

Foto, video e Hangouts di Google+ si sono rinnovati

Alla conferenza "A morning with Google+" sono state annunciate tutte le novità riguardanti il social network.

Siamo sinceri: noi utenti non ci stiamo accorgendo di una particolare crescita di popolarità del social network di Big G. Google tuttavia sembra ben lontana dal voler ridimensionare la concentrazione sul progetto, anche se per ora impallidisce al confronto con il ben più popolare Facebook. Proprio alla fine di ottobre, l'azienda ha annunciato tramite un piccolo evento speciale una serie di nuove funzionalità mirate alla fotografia, al video, ad Hangouts e più in generale al settore mobile. Non è mancata una carrellata introduttiva a base di numeri: attualmente Google+ raggiunge i 540 milioni di utenti mensili attivi, di cui 300 milioni attivi sullo *stream*. Significa che mentre questi

ultimi utilizzano il social network sulle sue pagine in modo attivo, pubblicando link, testi, foto e video, creando eventi e quant'altro, i primi sfruttano alcune funzionalità collegate al sistema, come i bottoni +1 incorporati nelle pagine web o i commenti su YouTube. Se in luce di questo i numeri possono sembrare un po' falsati, bisogna sempre tenere presente che l'obiettivo di Google si discosta da quello di Twitter o di Facebook: mentre la concorrenza cerca di rafforzare un proprio sistema specifico e mirato, Big G utilizza il proprio social network nel contesto di un ecosistema più grande, nell'ottica di una grande piattaforma polifunzionale basata sull'interscambio di dati. Le integrazioni di nuove funzioni non rappresentano solamente una miglioria del social network, ma ampliano l'intero panorama nel quale le azioni svolte hanno un'eco sull'intera Google.

Per quanto riguarda il settore fotografico, il primo cambiamento apprezzabile è l'**Auto Enhance opzionale**; questa funzione applica una miglioria automatica

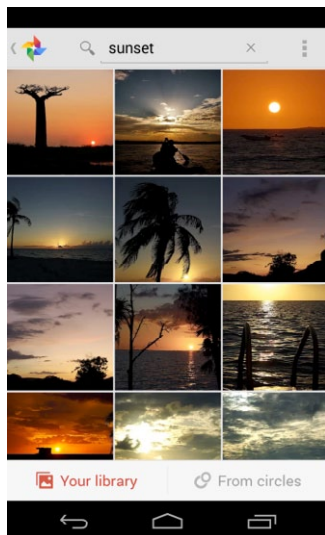
alle foto caricate, ma gli utenti non sono sempre favorevoli alla modifica dei propri scatti. Chi volesse caricare le proprie foto così come sono state scattate, potrà disabilitare l'opzione, mirata a una particolare cartella. La funzione è inoltre stata migliorata, introducendone due gradi differenti: **Normal** e **High**.

Guardiamo ora le caratteristiche disponibili su piattaforma **Android**, racchiuse sotto la definizione di **Auto Awesome**. La funzione **Action** rende semplicissima la realizzazione di fotografie stroboscopiche, ovvero quella particolare tipologia di scatti in grado di immortalare l'idea del movimento.

Eraser è invece in grado di rimuovere elementi di disturbo da un'immagine: un'operazione solitamente difficile e resa così alla portata di chiunque. È stata aggiunto un motore di ricerca in grado di trovare fotografie contenenti un particolare soggetto o tema. Google è in grado di analizzare gli scatti e riconoscerne i soggetti anche se non aggiungiamo tag. Che stiate cercando le foto di spiaggia, tramonti o monumenti, Google è in grado di trovarle. Secondo i dati diffusi dall'azienda, il motore di ricerca è oggi in grado di riconoscere 1000 nuovi termini senza avvalersi dei tag.

L'applicazione **Snapseed** è stata aggiornata e presenta il nuovo filtro **HDR Scape**, simile alla classica funzione HDR presente sugli smartphone ma con caratteristiche differenti: ottiene un risultato simile a quello tradizionale senza doversi avvalere di più scatti fotografici.

Chi utilizza **iOS** può ora effettuare un **backup** automatico di tutti gli scatti originali, con sincronizzazione in background.



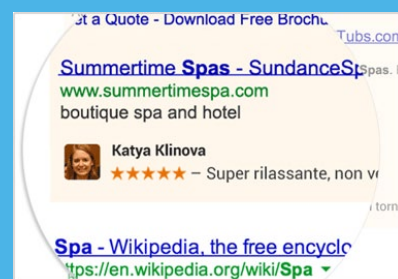
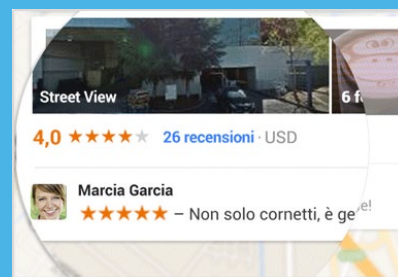
Come si può notare, le energie spese su campo fotografico continuano a essere notevoli. D'altra parte ogni settimana vengono caricati su Google+ circa un miliardo e mezzo di immagini.

Passando alle **funzionalità video**, troviamo qualche possibilità interessante per chi utilizza Android 4.3: **Movie** ci aiuta nel montaggio di un buon video seguendo semplici passi che permettono di integrare filtri, fotografie e colonna sonora. Chi sfrutta spesso **Hangouts** potrà ora godere di una serie di migliorie e opzioni. È stato aggiunto il supporto SMS, si può condividere la posizione geografica ed è stata inserita la visualizzazione di GIF animate. Tramite l'app mobile si possono gestire gli incontri in tempo reale (**Hangouts On Air**), dando la possibilità agli organizzatori di moderarne i contenuti al momento. Migliora anche la trasmissione video, così come la gestione della webcam, che rilascia un'immagine più nitida e luminosa.

Un'ulteriore mossa da parte di Google in seguito alla conferenza è stata quella di inserire la possibilità di applicare un **vanity URL** al proprio profilo. Non più una serie di numeri anonimi: se prima l'indirizzo tipico poteva essere simile a <http://plus.google.com/123456789.../>, ora può essere cambiato in un URL nominale, come <http://plus.google.com/+NomeCognome>. Per farne richiesta bisogna possedere alcuni requisiti: avere un account non più giovane di 30 giorni, aver impostato la foto del profilo e avere un seguito di almeno 10 contatti. Per cambiare l'URL bisogna accedere al proprio profilo Google+ e far riferimento alla sezione "Link" contenuta nella voce "About"; verrà richiesta una verifica tramite cellulare.

Google Ads sfrutta i dati di Google+ per la pubblicità

Non tutte le novità del social network di Google vengono accolte dal pubblico con favore, soprattutto quando è la privacy a farne le spese. Nel mese di ottobre sono state pubblicate le variazioni dei termini di servizio di Google in vista di un grosso cambiamento che entrerà in vigore dall'11 novembre. Come è noto, il motore di ricerca e tutte le sue compagini vivono di pubblicità e Google sta cercando di "unire i puntini" facendo confluire le azioni condotte sui suoi prodotti a Google Ads, il Display Network entro quale si muovono i messaggi pubblicitari di AdWords. Pensiamo a Facebook: ormai da tempo siamo abituati a vedere tra gli aggiornamenti la pubblicità di un sito partner al quale uno dei nostri contatti ha associato un "mi piace". Google percorre una strada simile, ma su più larga scala. A differenza di Facebook, gli annunci non sono specifici del flusso del social network ma compaiono laddove siano presenti gli AdWords. Dobbiamo dunque immaginare uno scenario in cui, sotto il messaggio pubblicitario di un determinato marchio o prodotto, comparirà il nostro nome, la nostra foto del profilo e l'azione che abbiamo compiuto in proposito: un "+1", un voto o un commento. Ufficialmente il servizio dovrebbe aiutare gli utenti a reperire informazioni rilevanti: potrebbe essere utile sapere che un nostro contatto in passato si è recato proprio nel ristorante pubblicizzato, dandogli una buona recensione. D'altra parte sempre più spesso online abbiamo la fastidiosa impressione di lavorare gratuitamente in favore di terzi. Per quanto riguarda la privacy, dobbiamo rendere merito a Google in due aspetti: i nostri commenti appariranno solo ai nostri contatti aggiunti nelle Cerchie e l'opzione può essere totalmente disabilitata, negando il consenso all'utilizzo dei nostri dati all'interno delle pubblicità. Per disabilitare l'opzione bisogna recarsi all'indirizzo <https://plus.google.com/settings/endorsements?hl=it>, togliere la spunta alla voce "A seconda della mia attività, Google può mostrare il nome e la foto del mio profilo nei consigli condivisi che vengono visualizzate negli annunci" e premere "Salva".



YAHOO! FA IL CARICO DI NOVITÀ

L'epoca Mayer di Yahoo! verrà probabilmente ricordata per le acquisizioni e i rilanci in grande stile dei servizi mirati alla comunicazione e alla condivisione. Lo scorso maggio abbiamo visto arrivare una nuova versione di **Flickr**, il sito di fotografia sociale che da troppo tempo risentiva dello stato di disinteresse al quale sembrava essere stato relegato. Un ulteriore potenziamento è stato fatto a metà ottobre, ma quanto pare dobbiamo aspettarci qualche altra novità in proposito: recentemente Yahoo! ha acquisito **LookFlow**, una startup fondata nel 2009 che opera nel campo della ricerca, con particolare concentrazione sul riconoscimento avanzato delle immagini e sulla condivisione. Il team composto da cinque progettisti verrà integrato in Yahoo! proprio per lavorare su Flickr. Un'altra

delle più recenti acquisizioni riguarda invece il campo degli **URL shortener** e della pubblicità: parliamo di **Bread**, una startup attiva dal 2011. Bread permetteva di creare degli URL abbreviati da utilizzare sui social network, portando però prima a una pagina di inserzione pubblicitaria.

La scorsa estate Yahoo! ha portato a casa **RockMelt**, una realtà che aveva cercato di creare un browser sociale e un'app per la lettura di contenuti simile a Flipboard. A settembre l'azienda ha dato un taglio decisivo al passato proponendosi con un

ridisegno del logo storico e all'inizio di ottobre è stata rilasciata una nuova versione di **Yahoo Mail** dal look moderno e con uno spazio di storage gratuito di 1 terabyte.

YAHOO!