



*L'app per le news sbarca sull'App Store con oltre 70 fonti autorevoli.*

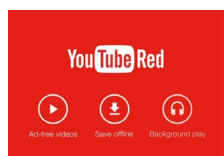
## Cos'è Notify by Facebook

**I**l social network di Menlo Park all'inizio di novembre ha distribuito una nuova applicazione per iOS destinata a chi desidera tenersi sempre aggiornato sulle notizie più recenti. Si chiama **Notify** (<http://notify.co/>) e al momento è disponibile solo per il mercato USA: chi volesse provarla prima del suo arrivo ufficiale in Europa, dovrà sfruttare una Apple ID statunitense. Notify non ha un'evidente e stretta correlazione con

Facebook: le due app condividono l'account e la prima può prevedere gli interessi dell'utente sulla base dei "mi piace" selezionati sul social network, ma non si notano altri punti in comune, poiché le dinamiche d'uso differiscono in modo sostanziale. Notify non è il News Feed di Facebook rimodellato in modo tale da estrapolare soltanto le fonti giornalistiche, ma qualcosa di più simile a un reader indipendente. Al lancio

dell'app, ci viene chiesto di effettuare il *log in* con Facebook e in seguito due schermate ci invitano ad attivare le notifiche e il servizio di localizzazione. Successivamente, Notify ci mostra una lista di "Stations", ovvero contenitori all'interno dei quali vengono diramati i contenuti sulla base di differenti temi: ne dovremo selezionare almeno tre per poter iniziare a utilizzare l'app. Il flusso di notizie si presenta sotto forma di titoli e riassunti.

Selezionando una notizia, questa viene aperta nel browser integrato dell'app. Sono inoltre presenti le opzioni di condivisione, uniformate al sistema utilizzato da tutte le app, dunque non mirato esclusivamente alla pubblicazione su Facebook. Non sono presenti interazioni quali i "mi piace" o i commenti. Le singole notizie posso anche essere salvate per una consultazione successiva. Nel menu, l'icona "+" rappresenta l'aggiunta di altri flussi di notizie. Selezionando una *Station*, questa potrebbe presentare svariate sottocategorie alle quali iscriversi. Per



## YouTube Red e Music: ecco il servizio premium definitivo

**N**el novembre del 2014 YouTube lanciava il suo primo programma premium, chiamato YouTube Music Key. Rimasto sempre in fase Beta, il piano su abbonamento rappresentava in realtà un'estensione dei servizi musicali di Google Play Music Unlimited, offrendo la possibilità di fruire i video musicali senza pubblicità, di ascoltare i brani in background dalle app mobile e di accedere ai contenuti anche offline. Alla fine di ottobre, Google ha lanciato negli Stati Uniti YouTube Red, che di fatto va a soppiantare Music Key per diventarne l'incarnazione stabile. YouTube Red, per 9,99 dollari mensili, permette agli iscritti di accedere a qualunque tipo di video - non solo quelli musicali come nel caso di Music Key - senza spot pubblicitari, salvarli per la visione offline e fruirli su qualunque dispositivo. La sottoscrizione è comune a quella dei servizi

musicali, dunque gli abbonati potranno godere anche dei vantaggi offerti da Google Play Music Unlimited. YouTube Red promette per il futuro anche l'introduzione di serial e film originali. Per ora, i titoli annunciati sono dieci, consultabili all'indirizzo <http://youtube-global.blogspot.it/2015/10/red-originals.html>. Per completare il pacchetto, è stata rilasciata una nuova app per tablet e smartphone: YouTube Music. L'app è pensata per la fruizione della musica, gestendo i video musicali come un player capace di proporre playlist personalizzate. L'app funziona anche in background, fornendo così l'audio in streaming nello stile di app musicali come Spotify. Con la sottoscrizione di Red, l'app Music elimina la pubblicità e diventa un canale musicale non-stop, nel quale sono presenti oltre ai singoli brani anche i live, i remix, i video con i testi delle canzoni.



esempio, selezionando "CBS Sports - Team News", ci si potrà iscrivere alle sole squadre che ci interessano. Selezionando "Sources" si verrà invece portati a un elenco di contenuti diffusi da una determinata testata. Prendendo come esempio Billboard, avremo un elenco di tutte le *Station* realizzate dalla fonte: in questo modo possiamo decidere di seguire solo le gallerie fotografiche, le news o i podcast. È anche possibile filtrare le *Station* sulla base delle categorie: in questo caso comparirà una schermata contenente delle icone che rappresentano vari temi come l'intrattenimento, lo sport, il food, la politica o lo shopping, che ci

porteranno a tutte le *Station* inerenti all'argomento scelto. Sono oltre 70 le fonti ad aver stretto una partnership con Notify; tra queste troviamo CNN, New York Times, Huffington Post, Wired, Mashable, The Verge, Vevo, Fox News, Vogue. Notify è molto lontana dall'essere un'app rivoluzionaria, tanto da risultare al momento non particolarmente entusiasmante. Dal punto di vista delle fonti, non stupisce la presenza di così tante testate importanti: per gli editori, Notify è un sistema in grado di portare traffico aggiuntivo sui propri siti. Non è ancora

chiaro l'interesse di Facebook: il sistema non offre al momento alcuna inserzione pubblicitaria e non aumenta il traffico sul social network. Gli utenti di Facebook, al contrario, potrebbero trovare quest'app ridondante e trovarsi infastiditi dalle notifiche in arrivo da più piattaforme. È probabile che Facebook stia cercando di conquistare una fetta di mercato "fredda" nei confronti del social network, ovvero tutti quegli utenti scarsamente interessati al News Feed e al suo fisiologico caos, ma attratti dalla facilità con cui vengono notificate le notizie più interessanti.

## FACEBOOK PHOTO MAGIC RICONOSCE GLI AMICI NELLE FOTO

Facebook sta testando sul territorio australiano una nuova tecnologia integrata nell'app Messenger. Si tratta di Photo Magic ed è in grado di riconoscere i volti degli amici presenti nei nostri scatti fotografici. Dopo averli riconosciuti, l'app ci manderà una notifica nella quale ci chiederà se vogliamo condividere le fotografie con le persone identificate dal sistema. La funzionalità risponde a una situazione nella quale molto spesso possiamo ritrovarci: quella di aver scattato molte foto in compagnia di amici e parenti, senza poi ricordarci o aver voglia di selezionarle per condividerle. Messenger è un prodotto di grande valore per Facebook, con 700 milioni di utenti mensili e 9,5 miliardi di immagini condivise al mese. Agevolare la condivisione fotografica non è un tema nuovo, per il social network blu: con l'app Moments aveva già esplorato tale modello di scambio di immagini basato sul riconoscimento facciale, ma la popolarità di Moments è decisamente più bassa rispetto a quella raggiunta da Messenger.

# 95%

**I risultati parlano da soli**  
I test indipendenti sono basati sul confronto con stampanti laser della concorrenza

[epson.it/RIPS](http://epson.it/RIPS)



## CONSUMI ENERGETICI RIDOTTI CON LA SERIE WORKFORCE PRO RIPS

Per maggiori informazioni, visita il sito [www.epson.it/inkjetsaving](http://www.epson.it/inkjetsaving)



**EPSON®**  
EXCEED YOUR VISION