

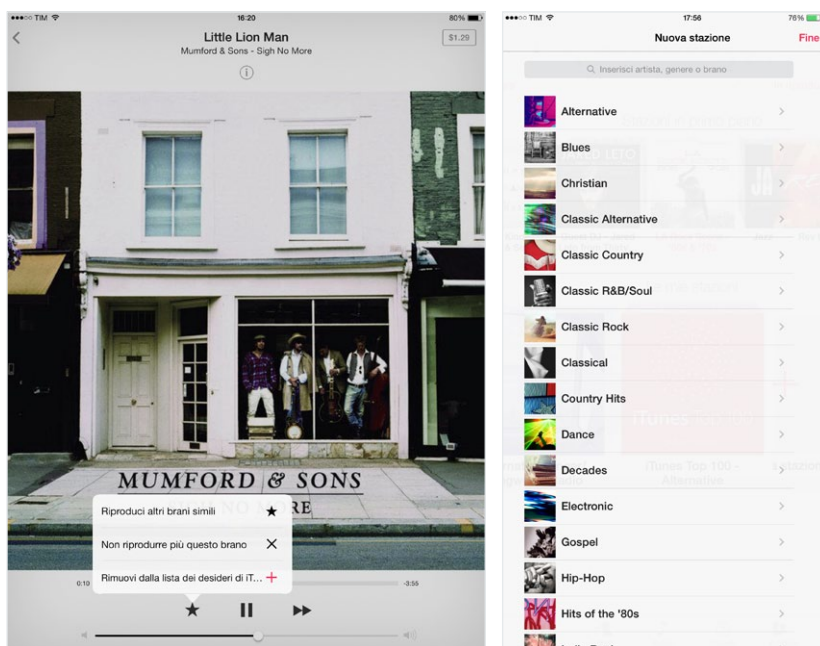
Ecco com'è lo streaming musicale di Apple

iTunes Radio aiuta a scoprire nuova musica tramite le sue innumerevoli stazioni, su computer e dispositivi iOS.

Come annunciato lo scorso giugno durante la WWDC (Apple Worldwide Developers Conference), Apple ha lanciato ufficialmente il servizio musicale iTunes Radio a metà settembre, in concomitanza con l'arrivo di iOS 7, il sistema operativo dedicato ai prodotti mobile marchiati con la mela.

iTunes Radio è un servizio di streaming simile a quello offerto da Spotify, Pandora o Last.fm: permette di avviare stazioni radio personalizzate, riproducibili in questo caso su Pc e Mac, dispositivi portatili iOS e Apple TV. Il servizio è disponibile in due modalità: quella gratuita prevede dei piccoli intervalli pubblicitari, mentre quella a pagamento ne è priva e si attiva automaticamente sottoscrivendo un abbonamento a iTunes Match, il sistema del pacchetto iCloud che permette di creare la propria libreria musicale online, slegando così l'utente dai dischi fisici.

In effetti iTunes Radio sembra proprio supplire all'ultima mancanza del progetto che ha portato Apple a spostare i dati "sulla nuvola": se fino all'agosto scorso potevamo ascoltare tutta la musica comprata sullo Store e le copie dei nostri file audio da qualunque postazione, oggi ascoltiamo



L'interfaccia utente di iTunes Radio per dispositivi iOS 7. Il programma permette di realizzare stazioni radio personalizzate sulla base dei gusti dell'ascoltatore.

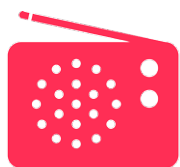
anche ciò che non possediamo. Per iniziare a utilizzare iTunes Radio sono necessari un'installazione di iTunes alla versione 11.1 e un'Apple ID; nel caso si utilizzasse un Mac, il sistema operativo dev'essere aggiornato alla versione 10.7, mentre Apple TV necessita dell'aggiornamento 6.0. Per quanto riguarda i dispositivi portatili, si fa riferimento a iOS 7.

Nel momento in cui scriviamo iTunes Radio è disponibile solo per il mercato statunitense, ma come già sapranno

gli acquirenti più incalliti dello Store, la fruizione musicale non è basata su limitazioni degli IP. Esattamente come accade per l'acquisto di brani o album, per accedere alle librerie e ai servizi USA basta procurarsi un account statunitense.

Una volta effettuato il login con l'Apple ID di riferimento, la voce "Radio" comparirà tra le altre del software, sia su iTunes sia sui dispositivi iOS. Dopo la selezione e una breve introduzione automatica saremo pronti all'ascolto. iTunes Radio è un servizio basato su "stazioni", ovvero delle playlist pre-assemblate basate su genere, tema, artista o brano. Possiamo scegliere di accedere alle stazioni in primo piano scelte da Apple o accedere a una lunga lista di generi e sottogeneri.

Come accade nei già citati Spotify e Last.fm, l'avvio di una Stazione basata



iTunes Radio è al momento disponibile ufficialmente solo per il mercato statunitense.

sui Doors genererà un flusso contenente non solo le canzoni del gruppo in questione, ma un mix di musica affine magari al genere, allo stile o del medesimo periodo.

All'interno del player viene visualizzata la copertina del disco in riproduzione e i comandi che permettono di aggiungere il brano a una lista dei desideri, di segnalarlo come non gradito o di generare una nuova Stazione che abbia come matrice il brano stesso. La presenza del prezzo del brano fornisce l'accesso diretto all'eventuale acquisto su iTunes Store.

Selezionando l'icona delle informazioni, non solo troviamo i dati della Stazione e del brano in riproduzione, ma anche la possibilità di generare un'ulteriore Stazione con il massimo controllo; possiamo per esempio crearne una basata sull'artista o sulla canzone, determinandone una "sintonizzazione" basata sulla maggiore o minore popolarità dei brani che inserirà in coda d'ascolto. È anche possibile nascondere le tracce con contenuto esplicito e condividere la Stazione tramite un messaggio, un'email, Twitter, uno status di Facebook o un semplice link testuale.

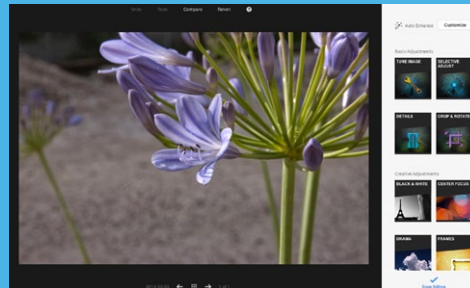
I comandi del player musicale rendono possibile il salto al brano successivo, ma con un limite di sei volte all'ora. iTunes Radio risulta allo stato attuale un importante tassello per l'ecosistema musicale di Apple, ma con qualche mancanza rispetto a soluzioni come Spotify o Deezer.

Nella funzione Radio si nota una certa passività dell'utente, che oltre a gradire o rifiutare un brano non può agire in modo specifico sul materiale musicale in ascolto. L'impossibilità di creare delle playlist limita di molto l'interazione e la condivisione con altri utenti. D'altra parte Spotify non vende musica mentre Apple sì: per quest'ultima risulterebbe controproducente spostare le playlist dal possesso alla sola fruizione online e questo spiega l'assenza di funzioni "on demand" come l'ascolto in streaming di uno specifico album.

Apple può però godere di una popolarità indiscutibile, dell'offerta gratuita anche nel campo mobile e di una buona offerta nel campo delle app: in quest'ottica iTunes Radio può essere una soluzione molto valida che potrebbe riservare qualche novità per il futuro. •

Google+ integra il fotoediting di Snapseed

Quest'anno abbiamo potuto notare come Google stia cercando di dare risalto al lato fotografico del proprio social network Google+. Dopo le innumerevoli migliorie dedicate alla visualizzazione e alla gestione del caricamento e della catalogazione delle immagini - un fattore importante anche considerando l'interscambio di dati tra network e motore di ricerca - arriva una novità le cui fondamenta sono state gettate lo scorso anno. Nel mese di settembre del 2012 vi raccontavamo infatti dell'acquisizione di Nik Software da parte di Google, l'azienda creatrice dell'applicazione Snapseed. Snapseed è un software nato nel 2011 come app di foto editing per iPad in seguito portato su iPhone e Android. Grazie alla sua agilità e completezza è riuscito a conquistarsi un favore tale da poter competere con la tipologia di scatti creati con Instagram. In seguito all'acquisizione, l'app - pur mantenendo la propria identità - è diventata il client ufficiale di Google per la pubblicazione di foto su Google+. Oggi alcuni dei suoi strumenti sono stati integrati nel social network, grazie alla tecnologia open source NaCl (Native Client) applicata al browser Chrome. Con la modifica di una fotografia caricata sul social network è ora possibile applicare dei filtri in stile vintage, applicare cornici, ma anche compiere operazioni più raffinate come la correzione selettiva, lavorare su saturazione, contrasto e luminosità o avvalersi della correzione automatica.



Per Instagram è tempo di pubblicità

Che Instagram stesse cercando un modo per sostenere il proprio business non è un mistero: già da mesi si parla dell'introduzione di messaggi pubblicitari. L'annuncio pubblicato sul blog ufficiale del servizio sancisce l'inizio del processo, che per ora riguarderà il solo mercato statunitense. Durante i prossimi due mesi gli utenti cominceranno a vedere all'interno dello stream gli annunci degli inserzionisti, in formato fotografico e video. Il team si preoccupa di sottolineare la cura con cui l'operazione verrà effettuata: l'utente non è abituato a vedere comparire materiale di brand ai quali non è iscritto, dunque si procederà con lentezza e utilizzando materiale di qualità. L'obiettivo è monetizzare, ma facendolo nel modo meno fastidioso possibile per non inquinare l'esperienza sul network; le pubblicità saranno gradevoli e gli iscritti potranno segnalare quelle non gradite, in modo da nascondere e fornire un feedback sulle proprie preferenze. Nella conclusione del post, il team sottolinea come il cambiamento non influirà sulla proprietà del materiale: si tratta di una rassicurazione probabilmente dettata dal passato "scandalo" inerente al cambiamento delle policy, che sembrava far intendere la possibile appropriazione da parte del servizio degli scatti degli utenti proprio per scopi pubblicitari.

Sky si registra con un tweet



Sky Italia ha recentemente proposto ai propri clienti una nuova soluzione per attivare la registrazione di uno dei suoi programmi televisivi di punta: X Factor. Si chiama #MySkyRec e non è altro che un hashtag da utilizzare su Twitter. L'attivazione è molto semplice, basta associare il proprio Sky iD all'account Twitter (si può far riferimento alla pagina <http://www.sky.it/area-clienti/myskyrec.html>) e seguire gli account di Sky. Quando quest'ultima pubblicherà messaggi promozionali per le proprie trasmissioni contenenti l'hashtag, basterà effettuarne il retweet. La registrazione verrà programmata su MySky. Il servizio ha una doppia valenza: oltre ad agevolare le registrazioni, tutti i retweet porteranno senz'altro a Sky una gran esposizione a costo zero.