

**INDAC**

Instituto Nacional para  
Desenvolvimento do Acrílico

Patrocinadores INDAC



JORNAL DO

# acrílico

novembro / dezembro de 2010

#51



Foto: Hutch Drums

# show vai começar

Acrílico brilha nos palcos na forma de instrumentos musicais e conquista fãs pelo Brasil e pelo mundo.

**Acrílico acelera em SP**  
Carro feito 100% do  
material se destaca no  
Salão do Automóvel

**INDAC celebra 1º década**  
Relembre a trajetória  
do instituto contada por  
quem fez parte da história

Exclusivo no site Indac



Chapas Granitadas  
e Marmorizadas  
em Acrílico

<http://t.co/TFUFK0n>



Versatilidade e  
Luminosidade se destacam  
nas mãos de BB Schmitt  
e da Casa do Acrílico

<http://t.co/jsATQZQ>



Chapas Fantasia:  
criatividade e qualidade  
em acrílico

<http://t.co/nf61Egq>

Acompanhe o Indac:



[twitter.com/indac\\_acrilico](https://twitter.com/indac_acrilico)



[youtube.com/indacacrilico](https://youtube.com/indacacrilico)



As sugestões e comentários  
podem ser enviados para:

### INDAC

Rua Martinico Prado, 26,  
cj. 94, CEP 01224-010,  
São Paulo - SP

### Ou por e-mail:

[jornal@indac.org.br](mailto:jornal@indac.org.br)



Patrocinadores INDAC



O Jornal do Acrílico é o órgão oficial de divulgação do  
INDAC – Instituto Nacional para Desenvolvimento do Acrílico.  
[www.indac.org.br](http://www.indac.org.br) • [indac@indac.org.br](mailto:indac@indac.org.br) • (11) 3171.0423

DIRETORIA EXECUTIVA GESTÃO 2009-2011  
Alexandre Lazzarotto, Luis Vargas, Ralf Sebold, Salvatore  
Iannelli, Rosana Maradini e Sergio Sanches  
Consultor executivo: João Orlando Vian

#### PRODUÇÃO EDITORIAL

Texto e reportagem: Milene Rios  
Direção de arte: Márcia Mitsue  
Jornalista resp.: Milene Rios, mtb 46.219  
Gráfica: Cromat



[www.genkidesign.com.br](http://www.genkidesign.com.br)  
[atendimento@genkidesign.com.br](mailto:atendimento@genkidesign.com.br)

## UM SHOW DE

# ACRÍLICO

As baterias de acrílico ficaram famosas  
na década de 70 e depois de um período  
em extinção renascem aos poucos pelas  
mãos de apaixonados pela beleza da música.

Não é só nos escritórios, residências e lojas que o acrílico se destaca. O material brilha, e muito, também nos palcos. A moda começou na década de 70 pelas mãos do baterista inglês John Henry Bonham, da banda Led Zeppelin, que dividiu sua fama com uma bateria de acrílico lançada pela Ludwig em 1972. Não demorou muito para a chamada linha Vistalite tornar-se marca registrada do mestre do rock e adquirir status de sonho de consumo na época.

Mas com o tempo o acrílico foi ofuscado pela ambição dos norte-americanos em expandir o mercado ávido por novidades e aos poucos saiu de cena para dar lugar as baterias feitas de tipos diferentes de madeira. O que eles não contavam é que algumas pessoas jamais esqueceriam o som do clássico kit em acrílico e não poupariam esforços para escutá-lo novamente.

É o caso de Ivan Copelli que começou a tocar bateria no final da década de 80, quando a febre do acrílico já perdia força nos Estados Unidos e, conseqüentemente, no Brasil. Até que em 2006 um amigo mostrou um som que tinha gravado com um caixa de acrílico: foi o suficiente para o seu fascínio renascer. “O som era demais, inconfundível, e coloquei na minha cabeça que ia fazer aquele som de qualquer jeito”, diz o músico. “Como já não existiam essas peças mais no mercado eu decidi correr atrás para montar a minha.”

O sucesso veio já na primeira aparição em público. “Na época eu tocava em algumas bandas e quando as pessoas ouviram o som foi um efeito colateral. Todo mundo queria ter igual”, conta Copelli que montava as caixas em um quarto do apartamento quando chegava do trabalho. “Até que recebi a encomenda de uma bateria inteira, igual a do Bonham, do Led Zeppelin. Demorei oito meses para entregar, mas depois de pronta resolvi expandir a minha marca e viver disso”, diz o músico que lançou a Hutch Drums em 2007.





Bateria em acrílico da Hutch Drums

À medida que os pedidos aumentavam, as empresas transformadoras de acrílico tinham cada vez mais dificuldade para atender a 'pequena' demanda da Hutch Drums. Para resolver o impasse, Copelli se ofereceu para produzir suas peças usando o maquinário da empresa. "Não dava mais para esperar cinco mil santinhos ficarem prontos para receber minhas peças, então me ofereci para cortar, moldar e colar. Foi a minha independência", diz o empresário. "Depois de aprender a manusear o acrílico investi no meu próprio maquinário e até que em fevereiro deste ano aluguei um galpão para abrigar a produção da Hutch."

Coincidência ou não as baterias de acrílico voltaram à moda nos Estados Unidos e prometem esquentar o mercado nacional. A Ludwig, inclusive, relançou em setembro deste ano na ExpoMusic - Feira Internacional da Música em São Paulo - a

linha Vistalite feita inteiramente em acrílico com o mesmo visual da bateria que revolucionou o anos 70. "O investimento de grandes fabricantes no acrílico desmitifica o material que ainda é visto com certo receio no Brasil", diz Copelli.

Atualmente, a Hutch Drums recebe dezenas de encomendas de caixas e de dois a três pedidos de baterias por mês que custam entre R\$ 1,8 mil a R\$ 3,8 mil. "Hoje estou com dificuldade de atender a demanda, mesmo trabalhando de domingo a domingo", conta o empresário. No currículo, a Hutch traz a bateria usada pela cantora Ivete Sangalo em setembro deste ano na gravação do DVD 'Multishow ao vivo Ivete Sangalo no Madison Square Garden', em Nova York, e já havia feito em 2008 a bateria usada no show ao vivo de Claudia Leitte, em Copacabana, no Rio de Janeiro.

## DAS CADEIRAS PARA INSTRUMENTOS EM ACRÍLICO

A paixão pela música também foi o que impulsionou Rômulo Prata da AG Cadeiras, associada ao Indac, a despertar para as possibilidades de uso do acrílico em instrumentos musicais. O sócio da empresa especializada em cadeiras ficou fascinado ao ver uma bateria de acrílico em uma loja na Teodoro Sampaio, rua especializada em instrumentos musicais em São Paulo, enquanto visitava um cliente do setor moveleiro no início do ano.

“Resolvi passear para ver o que as lojas de instrumentos musicais tinham de novidade e passando em frente a uma delas vi uma bateria de acrílico e fiquei fascinado. Entrei na loja, a Casa dos Bateristas, e na hora propus uma parceria com o proprietário para produzirmos as peças em acrílico.”

O conhecimento técnico de um, o musical do outro e o comercial de ambos só poderia resultar em sucesso. “Começamos a fazer as baterias e vimos que existia um mercado carente para o qual também não havia mão de obra qualificada e então resolvi entrar nessa de cabeça”, conta Prata. “Hoje, se voltarmos nossa produção para esse ramo, conseguimos produzir 100 baterias por mês, das mais simples as mais sofisticadas.”



Rômulo Prata exhibe sua bateria de acrílico

Fotos: Marcos Vaz



Guitarra de acrílico da Acrilplast

De acordo com sócio da AG Cadeiras, além da qualidade sonora das baterias em acrílico (leia mais no box), o visual pesa muito na escolha do instrumentos e nesse aspecto o acrílico também leva vantagem. “Principalmente quando se trata do primeiro instrumentos o músico vai muito mais pelo visual do que pelo som e o acrílico tem muito mais destaque do que outros materiais”, conta Rômulo que utiliza chapas de acrílico cast de 6 mm de espessura por serem mais resistentes e garantirem uma boa qualidade do som.

Para apresentar ao público sua bateria, Rômulo usou como palco o 2º Salão do Acrílico e a recepção foi tão positiva que ele já trabalha no desenvolvimento de um baixo e uma guitarra para a edição 2011





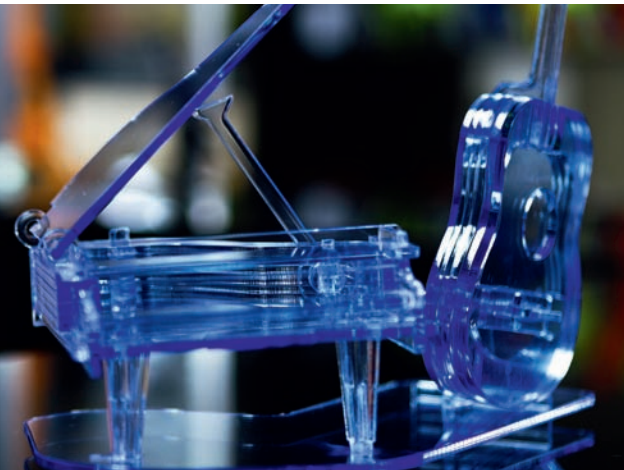
Colagem das peças exige cuidados especiais

da feira. Quem também aproveitou o evento voltado especialmente para o material foi a Acrilplast que apresentou uma guitarra em acrílico, um produto fruto da imaginação da equipe de desenvolvimento da empresa, também associada ao Indac.

“Alguns funcionários tocam em bandas e acabaram por iniciativa própria desenvolvendo a peça”, conta Mário Martins Costa Filho, diretor comercial da Acrilplast. “O que começou como uma brincadeira teve um resultado tão surpreendente que nós resolvemos expor no salão e foi o que mais chamou atenção no nosso estande”. Por enquanto, Filho diz que a produção em escala depende da resposta do público. “Vamos esperar a reação do mercado”.

“*Principalmente quando se trata do primeiro instrumento o músico vai muito mais pelo visual do que pelo som e o acrílico tem muito mais destaque do que outros materiais*”

Rômulo Prata,  
da AG Cadeiras



## MÚSICA:

### UM MERCADO SEM FIM

Mesmo quem não é músico ou mesmo se arrisca a tocar qualquer instrumento tem certo fascínio pela música. Apostando nesse sentimento, a Fierce lançou uma linha de miniaturas e chaveiros de instrumentos musicais que fez sua estreia em setembro na ExpoMusic e já mostrou que a mira estava certa.

“Depois da feira vendemos em 45 dias 50 mil chaveiros e miniaturas para o Brasil inteiro e estamos atualmente montando um estoque de 108 mil peças para atender a demanda”, afirma Renato Almeida Lopes diretor da empresa associada ao Indac. Ao todo, a Fierce oferece 30 modelos de instrumentos, como guitarra, violão, saxofone, violino, entre outros.



Linha de instrumentos musicais da Fierce com chapas fluorescentes

Para dar conta do recado, Lopes investiu em mais quatro máquinas de corte a laser e se prepara para expandir a rede de quiosques Máquina do Tempo, criada pela Fierce para comercializar a linha de

instrumentos musicais e a 3D Art. “Pretendemos inaugurar nossa marca em 20 shoppings no Estado de São Paulo”, conta Lopes que atualmente tem uma loja no Maxi Shopping, em Jundiaí, interior de São Paulo.

De acordo com o diretor da Fierce, esse é um mercado novo para o setor que pode ser muito promissor. “O mercado já existia, mas não era bem explorado”, afirma Lopes. “Nós enxergamos esse potencial e pela







Porta CD da PP Caponi

primeira vez voltamos nossos esforços para o consumidor final. Agora vamos nos empenhar para explorar esse segmento de várias outras formas.”

A PP Caponi, associada ao Indac, também encontrou um jeito diferente de entrar nessa onda e apresentou no Salão do Acrílico um porta CD em formato de violão, idealizado por Henrique B. C. Caponi, designer e sócio da empresa. “Queríamos mostrar o lado belo e o funcional do acrílico e deu certo. Não tinha quem não olhasse para a peça”, afirma Pedro Paulo Caponi, diretor da empresa.

O porta CD de violão foi feito com chapas de 10 mm, para garantir a sustentação, e nas cores fumê e laranja, semelhante aos tons utilizados pelos instrumentos em madeira. “Fizemos a primeira peça para expor e fomos consultados por muitas pessoas, o que mostra a receptividade dos clientes a esse tipo de produto”, diz Caponi. “Estamos muito satisfeitos com o retorno.”

[www.agcadeirasemacrilico.com.br](http://www.agcadeirasemacrilico.com.br)

[www.acrilplast.com.br](http://www.acrilplast.com.br)

[www.caponi.com.br](http://www.caponi.com.br)

[www.casadosbateristas.com.br](http://www.casadosbateristas.com.br)

[www.hutchdrums.com.br](http://www.hutchdrums.com.br)

[www.fierce.com.br](http://www.fierce.com.br)

## AS BATERIAS ACRÍLICO X MADEIRA

Cascos de madeira podem variar sutilmente desde agudos até graves, enquanto nos tambores em acrílico essa frequência é média. **“Por ser uma superfície mais dura e também muito mais lisa do que a madeira, as ondas sonoras dentro dos tambores de acrílico rebatem muito mais, ampliando em até 30% o volume e bem mais harmônicos”**, diz Ivan Copelli, da Hutch Drums, lembrando também que ao contrário dos cascos de madeira, o acrílico não sofre com calor, umidade e mofos.

**A resistência é outro ponto positivo do acrílico**, pois com o uso de chapas de 6,0 mm de espessura **as baterias ficam fortes e leves, permitindo que**

**suas características se mantenham mesmo depois de décadas de uso.** O constante ‘stress’ promovido pelas vibrações das batidas das baquetas ou dos pedais de bumbo ao longo da vida da bateria, em nada altera sua resistência, estrutura ou colagem.

Por ser um material transparente a tendência é que os riscos se destaquem mais quando comparados aos instrumentos de madeira e por isso **as baterias de acrílico exigem cuidados especiais de armazenamento, transporte e manutenção.** Em caso de riscos profundos, a recomendação é procurar uma empresa especializada em polimento, pois na maioria dos casos é possível recuperar totalmente a peça.





Árvore de Acrílico de 10m na Casa Estrela - SP, Natal de 2000



2º Salão do Acrílico em 2010



Fernando Clemente de Oliveira, Fabio Terzian, Roberto Fiamenghi, Luis Carlos Maradini e João Orlando Vian na abertura do 1º Fórum Acrílico

# INDAC 10 ANOS

## DE CRESCIMENTO E PROFISSIONALIZAÇÃO DO MERCADO



Andor Stern, Alexandre Lazzarotto e Gilson Soares no Fórum Acrílico 2008



Roberto Fiamenghi, no 1º Fórum Acrílico



Fórum nasceu para ajudar na integração do setor



Móvel da Componenti, licenciada da Emporium Itália



Instituto nasceu de uma simples ideia e hoje é a principal ferramenta de desenvolvimento da indústria do acrílico. E ainda há muito trabalho pela frente...

O Instituto Nacional para Desenvolvimento do Acrílico, Indac, nasceu da vontade de um grupo, liderado pelas empresas Bérkel, Dicopesa (Castcrl), Metacril (atual Proquigel) e Resarbras (Unigel Plásticos), de divulgar o material por todo o Brasil. O que para a época parecia utopia virou realidade e hoje é apontado por unanimidade como o principal responsável pelo crescimento do mercado no país.

“A indústria de acrílico no Brasil já existia, mas faltava um norte e tivemos a ideia de criar uma espécie de associação”, conta Luis Carlos Maradini, proprietário da Bérkel. “Então, junto com os esforços da Castcrl e o grupo Unigel, nasceu o Instituto Nacional para o Desenvolvimento do Acrílico, uma conquista e um ganho expressivo para todo o segmento no Brasil.”

E foi em dezembro de 2000, há exatamente 10 anos, que o Indac deu o seu primeiro passo. Em parceria com a fabricante de brinquedos Estrela, o instituto aproveitou as comemorações de final de ano e desenvolveu uma enorme árvore de Natal de acrílico – que ficou exposta na Av. República do Líbano, ao lado do Parque Ibirapuera, em São Paulo.

“Nossa intenção na época foi fazer uma ação para chamar a atenção do público para o acrílico, mostrar o que era o material, como ele era bonito e dar um exemplo inusitado de todas as suas possibilidades”, lembra Fábio Terzian, diretor comercial da Unigel Plásticos, empresa que ao lado da Bérkel, Castcrl e da Socitec, patrocinaram a ação.

“Ainda fizemos um anúncio da árvore de Natal na Veja [revista de maior circulação do país] para que o objetivo de aparecer e se apresentar ao público fosse, de fato, atingido”, diz Eduardo Baptista, consultor da Castcrl. “Por ser o primeiro feito do Indac, a árvore foi também o primeiro trabalho que exigiu o trabalho conjunto, a várias mãos, o que fortaleceu o laço entre as empresas fundadoras da entidade.”

“A propagação do material em todo o território nacional se deu por causa do trabalho de mídia e todos os eventos promovidos pelo instituto”

Gilson Soares,  
da Casa do Acrílico

No início de suas atividades o Indac concentrou seus esforços na divulgação do produto, apesar de realizar desde a sua fundação o Fórum do Acrílico, evento voltado exclusivamente para o desenvolvimento do setor no país. “A propagação do material em todo o território nacional se deu por causa do trabalho de mídia e todos os eventos promovidos pelo instituto”, diz Gilson Soares, da Casa do Acrílico. “Isso trouxe para o mercado novos consumidores, de todos os setores, beneficiando a indústria nacional inteira.”

Depois de trabalhar fortemente na imagem do material, com a criação de ferramentas como o Jornal do Acrílico, o foco do instituto passou a ser a qualificação profissional, um trabalho que envolve desde as empresas do setor até estudantes para a formação de mão de obra especializada.

“No passado não existia informação. Hoje as pessoas têm tudo à disposição no site do Indac”, diz Emilio Carlos Uchella, da Central do Acrílico, empresa associada ao Indac. “De 10 anos para cá quem já fazia parte da indústria se profissionalizou e quem entrou para esse ramo da indústria aprendeu com o Indac quais as características do material e como trabalhar com o acrílico”, diz Uchella que tem quase 40 anos de experiência no segmento.

Mas o trabalho de profissionalização não foi fácil e está longe de ser concluído. "Por uma falha nossa no passado o Indac ainda tem muita dificuldade na qualificação do setor", diz Marcelo Thieme, diretor da unidade de negócios da Proquigel, outra empresa que participou da fundação do Indac. "O instituto se preocupa em desenvolver o segmento porque quem não

fizer isso por conta própria será puxado à força ou engolido pelo mercado no futuro."

De acordo com Terzian, o processo apesar de lento, é contínuo. "Aos poucos, as empresas estão deixando de lado o processo artesanal, peça a peça, que além de custar mais, limita o crescimento do mercado, e estão investindo em maquinário", diz. "Hoje o mercado não está

só se industrializando como, inclusive, passou a exportar e o principal responsável pelo desenvolvimento e coordenação desse crescimento é o instituto."

Eduardo Baptista lembra que, antes do Indac, o acrílico não era considerado e atualmente é difícil pensar em projetos em que o material não seja, ao menos, cogitado. "Se a economia do Brasil se mantiver estável, a previsão é que até o final de 2012 o mercado de acrílico dobre no país, com novas empresas, bem equipadas e bem estruturadas."

Para Terzian, o Indac é a maior prova da capacidade do setor. "Ver tudo o que o Indac significa hoje mostra o que ainda somos capazes de fazer."



Reunião da 1ª Diretora do Indac em 2001

“  
Hoje o mercado  
não está só se  
industrializando como,  
inclusive, passou a  
exportar e o principal  
responsável pelo  
desenvolvimento e  
coordenação desse  
crescimento é  
o instituto



Fábio Terzian,  
diretor comercial da Unigel Plásticos



## O PAPEL DOS ASSOCIADOS

Os filiados do Indac têm um papel fundamental no desenvolvimento do mercado, já que foram deles que partiram os investimentos e hoje saem às grandes ideias de expansão do setor. “O número de empresas que participa de alguma forma do instituto cresceu muito”, diz o diretor comercial da Unigel Plásticos. “Hoje os associados representam cerca 80% do mercado nacional.”

“Acreditamos no instituto desde 2007 e vemos resultados efetivos com as palestras informativas para estudantes, divulgação no site e, sem dúvida, com a realização do Salão do Acrílico, que é a ferramenta mais importante atualmente, pois além da divulgação do material, serve de encontro dos empresários do segmento que trocam experiências e estreitam as relações”, diz Arilma Barreto, gerente administrativa da Acriplanos, primeira empresa associada do Indac da região Norte e Nordeste do país.

Para as grandes empresas do setor agora é hora de voltar às atenções para a regulamentação do mercado. “A tendência é que aos poucos se separe o joio do trigo”, diz o diretor da unidade de negócios da Proquigel. “O empresário deve entender a vantagem de fazer parte do Indac que hoje trabalha para ajudar a todos, mas as empresas têm que fazer sua parte, investindo em melhoria e qualidade do processo de produção e atendimento comercial.”

De acordo com o proprietário da Bérkel, além de acompanhar o mercado, é fundamental que os associados participem do Indac. “Os filiados têm dificuldade em participar das ações do instituto, de contestar. Falta essa interação de todo o setor”, diz. “A cada ano nós vamos melhorando e sempre surgirá novas ideias para serem colocadas em prática, por isso o empenho dos associados é fundamental.”

O consultor da Castcrl lembra ainda que o investimento das empresas associadas no Indac é insignificante se comparado ao benefício que elas têm com o trabalho do instituto. “A capacidade de ação do Indac aumentou muito, prova disso é que com exceção de 2009, apresentamos crescimentos em todos os anos”, diz Eduardo Baptista. “Em 2008, a elevação foi de 25% e em 2010 devemos voltar a esse patamar.”

“A cada ano nós vamos melhorando e sempre surgirá novas ideias para serem colocadas em prática, por isso o empenho dos associados é fundamental”

Luis Carlos Maradini,  
proprietário da Bérkel

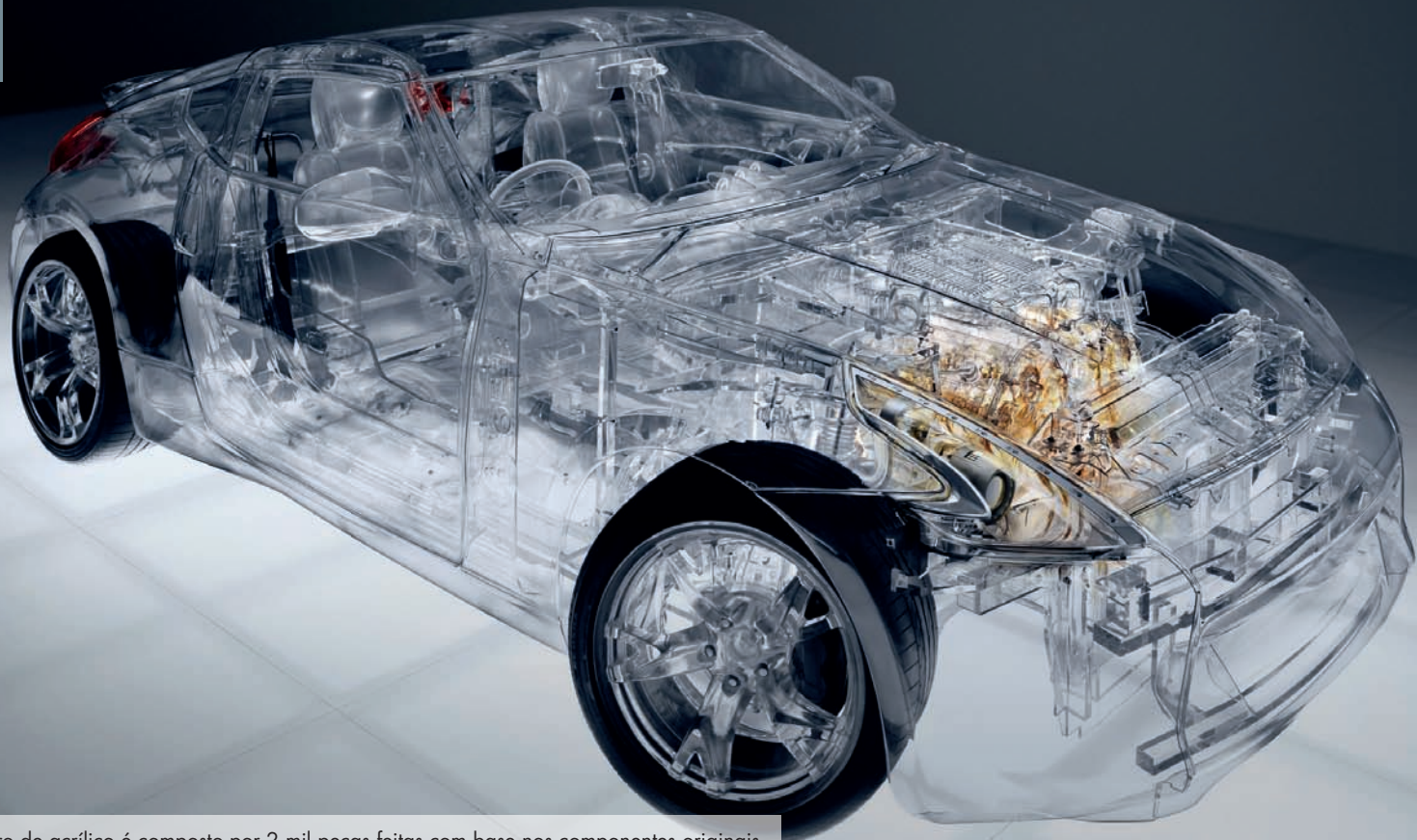
### OS NÚMEROS DO INDAC EM NOVEMBRO DE 2010

86 empresas associadas

2.000 órgãos de imprensa especializada que recebem informações mensais

9.000 endereços no mailing do Jornal do Acrílico e da newsletter

22.000 é a média de acessos mensais no site [www.indac.org.br](http://www.indac.org.br)



Carro de acrílico é composto por 2 mil peças feitas com base nos componentes originais

# A POTÊNCIA DO ACRÍLICO

Um carro feito 100% de acrílico dividiu a atenção do público do Salão do Automóvel de São Paulo com os potentes e caros superesportivos da maior feira de veículos da América Latina.

Um carro feito 100% em acrílico roubou a atenção do público na 26ª edição do Salão do Automóvel de São Paulo, que aconteceu entre os dias 27 de outubro e 7 de novembro no Pavilhão do Anhembi. O modelo, desenvolvido pela Shell, brilhou mesmo com a presença de superesportivos de mais de 1.000 cavalos de potência e preços estimados em até R\$ 10 milhões.

O protótipo, que é baseado no Nissan 370Z, nasceu para estrelar um comercial da linha de lubrificantes Helix da Shell na Europa no qual o consumidor consegue ver toda a trajetória feita pelo óleo no motor que, por isso, também é em acrílico. Do carro original só restaram os suportes do cinto de segurança, os comandos do volante, os faróis e os pneus.

A façanha exigiu 14 semanas de trabalho, desde a desmontagem do modelo original até a produção

das duas mil peças transparentes que compõe a unidade e somam 2 toneladas, pouco mais de meia tonelada a mais do que na versão original do modelo que pesa 1.485 kg.



Para desembarcar em território nacional, os componentes viajaram 9.5 mil quilômetros, operação que exigiu o investimento de R\$ 400 mil. "A vinda da nossa peça publicitária para perto do público é uma maneira de aumentar a identificação com a marca", diz Fernanda Andrade, gerente de marketing de Lubrificantes da Shell.

O carro já foi exibido na Rússia, República Tcheca, Inglaterra e do Brasil embarcou para a China.