

Dedicato ai pigri

di Mauro Gandini

Ventura è stato il primo a pensare ai pigri, ma poi sono arrivati anche gli altri: stiamo parlando di template o di schemi predefiniti che dir si voglia. Chi non ha voglia di cimentarsi nella progettazione di una newsletter, di coordinato carta da lettere, buste, biglietti da visita per la propria azienda, di una brochure o di qualsiasi altro genere di stampato realizzabile in desktop publishing, trova negli schemi predefiniti un valido aiuto. MC ha voluto esaminare i problemi legati ai template e ha dato un'occhiata a ciò che offrono i prodotti di dtp in commercio

Il pigro s'ingegna

Non è vero che il pigro è pigro: è solo una persona che dedica una buona parte della sua attività cerebrale nel cercare la maniera più semplice per fare le cose spendendo meno energia possibile. A parte gli scherzi, a volte la pigrizia nasce dalla scarsa conoscenza: la paura di non conoscere a sufficienza le cose porta a rimandare la risoluzione di problemi. Se invece queste soluzioni sono già belle che a disposizione, diventa più difficile essere «pigri».

È questo il caso degli schemi che le maggiori case produttrici di programmi di desktop publishing, offrono ai loro utenti: i cosiddetti template sono in pratica delle pubblicazioni già pronte all'uso, dove le varie parti che le compongono, come testi, immagini, impostazione generale, sono già pronti per l'inserimento dei propri elementi.

L'utilizzo di uno schema, oltre che far risparmiare tempo, garantisce una buona esecuzione grafica del prodotto che si vuole realizzare: infatti i template proposti sono ovviamente studiati da grafici professionisti, in grado di garantire che la pubblicazione che andremo a realizzare abbia un aspetto decisamente professionale.

Normalmente questi schemi sono di-

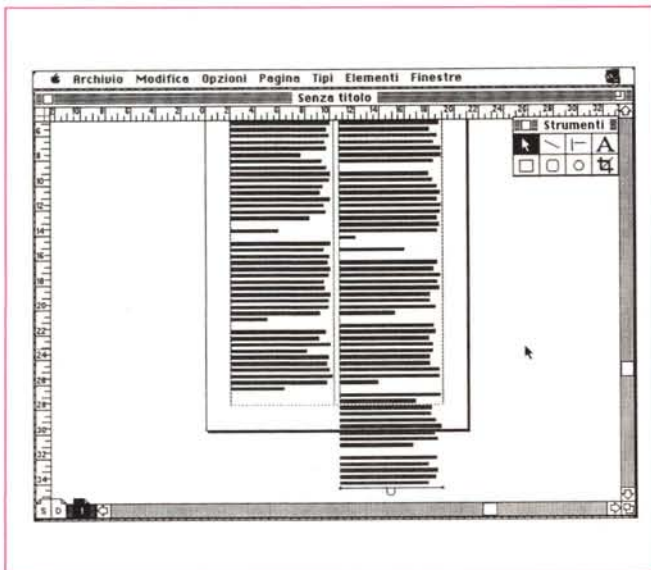
sponibili come documenti di tipo non modificabile, ciò per evitare che l'utilizzatore, nella realizzazione della sua pubblicazione, per errore non la salvi con il nome dello schema stesso: in pratica lo schema una volta aperto si presenta come una nuova pubblicazione senza titolo che dovrà quindi essere salvata con un nome a nostra scelta.

Lavorare con gli schemi

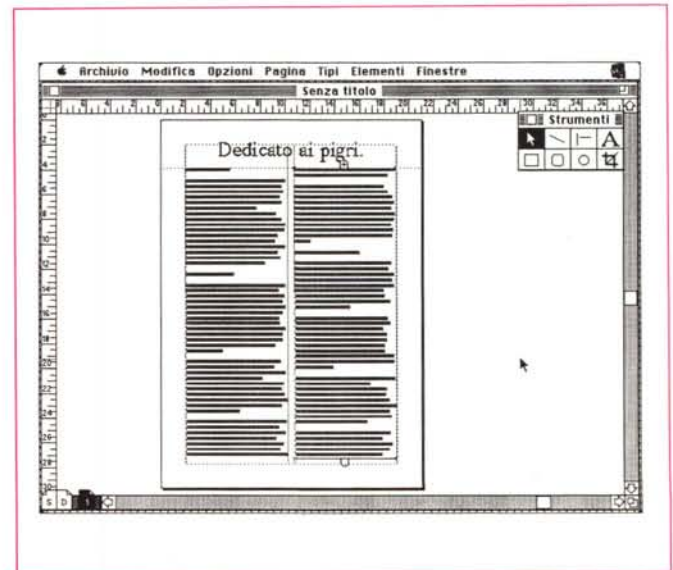
I programmi che mettono a disposizione dei propri utenti una serie di template, normalmente dedicano un manuale o una parte del manuale principale alla descrizione degli stessi. Ciò consente all'utente di comprendere come la pubblicazione è stata composta e il perché di talune scelte di tipo grafico.

La comprensione di come la nostra pubblicazione è organizzata è molto importante, poiché ci consente di apportare eventuali variazioni per rendere il layout più aderente alle nostre esigenze. Infatti i vari elementi che compongono gli schemi sono modificabili a piacere prima o dopo l'inserimento di testi o immagini definitive.

Chi prepara gli schemi ha come scopo quello di creare un prodotto utilizzabile in maniera abbastanza universale dal maggior numero di utenti: sarà quin-



In questa immagine vediamo come si presenta un testo inserito in una pubblicazione di PageMaker. Si nota che il testo è più lungo dello spazio disponibile.



Per risolvere il problema è bastato poco: il corpo del carattere era di 12 pt e l'interlinea Auto. È stato sufficiente portare l'interlinea a 12,5 pt per riguardare lo spazio mancante.

di poi compito dell'utente di accontentarsi dello schema così com'è o apportare le modifiche necessarie per meglio renderlo aderente alle proprie esigenze.

Queste modifiche possono essere di due livelli di complessità: semplici aggiustamenti e cambiamenti radicali. Nel primo caso si tratta di un vero e proprio adattamento di ciò che lo schema offre già predisposto: in questi casi normalmente l'utente modifica leggermente la posizione dei testi o delle immagini, piuttosto che il loro ingombro. Per esempio se abbiamo necessità di inserire un'immagine leggermente più grande oppure se abbiamo un paio di righe di testo da inserire, probabilmente potremmo fare qualche piccolo adattamento per risolvere questi problemi.

Nel secondo caso lo schema viene utilizzato solo come punto di partenza per la realizzazione di qualcosa di più complesso: in pratica si utilizza il template per avere a disposizione già una serie di elementi come colonne di testo già collegate tra loro per l'inserimento di testi lunghi, box per immagini, ecc. Così con pochi colpi di mouse potremmo realizzare la pubblicazione che abbiamo in mente senza dover perdere tempo a creare dal nulla i frame per il testo e tutte le altre parti che la compongono.

Cosa offre il mercato

Come detto buona parte dei pacchetti di dtp in commercio offre a corredo una serie di schemi pronti all'uso. Tuttavia esistono anche schemi che si possono acquistare a parte a seconda delle proprie esigenze. Ma torniamo ad esaminare cosa viene normalmente offerto con i programmi di base. A seconda delle case produttrici troviamo più o meno schemi offerti con il prodotto di dtp: nella media possiamo dire che in ogni prodotto vengono offerti dai 15 ai 25 template. Ma cosa si può realmente realizzare con questi schemi? Normalmente la scelta è legata ai principali materiali stampati utilizzabili in azienda.

Troviamo quindi tutti quegli schemi che ci consentono di realizzare coordinati aziendali: in pratica carta da lettere, buste, biglietti da visita, ma anche moduli fatture, buoni d'acquisto, memo, elenchi telefonici interni, fogli per il fax, rapporti, persino moduli d'assunzione.

A questi si affiancano tutti quei materiali stampati diretti verso l'esterno delle

Dedicato ai pigri

Ventura è stato il primo a pensare ai pigri, ma poi sono arrivati anche gli altri: stiamo parlando di templates o di schemi predefiniti che dir si voglia. Chi non ha voglia di cimentarsi nella progettazione di una newsletter, di coordinato carta da lettere, buste, biglietti da visita per la propria azienda, di una brochure o di qualsiasi altro genere di stampato realizzabile in desktop publishing, trova negli schemi predefiniti un valido aiuto. MC ha voluto esaminare i problemi legati ai templates e ha dato un'occhiata a ciò che offrono i prodotti di dtp in commercio.

Il pigro s'ingegna

Non è vero che il pigro è pigro: è solo una persona che dedica una buona parte della sua attività cerebrale nel cercare la maniera più semplice per fare le cose spendendo meno energia possibile. A parte gli scherzi, a volte la pigrizia nasce dalla scarsa conoscenza: la paura di non conoscere a sufficienza le cose porta a rimandare la risoluzione di problemi. Se invece queste soluzioni sono già belle che a disposizione, diventa più difficile essere "pigri".

In questo caso vediamo un testo con alcuni titoletti: il problema è sempre quello di risparmiare un po' di spazio. Per risolvere il problema è stato sufficiente ridurre l'interlinea al di sotto dei titoletti e ridurre il corpo da 12 a 11 pt. La leggibilità risulta identica. (Per problemi di spazio i due esempi sono stati ridotti fotograficamente, quindi necessariamente il corpo non è di 12 e 11 pt., ma comunque in proporzione al corpo originale).

società, destinati cioè a clienti, rivenditori, ecc. In questa fascia troviamo brochure, documentazione, newsletter, offerte, cataloghi, manuali d'istruzioni. A queste due categorie di schemi se ne affianca una terza relativa a documenti di uso generale come calendari ed etichette per mailing.

La scelta è quindi notevole anche perché in molti casi i produttori offrono più di uno schema per argomento, in modo che l'utente possa scegliere lo stile che più gli sembra adatto alla propria immagine aziendale.

Qualcuno potrà domandarsi se non c'è il rischio tra qualche anno di veder circolare tutte carte da lettere uguali: pensiamo proprio di no. A parte che il dtp purtroppo non è ancora così sviluppato in Italia (ci sarebbe da scrivere un libro solo questo — infatti pur essendo nato per il PC sulla scrivania di tutti, il dtp ha trovato maggior entrata nei settori tradizionali stampa prima che negli uffici — solo ora con l'arrivo di prodotti dal facile utilizzo e dalle buone prestazioni, dovrebbe esserci il boom), il problema comunque non si pone, poiché chi usa uno schema, oltre che inserire i propri dati anagrafici, normalmente dovrà inserire anche un logo o una piccola immagine che identifichi la società. Ciò dovrebbe essere sufficiente a scongiurare ogni pericolo di clonazione estesa.

Dedicato ai pigri

Ventura è stato il primo a pensare ai pigri, ma poi sono arrivati anche gli altri: stiamo parlando di templates o di schemi predefiniti che dir si voglia. Chi non ha voglia di cimentarsi nella progettazione di una newsletter, di coordinato carta da lettere, buste, biglietti da visita per la propria azienda, di una brochure o di qualsiasi altro genere di stampato realizzabile in desktop publishing, trova negli schemi predefiniti un valido aiuto. MC ha voluto esaminare i problemi legati ai templates e ha dato un'occhiata a ciò che offrono i prodotti di dtp in commercio.

Il pigro s'ingegna

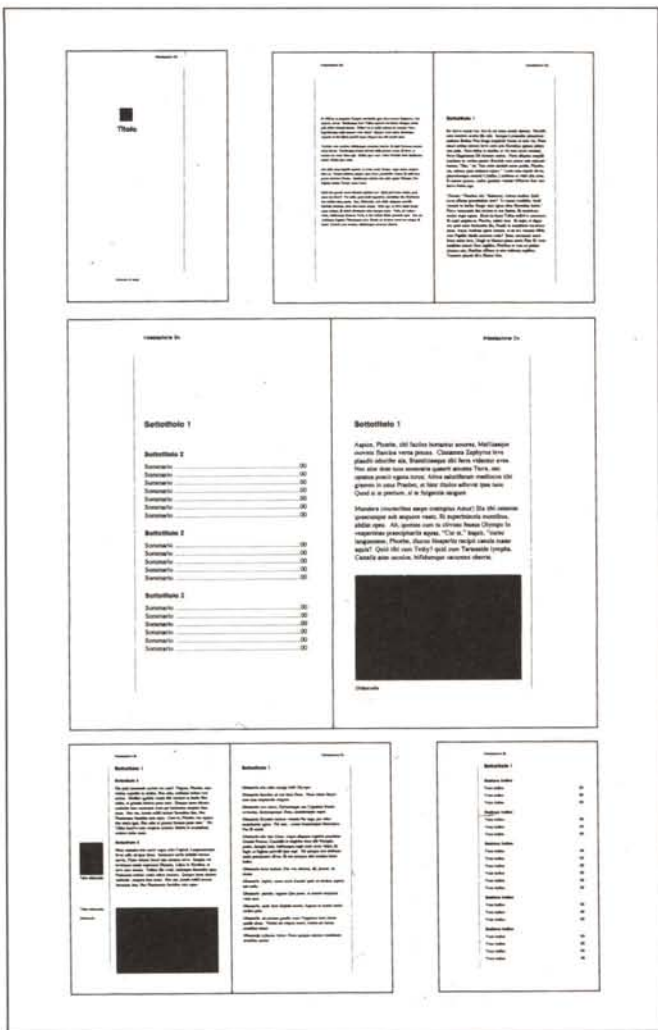
Non è vero che il pigro è pigro: è solo una persona che dedica una buona parte della sua attività cerebrale nel cercare la maniera più semplice per fare le cose spendendo meno energia possibile. A parte gli scherzi, a volte la pigrizia nasce dalla scarsa conoscenza: la paura di non conoscere a sufficienza le cose porta a rimandare la risoluzione di problemi. Se invece queste soluzioni sono già belle che a disposizione, diventa più difficile essere "pigri".

Sembra facile

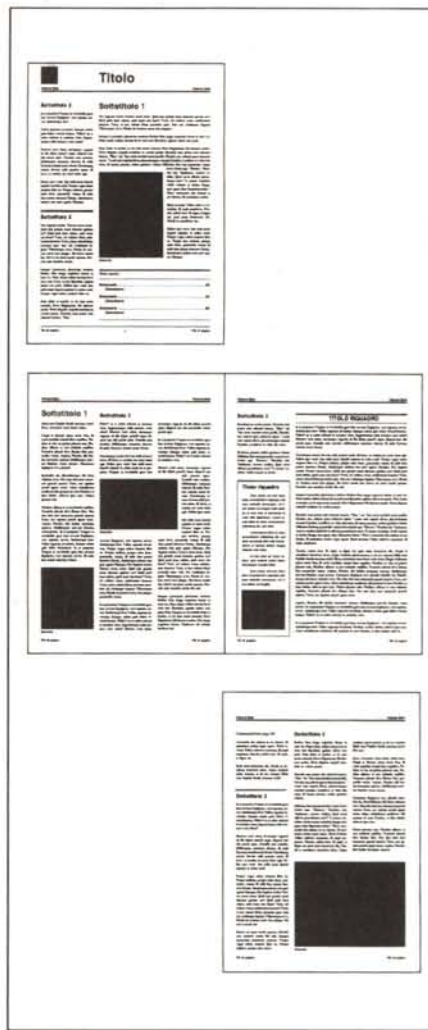
Utilizzare i template non vuole dire avere sempre tutto perfetto e in ordine: può anche capitare che il materiale che dobbiamo inserire non sia compatibile con la forma grafica prescelta.

Per esempio può darsi che il template che più ci aggrada e che meglio risponde alle nostre necessità di comunicazione, preveda l'inserimento di titoli corti tra una sezione ed un'altra, mentre noi dobbiamo inserire delle piccole frasi: davanti a problemi del genere esistono differenti possibilità. La più immediata potrebbe essere quella di rimpicciolire il corpo dei caratteri: questo tuttavia può portare ad altri problemi come per esempio il rendere poco significativi i titoletti. Un'altra soluzione è quella di cambiare carattere: esistono oggi in commercio molti font che talvolta vengono anche forniti sotto forma di libreria di caratteri direttamente insieme ai prodotti di dtp. Nel nostro caso potremmo scegliere un carattere cosiddetto compatto cioè con un'escursione orizzontale limitata rispetto a quello utilizzato in precedenza nel template.

In questi casi tuttavia bisogna stare attenti che il carattere utilizzato non faccia a pugni con il resto del testo: esistono dei caratteri bastoni (cioè quelli senza grazie) come l'Helvetica Narrow o



◀ Esempio di schema per un manuale disponibile con PageMaker; si possono notare le differenti parti di un manuale (indici, sommari, illustrazioni, ecc.) proposte in differenti stili in modo che l'utente possa scegliere quello più adatto alle proprie esigenze.



▶ Ecco un altro esempio di schema proposto da PageMaker, quello di una newsletter.

Condensed che sono di utilizzo molto generale e quindi bene si adattano ad ogni situazione di titolazione compatta.

Un altro problema può essere quello della lunghezza del testo principale: anche in questi casi esistono dei pro e dei contro. Se si rimpicciolisce il carattere si rischia che risulti illeggibile, mentre se si aggiunge una pagina si rischia che lo stampato risulti di problematica stampa. Se per esempio ad una brochure di 4 facciate, decidiamo di aggiungerne una portandole a 5, avremo poi dei problemi nel momento in cui dovremo farla stampare dal nostro tipografo poiché le pubblicazioni vanno da due facciate (un semplice foglio) a 4, a 6, a 8 e poi proseguono a multipli di 4 (12, 16, ecc.). Nel nostro caso, per altro meno grave di altri, potremo optare su una pubblicazione a 6 pagine di cui una resta bianca (per esempio l'ultima, magari utilizzata per mettere il logo della società e gli indirizzi). Naturalmente, anche se possibile, ciò comporta dei costi in più a

partire dalla carta, il numero di pieghe (4 facciate vengono stampate su un foglio che poi viene semplicemente piegato in due — una piega quindi — mentre un «sestino» richiede una piegatura in tre — due pieghe quindi), ecc.

Questo problema può essere risolto in altra via, diminuendo l'interlinea, cioè la distanza tra una riga e la successiva: se per esempio abbiamo un testo in corpo 10 pt con interlinea 12 pt, potremo diminuirla a 11 pt risparmiando così parecchio spazio (potremmo avere lo stesso problema al contrario, testo corto e tanto spazio; basterà quindi aumentare un po' l'interlinea, senza mai superare il 30% in più del corpo che stiamo utilizzando). Un altro sistema, nel caso lo spazio da recuperare non sia tanto, è quello di diminuire lo spazio che intercorre tra un capoverso ed un altro o tra titoletti e testo susseguente (se non si è più che costretti non ridurre mai lo spazio sopra i titoli). Infatti normalmente in questi casi si lascia una riga di spazio

con la stessa interlinea del resto: possiamo quindi selezionare questa riga vuota (partendo subito dopo l'ultima lettera della riga sopra e scendendo fermandoci subito prima della lettera con cui inizia la riga seguente) e scegliendo per questa un'interlinea pari al 50% di quella utilizzata per tutto il resto del testo (per esempio se stiamo lavorando con un'interlinea di 12 pt potremo inserirne una di soli 6 pt) dimezzando così lo spazio bianco tra le due righe, che comunque resterà significativo e abbastanza visibile da creare lo stacco richiesto.

Ma passiamo ad esaminare cosa offrono in specifico 4 prodotti dtp, due come Ventura e PageMaker di tipo professionale e due come Personal Press e Microsoft Publisher. Il fine ultimo dei template in due tipologie così differenti di programmi è naturalmente diverso: nel caso di programmi professionali il template viene vissuto come aiuto per la realizzazione di materiali semplici in

Titolo
Identificazione

	Sottotitolo 1	Sottotitolo 1	Sottotitolo 1	Sottotitolo 1	Sottotitolo 1
Primo livello	000000	000000	000000	000000	000000
Secondo livello	000000	000000	000000	000000	000000
Secondo livello	000000	000000	000000	000000	000000
Primo livello	000000	000000	000000	000000	000000
Secondo livello	000000	000000	000000	000000	000000
Primo livello	000000	000000	000000	000000	000000
Secondo livello	000000	000000	000000	000000	000000
Primo livello	000000	000000	000000	000000	000000
Secondo livello	000000	000000	000000	000000	000000
Secondo livello	000000	000000	000000	000000	000000

Sottotitolo 2

In se perpetuo Tempus revolvitur
bile grys iam renocet Zephyrus
vera sapientia, novus Indulgentia
brevis Tullus reparata inventam
tamque solvite gatu dulce vinctus
humus. Fallor? an et nobis
reducunt in carmina vives, Ingeni-
umque nobis munera verba adest?
Munera verba adest, iterumque
vigescit ab illo (Quis poterit?)
aque etiam? tam sibi possit
opus. Castella ante oculos,
biduumque cacumen oberat.

• Lista
• Lista
• Lista
• Lista
• Lista
• Lista
• Lista

14 di pagina

◀ Altro esempio tratto da PageMaker: rapporto finanziario.

Ventura propone delle pubblicazioni già complete di testo ed immagini esempio: basta sostituire il tutto con il proprio testo e le proprie immagini per ottenere il proprio prodotto finito.

Chapter 1

The Adventure Begins

This trip really began in September last year when Gerry won first prize in a raffle at the fashion show which Kush-Presbyterian-St. Luke's Medical Center holds every year. The prize was two round trip tickets to Hong Kong on United Airlines, and ten nights in the Hong Kong Hyatt Hotel. Analyzing our good fortune, we concluded that we wanted to do more than spend ten days in Hong Kong and return, but at the same time, United, having just gotten its routes and equipment from Pan American, had not yet received authority to fly to other destinations or between points in the Far East.

On February 10th, United acquired this authority, and on February 11th Debbie began putting our trip together. We left on March 2nd and returned on March 26th. We entered seven countries, traveled over 25,000 miles on four airlines, made over 500 Kodachrome® slides, almost 200 Kodacolor® prints, and 5 1/2 hours of color and sound videotape.

Chicago to Tokyo

11:03 P.M. Chicago time, 39,000 feet somewhere over the Western Pacific, we are 8 hours and 42 minutes out of Los Angeles with about 2 more hours to go to Tokyo. We were about an hour and ten minutes late out of Los Angeles.

Travel Log

So far, it's been a long and interesting day and I guess it's just about half over. We did the following:

- Arose at 5:30 A.M.
- Left the house at 7:00 A.M.
- Arrived in Los Angeles at 12:35 P.M.
- Arrived in Tokyo at 11:46 P.M.

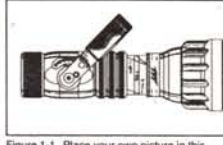


Figure 1-1. Place your own picture in this frame.

The Adventure Begins

maniera molto veloce e senza problemi; nel secondo caso invece la sua funzione è basilare nell'aiutare l'utente neofita a realizzare bene e velocemente dei buoni materiali stampati.

Ventura

Come appena detto un programma professionale tipo Ventura, fornisce alcuni semplici schemi che consentono a neofiti o meno di realizzare dei materiali stampati di buona qualità. Ventura è stato il primo a fornire questo sussidio ai propri utenti: già dalla primissima versione, quando ancora parlare di desktop publishing era parlare arabo, Ventura già inseriva questi schemi per supportare gli utenti.

La ragione per ciò era duplice: in primo luogo il programma era tendenzialmente piuttosto complesso da utilizzare e quindi il fatto di poter partire da uno schema predefinito era estremamente comodo. Talmente comodo che era espressamente consigliato nei manuali: partire da uno schema, modificarlo, per arrivare poi alla propria pubblicazione. In secondo luogo, la prima versione del programma probabilmente non era ben vista ancora dai professionisti della tipografia, e quindi possiamo presumere che buona parte degli utenti erano neofiti: in questo caso i template erano indispensabili.

Ma esaminiamo che tipologia di template offre Ventura: innanzitutto diciamo subito che il set iniziale di schemi predefiniti presentati con la prima versione del programma, non ci sembra sia stato mai modificato. Forse si sarebbe gradita se non altro qualche aggiunta in grado di «modernizzare» un po' il prodotto. In effetti tutti gli schemi proposti hanno taglio molto classico: risentono forse un po' del fatto che quando sono stati studiati la potenza dei personal era decisamente limitata e quindi si cercava di utilizzare il meno possibile composizioni grafiche complesse.

In totale Ventura mette a disposizione 20 differenti «style sheet» che comprendono tutto, e cioè sia l'impostazione grafica che il relativo foglio stile con quindi indicazione dei vari caratteri ecc. Troviamo quindi: due tipi di libri, due di brochure, una fattura e una lista prodotti (utilizzabile anche come listino), uno schema per una lettera, una rivista, un paio di newsletter, un elenco di numeri telefonici, un comunicato stampa, due rapporti, un tabulato di tipo finanziario, una tavola a più colonne, un paio di manuali tecnici, due presentazioni su lucidi.

Alcuni di questi template hanno una impostazione in orizzontale altri in verticale. Gli schemi di stampati come libri e newsletter hanno la possibilità di scelta del numero di colonne. Dal nome del

documento attraverso una codifica è possibile avere queste informazioni: nel manuale comunque troviamo riprodotti tutti gli esempi dei vari «style sheet» e quindi la scelta è piuttosto semplice.

Così come è abbastanza semplice l'utilizzo di questi schemi: a differenza di altri prodotti, questi template contengono non solo i differenti frame di testo, ma anche un testo fittizio (così come riprodotto nelle pagine del manuale). Ciò è di grande aiuto poiché consente di vedere subito come verrà la propria pubblicazione. D'altro canto l'eliminazione del testo pre-inserito comporta qualche passaggio in più, ma l'operazione risulta comunque abbastanza semplice.

Di certo il livello dei template messi a disposizione degli utenti di Ventura non è allo stesso livello del programma: speriamo che nella nuovissima versione (nel momento in cui scriviamo, è stata presentata da pochi giorni) si sia andati oltre e si siano inseriti schemi nuovi e in grado di meglio sfruttare le potenzialità di questo prodotto.

Page Maker

Page Maker dedica un libercolo al discorso template, dando tutte le indicazioni più utili per il loro utilizzo. Troviamo in questo i 22 schemi offerti più 10 gabbie: ogni schema ha una sua descri-

zione, inoltre troviamo all'inizio una serie di consigli più generali sul loro utilizzo e alla fine una descrizione e modalità d'utilizzo delle gabbie.

Il progettista degli schemi di PageMaker ha cercato di curare molto un discorso di comunicazione integrata: infatti ogni schema può essere ricollegato facilmente ad un altro sia come stile, sia come elementi grafici. Abbiamo quindi, biglietto da visita, due brochure, buono d'acquisto, busta, calendario, carta intestata, catalogo, etichette, fatture, listino prezzi, tre tipologie di manuali, memo, modulo d'assunzione, due newsletter, proposta di vendita, rapporto di tipo finanziario e giornale in formato tabloid.

Esaminando uno per uno i vari schemi, diciamo subito che ci è piaciuto molto il taglio di tipo grafico ad essi attribuito: inoltre il lavoro è molto curato e ogni tipo di stampato ha più pagine in grado di dare indicazioni non solo sul frontespizio, ma anche sulle parti interne del documento (ovviamente ove questo abbia senso).

I soli schemi relativi a carta da lettere, buste e biglietti da visita non ci hanno soddisfatto a pieno: tuttavia, come detto in precedenza, ogni template è accompagnato da una descrizione e da consigli specifici sul suo utilizzo. Ciò rende il loro utilizzo ancora più semplice e consente di comprendere meglio le eventuali piccole modifiche necessarie per rendere il documento ancor più focalizzato sui propri obiettivi.

Anche nel caso di Page Maker troviamo le aree dedicate a testi e immagini occupate da testi e immagini fittizie in grado di dare subito l'idea di come sarà fatta la pubblicazione una volta terminata. Alcuni schemi, come per esempio il modulo d'assunzione sono in pratica già pronti all'uso: basta infatti solo inserire logo della società e nome della stessa, tutto il resto è in pratica già pronto.

Ogni schema è completo di relativo foglio stile per i testi: nel momento in cui andiamo a realizzare la nostra pubblicazione troveremo quindi pronti gli stili necessari alle vari parti del testo. Chiamamente tali stili possono essere variati nel caso si utilizzino caratteri differenti da Helvetica e Times: infatti tutti i template sono studiati unicamente con questi due font per renderli il più universalmente possibili ed utilizzabili in pratica con tutte le stampanti laser che l'utente può avere a disposizione. Chi avesse altri font potrà inserirli senza problemi.

Per quanto riguarda le gabbie il discorso è differente: come forse alcuni sanno per realizzare una bella pubblicazione è consigliabile utilizzare una gabbia, la cui funzione è quella di fornire indicazioni standard sugli ingombri di

Widget World News

Views and News of Widget Manufacturing in the 80s

142 Guitrap Pkwy,

Detroit, MI 98987

(413) 567-9888

Software Salaries: How do you stack up?

by Joe Smith

How much your software professionals are paid is a function of many variables, and a subject of considerable interest to your organization.

Software salary pay scales

Because of the dynamic growth of the software industry over the last decade, the demand for experienced, qualified programmers has greatly increased, thus leading to a spiraling of salaries.

included.

Data was collected for base pay, bonus and incentive payments, and whether or not incumbents received stock options or other forms of equity. Questionnaires were sent to the data processing heads of 2,400 organizations throughout the United States.

CD-ROM Breaks New Ground

Compact Disk Read Only Memory (CD-ROM) is a rapidly emerging new technology for the retrieval of vast amounts of information from an optical disk. This new peripheral device allows a totally new level of func-

tionality in the use of microcomputers. Physically, the CD-ROM device has a laser disk drive (or "player") the same size as a traditional 5 1/4" drive. The removable disk is 4 3/4", and has a capacity of 550M bytes (equivalent to 1500 360K floppy disks).

Information stored on a CD-ROM can be loaded into memory (RAM), displayed and printed, as with other media. While that data in RAM may be altered and stored to a conventional magnetic disk, the original information on the CD-ROM is unalterable, always ensuring the original copy is intact, making archiving easy.

The storage capacity, low cost, and read only feature of CD-ROM bring an enormous new capability to microcomputer users — that is, information retrieval of very large reference publications. How people receive and use information in the immediate and long term future will be dramatically changed by CD-ROM.

In addition to the huge capacity of raw information storage, specialized software for the search of that information is currently being introduced. This software allows searching the information in areas, methods and speeds not previously feasible.

It now becomes possible to electronically publish reference material more economically than to print the same material in book form. That cost benefit, coupled with search and retrieval software, make an astonishing price/performance ratio.

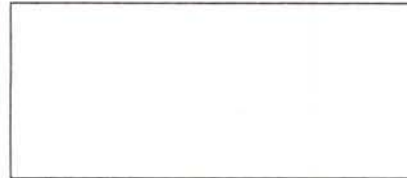


Figure 1. Caption Information

But what causes managers to pay one programmer more than another? Does the type of organization, its size, or location make a difference? What career path or programming specialty leads to the most remuneration?

To answer these questions, Acme Magazine recently conducted its third annual compensation survey for software professionals. This newsletter article presents the results of this study and explores what the findings may mean to you.

Acme Magazine asked Joe Smith, a compensation consulting specialist for the software industry, to design and conduct the survey. Twenty-four positions, representing four programmer job families plus management, were

tionality in the use of microcomputers. Physically, the CD-ROM device has a laser disk drive (or "player") the same size as a traditional 5 1/4" drive. The removable disk is 4 3/4", and has a capacity of 550M bytes (equivalent to 1500 360K floppy disks).

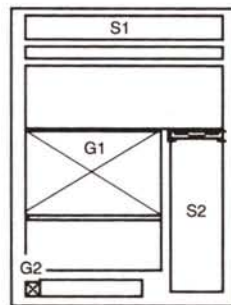
Theory of Operation

Information stored on a CD-ROM can be loaded into memory (RAM), displayed and printed, as with other media. While that data in RAM may be altered and stored to a conventional magnetic disk, the original information on the CD-ROM is unalterable, always ensuring the original copy is intact, making archiving easy.

The storage capacity, low cost, and

Table of Contents

First story.....	1
Second story.....	2
The third article.....	3
Next comes the fourth.....	5
A Long article breaks into the next line without running into the page number.....	6
Note that this TOC could have been generated from the newsletter CHIP file.....	9



Personal Press offre la possibilità di vedere sia il documento che la sua struttura.

testo, immagini, altri elementi. La gabbia fornisce quindi una suddivisione della pagina in piccoli rettangoli, come una scacchiera: testi e immagini dovranno seguire di conseguenza gli ingombri di uno più rettangoli in maniera standard. I rettangoli sono separati tra loro da inter-spazi che consentono di separare adeguatamente i vari elementi.

Poter avere a disposizione un certo numero di gabbie è utile in quanto la loro realizzazione porta sempre via un po' di tempo (che poi viene ampiamente riguadagnato riutilizzando una gabbia propria per più pubblicazioni). Page Maker ne fornisce sei per il formato Uni A4 (tre in verticale e tre in orizzontale), due in Uni A5 (in pratica metà Uni A4) e due per il formato Uni A3 (il doppio dell'A4).

Naturalmente i template sono indirizzati maggiormente agli utenti neofiti che vogliono realizzare velocemente il proprio stampato, mentre le gabbie possono essere parimenti utili ai professionisti e ai novizi (a patto che questi ultimi riescano a comprenderne l'esatta filosofia). Tutti questi materiali sono praticamente identici sia per la versione di PageMaker per Macintosh sia per quella per MS-DOS.

Ecco un altro esempio di schema disponibile da Ventura.

Personal Press

Con Personal Press siamo ancora in casa Aldus: tuttavia questo programma è stato progettato dalla consociata Silicon Beach e quindi troviamo delle sostanziali differenze. In Personal Press troviamo una vera e propria funzionalità del programma in grado di supportare l'utente nella scelta dello schema più idoneo al risolvimento del suo problema. In pratica si tratta di richiamare un gestore di template chiamato Autocreate che consente di effettuare la giusta scelta tra i vari schemi messi a disposizione dell'utente. Questo gestore va anche più in là, consentendo persino di inserire testo ed immagini, fino al raggiungimento della pubblicazione completa (resterà magari solo qualche piccolo ritocco da fare).

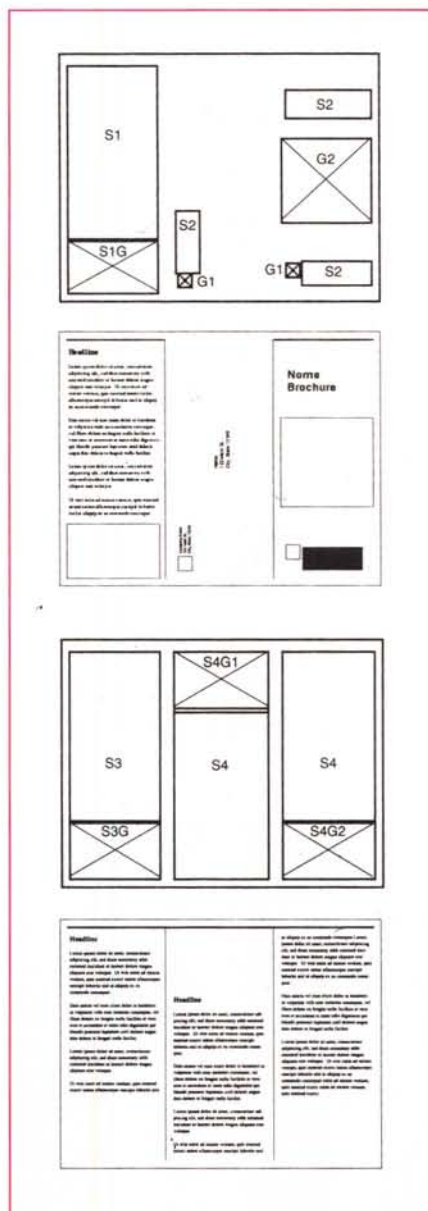
In una apposita finestra vengono visualizzate una serie di icone relative a nove principali famiglie di schemi: auto-scorrimento, brochure, coordinato aziendale, lettere, memo&ordini d'acquisto, calendari, attestati, schede prodotto, etichette, newsletter e rapporti. Selezionando l'icona che ci interessa verranno visualizzati i nome degli schemi che ci interessano e che descrivono sommariamente la pubblicazione (es. per le newsletter appariranno «2 Colonne, A4, 2 pg», «3 Colonne, B3, 2 pg» e via di seguito).

In totale il programma con questo sistema mette a disposizione 23 schemi. Una volta scelto quello che meglio si adatta alle nostre esigenze del momento, vedremo apparire in una ulteriore finestra, la struttura dello schema prescelto in piccolo (tipo anteprima della pagina).

Come detto in precedenza, ora siamo in grado di realizzare subito la nostra pubblicazione andando ad inserire all'interno dei frame visualizzati dalla struttura del documento i testi e le figure già preparati con altri programmi come word processor, ecc. In pochissimi minuti vedremo apparire la nostra pubblicazione: a questo punto possiamo passare alla creazione di un vero e proprio documento di Personal Press che conterrà già belle che pronti tutti gli elementi sopra indicati. In qualche caso sarà necessario effettuare qualche piccolo ritocco, ma saranno pur sempre cose minime rispetto al fatto di dover creare completamente un documento.

La parte iniziale del manuale descrive in maniera precisa le operazioni da compiere per l'utilizzo degli schemi, dalla loro scelta alla realizzazione dei documenti finali. Come nel caso precedente, il manualetto descrive ogni template per filo e per segno e dà i consigli più

utili per la realizzazione della pubblicazione in preparazione. L'impressione generale sulla qualità grafica dei template di Personal Press è decisamente buona, così come sono buone velocità di esecuzione del lavoro, specialmente per le persone non esperte di desktop publishing. Con Personal Press e i suoi schemi, veramente chiunque è in grado di realizzare un pubblicazione complessa. La funzione di Autocreate è il cuore del sistema di gestione dei template: oltre all'indubbia utilità dobbiamo dire che ciò apre il programma ad altre società che vogliono predisporre schemi particolari.



Ecco un altro esempio tratto da Personal Press: una brochure a 6 ante.

Publisher

Questo programma di Microsoft, ha un duplice modo di aiutare gli utenti inesperti: il cosiddetto PageWizard e i template. Pur essendo un'utile funzione, non prenderemo in esame il Page Wizard, ma concentreremo la nostra attenzione sui template. Publisher offre una scelta di 17 schemi, anch'essi ordinati come per Personal Press in alcune famiglie principali: rapporto, brochure, volantino, due coordinati aziendali, memo ed etichette adesive.

Publisher consente di aprire direttamente un template dall'elenco di quelli disponibili e ordinati in un box di dialogo in ordine di nome come qualsiasi altro documento. Una volta aperto il template che più interessa sarà poi sufficiente riempire i vari frame a disposizione con i propri testi e immagini per ottenere la propria pubblicazione. Tra tutti quelli a disposizione, quelli relativi ai coordinati aziendali (carta lettera, biglietti da visita, memo, buste, ecc.) sono quelli più interessanti perché consentono di avere a disposizione due serie di materiali coordinati per qualsiasi occasione.

La grafica di tutti i template è decisamente moderna e gradevole: ovviamente la possibilità di avere a disposizione il Page Wizard (che altri non è che una macro in grado di generare automaticamente dei documenti tipo template personalizzati) limita un po' il numero di schemi pronti all'uso a disposizione dell'utente di Publisher.

Conclusioni

Senza dubbio i template sono una bella e comoda invenzione, in grado di aiutare non poco l'utente inesperto. Il nostro consiglio è quello comunque di non fermarsi in superficie, ma di approfondire la propria conoscenza del programma proprio partendo dai template. Infatti si possono facilmente elaborare documenti personalizzati proprio partendo dai template messi a disposizione dai programmi di dtp: perdere questa occasione è come acquistare l'automobile per usarla solo in autostrada. Il panorama può essere bello, ma vuoi mettere la possibilità di costeggiare le rive di un lago?

Naturalmente, come non ci stancheremo mai di ricordare, un conto è l'aspetto grafico dei documenti e un conto sono i contenuti: quelli sono sempre di vostra totale e completa competenza e responsabilità.