



DESENVOLVIMENTOS NA ÁREA DE JORNAL

Diretores da KBA falam de tendências e de planos da empresa nesse segmento de mercado. **Página 12**



UM APRENDIZADO NOVO A CADA DIA

Quarta geração da gráfica familiar Romiti, empresária vê no CtP a principal inovação dos últimos anos. **Página 10**



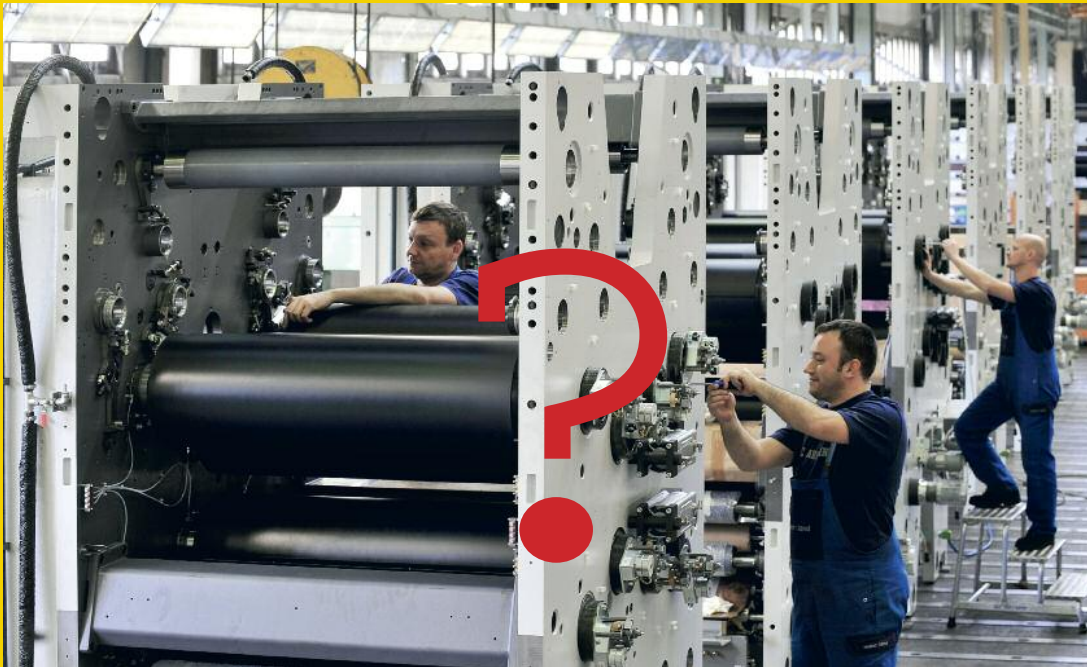
INKJET VERSÁTIL E COMPACTO

Essa pode ser uma perfeita definição dos novos sistemas da Kodak. **Página 30**

PRINTCOM BRASIL

PRÉ-IMPRESSÃO · IMPRESSÃO · ACABAMENTO

Dezembro · nº 10/2011 · Edição 87



Manroland está insolvente

A EMPRESA SE SALVARÁ? ■ Depois que as negociações com a empresa de participações suíça Capvis falharam, a Manroland AG ingressou no dia 25 de novembro com o pedido de abertura de processo de insolvência em Augsburg, Alemanha. Em nota, a empresa informou que os novos pedidos, que já vinham caindo desde julho último, recuaram mais ainda nos últimos meses, com o recrudescimento da crise financeira.

■ Após o comunicado da Manroland de que havia entrado com pedido de insolvência, a Capvis informou que estava em negociação desde setembro para ingressar como investidor, mas os recentes números apresentados pela empresa e a necessidade de investimento em nível superior ao esperado fizeram-na desistir do negócio.

Assim como os demais grandes fabricantes alemães de máquinas gráficas, a Manroland sentiu fortemente o impacto da crise financeira mundial de 2008. No ano passado, foi notada alguma recuperação, mas a partir de meados deste

ano o quadro voltou a piorar. Segundo a Manroland, a queda é mais acentuada nos Estados Unidos e na Europa Ocidental, mas também na China, onde as atividades continuam aquecidas, porém em ritmo mais lento. Resultado disso é que, hoje, o mercado mundial corresponde a metade do nível anterior à crise de 2008.

“O processo de insolvência ora iniciado proporciona a oportunidade de intensificar o processo de reestruturação e orientar a empresa durante essa fase difícil. Apesar da decepção relativa à trajetória ora tomada, o processo de insolvência

oferece muitas potencialidades, porque a empresa dispõe de produtos convincentes, o necessário know-how e uma excelente equipe. Com a entrada prevista de um potencial investidor e numa base de um programa de financiamento sob a coordenação dos acionistas anteriores e consórcio bancário a base de capital da empresa estaria reforçada”, diz a Manroland em comunicado.

No Brasil, Nuno Costa assumiu recentemente o cargo de diretor-presidente da Manroland, sucedendo a Franz von Fürstenberg. **Páginas 7 e 10**

Agfa inaugura fábrica modernizada Investimento de US\$ 20 milhões



■ A fábrica, localizada em Suzano, na Grande São Paulo, agora possui capacidade de produzir localmente, quase simultaneamente a planta da Alemanha, as mais recentes novidades em chapas de impressão. Com isso: o perfil da unidade mudou muito: hoje, apenas um tipo de chapa analógica positiva continua em produção, enquanto o portfólio das chapas digitais ganhou quatro novos produtos. **Página 5**

Webfonts: mais qualidade na tela Recurso valoriza identidade visual



■ Seja em material impresso ou no monitor do computador, a escolha da fonte desempenha um importante papel no design. Trata-se de obter melhor legibilidade, mas também valorizar a aparência e a identidade corporativa. Desde meados de 2010, as webfonts facilitam o trabalho dos criadores, mas ainda existem alguns imponderáveis técnicos. **Página 16**



Informações superficiais ou conhecimento?

SEGUNDO UM ESTUDO AMERICANO, a contínua disponibilidade de informações via internet desestimula a memória do usuário. Betsy Sparrow e seus colegas da Universidade de Harvard e da Universidade de Wisconsin-Madison descobriram que Google, Bing, Wikipedia, etc. influenciam nossa mente. Assim, nosso cérebro aprende cada vez mais a não aprender, segundo o lema: “Não preciso saber tudo – só preciso saber onde encontrá-lo.” Esta frase não é de agora, dos tempos da internet. Todavia, qual seria a diferença entre conhecimento e a enxurrada de informações da internet? A ênfase está no termo “informações”, porque o Google e a Wikipedia não oferecem conhecimento, mas apenas informações. Estas só se converterão em conhecimento quando forem colocadas em determinado contexto e puderem ser aplicadas.

A DISPONIBILIZAÇÃO DE CONHECIMENTO consolidado é, por exemplo, tarefa das bibliotecas públicas. As bibliotecas preservam informa-

ções no sentido do zelo pela tradição e oferecem acesso ao conhecimento, não só em forma impressa. Em vez de ser apenas uma locadora de mídia, a imagem das clássicas bibliotecas vem mudando: além de livros e revistas, elas disponibilizam também mídias audiovisuais e eletrônicas, bancos de dados e recursos de aprendizado eletrônico. De forma didaticamente processada pode-se aprender a pesquisar sistematicamente informações no mix de mídia, a

avaliá-las e a convertê-las em conhecimento pronto para aplicação. A palavra mágica disso é “competência de mídia”. A competência de mídia é uma qualificação chave para a obtenção de conhecimento, e ela não pode ser obtida apenas em bibliotecas. No entanto, é indispensável no manejo das diferentes mídias – inclusive do Google e da Wikipedia – para transformar informações em conhecimento e para armazená-lo no cérebro.



Atenciosamente,

Kai Hagenbuch

→ Sua opinião: kai@printcombrasil.com.br