

# I Audiofilia crónica I

## LOJA DE HI-FI.

Uma loja não é notícia. Há tantas e são todas iguais. Mas a nova loja da Transom em Amoreiras-Campolide é mais igual que as outras. Lisboa já merecia uma loja assim



**Ao contrário dos produtores** de bio-horticultura, que vendem directamente ao público da feira de Oeiras, o hifi de qualidade vende-se em lojas da especialidade. Que, tal como o comércio tradicional em geral, se arriscam a desaparecer face ao assédio das grandes superfícies. Só que o sistema hifi, tal como eu o entendo, não é apenas um electrodoméstico sonoro, que se manda entregar em casa ainda dentro do caixote. Hifi tem a ver com música e esta com emoções. Ora não se brinca com os sentimentos das pessoas. O resultado é o sistema ficar para ali a apanhar pó, depois das primeiras semanas de excitação. “Antes que cases vê o que fazes”, diz o povo. O ditado aplica-se igualmente ao hifi. É preciso ter a certeza que há uma empatia entre o produto e quem o compra. Para isso é fundamental saber vendê-lo. E saber vender é conhecer os segredos da condição electrónica e da condição humana. Ou seja: é preciso saber ouvi-las a ambas. Com calma, sem pressas, sem pressões. O gosto educa-se: mostrando, demonstrando, apontando diferenças, estabelecendo prioridades. Não há pior vendedor que o que impõe o seu gosto pessoal ao comprador.

Assim, quando alguém tem a coragem de abrir uma nova loja de hifi/vídeo em Lisboa, pensada para pessoas reais, normais, que

entram sem saber nada do assunto e saem satisfeitas e elucidadas, e não ludibriadas, é motivo de notícia; pessoas como você, caro leitor, que eventualmente me lê num consultório enquanto espera. Só consulta médicos em quem confia? O hifi não é diferente.

A nova loja da Transom em Amoreiras-Campolide (por trás do Hotel D.Pedro), com a saída do parque de estacionamento subterrâneo ali a dois passos, não é mais uma loja de 600 m<sup>2</sup>, é um espaço, como se diz agora, melhor, é um conjunto de espaços recriados e decorados para que o comprador se sinta em casa. Pela primeira vez há uma tentativa óbvia de integrar elementos acústicos e elementos decorativos. O hifi/vídeo é o tema principal das diferentes instalações, mas os móveis, os quadros, os sofás, os tapetes, até a iluminação fazem parte de um todo orgânico. Carlos Moreira, o director-executivo da Transom, estabeleceu acordos de cooperação com fabricantes e decoradores e os resultados na Transom não se ouvem e vêem apenas, disfrutam-se. Sente-se, beba um copo, oiça música, veja um filme. Relaxe.

A inovação começa nas montras. Apeetece entrar e dizer: “Olhe eu quero o plasma que está na montra e... tudo o resto”. E é mesmo essa a ideia, concorda Carlos Moreira: “Tudo o que está à vista na Transom, está à venda. E também mandamos fazer móveis bonitos e funcionais por encomenda”. Dito isto, actua sobre um comando e um plasma ergue-se como um “deus ex-machina” de dentro de um armário de estilo nórdico. Há sempre quem prefira a discricção à exibição. Não é o caso dos que optam pelas espectaculares colunas Avantgarde Solo vermelhas que ladeiam um sofá amarelo como duas obras de arte moderna.

Na zona central do andar de baixo, estão os produtos mais vendáveis: acessórios vá-

rios, câmaras de vídeo e de fotografia digital, televisores, componentes separados para hifi (Sony, Onkyo, Rega, Arcam, NAD, Rotel, etc.), sistemas Midi com MP3 para os miúdos (Sony, Philips, Onkyo, etc.) e conjuntos AV com uma aposta clara nos plasmas (Fujiitsu, LG, Philips, Pioneer e Sony) e respectivos sistemas complementares de colunas B&W, Jamo, Philips e Sony, com design e dimensões suficientemente pequenas para não assustar os clientes do sexo feminino. “Foi a pensar nelas que criei este espaço”, confessa Carlos Moreira. E concretizando melhor a ideia: “A audiofilia tem sido um fenómeno exclusivamente masculino, e as mulheres têm sido negligenciadas. É preciso apelar à sensibilidade e bom gosto delas, porque, no fim, são elas que decidem o que os homens podem ou não levar para casa...”.

Subindo a escada, sobe-se também na exigência, na qualidade e na vida, social e economicamente falando. Lá em cima, espera-nos um fabuloso sistema AV, tendo como par de colunas frontal as exóticas BW802 Nautilus. O conjunto dava para comprar um BMW. Mas os menos afortunados podem experimentar uma das quatro propostas acessíveis do “espaço Experiência”: Sony, Onkyo/Energy, Toshiba/Mirage Omnisat, Onkyo/B&W.

Duas outras salas fechadas são dedicadas respectivamente a demonstrações de combinações AV com projecção de vídeo e de áudio puro seleccionadas pelo cliente mediante marcação.

Os audiófilos puristas não foram esquecidos. De passagem, os meus olhos detiveram-se sobre um par de Quad ELS63, amplificadores a válvulas BAT e outros “brinquedos” high-end da Chord, Classé, Goldmund e Jeff Rowland a preços muito abaixo do seu valor de mercado.

Finalmente, a Linn, com um espaço próprio e direito a tratamento especial. O mito Ivor Tiefenbrun não faz a coisa por menos. Obrigatoriedade de uma oferta ampla e abrangente de produtos Linn, com zona de demonstração exclusiva, e formação específica dos vendedores em áreas tão diversas como a domótica, sistemas multisala, hifi e AV.

Além, noblesse oblige, de especialização na manutenção, montagem de braços e células de leitura, afinação (tune-up) e melhoramento (upgrade) desse ícone da cultura audiófila mundial que é o gira-discos Linn LP12. Quantos haverá ainda em Portugal: 100, 200?... •

**Para mais informações p.f. contacte:**

**Carlos Moreira, Transom**

**Tel: 213512557. Fax: 213512568.**

**Email: transom@mail.telepac.pt**

**Texto de José Victor Henriques  
jvhsom@netcabo.pt**