

Facebook cambia l'algoritmo e vuole mangiarsi i giornali

Facebook sta cambiando. Sì, da nuovo. Il social network che ha raggiunto circa 1,6 miliardi di utenti ha modificato l'algoritmo alla base del News Feed intervenendo, per l'ennesima volta, sul genere e sulle provenienze dei contenuti che vediamo scorrere quando aggiorniamo il nostro profilo. L'obiettivo è chiaro: **Mark Zuckerberg** vuole mantenere sul social network i suoi utenti soprattutto quando sono a caccia di notizie. Facebook non vuole diventare un giornale vero e proprio, ma trasformarsi nel "braccio armato" delle testate online.

I tempi di lettura

Ad prevalere non saranno più i contenuti in grado di generare solo interazione o titoli a clic, contro cui **Zuckerberg** sta lavorando dalle modifiche del 2014, ma invece quelli capaci di mantenere i lettori inchiodati allo schermo. Facebook da qualche ora garantisce la priorità agli articoli che catturano l'attenzione del lettore per più tempo. Sono coinvolti sia gli *Instant Articles* sia il resto del materiale pubblicato online, con i primi che non saranno avvantaggiati perché i secondi necessari a caricare la pagina non vengono calcolati. Ed alla base di questa ennesima rivoluzione vi è proprio la possibilità di ottenere e analizzare – quando parla di accessi mobili – i dati di pagine esterne ai confini del socialnetwork.

Instant Articles

È una nuova funzione di **Facebook**. Permetterà agli utenti del social network di leggere alcuni articoli sui loro cellulari senza mai lasciare l'app del socialnetwork. La società fondata da **Mark Zuckerberg**, è ormai il canale di approvvigionamento di notizie privilegiato dalla stragrande maggioranza dei giovani statunitensi (e non solo), ha deciso ora di creare questa nuova funzione dopo aver notato la lentezza dei collegamenti tra la propria app e i siti di informazione. Dal momento in cui si "clicca" su un link nella app di Facebook, al momento in cui si carica il sito richiesto passano in media 8 secondi. Un tempo eccessivo, come hanno spiegato gli informatici del socialnetwork. *Instant articles*, realizzata dal product manager **Michael Reckhow** e dal developer **Mike Matas**, permetterà di aprire una notizia dieci volte più velocemente.

Che cos'hanno di particolare le notizie pubblicate così?



× Ognuno, nella propria timeline, vedrà un post pubblicato dal giornale: ci sarà la testata, un titolo, gli autori del pezzo, il tutto con la grafica tipica del giornale. Una volta “cliccati” sulla notizia, si entrerà nell’articolo che potrà contenere gallerie fotografiche, immagini “navigabili” semplicemente spostando il cellulare e gallerie animate, mappe interattive, grafici, video. Al termine del pezzo, lo si potrà condividere – su **Facebook**, ovviamente, ma anche su altri canali (come **Twitter** o l’email, ad esempio). Se lo si vorrà, si potrà mettere “mi piace” anche soltanto sulla singola foto e non sull’intero articolo, e persino poter avviare una conversazione con i propri “amici” su quella singola immagine. Se si decidesse di condividere la storia “fuori” dal social, l’url (cioè l’indirizzo Internet della pagina web) non sarebbe legata a **Facebook**, ma un indirizzo simile a quelli degli altri articoli del giornale. Se gli autori del pezzo hanno un profilo **Facebook**, li si potrà “seguire” con un solo click.

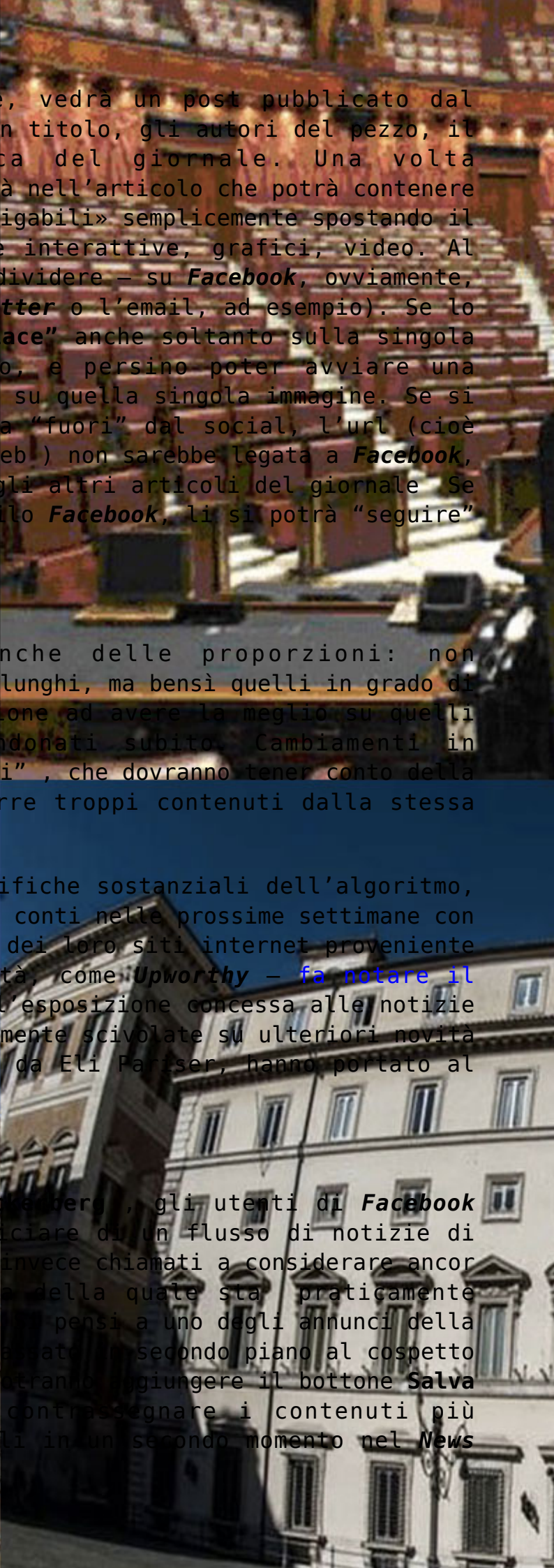
La varietà delle fonti

Facebook ha tenuto conto anche delle proporzioni: non verranno premiati gli articoli troppo lunghi, ma bensì quelli in grado di andare oltre il minuto di attenzione ad avere la meglio su quelli consultati velocemente o abbandonati subito. Cambiamenti in vista anche per le pagine “ufficiali”, che dovranno tener conto della volontà di **Facebook** di non proporre troppi contenuti dalla stessa fonte al medesimo utente.

E, come spesso accade dopo le modifiche sostanziali dell’algoritmo, saranno in molti costretti a fare i conti nelle prossime settimane con l’inevitabile impatto sul traffico dei loro siti internet proveniente dal social network. Ci sono realtà, come **Upworthy** – [fa notare il Guardian](#) – cresciute sull’onda dell’esposizione concessa alle notizie dalle formule del 2013 e successivamente scivolote su ulteriori novità che, nel caso del portale fondato da Eli Pariser, hanno portato al licenziamento di 14 persone.

Facebook vuole mangiare Internet

Tornando all’annuncio di Mark Zuckerberg, gli utenti di **Facebook** potrebbero conseguentemente beneficiare di un flusso di notizie di maggiore qualità. Gli editori sono invece chiamati a considerare ancor di più **Facebook** come una vetrina della quale sta praticamente diventando impossibile fare a meno. Si pensi a uno degli annunci della [conferenza degli sviluppatori F8](#), passato al secondo piano al cospetto del [battesimo dei chatbot](#): i siti potranno aggiungere il bottone **Salva** per consentire agli utenti di contrassegnare i contenuti più interessanti e leggerli o guardarli in un secondo momento nel **News**





Feed.

Quindi anche ciò che nasce al di fuori di **Facebook** di fatto verrà portato all'interno, e eventualmente inglobato con *Instant Articles* e misurato e distribuito secondo il debuttante algoritmo. **Zuckerberg** ha fame. Vuole mangiarsi il mondo. Soprattutto quelli che non ha capito dove va il futuro dell'informazione globale.

