos que serão lançados no Hi-End Show (sim, a Audiopax também estará lá!), achei que seria importante compartilhar essas informações com o mercado, e sugeri uma entrevista com o Silvio e o Lucas, que aceitaram prontamente abrir uma janela em suas apertadas agendas e nos concederam essa entrevista. Acredito que muitos dos nossos leitores e admiradores da marca ficarão felizes em conhecerem os planos da empresa, e saberem que o sonho do Eduardo de Lima continua vivo e não poderia estar em melhores mãos!

Como é manter a Audiopax ativa sem o seu fundador, idealizador e projetista?

No princípio foi extremamente difícil, não só pelas dúvidas naturais sobre o nosso futuro, mas especialmente devido à perda de alguém que eu considerava como mais do que um amigo (soube há pouco tempo por sua 'segunda mãe' - Dona Luzia - que ele também citava a sorte de ter ganhado um irmão já crescido e barbudo...). Mas gradativamente entendi que nossa afinidade, convivência e trabalho haviam redefinido inteiramente a Audiopax e que, no fundo, o Eduardo tinha escolhido e preparado o seu próprio sucessor. Obviamente não acho que sua escolha tenha sido casual: sou também um apaixonado por música e pela construção de instrumentos musicais (cheguei a ter uma luthieria), trabalho com Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) há mais de 20 anos, tenho vários projetos que foram inovações mundiais, ganhei prêmios internacionais e lutei incansavelmente contra o preconceito aos produtos brasileiros. Na verdade, andamos em caminhos paralelos por muitos anos, e quando finalmente nos conhecemos a sinergia foi completa.

Nós trabalhamos hoje sob uma premissa básica: a Audiopax deve manter seu histórico de inovações e contínua evolução. Para isso, nosso foco de desenvolvimento permanece exatamente como traçado pelo Eduardo: conceitos nascem antes das implementações, e a percepção humana é a nossa grande referência (percebam que sob essa premissa podemos inclusive questionar se a fidelidade é realmente um dos nossos objetivos). Seguindo essa linha, ele desenvolveu, por exemplo, o Timbre Lock - algo puramente baseado na percepção humana e que, apesar de originalmente apresentado em um artigo sobre caixas acústicas, teve duas implementações com circuitos completamente distintos (no Model 5 e no Model 88). Usamos o mesmo caminho para conceber em 2013 o Synchronicity, um equipamento que lançaremos nesse ano e que, acreditamos, será uma nova revolução no mercado de áudio. É o nosso primeiro produto nessa nova fase, e o seu desenvolvimento segue exatamente o que eu e o Lucas previmos em nosso comunicado de dezembro de 2012.

Todos nós sabemos que o Eduardo era um gênio incansável e que mantinha inúmeros projetos simultaneamente em desenvolvimento. Quantos desses projetos estavam prontos no momento de seu falecimento e quantos ficaram no esboço ou na teoria?

Além de inúmeros projetos gerados nos seus 15 anos de Audiopax (nem todos transformados em produtos), o Eduardo teve 2012 como o seu ano mais produtivo - suas ideias vinham mais rápido do que qualquer um conseguiria acompanhar, e ele nos deixou uma enorme quantidade de conceitos e produtos. Alguns chegaram ao ponto de virarem um protótipo funcional, com pelo menos uma unidade montada, e outros ficaram incompletos em diversos graus - tenho, por exemplo, uma ideia

sobre um tema que nos perseguia há alguns dias apenas rabiscada por ele em nosso último encontro. Em um resumo, vou tentar passar uma boa ideia das principais criações em pré-amplificadores, amplificadores e caixas acústicas deixadas em estágio adiantado.

Os poucos que conhecem bem a topologia e a filosofia do Model 5 sabem que ele está muito além de um equipamento normal - a concepção de seu circuito é brilhante e absolutamente diferente da utilizada em qualquer outro pré que eu já tenha visto. Mesmo assim, vínhamos trabalhando nos últimos anos em diversas frentes com o objetivo de evoluir ainda mais a nossa linha de prés. Uma dessas ideias gerou o protótipo apresentado no Hi-End Show 2012: um pré com uma topologia similar ao do Model 5, mas com um estágio valvulado em sua entrada, algo que traz um ganho significativo em alguns aspectos. É um projeto que retomamos recentemente e esperamos lançá-lo como produto ainda em 2014. Seguíamos também, desde 2011, uma linha de completa quebra do que já havia sido desenvolvido, com uma topologia inteiramente diferente e totalmente valvulada. Esta nova topologia se enquadraria tanto para prés de linha quanto phono, e a primeira versão foi apresentada na feira Hi-End de Munique de 2011. Pretendemos ter o lançamento desses dois novos prés no biênio 2015 / 2016.

Costumo comentar que o Model 88 SE é hoje o nosso melhor amplificador, uma vez que o Maggiore M100 deveria ser enquadrado em uma categoria à parte. Isso porque sempre considerei (e o Eduardo também) que sua grande inovação, de alguma forma, parecia não atuar propriamente no áudio, e sim nos efeitos que ele gera em nossa percepção, algo como se você passasse a ter um 'timing' diferente para a análise de cada componente musical (em uma analogia com vídeo - como uma câmera lenta). Internamente costumávamos brincar, chamando-o de 'amplificador psicodélico', mas considerávamos que deveríamos investir ainda mais nessa característica em projetos futuros. Foi exatamente o que foi feito no desenvolvimento seguinte: um amplificador híbrido (entrada valvulada e saída Mosfet, mas com acoplamento ao transformador) em dois monoblocos de 250 W, que denominamos 'Maggiore H500' e que, apesar de diferente do Maggiore M100, é igualmente surpreendente (em uma escolha, eu certamente ficaria com os dois). Do mesmo projeto derivaremos dois outros produtos: o 'Maggiore H250s' (um único monobloco estéreo com 125 W + 125 W) e o 'Maggiore H100i' (um integrado de 100 W + 100 W). Todos também estão programados para 2015 / 2016. Importante: em função de sua topologia, todas as potências devem ser consideradas como a de amplificadores valvulados.

Mas o maior foco do Eduardo nos últimos anos estava em projetos de caixas acústicas (nossa grande paixão), e trabalhávamos ativamente em quatro frentes. A primeira era basicamente referente à evolução natural da nossa atual linha de caixas (revisão dos drivers, do crossover e ►

ENTREVISTA

dos materiais). Duas frentes eram dedicadas especificamente ao uso de ribbons, onde o balanço entre a precisão e a musicalidade é o grande desafio. O primeiro resultado nesse campo foi apresentado no Hi-End Show 2012, em um conceito de caixas que evoluem para quatro configurações possíveis. Uma linha de pesquisa independente era realizada nos Estados Unidos em conjunto com o Gordon (a quem visitamos várias vezes ao ano), e o resultado, absolutamente impressionante, está hoje pronto em sua casa. Por último, trabalhávamos no que ele considerava suas caixas dos sonhos. Nesse caso, encomendamos todos os drivers de uma empresa da Dinamarca, e elas seriam direcionadas para tocarem com uma eletrônica específica: três pares de Maggiore (isso mesmo: três!), sendo dois 'convencionais' valvulados e um terceiro solid state embutido nas próprias caixas, e apenas dedicado aos woofers. Apesar de ter ficado em um estágio bem adiantado, ainda não tenho previsão de quando poderemos dar continuidade a esse projeto. Além dos projetos relacionados aos novos produtos, trabalhávamos também no desenvolvimento de algumas peças construídas exclusivamente para a Audiopax. Esse trabalho continuou tanto no Brasil como nos Estados Unidos, e boa parte dos seus resultados será apresentado no Hi-End Show desse ano.

Qual a função e a importância do filho do Eduardo na Audiopax?

O Lucas se tornou, como único herdeiro do Eduardo, um dos proprietários da Audiopax, e isso aconteceu em um momento extremamente difícil para nós dois e para a empresa. Naturalmente já nos conhecíamos, mas a partir da decisão de darmos continuidade ao trabalho de seu pai, acabamos nos tornando grandes amigos. Com uma inteligência compatível com a do Eduardo, ele em pouco tempo já estava inteirado de todos os nossos processos, incluindo o funcionamento e a montagem de praticamente todos os nossos produtos (o Maggiore, que usamos em nosso showroom, foi montado por ele). Logo percebemos que o Lucas possui também um ouvido excepcional, e com uma característica rara, que poderia ser definida como 'holística': devido a um aparente desprendimento por detalhes, ele consegue perceber 'direções' muito mais facilmente do que qualquer outro na Audiopax (provavelmente, não por coincidência, essa posição era anteriormente ocupada pelo Eduardo). Em função dessa característica, o Lucas hoje compõe comigo, com o Júlio (um excepcional profissional, cuidadosamente treinado pelo próprio Eduardo) e com o Gordon o nosso time de testes, responsável por todas as decisões finais sobre upgrades ou novos produtos. Mas o seu foco principal está na Economia, onde certamente terá um caminho tão brilhante quanto o que seu pai trilhou no áudio, ou o que seu avô seguiu na Medicina (procurem por 'Sinusectomia Transmaxilar', de Ermírio de Lima). Ele está nesse momento finalizando seu mestrado, e por isso atua hoje principalmente compartilhando as decisões estratégicas comigo e em todos os nossos testes de produtos. Em

breve fará seu doutorado nos Estados Unidos e assumirá, por isso, as funções de apoio estratégico no exterior, atualmente realizadas pelo nosso grande parceiro Gordon Burkhart-Schulz.

A Audiopax foi a única empresa hi-end brasileira a ganhar notoriedade internacional, quais são os planos futuros para reconquistar esse mercado?

Continuamos a considerar a abrangência internacional como estratégica para o futuro, e nosso plano estratégico considera esse caminho. Talvez a melhor forma de explicar nossos planos seja tecendo alguns comentários sobre o que considero necessário para uma atuação global. Três requisitos básicos são fundamentais para a atuação no mercado internacional: 'diferencial de qualidade', 'produção e preço' e 'divulgação'. O que seria cada um desses requisitos e qual o nosso posicionamento?

'Diferencial de qualidade': Como fazer sua marca aparecer em um cenário de puro ruído, onde centenas (talvez milhares) de marcas continuamente apontam para suas qualidades 'únicas e ímpares', e todo e qualquer argumento, mesmo que válido, desaparece em um mar de argumentos? A resposta é razoavelmente simples: basta estar bem acima desse 'nível de ruído', ou seja, seus produtos têm que ser muito melhores do que a média. Apesar de ser um conceito simples, é de implementação extremamente complexa, pois nem mesmo pesados investimentos podem garantir seu sucesso. Considero que a Audiopax sempre teve esse diferencial, e o seu histórico em feiras internacionais claramente demonstra isso. Nossa premissa de evolução contínua e inovações é, portanto, também fundamental para que esse diferencial seja mantido.

'Produção e preço': acredito que escolhemos corretamente as premissas básicas utilizadas na nossa produção, onde toda a ênfase está no resultado sonoro final. Devido a isso não utilizamos, por exemplo, conectores dentro dos nossos equipamentos (toda a fiação é soldada), e sempre temos materiais não metálicos como parte dos nossos chassis (não é uma decisão puramente estética). Podemos dizer que a maior parte dos nossos produtos é hoje feita de forma semiartesanal (na boa acepção desse conceito), algo que garante os resultados desejados, mas que também se traduz em uma difícil escalabilidade e em maiores preços. Em função disso, estamos trabalhando desde 2012 especificamente na otimização e na escalabilidade da nossa produção, mas sempre com o cuidado de preservar todas as características finais dos nossos equipamentos. O que apresentaremos no Hi-End Show desse ano será um claro reflexo desse movimento.

'Divulgação': não é exatamente um grande problema para quem tenha os dois primeiros itens bem resolvidos, o conhecimento de como fazer essa divulgação e, finalmente, a disponibilidade financeira para os investimentos necessários (que não são astronômicos). Como já indiquei, estamos dando a importância necessária aos dois primeiros conceitos, ►

e brevemente os teremos no ponto ideal para o mercado internacional. Além disso, temos já preparado um completo plano de divulgação, que inclui toda a logística necessária para a participação nas principais feiras internacionais (uma experiência conquistada pela nossa participação em inúmeras feiras internacionais), anúncios nas principais publicações de áudio e novos reviews (também temos os contatos necessários no mercado para viabilizá-los quando necessário). Não consideramos os níveis de investimento como impeditivos.

De forma resumida: nosso plano estratégico inclui o mercado internacional, e consideramos que temos potencial para competir com qualquer marca hi-end existente no mundo. Estamos trabalhando para esse objetivo, e as metas definidas indicam que isso ocorrerá brevemente. Uma observação final: vários governos ao redor do mundo consideram como estratégico para a imagem de seus Países a criação de marcas de valor que entrem diretamente na casa dos consumidores finais ao redor do mundo, e mantêm incentivos especiais para isso, inclusive especificamente para a indústria de áudio hi-end. A criação de uma 'marca global' é um grande desafio estratégico para qualquer empresa e exige muitas vezes investimentos bastante significativos. Consideramos a Audiopax como uma das pouquíssimas empresas brasileiras que pode ser enquadrada nesse conceito (façam um exercício: tentem lembrar de outras), e isso foi alcançado pela dedicação de uma única pessoa. Não é impressionante?

Na última vez que o Eduardo esteve em minha casa no teste do Maggiore, ele me falou com enorme entusiasmo de três novos projetos: um novo pré-amplificador, um pré de phono e um power mais sofisticado que o Maggiore. Eles serão lançados?

Sim, todos serão lançados. Detalhei anteriormente esses projetos, mas vale resumir aqui o nosso cronograma: um novo pré híbrido ainda em 2014 (com topologia baseada no atual Model 5), dois novos prés valvulados (um de phono e um de linha) com uma topologia absolutamente inovadora para o biênio 2015 / 2016, novos amplificadores híbridos da linha Maggiore (H500 - dois monoblocos, H250s - uma unidade estéreo, e H100i - um integrado) a partir de 2015 e diversas novidades em nossa linha de caixas.

Como você vê o futuro da Audiopax?

Continuaremos nossa trajetória criando produtos únicos e inovadores para os amantes da música e da tecnologia. Esse conceito abrange a manutenção da Audiopax como uma marca global. Acreditamos também que teremos, cada vez mais, parcerias estratégicas com empresas especializadas para o fornecimento de peças desenhadas sob nossa especificação (por exemplo: fechamos recentemente acordos para o fornecimento de drivers especiais e cabos internos para as nossas caixas, além de

capacitores e bobinas feitos sob encomenda e madeiras com características acústicas específicas para as nossas aplicações).

O que o consumidor da Audiopax pode esperar daqui para frente?

Todos podem ter a certeza de que a Audiopax manterá seu histórico de atendimento, inovações e contínua evolução de seus produtos. A paixão pela pesquisa, algo que levou o Eduardo a fundar a empresa há 15 anos, é também o que nos motiva para a sua continuidade, que terá como base fundamental os sólidos conceitos por ele criados e já aplicados em todos os nossos produtos.

Gostaria de acrescentar mais alguma coisa para os nossos leitores?

Gostaria de convidar os leitores para uma visita aos nossos showrooms (em nossa sede do Rio de Janeiro ou na Audio Classic em São Paulo) e ao Hi-End Show 2014. Tenho certeza de que todos se surpreenderão, mesmo aqueles que já nos conhecem. ■

