

**il fisco**  
 IL SETTIMANALE TRIMESTRALE PER  
 DIVENTARE ESPERTI FISCALI  
 IN EDICOLA

# multimedia

INDIRIZZO ELETTRONICO DELLA PAGINA : multimedia@mcclink.it

**il fisco**  
 IL SETTIMANALE TRIMESTRALE PER  
 DIVENTARE ESPERTI FISCALI  
 IN EDICOLA

**SPESE IN RETE E DENARO VIRTUALE.** Cosa si trova, cosa si rischia. I servizi per i «navigatori». Come reagiscono le banche Usa



## Il mercato in via dell'Internet

CHICAGO. «Le-cash? Non è in fondo, che l'ATM installato nel teleno di casa? Così tempo fa? Motly Jones presidente della Moxed rispose a chi gli chiedeva che cosa fosse mai il «denaro elettronico». E si trattò non v'è dubbio di una efficacissima similitudine. Tanto efficace che proprio questo è ciò che in effetti milioni di americani hanno cominciato a fare negli ultimi tre anni: trasferire tra le pareti domestiche miniaturizzata quella Automated Teller Machine che all'ingresso della banca era solita di distribuire loro informazioni e banconote. Unica ed assai significativa differenza: ora le banconote non esistono più. Ma si tratta davvero dell'inizio della «fine del danaro nella sua forma bancario-materiale?»

Una grande via di comunicazione che è già una grande via commerciale. Si parla degli acquisti su Internet. Ormai diffusissimi, con un problema, però: l'enorme difficoltà di pagamento. Non è un mistero che i numeri della carta di credito inviati col modem possono essere «intercettati» e rifiutati. I colossi informatici sono al lavoro per definire sistemi sicuri ma fino ad ora l'idea migliore ce l'ha avuta un estroso informatico-economista: una moneta-digitale.

ROBERTO GIOVANNINI

Internet? Per molti significa mettere in contatto persone oltre le frontiere per altri - più prosaicamente - rappresenta un'opportunità per fare soldi. Le stesse caratteristiche di interattività di diffusione globale e capillare di «tempo reale» che fanno la forza della «rete delle reti» sembrano ideali per sviluppi commerciali o finanziari da casa ovunque essa sia. È infatti possibile acquistare un prodotto qualsiasi cliccando su un catalogo: prenotare un albergo in Patagonia, ordinare una pizza ai quattro formaggi, investire in Bot o azioni. Tutto bellissimo ma il problema sorge quando si «passa alla cassa». La Rete si sa non è «sicura»: la nostra lettera d'amore elettronica invece che all'amica che lavora a New York può benissimo finire sul monitor di un neoburro geologo in missione nell'Antartide. A parte la «gaffe» fin qui poco male, ma se nel nostro messaggio c'è l'ordine di pagamento per una nuova banca di personal computer?

Microsoft di Bill Gates perché trovasse una soluzione: e ancora l'anno scorso la Mastercard aveva trovato un'intesa con la Netscape Communications per «blindare» le transazioni senza imporre all'utente fastidiose procedure di crittografia e decrittazione. Un'altra possibilità è quella proposta dalla First Virtual Inc. (<http://www.fv.com>) una società Usa che si autodefinisce «la prima Merchant Bank online». In pratica la First Virtual funge da interfaccia tra chi compra e chi incassa certificando la «bontà» della carta di credito. Ogni volta che si compra qualcosa si adopera un codice personale che convalida la transazione e autorizza (attraverso la First Virtual) l'addebito. Un'altra società che più o meno segue la stessa strada è la CyberCash Inc. (<http://www.cybercash.com>) che di recente ha siglato un'intesa con la Checkfree, un'azienda che produce un programma di pagamento già usato da 250.000 americani.

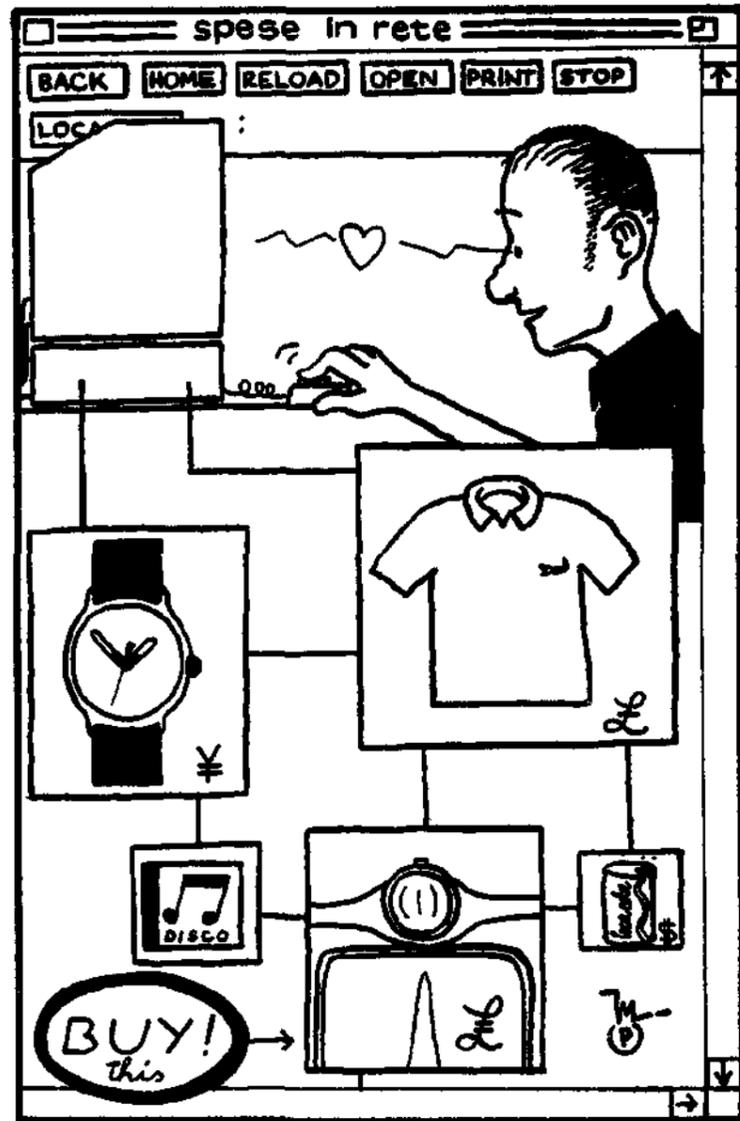
### La soluzione più geniale

Ma la soluzione sicuramente più geniale e innovativa l'ha ideata un estroso informatico-economista americano-olandese: David Chaum, fondatore della DigiCash (<http://www.digicash.com>). Chaum ha inventato (e brevettato) i «cyberbucks», ovvero una vera e propria moneta speciale digitale «sicura» e anonima garantita dalla «Banca centrale» che li emette: ovvero la stessa DigiCash. In questa fase sperimentale ovviamente i «cash» vale come le banconote del Monopoli: a chiunque lo chieda la banca assegna 100 cyber-dollari a titolo gratuito «spendibili» presso un centinaio di negozi elettronici sparsi nel Web: un domani per averli bisognerà «depositare» soldi veri: sonanti e ballanti. Il progetto DigiCash nasce da un'esigenza «alternativa»: ideare un sistema per proteggere quanto più possibile la privacy e la sfera personale dei cybercitadini dall'invasione delle organizzazioni degli Stati e del mercato. Sarà un'idea «alternativa» ma intanto funziona: attirando l'attenzione di due pilastri del «sistema Usa» come l'Isa e la Federal Reserve. Per adesso è un gioco, ma chi «svetta» un giorno qualcuno parlerà di «cyberbanca» o di «cybervaluta».

### Le «smart cards»

Il fatto è che le «smart cards» sono antipatiche. Ci vuole poco a trisomiarle il pratico «borzellino elettronico» in una «orchestra» di Carte d'Identità Globali da dove «cliccare» gli agenti della Psopolizia. Per questo i «telematici» democratici preferiscono lo sviluppo di programmi e procedure realmente «sicure». Chi «naviga» già lo sa: gli altri se lo tengano per detto. «Non è proprio il caso di comunicare i dati personali e i dati della propria carta di credito per le ragioni prima indicate. Per provare a rimediare a questa limitazione, addirittura si sono mossi con un recentissimo «ricordo» le due giganti del settore: la Visa International e la Mastercard. In precedenza la Visa si era rivolta alla

Microsoft di Bill Gates perché trovasse una soluzione: e ancora l'anno scorso la Mastercard aveva trovato un'intesa con la Netscape Communications per «blindare» le transazioni senza imporre all'utente fastidiose procedure di crittografia e decrittazione. Un'altra possibilità è quella proposta dalla First Virtual Inc. (<http://www.fv.com>) una società Usa che si autodefinisce «la prima Merchant Bank online». In pratica la First Virtual funge da interfaccia tra chi compra e chi incassa certificando la «bontà» della carta di credito. Ogni volta che si compra qualcosa si adopera un codice personale che convalida la transazione e autorizza (attraverso la First Virtual) l'addebito. Un'altra società che più o meno segue la stessa strada è la CyberCash Inc. (<http://www.cybercash.com>) che di recente ha siglato un'intesa con la Checkfree, un'azienda che produce un programma di pagamento già usato da 250.000 americani.



Disegno di Marco Petrolini

## Un nuovo sistema per vecchi prodotti

STEFANO BOCCONETTI

Quando l'aggettivo nega il sostantivo. Per capire parlando di negozi telematici ha poco senso aggiungere la definizione «italiano». Visto che comunque si sta parlando di un ambiente virtuale e visto soprattutto che digitando l'ormai famosissima formula <http://www.xanxa.com/81/cgi-bin/stalls/sh> o il cioccolato che si ordina «on line» al (<http://193.118.187.101/help/choc/mfo>). Parlare di negozio telematico italiano quindi ha poco senso. Vale solo per capire cosa si agita in quella parte della comunità virtuale nostrana che guarda alla rete con un occhio al portafoglio. E si scopre che i quattro cinque più grandi siti per vendita che utilizzano server italiani sono più o meno solo un altro veicolo di vendita (più veloce forse sicuramente con più appeal) ma per gli stessi prodotti: il più avanzato negozio di informatica in Internet: recita un po' pomposamente la pagina di uno dei pochi siti «italiani» (<http://www.netuno.it/80/fiera/italset/>) che vende cd rom, pc e software. Ma anche qui in copertina c'è una promessa: «Questa è solo una parte del catalogo che potrete trovare di noi». Come dire: «Poco alla volta, ma si

trasferire sull'ipertesto quello che già potete consultare su carta. E qui comunque si ha a che fare con prodotti in qualche modo legati alla rete. Negli altri siti ci si batte in veri e propri grandi magazzini: vestiti, scarpe, riviste. Che proprio come alla Standa puntano tutto sul risparmio. Grandi magazzini nel migliore dei casi: buoni negozi. Quello Wrangler per esempio che è ancora in allestimento ma già si può vedere (<http://www.energylit80.wrangler.com>). Si parla però sempre di «luoghi» dove un momento browser sostituiscono semplicemente lo shopping. Una nuova rete di vendita insomma sovrapposta alla vecchia. Per capire ancora meglio che è appassionato di musica ed ha almeno un modem a 14.400 baud e magan può utilizzare il telefono dell'ufficio: sa che nei negozi virtuali non solo si trovano elenchi sterminati di Cd ma anche la possibilità di conoscere con un click i commenti la storia musicale del rocker i libri. Fino alla possibilità che quei negozi offrono di metterli in contatto con le pagine Web delle case discografiche (major e indie) ed ascoltare così brevi promo. Tutte cose che già prefigurano un nuovo prodotto. Che in Italia non c'è: non si vende ma che comunque gli utenti italiani già possono provare. La rete è anche questo.



LAVORATORI IN RETE. E chi se non loro? I primi in Italia ad inaugurare la stagione delle battaglie sindacali in rete sono i lavoratori ed i tecnici della Sena Spazio di Tonno Dipendenti ultraprofessionizzati costretti a difendere il proprio posto di lavoro ma soprattutto l'enorme patrimonio di conoscenze della loro azienda. Già ma come far conoscere a tutti i termini di una vertenza che vedono da una parte Alenia e Finmeccanica intrasigenti nel voler tagliare posti ed investimenti dall'altra i lavoratori decisi a trovare un ruolo alla Alenia che non sia più quello di produttore di aerei militari? Così i dipendenti hanno deciso di farsi la propria pagina Internet. All'indirizzo (<http://www.inrete.it/fin/alepage/sto00.htm>) si possono trovare tutte le notizie sulla vertenza: informazione su cos'è Alenia e su cosa si rischia di perdere.

FORUM SULL'AUTONOMIA. E visto che ci siamo continuiamo a parlare di lavoratori in rete. Quelli della scuola hanno avviato un Forum dedicato al dibattito parlamentare sull'autonomia. Chi vuole può partecipare così sul nodo Nexus in Formforum (FIN) con la linea commutata al numero 06.3224037. Per chi già dispone di un accesso Internet l'indirizzo è FIN NEXUS IT (193.76.244.1).

L'ALLEANZA FRA COLOSSI. Il prestigioso Washington Post ha deciso di lanciare la sua edizione on line (si tratta in realtà di un vero e proprio servizio commerciale a tutto campo per essere chiari tipo CompuServe o AOL). Di più il progetto lo farà in alleanza con AT&T il più grande dei colossi telefonici Usa.

L'ERBA DI CASA. La segnalazione di qualche sito WWW fuori della rubrica «Web» che questa domenica non esce. Pagine telematiche che fanno sicuramente discutere anche i nostri lettori sono quelle che si trovano raggiungendo il sito (<http://www.paranota.com>). Da qui si accede alla pagina (<http://www.paranota.com/maryane>). Come si capisce dal nome: qui si possono leggere notizie per chi consuma cannabis. Ma non si tratta di semplice «servizio» magari un po' provocatorio. C'è di più in copertina i promotori spiegano che la loro è soprattutto una «battaglia culturale». Per la liberalizzazione delle droghe leggere contro il mercato delle droghe pesanti. E chiedono pareri anche ai non consumatori.



## Dall'umanesimo telematico al caro-tariffe

All'inizio diciamo la verità: quasi col contagocce portanti e super il più sono i messaggi arrivati all'orecchio della pagina. Tantissimi impossibili da cliccare di tutti. Ricordiamo solo che l'indirizzo della pagina può essere utilizzato anche per altre attività: per esempio, alle origini di una volta al mese, risponde un esperto.

Finire così il tema sollevato da progettisti. Il loro ragionamento prende le mosse da questa domanda: «multimedia basta adattarsi, vecchio linguaggio o bisogna ripensarsi daccapo?». Domanda tutt'altro che filosofica. Scrivono i due progettisti: «Molti degli editori di CD ROM stanno semplicemente ripubblicando vecchi materiali già usati in forma tradizionale, per il quale non si sta comprendendo alcuna anacronistica di linguaggio. Allo stesso modo i siti di distribuzione sono a tutt'oggi indifferenziati: dove il mezzo «comandare» e non i contenuti».

Ed ancora. L'Italia sta vivendo un rischio enorme: far diventare un mercato di massa qualcosa di cui la massa del grande pubblico non sa niente. Se questo è vero se questi sono pericoli da lavorare ce n'è per tutti. Progettisti compresi. Il fatto chiosano Tortorici Ricci e Bestorla ispirato ad una concezione chiara: «Va determinata una contro-cultura che preservi ciò che di spontaneo intuitivo pluralista e indelebile esiste nella natura umana. Insomma al determinismo tecnologico - quello di chi sostiene che è intrinseco al computer il tentativo di armonizzare il contrasto irriducibile fra tecnologia e la natura intuitiva dell'uomo - i progettisti contrappongono un approccio umanistico al dominio digitale». La discussione è aperta.

Tariffe a tempo. Un altro lunghissimo intervento è stato inviato da un'associazione che si è

costituita per eliminare il TUT, cioè le tariffe urbane a tempo. L'organizzazione che spiega come e perché questa tariffa non abbia più senso e come sia stata superata nel resto del mondo lancia una campagna di adesioni. Il tema interessa tutti i navigatori e sarà il argomento di una pagina monografica già in cantiere.

Ed ancora: altri temi. C'è chi si occupa di segnalare i siti. Le scuole bolognesi. Da tre anni in continuo attraverso la posta elettronica c'è il progetto delle scuole bolognesi. Chi vuole le può visitare al (<http://www.cir.it>). Computer e tv. C'è chi si occupa per complimentarsi con la pagina F per dare suggerimenti al signor (ai trosciolati) si dichiara «un accanito lettore di Multimedia» e chiede di cedere alle mode imperanti ma di aggiornare il rapporto tra computer e tv.