

Arriva il sign-in di Google+ su siti e app

L'accesso tramite l'account di Google si prospetta vantaggioso per il social network Plus, ma anche per le realtà che ne usufruiranno.

Finora siamo stati abituati ad accedere a siti web e app tramite un account proprietario del sistema in uso, oppure tramite gli account di Facebook e Twitter, laddove questi siano stati implementati.

Google non poteva certo tenersi fuori dal campo ancora a lungo, visto il dispendio di energie atto a spingere sempre di più il proprio social network, ormai legato indissolubilmente agli altri componenti del proprio ecosistema.

Il rilascio di uno strumento come Google+ Sign-In non stupisce e promette di risultare vantaggioso sia per Google sia per tutte le realtà che vorranno adottarlo. Google+ Sign-In è stato annunciato con un post sul blog dedicato allo sviluppo della piattaforma Plus, che mette in luce quattro punti fondamentali: la semplicità e la sicurezza, l'unione tra desktop e mobile, la condivisione selettiva e l'azione. L'accesso tramite l'account di Big G sarà semplice: chiunque abbia già effettuato l'accesso all'account di Google

Fai crescere il tuo pubblico in tutti i dispositivi

Avvio rapido in dieci minuti

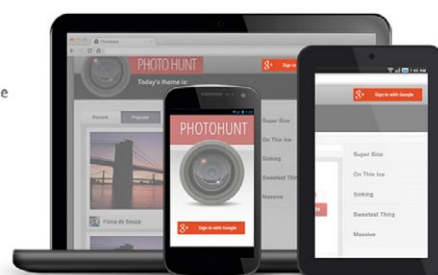
Scegli la lingua:



Accesso a Google+

L'accesso a Google+ è un modo semplice e affidabile per consentire alle persone di accedere con le proprie credenziali Google e creare un'esperienza ancora più coinvolgente su computer desktop e dispositivi mobili.

[Prova la nostra app campione](#)

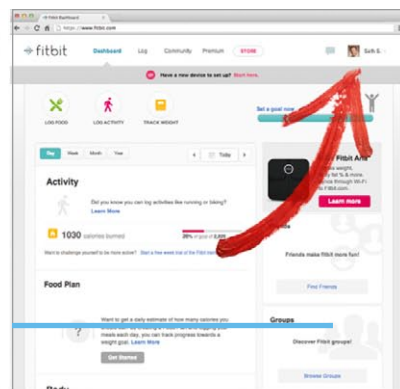
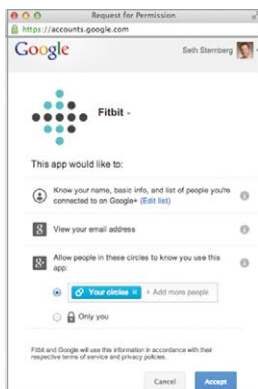
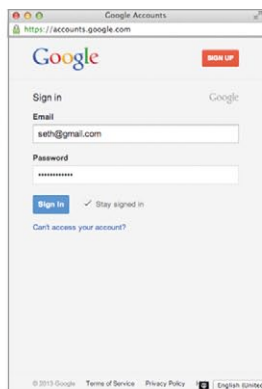
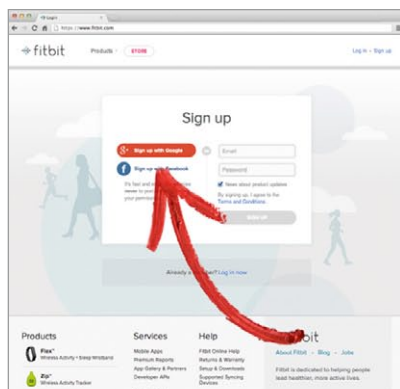


Con le stesse credenziali utilizzate per Google+ e Gmail sarà possibile accedere ad app e servizi web.

potrà usare le credenziali per utilizzare i servizi esterni, senza temere per la condivisione delle informazioni. L'accesso è infatti protetto dagli avanzati sistemi di protezione già in uso sulla piattaforma, come la "Verifica 2-step", che chiede conferma di connessione autorizzata tramite l'invio di un codice numerico sul proprio cellulare. Facendo riferimento alla pagina <https://plus.google.com/apps> o alle impostazioni delle app su Android si potranno gestire le applicazioni abilitate all'accesso, esattamente come accade su Twitter o su Facebook, tenendo monitorate anche le attività: in questo modo si avrà sempre il controllo su quello che succede e su quali dati

vengono condivisi con il pubblico. Per venire incontro alle necessità tipiche di chi sviluppa web app e applicazioni correlative per tablet e smartphone, chi accederà a un servizio web tramite il Sign-In di Google+ potrà anche selezionare il proprio dispositivo Android e inviargli l'app corrispondente.

Una particolare attenzione viene riservata alla condivisione su Google+. Quando si utilizza un servizio, si può sempre scegliere cosa condividere e con chi: alcune informazioni possono rimanere private, altre diffuse pubblicamente e altre ancora condivise solo con una determinata cerchia di amici. Una



scelta specifica è stata fatta in termini di "stream": Google non vuole riversare un fiume di aggiornamenti senza limiti sugli spazi del social network: diventerebbero fastidiosi e controproducenti. Un ulteriore aspetto interessante viene in luce quando si considera che ciò che si condivide può essere non soltanto un'informazione da leggere passivamente, ma un vero e proprio oggetto interattivo. La persona che selezionerà un nostro post generato da un'app, potrà accedere a quest'ultima per esempio per ascoltare una canzone o comprare un prodotto.

I vantaggi sono evidenti: per Google significa consolidare l'utenza, attirarne di nuova e arricchire il proprio social network. Per chi implementerà il sistema significherà invece sfruttare l'effetto tam-tam tipico dei social network, pubblicizzando i contenuti e le app dei propri progetti.

Tra le realtà che ne stanno già usufruendo troviamo il Guardian, Shazam, Flixter, USA Today e Fancy.

Chi volesse implementare il sistema sulle proprie applicazioni potrà far riferimento alla documentazione ufficiale, partendo dall'indirizzo <https://developers.google.com/+/>.

Per il futuro dobbiamo aspettarci qualche novità da parte del motore di ricerca: per invogliare all'utilizzo di Google+ Sign-In, da Mountain View hanno già annunciato una modifica ai risultati delle ricerche che metterà in evidenza le azioni e i trend di condivisione legati alle parole chiave.

Per fare un chiaro esempio, cercando una casa di produzione cinematografica, un box di fianco ai risultati mostrerà non solo la pagina relativa su Google+, ma anche i film più popolari tra gli utenti del social network, dedotti tramite le azioni e le condivisioni.

Twitter alza il volume della musica

Nasce Twitter #music, un servizio pensato per monitorare il mondo musicale tra i cinguettii del social network.



Nell'universo della musica, Twitter si è conquistato un posto di rilievo nell'ambito della comunicazione.

Il servizio di microblogging è diventato con il tempo un ottimo strumento per farsi conoscere nel caso degli emergenti, ma anche un canale diretto con il grande pubblico per gli artisti più affermati. Gli account ufficiali hanno garantito la genuinità delle fonti e le star di grosso calibro hanno attirato nuove utenze. Già da tempo si vociferava della nascita di un servizio orientato all'ambiente musicale, un'idea rafforzata anche dalla recente acquisizione da parte di Twitter di "We Are Hunted", un servizio capace di aggregare dati di interesse musicale come articoli, post sui social network, video su YouTube, per generare una serie di classifiche e fornire ispirazioni a chi avesse voglia di scoprire nuova musica.

Twitter #Music è stato lanciato ufficialmente a metà aprile, in versione web (music.twitter.com) e per iOS. Nel

momento in cui scriviamo, il servizio è disponibile solo negli Stati Uniti, in Canada, in Gran Bretagna, in Australia e in Nuova Zelanda. Il team assicura per il futuro la sua estensione ad altri Paesi e ai sistemi basati su Android.

In sostanza il sistema si propone come uno strumento per monitorare i propri artisti preferiti, scoprire nuova musica e ascoltarla. L'app è composta da cinque sezioni che raccolgono la musica più popolare in questo momento, quella emergente, i suggerimenti, la musica "twittata" in questo momento dai nostri contatti e gli artisti che seguiamo. L'estetica è molto grafica, segue il trend del momento basato sui riquadri fotografici. Selezionandone uno possiamo accedere allo streaming della musica corrispondente, fornito da Spotify o Rdio nel caso si disponga di un abbonamento ai servizi, e di acquistare i file che ci interessano sull'iTunes Store. Per ora è presto per farsi un'idea sul potenziale di questo jukebox musicale. Di primo impatto risulta più interessante per gli artisti che per gli ascoltatori, che potrebbero continuare a preferire una fruizione più lineare, come quella di Spotify.

«Al primo impatto sembra un servizio più rivolto agli artisti che agli ascoltatori.»

