



*Il social network cerca di rendere le funzionalità più chiare dal punto di vista della privacy e si mette al lavoro su nuove forme di condivisione.*

smartphone; su queste ultime è stato applicato un miglioramento dell'interfaccia, in modo che le opzioni di condivisione siano ancora più chiare e semplici da selezionare.

Cambia qualcosa anche per chi utilizza il login di Facebook per accedere ad applicazioni di terze parti, come per esempio i giochi. Il nuovo App Control Panel permette di visualizzare in modo chiaro e semplice quali applicazioni condividono informazioni con il social network. Ad aprile Facebook aveva annunciato un totale ridisegno del login, che comprendeva anche una nuova funzione chiamata Anonymous Login, che permette di utilizzare il login di Facebook nelle applicazioni che lo richiedono, senza però condividere informazioni personali. Questa opzione, il cui storico è incluso nell'App Control Panel, risulta particolarmente utile nel caso in cui si voglia soltanto provare una determinata applicazione per poi collegarla all'account Facebook solo in un secondo momento,

## La condivisione su Facebook cambia strada

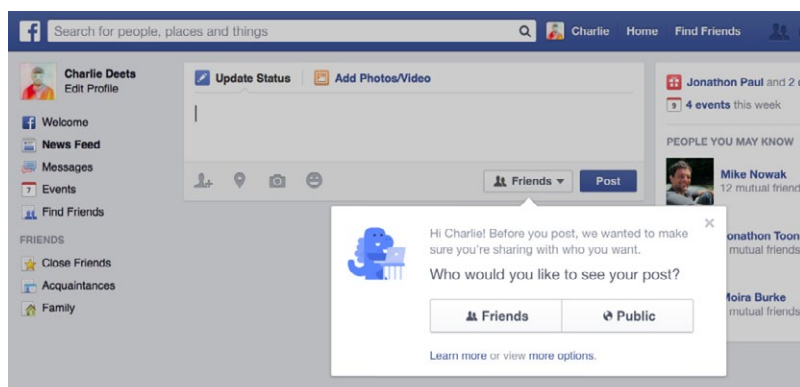
Facebook negli ultimi mesi sta lavorando di fino: se un tempo la priorità del social network blu è stata la raccolta di un maggior numero di utenti possibili, oggi sembra voler puntare sul miglioramento del proprio status. Il suo punto debole è sempre stato la gestione della privacy e proprio su questo tema si sono sviluppati gli ultimi radicali cambiamenti.

Oggi i nuovi iscritti di Facebook avranno una consapevolezza maggiore dell'uso dello strumento rispetto ai predecessori; Menlo Park ha infatti deciso di rendere i primi status non più pubblici, ma visibili soltanto agli amici.

Fino alla prima metà di maggio, chi si iscriveva a Facebook spesso non aveva una consapevolezza precisa di cosa fosse visibile dall'esterno della cerchia dei propri contatti; lo stesso social network sembra avere un po' approfittato della mancanza di esperienza dei nuovi utenti, che spesso possono comprendere ragazzi giovani, anziani alle prime armi con le nuove tecnologie, persone che non hanno mai utilizzato prima strumenti di condivisione online. Gli utenti di questo genere non erano consapevoli di dover lavorare sulle impostazioni della privacy per decidere quali informazioni condividere con tutti, motori di ricerca compresi, e quali con i soli amici. Dal 22 maggio i

nuovi iscritti non solo saranno tutelati nei loro primi passi, ma potranno godere di una serie di informazioni a comparsa che chiariranno le opzioni di condivisione. La privacy non è però un tema caro solo ai meno esperti, per questo motivo Facebook ha introdotto uno strumento chiamato Privacy Checkup, che si preoccuperà di far apparire un promemoria a chiunque stia pubblicando post pubblici, allo scopo verificarne le intenzioni.

In generale, la sicurezza di destinazione degli status è uno dei temi caldi a Menlo Park, tanto che alcune modifiche sono apprezzabili anche nelle app per



La funzione Privacy Checkup ha lo scopo di ricordare all'utente la portata dei propri post pubblici. Sono davvero da condividere con tutti?

dopo averla reputata magari abbastanza divertente o sufficientemente utile.

**Il quadro si completa** tenendo presente una delle ultime modifiche applicate a Instagram, che non pubblica più su Facebook le attività non chiaramente esplicitate, come per esempio i “mi piace”. È necessario ricordare che gli aggiornamenti automatici potevano essere disabilitati, ma probabilmente gli utenti non ne erano spesso consapevoli.

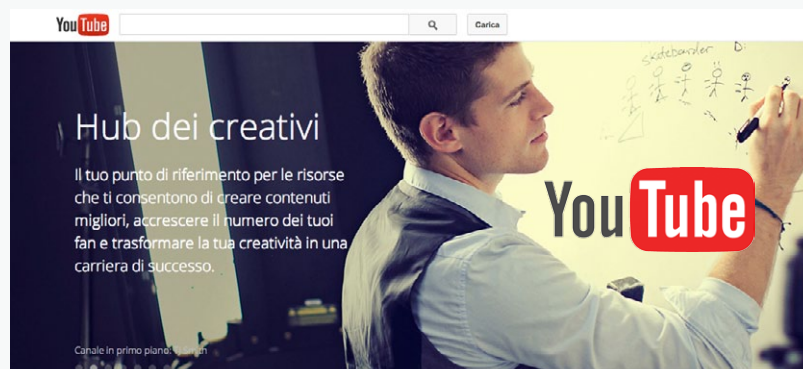
Ad ogni modo, l'intenzione di Facebook sembra essere quella di “ripulire” la timeline dai fiumi di aggiornamenti impliciti e lo testimonia la richiesta ufficiale fatta agli sviluppatori di favorire la condivisione esplicita e consapevole di determinate attività.

Facebook raccoglie comunque gli aggiornamenti automatici, ma oggi li organizza in modo più discreto: in parte dandogli meno peso sul news feed, in parte spostandoli in comparti specifici come nel caso dei brani ascoltati su Spotify, che ora confluiscono nella sezione Musica. Il vantaggio significativo dell'aggiornamento esplicito è rappresentato dalla scelta consapevole, che viene premiata molto più spesso rispetto alla raffica di aggiornamenti automatici.

Per il momento sono disponibili solo per gli utenti statunitensi, ma prossimamente potrebbero arrivare anche in Europa altre due piccole novità. La prima riguarda la condivisione di ciò che stiamo guardando o ascoltando tramite una funzione di riconoscimento audio simile a quella di Shazam; la seconda è un pulsante chiamato Ask, al momento mirato a richiedere in privato la situazione sentimentale di un contatto. Ask potrebbe far parte di un progetto più grande, mirato a una condivisione di informazioni che per qualunque motivo non si vogliono esplicitare sul profilo.



## GOOGLE HA ANNUNCIATO LE NOVITÀ PER GLI YOUTUBER



**D**ue volte all'anno Google svolge un'indagine globale per determinare il grado di soddisfazione degli utenti in diversi ambiti del proprio ecosistema.

Dal sondaggio più recente è emersa una richiesta: chi usa YouTube vorrebbe essere tenuto al corrente dei cambiamenti più imminenti, in modo da poter offrire il proprio parere sulle nuove iniziative o sull'aggiunta di funzionalità.

Google ha accettato la richiesta e ha lanciato il primo video targato “Creator Preview”, con l'obiettivo di informare la comunità sui progetti in corso d'opera e raccogliere consigli utili per migliorare l'offerta di YouTube o per correggere il tiro qualora stesse andando nella direzione sbagliata. Il team assicura che non si tratta di un evento straordinario: i video sulle anteprime verranno realizzati costantemente nel tempo, senza però una cadenza prestabilita. Tra le novità su cui YouTube sta lavorando c'è una particolare attenzione per il mobile: molto spesso infatti anche gli utenti più esperti lamentano un'esperienza difficile o incompleta tramite lo smartphone. Per il futuro dobbiamo aspettarci l'arrivo di un'app specifica di YouTube per la creazione di contenuti, distinta da quella ufficiale. Il team sta cercando di raccogliere feedback per capire quali siano i fattori più importanti per gli youtuber in mobilità. Un altro progetto in cantiere riguarda la monetizzazione. YouTube per alcuni può essere un vero e proprio business o uno strumento utile per la promozione della propria attività. Chi vanta un ampio seguito in un determinato settore spesso utilizza strumenti esterni di crowdfunding per raccogliere fondi oppure ricorre a un sistema di micro-pagamento. YouTube pensa di integrare nella piattaforma uno strumento pensato per ricevere finanziamenti dai propri fan in modo diretto e semplice.

Il team approfitta per ricordarci di Creator Academy ([youtube.com/yt/creators/it/index.html](https://youtube.com/yt/creators/it/index.html)), un progetto lanciato lo scorso anno e che vedrà un ampliamento nei prossimi mesi. Si tratta di una sorta di hub per i creativi che stanno cercando delle soluzioni formative nell'ambito dell'uso di YouTube. Arrivano anche delle scuse: Google ha ammesso di aver creato un discreto scontento con i cambiamenti applicati alla gestione dei commenti, in gran parte dovuta all'interscambio di dati tra YouTube e la piattaforma Google+. Dopo aver cercato di correre ai ripari inserendo un gestore dei commenti all'interno dell'account di Youtube, il team è pronto a ricevere nuovi feedback dalla comunità.

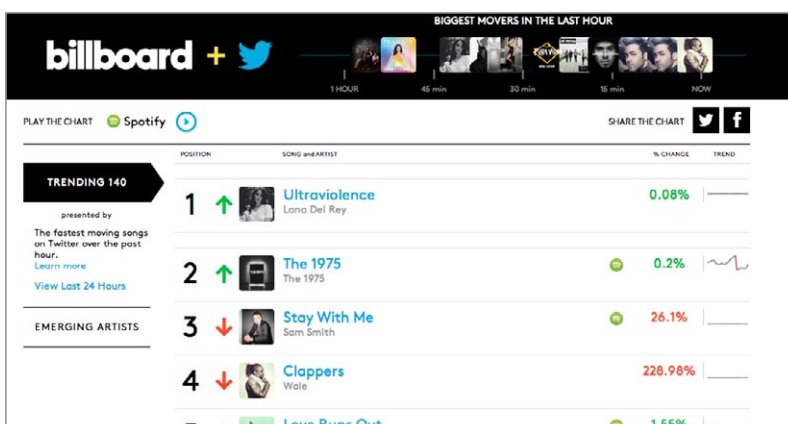
**Un'interessante novità** arriva sul fronte dei sottotitoli. L'80% del pubblico di YouTube non risiede negli Stati Uniti, per ampliare il proprio pubblico si potrà ricorrere a una soluzione collaborativa per la creazione di sottotitoli in più di 60 lingue. Saranno i fan a poter tradurre per gli altri un video, replicando un poco le dinamiche che vediamo già in atto all'interno delle community “fansub”. Meno chiaro è invece il progetto dedicato alla monetizzazione delle mashup e delle cover musicali create dagli utenti, che viene citato ma sul quale sembrano non esserci ancora una linea ben chiara; viene però citato l'ampliamento della raccolta audio royalty-free, che arricchirà le possibilità degli utenti di offrire contenuti più ricchi.



## Twitter e Billboard insieme per le classifiche

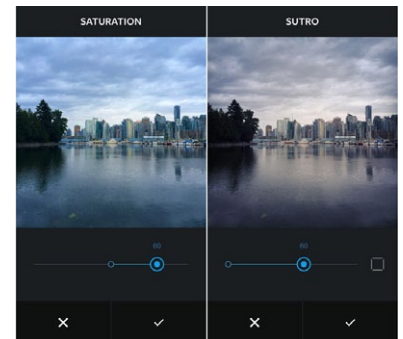
**L**o scorso aprile il progetto Twitter #Music è stato parzialmente chiuso. Si trattava di un servizio in grado di determinare la popolarità musicale sulla base dei cinguettii tematici pubblicati su Twitter, elaborati in forma di trend e racchiusi in un'app specifica, che nasceva dall'acquisizione di un prodotto simile chiamato We Are Hunted. A un anno dal lancio, il progetto non ha raggiunto i risultati sperati e l'app specifica è stata dismessa. L'esperienza maturata non è però stata buttata al vento e alla fine di maggio è nata una nuova realtà da una partnership tra Twitter e Billboard, il popolare magazine statunitense specializzato in classifiche. All'indirizzo [realtime.billboard.com](http://realtime.billboard.com) si può accedere a Billboard Twitter Real-Time Charts, che presenta sotto forma di grafici uno spaccato delle conversazioni musicali più calde,

mixando i dati delle classifiche di Billboard ai messaggi di Twitter. Le classifiche attualmente disponibili sono la Trending 140, in continuo aggiornamento, che si concentra sui dati delle ultime 24 ore e può essere filtrata anche in base all'ultima ora; la Emerging Artists, che raccoglie i dati di popolarità di artisti che non compaiono nella Billboard Hot 100; altre due classifiche sono invece relative all'ultima settimana e riguardano gli artisti emergenti e i brani più ascoltati secondo i dati raccolti da Twitter. Tutte le classifiche fanno riferimento all'utenza statunitense. I dati raccolti da Twitter rappresentano i link generati dagli ascolti in streaming come quelli di Spotify, l'uso degli hashtag del "vecchio" Twitter Music #nowplaying e #np, un filtraggio di certi termini legati all'ascolto o alla musica in generale.



Billboard è la fonte di riferimento per le classifiche musicali e, in accordo con Twitter, mette in evidenza la popolarità di brani e artisti sul social network.

## UN IMPORTANTE AGGIORNAMENTO PER INSTAGRAM



**D**urante la prima settimana di giugno, Instagram ha rilasciato sugli store di Google e di Apple l'aggiornamento dell'app alla versione 6.0. Le novità introdotte rendono l'applicazione ancora più appetibile, pur non snaturandone le caratteristiche. Gli strumenti introdotti sono orientati al miglioramento dello scatto fotografico, mentre rimangono invariate tutte le opzioni sociali. Una volta scattata o selezionata la fotografia da elaborare, il menu superiore mostra tre strumenti. Il primo è relativo ai filtri, che sono sempre gli stessi anche se cambia il modo in cui possiamo interagirci: cliccando due volte su uno di essi possiamo determinarne l'intensità e aggiungere la cornice. Il secondo strumento riguarda invece una veloce regolazione della luminosità, mentre il terzo agisce più in profondità sull'immagine rendendo possibili operazioni come il controllo delle alte luci, di contrasto, luminosità, calore, saturazione, ombre, così come la gestione della vignettatura, della nitidezza e dell'effetto miniatura. È naturalmente presente anche lo strumento per raddrizzare o ritagliare l'immagine. In generale l'aspetto dell'app è stato rivisto anche in funzione dei nuovi strumenti che presentano le regolazioni in un'unica schermata senza appesantire l'interfaccia di troppi elementi. Instagram 6.0 diventa così uno strumento completo, forse non all'altezza di un'app specifica per il fotoritocco, ma renderà inutile qualche passaggio nel caso prima si fosse fatto riferimento ad altre app per sistemare l'immagine da postare sul network.