



Nasce MEGA, la nuova creatura di Dotcom

Il file sharing si fa furbo strizzando l'occhio ai difensori del copyright.

Kim Dotcom lo aveva preannunciato già da tempo, come avevamo avuto modo di scriverne in passato su queste pagine: il 20 gennaio ha esordito il nuovo servizio di storage online chiamato MEGA (MEGA Encrypted Global Access), accessibile dall'Url mega.co.nz.

Nasce dalle ceneri dell'impero di Megaupload e affini, un ecosistema fortemente combattuto dalle major della musica e del cinema, dai governi e dai difensori del copyright, con tanto di blitz dell'FBI che ne ha sancito la fine. Dotcom ci gioca: non solo il lancio è stato fissato a un anno esatto di distanza dalla chiusura dei vecchi servizi, ma si è svolto in grande stile con tanto di musiche, danze e una messa in scena di finto attacco da parte degli agenti governativi.

MEGA nasce in Nuova Zelanda sotto la bandiera della protezione della privacy; sul sito viene citato l'articolo 12 della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani: "Nessun individuo potrà essere sottoposto a interferenze arbitrarie nella sua vita privata, famiglia, casa, o nella sua corrispondenza. Ogni

individuo ha il diritto alla protezione della legge contro tali interferenze". Kim & soci hanno creato un sistema che viene definito inattaccabile a livello legale: se Megaupload, Megavideo e gli altri rendevano disponibili a chiunque file di qualunque tipo e natura (spesso film e musica piratati), MEGA... fa potenzialmente la stessa cosa, ma avvalendosi di sistemi di protezione per i dati. Sui file caricati viene applicata in modalità automatica la crittografia: in questo modo solo chi ha effettuato l'upload del materiale può decrittare i file o fornire a terzi una chiave di decrittazione. Tutti i processi vengono effettuati nel browser, senza avvalersi di software da installare sul Pc. Ufficialmente MEGA non sa cosa gli utenti carichino sui server e in vista di un possibile sequestro, le autorità non potrebbero esaminare i file contenuti negli archivi. MEGA rappresenta il punto di inizio di un sistema che guarda non solo al backup online e alla condivisione con altri utenti, ma anche allo svolgimento di attività come scambio di email, chat e chiamate audio, streaming, collaborazione su elaborazione di testi, calendario e fogli di calcolo: tutte protette con la medesima tecnologia.

Guardiamo da vicino il servizio offerto

L'account gratuito offre 50 GB di spazio: una quota piuttosto alta nell'abito

del cloud se si pensa per esempio a Dropbox, che ne offre 2, con possibile estensione fino a 18 grazie al sistema referral (ovvero +500 MB per ogni utente iscritto grazie al nostro invito). Chi avesse la necessità di ottenere maggiore spazio, può far riferimento agli account Pro, suddivisi per tre fasce: 500 GB a 1 TByte di banda per 9,99 Euro al mese, 2 TByte a 4 TB di banda per 19,99 Euro al mese, 4 TByte per 8 TByte di banda a 29,99 Euro al mese. Con l'abbonamento annuale si risparmia il 17% del prezzo.

Una volta registrato l'account, si accede tramite il browser al File Manager. Per una migliore operabilità si consiglia di utilizzare il browser di Google, Chrome, per cui il sistema è ottimizzato.

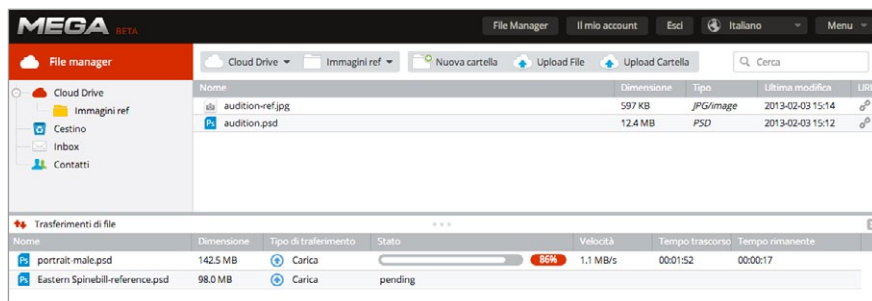
"Cloud Drive" conterrà tutti i nostri file e le cartelle. Ogni singolo elemento o cartella può essere condiviso con altri utenti. Nel caso di una cartella, si può inviare un invito nello stile di Dropbox o Box, nel caso dei singoli file si richiama l'Url, che può contenere o meno la chiave di decrittazione.

Gli elementi possono essere gestiti tramite il trascinamento, sia per caricarli sia per spostarli. Sono presenti anche il Cestino, la Inbox dove vengono gestiti gli inviti e i Contatti.

L'area inferiore della pagina mostra i dati inerenti al download e all'upload, che possono essere multipli e simultanei.

Tramite la voce "Il mio account" vengono gestiti gli eventuali abbonamenti, la modifica della password e le impostazioni di trasferimento, utili per determinare i limiti di velocità e il numero di connessioni; non mancano il dettaglio dello spazio utilizzato e una cronologia delle sessioni.

In generale, l'interfaccia è molto semplice e chiara, è disponibile in oltre trenta lingue e rende facilmente accessibili le sezioni del sito.



Twitter propone una soluzione per i micro-video



Vine, la nuova app per iOS, è destinata a diventare l'Instagram dei filmati?

La prima volta in cui si è sentito parlare di Vine è stata a proposito della sua acquisizione da parte di Twitter, nell'ottobre del 2012.

Si trattava – e si tratta tutt'ora – di un sistema per iOS ideato allo scopo di girare video di breve durata nel modo più semplice possibile, da pubblicarsi su un social network apposito. In realtà non era ancora arrivato sull'Apple Store all'epoca dell'acquisizione e al suo esordio effettivo, avvenuto lo scorso gennaio, era già sotto l'ala di Twitter, anche se targato Vine Labs.

Come abbiamo potuto notare dagli avvenimenti degli ultimi mesi, Twitter sta attuando un piano che prevede l'implementazione di possibilità precedentemente offerte solo da servizi sviluppati da terze parti, inclusi grazie alle API. Se un tempo il social network di microblogging si limitava a offrire uno stream testuale, arricchito di foto e video solo grazie a soluzioni esterne, oggi cerca di fare tutto in casa: lo abbiamo visto quando sono state implementate le opzioni fotografiche.

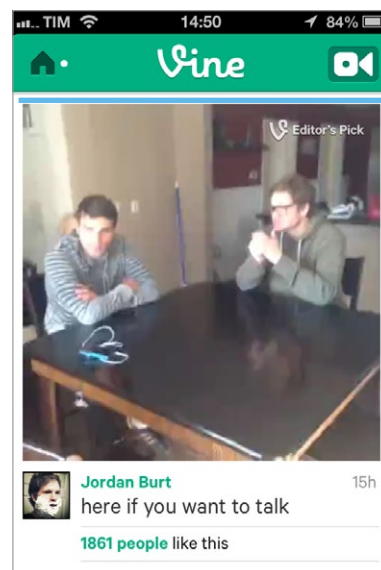
Nello scorso numero di *PC Professionale* parlavamo di Instagram che abbandonava Twitter Cards per favorire la visualizzazione delle foto sulla propria

versione web piuttosto che sul network dei cinguettii; Twitter rispondeva proponendo i filtri fotografici nel proprio client.

Oggi Twitter ha fatto un ulteriore passo avanti proponendo Vine, che da molti viene indicato come l'Instagram in formato video.

Vine è un'app per iPhone che si distingue per la sua semplicità di utilizzo. Una volta scaricata e creato l'account che, inutile dirlo, può essere collegato a quello di Twitter, permette di girare un video di sei secondi.

La ripresa può essere continua o basata su un montaggio "al volo", toccando il display quando si vuole registrare, interrompendo e riprendendo fino al raggiungimento del tempo massimo. Gli "spezzoni" registrati vengono assemblati e trasformati in un filmato continuo, un loop. Non esiste dunque una vera e propria post-produzione, come avviene nella maggior parte dei software dedicati al video. Questo aspetto potrebbe essere visto sulle prime come un limite, ma in realtà indica con precisione l'intento dell'app: una condivisione veloce e spontanea, esattamente come accade con i brevi messaggi di testo. L'idea non è nuovissima: esistono

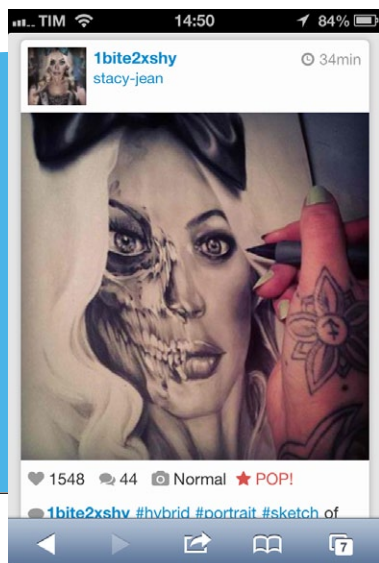


altre soluzioni simili per iOS e la filosofia inseguita è molto simile a quella attuata da Flickr ai tempi dell'esordio dell'opzione video, anch'essa vista come istantanea breve di un momento. Nel caso di Vine però il potenziale è alto grazie alla diffusione di Twitter e all'approccio moderno del mezzo, nonché alla presenza di un social network interno che nelle dinamiche assomiglia molto a Instagram.

L'accoglienza del pubblico è stata calda, tanto da creare fin da subito qualche problema.

A causa di un disguido, tra le clip di maggiore successo selezionate dallo staff ne è comparsa una a tema pornografico, prontamente rimossa ma non abbastanza velocemente da passare inosservata.

Facebook ha inoltre deciso di rifiutare la pubblicazione automatica sul social network blu. Ora è presto fare bilanci: solo il tempo dirà se la visione di Twitter è stata fortunata o meno, in base all'effettivo utilizzo da parte degli utenti.



Webstagram lancia una versione mobile

Il sito Webstagram, utile per visionare il social network Instagram non solo da cellulare ma anche dal browser sul PC, ha recentemente lanciato una nuova versione dedicata ai dispositivi portatili. Non si tratta di un'app, ma di una versione del sito web ottimizzata per gli schermi più piccoli. Come è ormai noto, Instagram ha recentemente proposto una versione dei profili web accessibile dal browser, ma limitata nelle funzionalità.

Webstagram oggi offre una visione completa di tutto ciò che accade sul social network fotografico, permettendo all'utente non solo di vedere le foto ma anche di interagire con gli altri utenti e di ripubblicare il materiale su altri lidi come Pinterest o Tumblr.

Vi si accede tramite l'URL <http://web.stagram.com> dal browser del proprio smartphone. Per effettuare il log-in basta fornire le credenziali di Instagram.

Graph Search è il nuovo motore di ricerca di Facebook

La ricerca intelligente del social network potrebbe rivelare spiacevoli sorprese.

A metà gennaio Facebook ha presentato uno strumento che rivoluzionerà il modo in cui utilizzeremo il social network. Si tratta di Graph Search, un motore interno che facilita l'utente in tutte le operazioni di ricerca avanzata, analizzando ogni aspetto condiviso sui profili. Proviamo a spiegarlo tramite qualche esempio: ci piacerebbe assistere al prossimo concerto di Lana Del Rey a Roma ma non sappiamo con chi andarci? Basta cercare a Roma piace la musica dell'artista; stiamo cercando un buon ristorante in cui cenare a Parigi? Ci verranno in aiuto i check-in dei nostri contatti; a quali dei nostri amici piace sciare a andare a pesca? Quali sono le fotografie in cui appariamo con una determinata persona? Graph Search ha le risposte che cerchiamo, ci basterà comporre la domanda più adatta. E dove non dovesse arrivare Facebook, verranno in soccorso Bing e gli altri partner, per esempio chiedendo le previsioni del tempo di una data città. Facebook in questo modo si prefigge di diventare un centro informativo dove

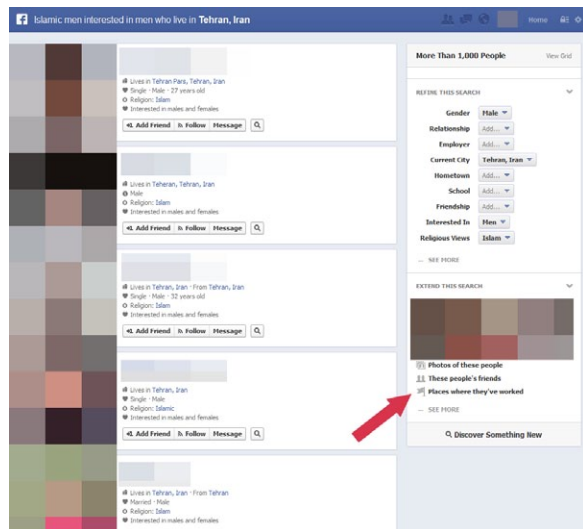
ottenere il maggior numero di informazioni possibili.

La centralità del social network blu solleva però anche qualche inquietudine: se il potente motore di ricerca interno mostra un potenziale di utilità molto alto, come spesso accade nel suo ambito ci si domanda quale fine possa fare la nostra privacy. Facebook assicura che tutti i risultati di Graph Search saranno "sicuri": verranno visualizzate solo le informazioni rese pubbliche dagli utenti, in base alla relazione tra i contatti. In soldoni, se si condividono determinati elementi solo con gli amici, saranno solo questi ultimi a visualizzarli in ricerca.

Come qualunque persona attiva sui social network dovrebbe ormai sapere, purtroppo la consapevolezza di ciò che si sta condividendo

non è mai troppa; considerando poi che Facebook è stato finora il network più carente in una gestione facile della privacy, viene naturale domandarsi quante persone al mondo siano consapevoli di ciò che è pubblico e ciò che è visibile solo a una ristretta cerchia di amici. Per chiarire al meglio quali complessità possano esserci dietro a un simile scenario, il blog "Actual Facebook Graph Searches" di Tom Scott (<http://actualfacebookgraphsearches.tumblr.com/>) mostra alcuni esempi di ricerca, in seguito riportati dalle più importanti testate giornalistiche. In uno di questi si mostrano i risultati di una ricerca che elenca donne sposate con uomini a cui piace un sito per gli incontri extraconiugali; in un altro le mamme cattoliche italiane che gradiscono una marca di preservativi; una ricerca filtra le aziende che detengono un alto tasso di dipendenti amanti del razzismo; in altre ancora vengono mostrate le persone che hanno apposto il loro "mi piace" a organizzazioni osteggiate dal proprio governo.

Graph Search per ora è disponibile a una piccola fetta di utenza che utilizza Facebook in lingua inglese. Per iscriversi alla lista delle persone che potranno provarlo prima degli altri, bisogna far riferimento all'indirizzo facebook.com/about/graphsearch. In vista della diffusione del servizio, consigliamo di dare un'occhiata alle impostazioni della privacy.



La ricerca tratta dal blog "Actual Facebook Graph Searches" mostra gli uomini interessati ad altri uomini a Tehran, Iran. La freccia indica i loro luoghi di lavoro.