

Internet

Di Barbara Ripepi



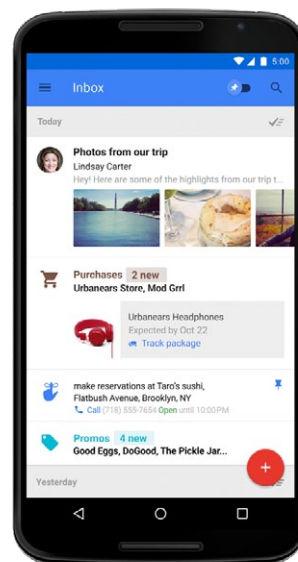
Con Inbox, Gmail diventa un assistente personale

Una nuova modalità dell'email per nascondere il brusio e dare risalto alle attività quotidiane.

Google ha annunciato l'esordio di un nuovo servizio parallelo a Gmail. Inbox non è una nuova casella email ma non è nemmeno un vero e proprio ridisegno della posta elettronica di Google: si potrebbe definire una versione agli steroidi di Gmail, accessibile da Chrome tramite un login indipendente o mediante l'app dedicata per Android e iOS. L'unico modo per usufruirne (al momento) è ottenere l'invito da parte di un contatto che già utilizza Inbox o scrivere all'indirizzo inbox@google.com. Sospettiamo che la scelta di tale formula non sia tanto riconducibile alla necessità di limitare il traffico, quanto una mossa per alimentare la curiosità. Gmail offre al momento una visualizzazione classica delle email in forma di elenco cronologico, organizzata in schede tematiche dal luglio del 2013: troviamo la scheda

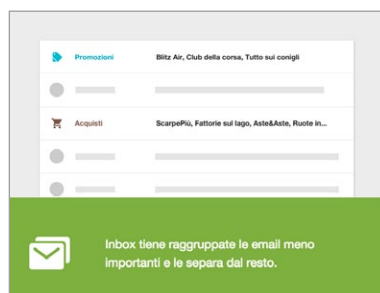
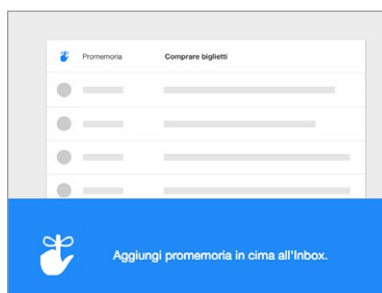
primaria e altre schede a scelta che possono includere regole personalizzate o filtri basati sulla natura del messaggio: gli aggiornamenti dai social network, le promozioni degli e-shop, i messaggi dai forum o le newsletter.

Inbox ridisegna i dati di Gmail mixandoli con funzionalità simili a un gestore di task. In sostanza, si propone non solo come casella di posta, ma come un assistente virtuale capace di filtrare i dati per priorità e tema, con comportamenti simili a quelli già offerti da Google Now nell'ambito del motore di ricerca. Vale la pena però sottolineare che Inbox, al momento, risulta particolarmente orientata all'uso privato, poiché non è ancora possibile sfruttarla nell'ambito delle Google Apps per le aziende, e che la sua massima potenzialità viene espressa nell'incarnazione mobile più



che nella versione per browser. Nella ricezione dell'invito, all'utente è suggerito di installare l'applicazione per smartphone, tramite la quale Inbox verrà attivata a tutti gli effetti. Da quel momento diventerà accessibile anche su desktop, all'indirizzo www.google.com/inbox, ma solo tramite Chrome.

L'interfaccia potrebbe sulle prime spiazzare l'utente abituato allo stile più classico delle webmail e dei client. La versione web e l'app sono molto simili, presentano un menu superiore blu contenente le funzioni principali, la barra laterale compare solo se richiamata, in basso a destra un cerchio rosso contraddistinto da un "+" rappresenta la creazione di un messaggio di posta o di un promemoria. I pochi elementi di navigazione fanno risaltare il cuore del servizio, rappresentato dai messaggi che vengono raggruppati in argomenti. La gestione dei "gruppi" di email si differenzia da quella già utilizzata da Gmail. Il filtraggio non si basa più sul mittente, ma sul tipo di azione: le offerte lampo di Kindle Store verranno raggruppate sotto "Promozioni", mentre gli oggetti acquistati su Amazon si troveranno in "Acquisti" insieme agli ordini di eBay, ma non con biglietti aerei appena prenotati, poiché questi saranno reperibili alla voce "Viaggi". Nulla vieta però di creare dei gruppi personalizzati, capaci magari di raggruppare le email riguardanti la squadra di calcio o il gruppo di lettura ai quali partecipiamo.



Un sistema simile offre la possibilità di tenere sott'occhio gli elementi più importanti senza dover effettuare troppe ricerche e di avere accesso ad azioni utili come accedere subito al numero di tracking per seguire una spedizione o effettuare il check in di un volo prenotato.

I messaggi di Inbox vengono gestiti non solo per categoria, ma anche per priorità: possiamo scegliere di posticipare un'email contenente delle informazioni che ci saranno utili solo domani o nel pomeriggio. In questo modo, l'email ricomparirà nel momento più opportuno, ricordandoci di inviare alcuni documenti a un collega o della cena prenotata per la sera stessa.

Per completare l'ottica di un'email che somiglia sempre più a un'agenda interconnessa, il team di Google vi ha integrato i promemoria, già presenti nell'app di Google. Si tratta di note che possono essere aggiunte in una sezione dedicata ma integrata con gli elementi in evidenza, pensate come un task manager. Possiamo così ricordarci di effettuare delle attività che non sono comprese tra i messaggi di posta, applicandovi date e orari precisi.

Le email e i promemoria possono poi essere segnati come "completati", in modo da non visualizzarli più tra le

attività importanti da svolgere; Inbox tende a sostenere l'archiviazione più che la cancellazione, infatti gli elementi completati non compariranno nel cestino e all'occorrenza potranno sempre essere recuperati.

Per dare rilievo ai messaggi più importanti basta utilizzare il pulsante "ap-punta nell'Inbox", simile alle stelline di Gmail: le email così contrassegnate verranno poste in rilievo insieme ai promemoria. Inbox, oltre a raggruppare e a mostrare gli elementi più importanti, offre un'anteprima immediata delle immagini e degli altri allegati contenuti all'interno dei messaggi email, offrendo così una panoramica approfondita di ciò che potrebbe maggiormente interessarci. L'obiettivo di Inbox non è, almeno per ora, sostituire l'email tradizionale, ma offrire un assistente personale basato sulle attività svolte all'interno della posta elettronica; come già detto, il sistema sembra concepito principalmente per i dispositivi mobile e risulta particolarmente utile per focalizzarsi sulle informazioni più importanti.

Gmail non può ancora andare in pensione: per una gestione più completa della posta elettronica occorre ancora affidarsi al client o alla webmail, sistemi che permettono di avere un quadro più preciso sugli elementi e di scrivere più agevolmente messaggi complessi. •

L'ULTIMO CAPITOLO DI TWITPIC



Sul numero 283 di PC Professionale abbiamo parlato dell'epopea di TwitPic, il servizio nato nel 2008 per pubblicare immagini su Twitter quando quest'ultimo ancora non integrava un proprio sistema di upload. TwitPic, dopo aver sperato invano in una acquisizione, sembrava aver ricevuto il colpo di grazia proprio per mano di Twitter. Il network di microblogging, durante lo scorso agosto, aveva richiesto a TwitPic di ritirare la richiesta di registrazione del marchio per non incorrere all'inibizione dell'uso delle proprie API.

Noah Everett, il fondatore di TwitPic, ha annunciato il 4 settembre la chiusura del servizio, prevista per la fine dello stesso mese, a causa dell'impossibilità di affrontare una disputa legale con Twitter. Twitter ha difeso la propria posizione dicendo che TwitPic avrebbe potuto continuare a esistere senza registrare un marchio che violava il proprio. Pensavamo di aver assistito alla fine del servizio, ma un paio di sviluppi successivi ci hanno fatto ricredere: prima un'annunciata partnership che non ha poi avuto un'effettiva attuazione, infine l'acquisizione definitiva proprio da parte di Twitter. I vecchi contenuti di TwitPic verranno mantenuti in vita da Twitter, ma l'applicazione non avrà nessun seguito e il team non verrà assorbito. Il servizio, di fatto, è morto. Si tratta dunque di un lieto fine solo parziale, ma stavolta pare che la storia sia veramente giunta alla conclusione.

SPOTIFY PREMIUM PENSA ALLA FAMIGLIA



Il servizio di streaming musicale Spotify ha deciso di arricchire la propria offerta a pagamento con l'introduzione di una nuova opzione. Se prima potevamo scegliere di aderire alla sola sottoscrizione Premium, che prevede un utilizzo illimitato del servizio per 9,99 euro al mese, oggi possiamo effettuare un upgrade a Spotify Family. L'offerta si presenta come uno sconto del 50% sulla versione Premium per tutta la famiglia. In sostanza si tratta di poter aprire più account a un prezzo vantaggioso. Chi si abbona includendo da uno a quattro membri della famiglia pagherà la metà della quota di iscrizione di ogni account aggiuntivo; i prezzi vanno dunque dai 14,99 Euro ai 29,99 Euro. L'idea può risultare interessante in quanto all'interno della famiglia può essere molto scomodo utilizzare un solo account tra più persone, visto che il servizio è basato sui gusti personali del fruitore e sul suo network di amicizie; d'altra parte pagare una quota piena per ogni persona può apparire oneroso e un'operazione simile potrebbe disincentivare l'uso collettivo di un singolo account.