

# Internet

Di Barbara Ripepi

## Cosa è successo a TwitPic?

*Il servizio nato per Twitter muore a causa del marchio.*

Noah Everett, il fondatore di TwitPic, ha annunciato il 4 settembre la chiusura del servizio, fissata per il 25 dello stesso mese.

La storia di TwitPic è iniziata nel 2008 con lo scopo di rendere possibile la pubblicazione di immagini sul sito di microblogging Twitter.

Il suo funzionamento era molto semplice e simile ad altri servizi come yfrog: basandosi sulle API di Twitter, bastava utilizzare l'username e la password del network per effettuare l'upload di un'immagine, che sarebbe poi comparsa sullo stream personale degli aggiornamenti di Twitter insieme a un URL breve che rimandava alla fotografia originale su TwitPic. L'upload poteva essere effettuato tramite il browser o attraverso alcuni client per desktop e cellulari come Echofon, TweetDeck o Tweetie. Il servizio, pur avendo qualche concorrente, è stato stimato come leader del settore nel 2011: secondo i rilevamenti di Sysomos, il 45,7% delle

immagini condivise su Twitter provenivano da TwitPic.

Il 2011 ha rappresentato però per Twitter il principio di una serie di strategie atte a portare in casa maggior traffico diretto, funzionalità integrate e profitto; già l'anno precedente aveva acquisito il client Tweetie per trasformarlo nella propria app ufficiale e in occasione della Chirp Conference aveva accennato alla possibilità di integrare nuovi media all'interno degli update.

All'inizio di giugno del 2011 Twitter annunciò le nuove funzioni atte proprio alla pubblicazione di immagini grazie a una partnership con Photobucket, rendendo così superfluo l'uso di servizi esterni.

Everett, secondo un'intervista riportata da Techcrunch all'epoca dei fatti, non la prese molto bene: Twitter aveva contattato yfrog e Plixi per una possibile partnership, ignorando TwitPic.

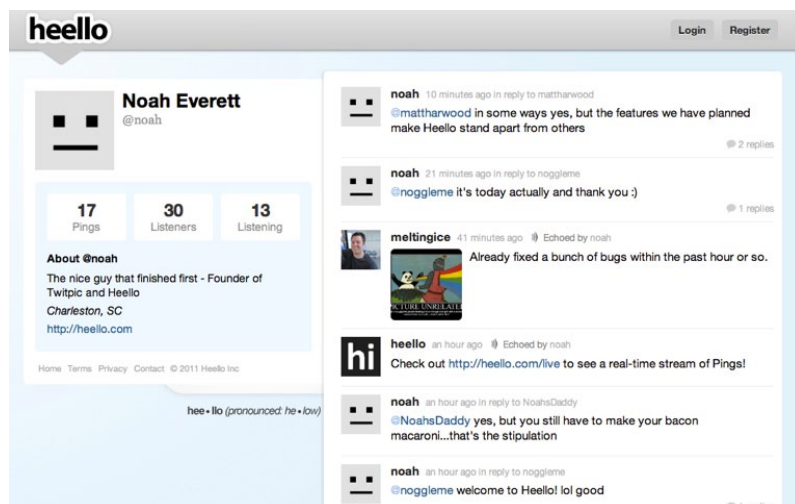
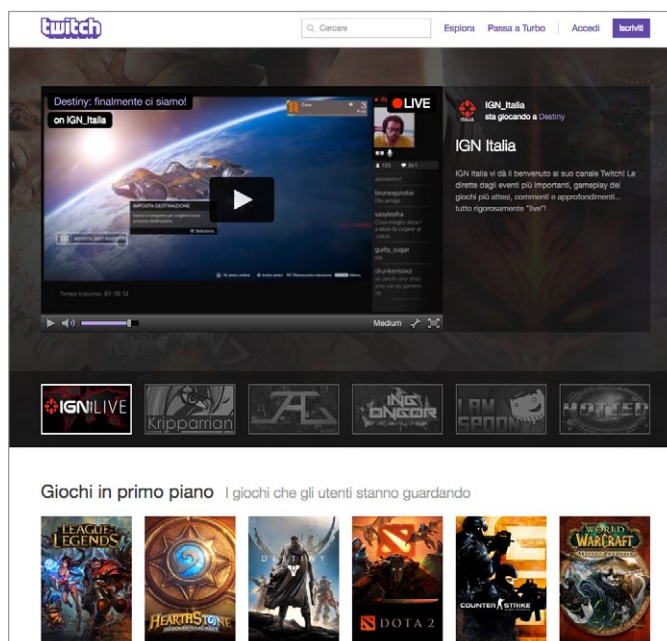
In probabile risposta a una strategia di

Twitter che sembrava tenere poco conto dei prodotti di terze parti, Noah Everett lanciò nel successivo agosto Heello.com, un clone di Twitter in versione più leggera e minimale, registrando una discreta attenzione sul momento, ma priva di un seguito capace di rendere il servizio all'altezza di competere con il più grande rivale. Heello è stato definitivamente chiuso lo scorso 15 agosto. La fine definitiva di TwitPic è stata resa nota tramite un post sul blog ufficiale, nella quale vengono spiegati i retroscena di una scelta sicuramente difficile per un team attivo da sei anni.

I legali di Twitter hanno richiesto lo scorso agosto il ritiro della domanda di registrazione del marchio "TwitPic", per non incorrere all'inibizione dell'accesso del servizio alle API.

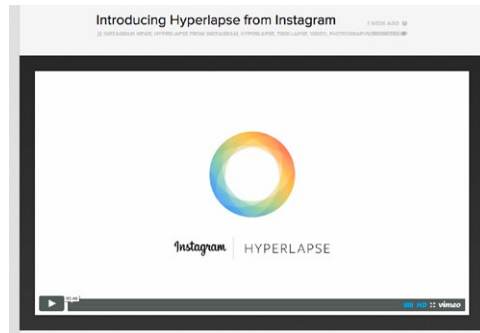
TwitPic ha raccontato di aver tentato di registrare il marchio già nel 2009, ma a causa di problemi riconducibili ad altre richieste simili, il processo si è dilungato nel tempo e la richiesta da parte di Twitter è arrivata proprio a un passo dal compimento della registrazione. Non potendo affrontare una causa contro un'azienda divenuta ormai così grande, TwitPic preferisce chiudere i battenti.

D'altro canto Twitter difende la propria posizione dichiarandosi dispiaciuta per la chiusura del servizio, che avrebbe senz'altro potuto proseguire il suo percorso utilizzando il nome originale ma rinunciando alla registrazione del marchio. Twitter deve difendere i propri marchi, che appartengono a un brand quotato in borsa, ma si affretta a dichiarare il proprio sostegno verso tutte quelle realtà che operano nel campo delle proprie API.



# Hyperlapse, il time-lapse secondo Instagram

*Condensare un tramonto in una manciata di secondi non è mai stato così facile.*



**A**lla fine di agosto, il popolare social network fotografico Instagram ha pubblicato sull'App Store di Apple una nuova applicazione dedicata alla realizzazione di video in time-lapse. Si chiama Hyperlapse, è totalmente indipendente dall'app ufficiale di Instagram ma permette la pubblicazione dei video sul network e su Facebook.

Per ora è disponibile soltanto su iPhone e iPad aggiornati a iOS 7, ma non è esclusa una futura estensione ai sistemi Android. Il time-lapse è una tecnica di ripresa nella quale la frequenza dei fotogrammi registrati è inferiore a quella della riproduzione, creando così un effetto velocizzato; in questo modo è possibile

condensare in pochi secondi lo sbocciare di un fiore o ammirare i giochi di luce dell'aurora boreale.

Hyperlapse ha un ulteriore bonus: solitamente questo tipo di ripresa viene fatta da camere fisse, mentre l'app è in grado di registrare il movimento mentre la camera stessa si muove.

L'app è tanto semplice nell'interfaccia e nell'uso quanto sofisticata dal punto di vista prettamente tecnico.

**Non sono presenti filtri**, post-produzioni o quant'altro: basta premere un tasto e riprendere ciò che ci interessa, determinare la velocità di riproduzione (da 1x a 12x) e pubblicare il video, che

verrà anche salvato sul rullino fotografico per un eventuale upload su altri siti o più semplicemente per l'archiviazione sul Pc. L'app è stata accolta con un tale entusiasmo e curiosità da spingere Instagram a condividerne gli aspetti tecnici, capaci di far apprezzare ancora di più una soluzione all'apparenza così minimale.

**Uno dei punti di forza di Hyperlapse** risiede nella stabilizzazione, che sfrutta il giroscopio dei dispositivi di Apple e un algoritmo chiamato Cinema. L'app, in fase di ripresa, riesce a percepire le tipiche oscillazioni della ripresa manuale e ad applicarvi il filtro Filterkit basato su OpenGL e già usato da Instagram, ritagliando un'area centrale della ripresa stabilizzata. La clip viene automaticamente ritagliata e zoomata. Lo zoom utilizzato è di tipo adattativo e si determina in modo variabile a seconda di ciò che stiamo riprendendo.

In fase di ripresa, per ottenere il miglior effetto possibile, è consigliabile considerare sempre un'area di contorno come sacrificabile, per poi cercare di non effettuare movimenti troppo bruschi nei cambi di inquadratura. Infine è utile sapere che Hyperlapse permette di registrare fino a ben 45 minuti. •

## JUSTIN.TV HA CHIUSO E TWITCH È ORA DI AMAZON

**L**o scorso 5 agosto il sito Justin.tv ha chiuso i battenti dopo sette anni di attività. Nato nel 2007 in California, si proponeva inizialmente come un servizio dedicato al lifecasting.

Partito con un solo canale gestito dal cofondatore Justin Kan, che trasmetteva uno streaming non-stop delle proprie attività tramite una videocamera alloggiata sul proprio cappello da baseball, si è espanso negli anni fino a proporre oltre 60 canali tematici. Nel 2011 Justin.tv ha deciso di spostare tutti i contenuti dedicati al gaming su un nuovo progetto chiamato Twitch.tv. Twitch è un progetto decisamente vincente: una community dedicata ai videogiochi che ha saputo capitalizzare in soli tre anni la voglia degli utenti di trasmettere i propri gameplay, creare gruppi, condividere le proprie passioni e partecipare a grandi eventi live. Una delle chiavi del proprio successo si riconduce allo stretto legame con le console di gioco, in grado di scambiare dati con la piattaforma

**Che Twitch stesse diventando il cuore pulsante di Justin.tv era chiaro da tempo** e nello scorso febbraio la società cambiò il proprio nome in Twitch Interactive. Da qualche mese la stampa specializzata vociferava di una possibile acquisizione da parte di qualche nome

importante della Rete: il più chiacchierato è stato quello di Google, ma alla fine di agosto è divenuta nota l'acquisizione da parte di Amazon per una cifra di 970 milioni di dollari. Secondo Jeff Bezos "trasmettere e guardare i gameplay è un fenomeno su base globale e Twitch ha costruito una piattaforma in grado di riunire decine di milioni di persone che guardano miliardi di minuti di gioco al mese (...). Sorprendentemente, Twitch esiste da soli tre anni. Così come Twitch, anche noi siamo concentrati sul cliente e ci piace pensare in modo diverso dagli altri, non vediamo l'ora di imparare da Twitch e di aiutarla a costruire velocemente nuovi servizi per la comunità dei gamer". L'amministratore delegato di Twitch, Emmett Shear, ha dichiarato: "Essere parte di Amazon ci permetterà di fare ancora di più per la community. Saremo in grado di creare strumenti e servizi più velocemente. Questo cambiamento porterà grandi cose alla nostra community". Twitch manterrà una propria indipendenza: il sito non verrà snaturato e proseguirà la sua strada, perseguendo gli obiettivi legati alla propria specificità. Nel mese di luglio, Twitch ha totalizzato oltre 55 milioni di visitatori unici che hanno guardato più di 15 miliardi di minuti di video, prodotti da oltre 1 milione di utenti suddivisi tra giocatori, pro-gamer, sviluppatori e organizzazioni.