realme 16 Pro 5G Harry Potter Edition: la recensione

(Adnkronos) – In un panorama tecnologico spesso dominato da design standardizzati e minimalisti, l'unione tra il brand realme e il Wizarding World di Warner Bros. dà vita a un dispositivo unico nel suo genere come il realme 16 Pro 5G Harry Potter Edition. Si ha la sensazione di trovarsi di fronte a un lavoro di personalizzazione profonda e minuziosa che parte dal firmware aggiornato alla versione RMX5120_16.0.0.65 (EX01) e riesce a proiettare l'utente direttamente nell'atmosfera del Castello di Hogwarts fin dal primo istante.

L'esperienza da vera collezione inizia già prima di impugnare lo smartphone, grazie a una confezione d'imballaggio concepita come una fedele replica in scala uno a uno del classico baule in legno da viaggio per studenti. Aprendo il baule ci si ritrova immersi nel completo Hogwarts Welcome Pack, un ricco corredo di merchandise personalizzato che comprende la mitica lettera di accettazione indirizzata a Mr. H. Potter con indicazione del sottoscala di Privet Drive, il biglietto del treno per l'Espresso di Hogwarts dal Binario 9 e 3/4, lo spillo estrattore per la SIM sagomato, una serie di cartoline dei personaggi, il segnalibro, il contenitore a tema, una cover protettiva dedicata e una custodia a forma di valigia vintage per gli auricolari coordinati realme Buds T300 Pro Harry Potter Edition.

Il corpo del telefono si distingue per una raffinata finitura posteriore in pelle marrone spessa solo 8,47 millimetri e dal peso di 198 grammi, impreziosita da dettagli ricercati come il modulo fotocamera modellato sugli occhi della civetta Edvige e l’incisione al laser “Welcome to Hogwarts” nascosta sulla cornice centrale.

Il vero fiore all’occhiello dell’intero dispositivo, concepito come un omaggio al momento dello Smistamento, è l’innovativa tecnologia World’s First Quadra Light-Sensing Color-changing Tech. Questo straordinario sistema permette ai quattro colori dello stemma di Hogwarts di emergere dinamicamente e prendere vita quando lo smartphone viene esposto alla luce solare diretta o alla luce UV; per attivare la trasformazione cangiante e ammirare le tonalità originali di Grifondoro, Serpeverde, Corvonero e Tassorosso è sufficiente esporre il retro al sole oppure puntare una torcia direttamente sul dispositivo, un effetto visivo che rappresenta uno degli elementi più iconici di questa Limited Edition.

Questa profonda immersione prosegue sul piano software tramite l’interfaccia realme UI 7.0, che nasconde oltre dieci Easter Egg dedicati ed elementi grafici unici, dove le icone di sistema assumono le forme di oggetti magici come il Cappello Parlante per il Theme Store e per l’App Market, la Mappa del Malandrino per la Galleria, la cabina telefonica per l’applicazione Telefono o il Pensaio per i Video, il tutto arricchito da sfondi esclusivi, animazioni personalizzate di avvio, sblocco e ricarica, una modalità ad alte prestazioni GT Mode su misura e le speciali filigrane fotografiche dedicate ai simboli delle quattro case di Hogwarts.

Sotto questo abito incantato batte un cuore tecnologico di primo livello, spinto dal processore octa-core MediaTek Dimensity 7300 Max 5G con supporto alle reti 5G e connettività Wi-Fi 5 e Bluetooth 5.4 Low Energy, affiancato da una capiente Titan Battery da 7000 milliampere con ricarica rapida Super Flash Charge da 80 Watt. Il display AMOLED da 6,78 pollici offre una frequenza di aggiornamento adattiva a 60, 90, 120 e 144 Hertz, una frequenza di campionamento del tocco fino a 240 Hertz, una risoluzione nitida di 1272 per 2772 pixel, un rapporto di contrasto pari a 6000000:1, la copertura cromatica DCI-P3 al 100% e una luminosità di picco HBM fino a 1400 nit.

Il comparto fotografico brilla grazie a un sensore principale

da 200 megapixel con sensore da 1/1.56 pollici e apertura f/1.8 dotato di stabilizzazione ottica ed elettronica su doppio asse capace di registrare video in 4K a 30 frame al secondo, affiancato da un obiettivo ultra-grandangolare da 8 megapixel con campo visivo di 112 gradi e da una fotocamera frontale per i selfie da ben 50 megapixel.

Il realme 16 Pro 5G Harry Potter Edition si conferma come un vero e proprio oggetto del desiderio per i fan del giovane mago, capace di coniugare un hardware potente e moderno con un’attenzione unica per l’universo narrativo a cui si ispira. Lo smartphone sarà venduto in esclusiva da Unieuro e in quantità limitata, ad un prezzo consigliato al pubblico di 699,99 €.

_

tecnologia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post realme 16 Pro 5G Harry Potter Edition: la recensione appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/realme-16-pro-5g-harry-potter-edition-la-recensione/588354/

Fake LastPass Installers Push Kernel-Level EDR Killer, ‘Rapuncel’ Stealer

The attackers impersonate at least 40 companies and disable 145 security products to deploy infostealer malware.

The post Fake LastPass Installers Push Kernel-Level EDR Killer, ‘Rapuncel’ Stealer appeared first on SecurityWeek.

https://www.securityweek.com/fake-lastpass-installers-push-kernel-level-edr-killer-rapuncel-stealer/

È meglio viaggiare da soli o in compagnia? Criteri per scegliere

Da soli, cambiare ristorante, prolungare una visita o prendere un treno diverso non richiede una mediazione. Basta verificarne la fattibilità e assumersi le conseguenze della scelta. In compagnia, le stesse decisioni devono tenere conto di appetito, stanchezza, budget e interessi degli altri. È in questa distribuzione delle decisioni, prima ancora che nella destinazione, che le due forme di viaggio cominciano a separarsi.

Viaggiare da soli concentra libertà, organizzazione e responsabilità nella stessa persona. La compagnia distribuisce almeno una parte del carico, ma introduce compromessi. Stabilire quale soluzione sia migliore significa quindi capire quale equilibrio sia adatto al viaggio concreto, non attribuirsi una volta per tutte l’identità del viaggiatore solitario o di gruppo.

La libertà riguarda anche le

piccole decisioni

L’autonomia del viaggio in solitaria si manifesta nella gestione quotidiana: orari, itinerario, attività, ristoranti e durata delle soste possono essere decisi senza negoziare. Questa libertà permette anche di reagire rapidamente a ciò che accade. Se un luogo delude, si riparte; se interessa più del previsto, ci si ferma.

Il vantaggio ha però un rovescio operativo. La stessa persona deve scegliere, prenotare, controllare gli spostamenti e trovare una soluzione quando il programma non funziona. Nessuno limita il piano, ma nessuno ne condivide automaticamente il peso. L’autonomia è davvero utile quando la quantità di decisioni resta sostenibile.

La compagnia modifica il processo. In coppia o tra amici si conserva una certa elasticità, ma ogni variazione importante richiede accordo. Se i ritmi e gli interessi sono compatibili, la mediazione può essere minima; se divergono, anche una scelta ordinaria può consumare tempo ed energie. Un tour organizzato rappresenta un caso diverso: molte decisioni sono già incorporate nel programma e negli orari stabiliti. Si riduce così lo spazio da gestire, insieme a quello disponibile per cambiare idea.

Non basta dunque contrapporre libertà e vincoli. Occorre domandarsi quante decisioni si desidera prendere e quante si è disposti a gestire. Un itinerario aperto beneficia dell’autonomia; un viaggio denso di trasferimenti può rendere più preziosa una struttura condivisa o predisposta.

Budget: condividere le spese non risolve ogni confronto

Il costo individuale è uno dei punti nei quali la differenza diventa più visibile. Viaggiando da soli, la camera singola,

il noleggio di un’auto e alcune attività non possono essere ripartiti. Il costo complessivo del viaggio può anche essere contenuto, ma certe voci pesano interamente su una persona. Destinazioni ben collegate e sistemazioni con posti letto individuali possono ridurre questo svantaggio, senza eliminarlo in ogni situazione.

In compagnia, dividere alloggio e trasporti può abbassare la quota personale. Non significa però che il viaggio sarà necessariamente economico: il programma deve adattarsi anche alle preferenze di spesa degli altri. Una sistemazione più comoda, un mezzo privato o attività non previste possono spostare il budget. Prima di partire conviene quindi accordarsi non soltanto su una cifra totale, ma sul livello di comfort e sulle spese considerate prioritarie.

Anche il tour organizzato richiede un confronto accurato. Il prezzo può essere più prevedibile perché una parte dei servizi è definita in anticipo, ma il pacchetto non è per questo automaticamente meno costoso. Sistemazione, trasporti, accompagnamento e visite incidono sul totale. Il paragone utile non è tra due cifre isolate: deve considerare quali servizi siano inclusi, quali restino esclusi e quali si sarebbero acquistati comunque viaggiando in autonomia.

Imprevisti e sicurezza dipendono dalle condizioni

Quando qualcosa cambia, la differenza tra le due formule emerge con particolare chiarezza. Da soli si può reagire senza consultare nessuno, ma bisogna anche raccogliere informazioni, valutare le alternative e sostenere l’intera decisione. Con altre persone è possibile distribuire questi compiti, purché il gruppo riesca a decidere senza bloccarsi.

La compagnia o un tour possono inoltre offrire una maggiore percezione di supporto: c’è qualcuno con cui orientarsi,

condividere uno spostamento o affrontare un problema pratico. Questo non equivale a una garanzia di sicurezza. Le condizioni cambiano in base alla destinazione, agli orari, ai trasporti disponibili, all’esperienza personale e alle caratteristiche dell’itinerario.

Per un viaggio in solitaria conta quindi la capacità di pianificare i passaggi più delicati, come gli arrivi tardivi o i trasferimenti complessi, e di mantenere un margine economico e organizzativo per le variazioni. In compagnia bisogna invece verificare che il supporto sia reale: essere in più persone serve poco se nessuno vuole assumersi una decisione o se il gruppo trascura le esigenze di uno dei partecipanti.

Solitudine e socialità non sono opposti perfetti

Partire senza compagni non significa necessariamente trascorrere tutto il viaggio isolati. L’assenza di una compagnia stabile può favorire conversazioni con persone del posto o con altri viaggiatori, perché invita a rivolgersi più spesso all’esterno. È una possibilità, non un risultato automatico: dipende dal carattere, dai luoghi frequentati e dal modo in cui si organizza il soggiorno.

Viaggiare con persone conosciute offre invece una presenza continuativa e riduce il rischio di sentire la mancanza di interlocutori. Può però creare una piccola bolla autosufficiente, nella quale diventa meno necessario cercare contatti fuori dal gruppo. Nei viaggi organizzati si incontrano partecipanti nuovi, ma non si sceglie in anticipo con chi condividere tempi e attività.

Per questo la compatibilità merita più attenzione della semplice disponibilità a partire insieme. Ritmo del sonno, rapporto con il denaro, bisogno di programmare, interessi e tolleranza agli imprevisti incidono sulla qualità della

convivenza. La durata amplifica tali differenze: un compromesso accettabile per pochi giorni può diventare faticoso quando si ripete lungo tutto l’itinerario.

La destinazione fornisce il criterio decisivo

La stessa persona può preferire la solitudine per un breve soggiorno urbano e la compagnia per un itinerario con molti trasferimenti. Non è incoerenza: cambia la quantità di responsabilità richiesta. Collegamenti semplici, ampia scelta di alloggi e tappe facili da modificare rendono più gestibile l’autonomia. Spostamenti frammentati, attività da coordinare e arrivi in orari scomodi aumentano invece il valore del supporto.

La valutazione dovrebbe partire dal percorso reale. Quanto lavoro richiedono prenotazioni e trasporti? Quali spese diventano onerose se non vengono divise? Quanto sarebbe difficile modificare il piano durante il viaggio? Infine, quali momenti si desidera davvero condividere e quali si preferirebbe gestire senza mediazioni?

Se la compagnia appare vantaggiosa, resta da scegliere quale. Una persona compatibile offre condivisione senza la rigidità di un gruppo numeroso; un gruppo di amici può distribuire costi e compiti, ma moltiplica le preferenze da conciliare; un tour riduce molte decisioni operative, accettando in cambio orari e tappe meno flessibili. Sono formule diverse e non vanno trattate come un’unica alternativa al viaggio solitario.

La scelta più adatta si trova nel punto in cui l’autonomia desiderata incontra una responsabilità sostenibile. Quando decidere tutto è parte del piacere e l’itinerario rimane gestibile, partire da soli valorizza il viaggio. Quando il supporto, la divisione delle spese o la condivisione dell’esperienza contano più della libertà assoluta, la

compagnia giustifica i compromessi che porta con sé.

L’articolo È meglio viaggiare da soli o in compagnia? Criteri per scegliere proviene da Il Kim Magazine.

https://www.ilkim.it/e-meglio-viaggiare-da-soli-o-in-compagnia-criteri-per-scegliere/

Paramount Gets Big Win for WBD Merger After Settlement News

Paramount Skydance agreed to settle a lawsuit brought by state attorneys general from 12 states. https://www.adweek.com/convergent-tv/paramount-gets-big-win-for-wbd-merger-after-settlement-news/

Sport, De Sanctis (Cip): “Comunicazione paralimpica necessita di più dignità”

(Adnkronos) – “Oggi la comunicazione si sviluppa fortemente sui social media e si sta ridisegnando nei suoi settori chiave. La comunicazione paralimpica è però molto delicata: si tende ancora a non integrarla pienamente come argomento ordinario. Allo stesso modo in cui parliamo di sport olimpico

o di sport femminile, vorrei che lo sport paralimpico rientrasse in questa medesima logica, come un settore con una propria dignità e identità". Lo ha detto oggi a Roma Marco Giunio De Sanctis, Presidente Comitato Italiano Paralimpico, partecipando all'evento di presentazione del numero diciannove del The Corporate Communication Magazine, dal titolo 'Sport e comunicazione. Un nuovo paradigma per la reputazione aziendale', prodotto dall'Osservatorio International Corporate Communication Hub.

Il mondo dei Giochi Paralimpici "negli ultimi anni ha compiuto un progresso vorticoso. A questo si sono accompagnati grandi avanzamenti in diversi settori, tra cui la comunicazione – ha aggiunto – Tuttavia, lo dico in maniera obiettiva, si tratta di una comunicazione non ancora completa e che non ci soddisfa appieno. È evidente come la copertura mediatica sia molto importante e rilevante durante i Giochi Paralimpici, prima e dopo l'evento, soprattutto in termini di medaglie conseguite. Sarebbe però opportuno e corretto che lo fosse sempre, in ogni momento".

E continua: "Occupiamo infatti un posto di primaria importanza nello sport nazionale, alla pari del Coni. Nella dignità e nella missione, si tratta della stessa realtà, tant'è che 23 federazioni sono riconosciute da entrambi gli enti – evidenzia – In questo contesto, il digitale e l'online possono offrirci un grande supporto e fare davvero molto, ma occorre fare attenzione: sul web può accadere di tutto e ognuno può interpretare le cose in modo difforme da quello che è invece un significato univoco, ovvero l'alto valore sociale, morale ed etico del mondo paralimpico", conclude.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Sport, De Sanctis (Cip): "Comunicazione paralimpica

necessita di più dignità” appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/sport-de-sanctis-cip-comunicazione-paralimpica-necessita-di-piu-dignita/588364/

Sport, Manni (Enel): “Comunicazione sempre più rilevante e complessa”

(Adnkronos) – “La comunicazione sta cambiando a ritmi repentini e, per le aziende, non è più soltanto importante essere visibili, aspetto che si ricerca in un primo momento all’interno di una partnership sportiva, ma diventa sempre più fondamentale la rilevanza”. Così Fabrizio Manni, Head of Sponsorships and Events, Enel, partecipando oggi a Roma all’evento di presentazione del numero diciannove del The Corporate Communication Magazine, ‘Sport e comunicazione. Un nuovo paradigma per la reputazione aziendale’, prodotto dall’Osservatorio International Corporate Communication Hub. Manni approfondisce poi il concetto di rilevanza: “Essere rilevanti per il cliente significa essere credibili, e lo si diventa andando a decodificare questa nuova comunicazione, che si sviluppa ormai su canali e tecnologie differenti. Per le aziende, la vera sfida è quindi saper interpretare questa complessità, allineare i propri valori a quelli del target di riferimento e distribuire valore”, conclude.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Sport, Manni (Enel): “Comunicazione sempre più rilevante e complessa” appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/sport-manni-enel-comunicazione-sempre-piu-rilevante-e-complessa/588366/

Women’s Sports Are Creating a New Playbook for Brand Partnerships

This post was created in partnership with Scripps For years, professional women’s sports paled in comparison to men’s regarding audience size and brand recognition. Now, their popularity is booming across […] https://www.adweek.com/brand-marketing/womens-sports-are-creating-a-new-playbook-for-brand-partnerships/

How Media Brands Can Build Loyalty Between Big News Moments

This post was created in partnership with CNN What keeps people coming back to a media brand? Often, it starts with the stories, personalities, and cultural conversations that capture their […]

https://www.adweek.com/media/how-media-brands-can-build-loyalty-between-big-news-moments/

AI Is Changing How Marketers Respond to Social Signals

This post was created in partnership with Hootsuite Social signals are scattered across a fragmented media landscape, and the brands that win know how to find them—and put them to […] https://www.adweek.com/social-marketing/ai-is-changing-how-marketers-respond-to-social-signals/

Turning Brand Affinity Into Measurable Business Outcomes

This post was created in partnership with Tunnl Tracking customer sentiment and creating feedback loops is essential in today's marketing landscape, even for large legacy brands like Walmart. During a […] https://www.adweek.com/brand-marketing/turning-brand-affinity-into-measurable-business-outcomes/