

Professionalmente Web: dal fax alla posta elettronica!

di Nicola LEONE

-> Introduzione

- 1) Dal fax alla posta elettronica**
- 2) Essere sul Web: Sito o Dominio?**
- 3) Registrare il Dominio in Italia**
- 4) Il nuovo Web: da statico a dinamico**
- 5) I nuovi orizzonti del commercio elettronico**

Introduzione

Gemica il tempo e il secondo millennio svanisce con passo ineluttabile. Rivolgimenti imprevedibili si annoverano tra i meandri della tecnologia, propinqui al totalitario ed onnicomprensivo avvento del nuovo.

Il quotidiano vivere dal ritmo incalzante evolve buona parte della atavica gestualità. Tutto quello che era sino a ieri, oggi è ancora, ma in modo nuovo: in un agone cangiante, che è dominato dalle nuove tecnologie.

Stiamo vivendo i giorni dell'avvento delle nuove tecnologie informatiche. Molte delle nostre gestualità e modi di fare, di pensare, di amare sono in procinto di mutare, tergiversando anche nei contenuti.

Internet chiede lo scettro assoluto della telecomunicazione. Lo spazio ed il tempo sono destinati a soccombere. Le barriere geografiche e temporali non hanno più valenza alcuna. Anche la comunicazione apre i propri orizzonti alle verdi praterie della metodologia elettronica.

Il comunicare interpersonale si evolve con passo futuristico. Tutto si globalizza. I campanilismi propri del provincialismo localizzato, e geograficamente circoscritto, vengono fagocitati dalle nuove tecnologie. Nuovi orizzonti si schiudono davanti alla umanità, con passo incalzante ed ineludibile.

Teorie che sembravano oramai assodate ed universalmente accettate, sono rimesse in discussione sino alla controversione. Ciò che era pacifico e religiosamente certo, ora non è più tale... Il poc' anzi certo è stravolto dall'innovazione tecnologica.

1) Dal fax alla posta elettronica

L'evolversi tecnologico oggi assume ritmi interessanti. Internet dipana la propria Rete; permea le conversazioni anche domestiche e da pub. Le tradizionali distinzioni cronologiche si evolvono nei tempi della evoluzione informatica del presente, e la porta nei termini del presente/passato, presente/presente, presente/futuro. L'anno Web si assesta sul semestre. La prolificità elettronica, parimenti, si incentra sui quattro secondi: tempo

necessario affinché una nuova creatura (home page, sito, dominio) si affacci sul Web, con cadenza regolare.

Il nuovo avanza con passo certo. Il pocanzi fantascientifico diventa reale: fagocita le barriere della fisicità e della temporalità e rinviene nella posta elettronica l'istantaneità e la immaterialità cartacea. L'avvento della nuova tecnologia permea i biglietti da visita, dapprima in manifestazioni da free e-mail (Netaddress, Altavista, Hotmail, Yahoo...); quindi la free e-mail corrobora la home page (geocities, clarence, space tin, spqr.net, tripod, neocerf...) E oggi, infine, conquistano la scena i free siti dai nomi ragionevolmente pronunciabili: freeweb, ml.org...

Tutto si incentra nei termini del virtualizzarsi: dallo scambio di informazioni che al «Mi mandi un fax!» preferisce il tassativo «Invii SOLTANTO per posta elettronica!», per ragioni di ingombro cartaceo nonché di manipolabilità dei dati. Il copia e incolla, del resto, non è estrapolabile ad un fax tradizionale.

2) Essere sul Web: Sito o Dominio?

Oggi la propria identificazione Internet assume una veste importantissima. Sito o Dominio, innanzitutto? Sito è genericamente sinonimo di «luogo» nel senso di un insieme di pagine Web incentrate su un tema dipanato in modo più o meno esaustivo. L'indirizzo di un Sito è del tipo: www.dominio.com/nome-sito/nome-pagine. Il sito dunque condivide una parte di Dominio: il Sito è una delle sottosezioni del Dominio; più Siti sono in un Dominio.

Ben più impegnativo di un semplice Sito è il Dominio. La attivazione di un Dominio richiede una procedura di registrazione presso l'Autorità a questo preposta ed utilizza più risorse (quindi, solitamente, ne è più oneroso il mantenimento), in compenso un dominio può ospitare numerosi Siti.

I nomi dei domini sono letti al contrario, nel senso del da destra verso sinistra, organizzati in una struttura gerarchica ad albero. Alla estremità destra del nome del dominio troviamo i Top Level Domain (TLD). Le radici dell'albero sono incentrate sulle categorie essenziali del .edu, .org, .mil, .gov, .com, .int, .net, e dai codici bicaratteri che identificano i 240 Stati dai domini nazionali quali .it, per l'Italia, .ch per la Svizzera... Ciascun TLD può essere suddiviso in diversi Second Level Domain (SLD), come nel caso dei domini locali del nostro paese, quali milano.it, napoli.it, palermo.it... A loro volta questi ultimi sono compendibili in ulteriori sottolivelli, come per le nostre Università: unimi.it, unina.it, unipa.it...

La gestione dei TLD nazionali è affidata ad Agenzie nazionali; i Domini sovranazionali, come il prestigioso .com, è consuetudine riservarlo all'appannaggio statunitense. Sin dal 1993, la registrazione del TLD .com viene delegata dalla NSF alla InterNIC, un'Agenzia privata di Network Solutions Inc. (NSI).

La implementazione commerciale del Web alla quale stiamo assistendo, tuttavia, non porta solo alla esplosiva diffusione che conosciamo. Le Autorità che si erano sino ad ora occupate della Rete esprimono il proprio rammarico. Non vogliono avere nulla a che vedere con il nuovo Web sic et simpliciter commerciale: siamo forse al redivivo Sant'Agostino del «Denaro sterco del diavolo»?

In tal senso la National Science Foundation (NSF), l'ente di ricerca statunitense, annuncia dal 1997 di non avere nessuna intenzione di continuare a occuparsi di una Rete diventata commerciale.

Nel discorso all'Unione di fine gennaio 1998 Clinton delinea le linee guida per lo sviluppo futuro della Rete; e i termini sono quelli del commercio elettronico. Lo stesso Stato di San Marino si erge a paladino mondiale del commercio elettronico.

Maturano le condizioni affinché InterNIC, l'attuale gestore dei domini sovranazionali passi lo scettro alla autorità internazionale, IANA, Internet Assigned Numbers Authority.

Il monopolio statunitense del rilascio dei nuovi indirizzi e nomi IP, è surclassato dalla nuova Authority. La IANA si settorializza nelle altre agenzie della ARIN per il Nord America, della RIPE in Europa e della APNIC per l'Asia e le regioni del Pacifico.

La National Science Foundation intende veicolare le proprie energie e i propri fondi per la ricerca nella direzione dei progetti, tutti accademici, di Internet 2. In tal modo si dovrebbe permettere alla logica del mercato la gestione futura del Domain Name Service (DNS). Spirati i termini contrattuali tra NSF e NSI in marzo 1997, i termini della gestione sono stati prorogati di sei mesi.

La attesa internazionalizzazione della gestione dei domini, il licenziamento di NSI e l'avvento della libera concorrenza, secondo la tradizione liberale della politica clintoniana è attesa dal mondo intero. Gli USA si ritireranno dalla gestione e dal controllo dei domini in tempi brevi, entro il primo ottobre del 2000; le questioni più controverse sono da demandare ad un organismo internazionale da istituire ad hoc.

L'Unione Europea lamenta uno spasmodico anglocentrismo nella organizzazione gerarchica dei nuovi recenti domini .web, .rec, .arts, .firm, .info, .store, .nom...

3) Registare il Dominio in Italia

In Italia il GARR gestisce i domini .it.

GARR è l'acronimo di Gruppo Armonizzazione Reti della Ricerca e fa riferimento al nome della Commissione Ministeriale istituita l'11 marzo 1988 con Decreto del Ministro della Università e Ricerca Scientifica e Tecnologica (MURST). Il GARR prende vita al fine di armonizzare le politiche di sviluppo di Reti scientifiche in Italia. L'obiettivo è di far confluire le Reti in una unica infrastruttura nazionale, in ossequio al progetto EUREKA-COSINE per la realizzazione di una Rete di ricerca europea.

Il GARR ha rivisto il suo ruolo in questo campo, e ha costituito la nuova Registration Authority italiana. Mentre la gestione e la registrazione dei domini nazionali è stata delegata a Enti appartenenti alle singole nazioni (per l'Italia www.cgi.interbusiness.it). La registrazione dei domini sovranazionali, tuttavia, è ancora saldamente in mano alla InterNIC (www.internic.net).

Nella Commissione GARR erano rappresentati, in particolare, i sei organismi (CNR, INFN, ENEA, CILEA, CINECA, CSATA) che, mediante una convenzione (marzo 1989) di durata triennale, si impegnarono per la realizzazione e la gestione di una Rete Nazionale della Ricerca (Rete GARR), ricevendo a tal fine un contributo MURST di 5 Miliardi su fondi cd infrastrutturali previsti dalla legge finanziaria 1988.

Il progetto di Rete, realizzato da esperti della Comunità Scientifica Nazionale organizzati in appositi Gruppi di Lavoro (Infrastruttura, Posta Elettronica, GARR-IBM, GARR-DEC, GARR-IP, GARR-X25), fu concepito per una rapida interconnessione di reti esistenti con conservazione dei differenti protocolli utilizzati.

Alla dorsale di Rete (backbone) ad alta velocità (2Mbps) prevista dal progetto iniziale (MI-BO-PI-RM-BA-Frascati), si sono aggiunti collegamenti a differenti velocità (64Kbps-2Mbps) per interconnettere il sistema delle Università italiane.

La chiusura del progetto originario di dorsale GARR e la scadenza della Convenzione tra i sei organismi hanno portato alla ridefinizione della Commissione GARR, costituita in Organismo Tecnico Scientifico (OTS) GARR, con decreto del Ministro dell'Università e della Ricerca Scientifica e Tecnologica (MURST) del 13

gennaio 1994.

La gestione della Rete GARR è assicurata dall'impegno costante di esperti della Comunità Scientifica Nazionale, per la quale il buon funzionamento della Rete è condizione essenziale per lo svolgimento di attività di ricerca.

In una Rete ormai commerciale, un organismo pubblico come il GARR non poteva più gestire il DNS gratuitamente per tutti. Seguendo lo stesso schema gerarchico del DNS, infatti, IANA delega la gestione dei domini europei a RIPE (Reseaux IP Européens), la quale a sua volta ha decentrato il naming a livello dei singoli Stati, con GARR come responsabile italiano del servizio per il dominio .it.

Con l'inizio del '98, smantellato il servizio del GARR-NIS (il Network Information Service italiano), è stata inaugurata una nuova gestione come NIC, Network Information Center. Quest'ultimo è il braccio operativo, con il compito di Registration Authority (RA) italiana; la funzione normativa viene invece svolta dalla Naming Authority italiana (NA), gruppo di coordinamento fondato nel 1994 a partire da ITA-PE, il vecchio organismo di gestione della posta elettronica nel nostro paese. In teoria, NA ricalca le proprie procedure operative sul modello della Internet Engineering Task Force (IETF), la partecipazione al gruppo è libera, e le decisioni vengono prese in base al principio del "rough consensus", senza votazioni.

Secondo il vecchio corso, i domini italiani erano rilasciati e gestiti da GARR-NIS gratuitamente; il nuovo corso, invece, prevede il pagamento dei costi sostenuti dal servizio di registrazione di NIC. In sintesi, sino a poco tempo fa la RA ha agito in nome e per conto del GARR in quanto l'utenza Internet italiana era quasi esclusivamente a valenza scientifica e di ricerca.

L'avvento della utenza commerciale ha reso autonoma la procedura. E il MURST ha affidato il compito all'Istituto per le Applicazioni Telematiche del Consiglio Nazionale delle Ricerche - Registration Authority Italiana - Via Santa Maria, 36 - 56100 PISA - Codice Fiscale 80054330586, P. IVA 02118311006 (R.A.).

La attivazione è riservata ai Provider/Maintainer, che acquistano 30 domini per 2,4 mln di lire italiane, IVA esclusa. È vivamente scoraggiato il fai da te, penalizzato da costi di circa 700000 lire a singola registrazione di DNS. I pagamenti devono essere effettuati a favore del C.N.R., sul conto corrente bancario n. 218155, intestato a CNR (codice PI- 208, Istituto per le Applicazioni Telematiche - specificare la causale del versamento) "Incassi giornalieri da altre dipendenze", presso la Banca Nazionale del Lavoro, Filiale di Roma, sportello n. 6392, ABI 01005, CAB 03392. La documentazione è all'indirizzo <http://www.nic.it> e consta nella Lettera Assunzione di Responsabilità, nonché nei tre moduli di sottoscrizione.

Se si preferisce semplificare le procedure, la YEPA offre 5 MB di spazio, la registrazione di un dominio e perfino la possibilità di rivendita per sole 46000 lire al mese. Anche altri hanno offerte simili, naturalmente. Del resto, vendere lo spazio a MegaByte può, in effetti, essere molto conveniente: un Hard Disk da 9 GigaByte (9000 MB) si acquista con un milione o poco più. Rivendendo a 300.000 lire ogni MegaByte, esso può realizzare circa 2,7 miliardi di lire.

Niente male!

Tutto il servizio resta comunque in attesa di una regolamentazione completa del settore da parte del Ministero delle Poste e Telecomunicazioni.

4) Il nuovo Web: da statico a dinamico

Web statico

Un Sito tradizionale è un depliant! Tutte le pagine sono pre-confezionate e parcheggiate sul server in attesa che il visitatore ne invochi l'indirizzo.

Questo significa che le pagine restano identiche nel tempo. Ogni modifica o aggiornamento deve essere effettuata manualmente, in genere dallo staff editoriale che segue il Sito.

Un depliant non è ragionevole attendersi che venga letto e riletto, giorno dopo giorno, quasi fosse un quotidiano e secondo l'ordine proposto dalla home page.

Allo stesso modo un buon sito statico dice quello che deve dire, in modo piacevole e invogliante, e basta. È simile al riquadro delle Pagine Gialle o Pagine Utili: assolve l'importante funzione che gli è propria, null'altro.

Siti Dinamici

I moderni Web-Server consentono di far ben più che presentare siti statici: essi consentono di produrre siti dinamici, le cui pagine sono generate ad hoc in relazione alle richieste che ricevono. Sia nel senso delle pagine in grado di riconoscere il singolo utente e di trasferirgli un'informazione personalizzata (push, attraverso cookie...), che in termini di estrazione, da enormi banche dati, di quello che interessa all'utente, evitandogli informazioni non richieste.

I primordiali esempi di siti dinamici sono stati i motori di ricerca: Altavista, Arianna, Lycos, Yahoo...

Immaginate il disagio di dover esaminare milioni di link, alla disperata ricerca di ciò che ci interessa: invece, il motore di ricerca ci consente di scrivere una parola od una frase e poi... cerca per noi, restituendoci soltanto link che contengono la parola o la frase da noi specificata. Un buon motore, poi, consente di rifinire la ricerca perchè non è raro che i primi risultati siano fin troppo abbondanti (qualche decina di migliaia di link).

La editoria approda al Web secondo questi criteri: Secondamano, Panorama, Il Sole 24 Ore...

Dal punto di vista più strettamente commerciale, esempi di Siti dinamici sono i cataloghi on-line corroborati da Carrelli della Spesa. Un catalogo on-line non è altro che un motore di ricerca che interroga l'archivio dei prodotti. Per ogni prodotto mostra una breve descrizione, un'immagine, il codice ed il prezzo.

Allorchè in questi siti è implementato il Carrello della Spesa, l'utente, sfogliando il catalogo, può decidere di porre uno o più prodotti nel proprio carrello virtuale. In ogni momento può verificarne il contenuto, eventualmente rinunciando ad ordinare uno o più articoli. Esaminati e scelti i prodotti di nostro interesse, se ne paghiamo il corrispettivo, possiamo averne la disponibilità: onorato il pagamento con carta di credito, bonifico, versamento o contrassegno, la alienazione si perfeziona con il recapito a mezzo corriere o PT.

Ovviamente sono già disponibili piattaforme di commercio elettronico in grado di perseguire una vendita vera e propria, ovviando agli effetti che l'acquisto per corrispondenza attraverso il contrassegno induce.

Vedo, Pago e Porto via è la trilogia degli acquisti on-line. E non necessariamente deve intendersi il fenomeno alla stregua della tradizionale vendita per corrispondenza, anzi...

5) Il commercio elettronico (e-commerce)

La professione la più antica del mondo -una delle più antiche- si evolve. La allocazione delle risorse, da sempre ottemperata attraverso il commercio, essa stessa si evolve. E dall'ambito della propinqua territorialità, si protende verso i nuovi orizzonti che il commercio elettronico rende percorribili.

Le barriere geografiche sono un lontano ricordo del passato. Anche il tempo non ha più ragione di esistere. È

l'avvento del sempre e dell'in ogni dove che regna quale incontrastato sovrano della comunicazione. Ed Internet ne è il mezzo indiscusso.

È la rete della moderna comunicazione, di Internet, che agisce ed ha rilevanza -e quale rilevanza- ma non esiste in nessun posto fisico se non ovunque.

È l'ineffabile che è la ponderazione la più assoluta ed incontrovertibile: ecco, quindi, delinearsi la odierna innovazione tecnologica. I riflessi della nuova era si dipanano già davanti ai nostri occhi increduli.

Martedì 28 gennaio 1998 è una data storica per l'umanità. Il commercio elettronico trova la propria patria nel minuscolo Stato di San Marino. Esattamente questo paese, il paese dei sette castelli, si erge a paladino del commercio elettronico mondiale. E può farlo. Ed ha tutti i requisiti del caso, coerentemente con quelli che sono i prodromi propri del commercio elettronico: ossia nessuno.

In Italia già alcuni Istituti di Credito hanno imboccato la strada del commercio elettronico, con felice esito. Anche e soprattutto quelle piccole, microscopiche solo perché ubicate in località impervie, hanno offerto la loro propria competenza erga omnes ed hanno avuto successo. Una tra tutte è la BCC di Carate-Brianza, la quale sotto la pregiata egida del Presidente Vittorio Ghezzi (Presidente on. Iccrea Holding), ha oggi la valenza della leadership europea.

Oggi più che mai assistiamo all'avvento dell'eraclitiano "panta rei". Assistiamo, cioè, al perseverante fluire dell'innovazione, la quale permea di sé ogni cosa.

Internet è oggi lo strumento pratico, efficace ed economico che permette l'impossibile. Permette di vendere e di comprare, permette l'informazione, permette tutto quello che si ha voglia di offrire o domandare. È sufficiente volere intensamente, essere in grado di dominare la tecnologia ed il dado è tratto.

I vantaggi? Incommensurabili!

I costi? Veramente insignificanti!

Nicola LEONE è docente di commercio elettronico e webmaster; organizza corsi aziendali e formazione IT.