

# Facebook ospiterà le notizie direttamente sulla bacheca

Per leggere una notizia su Facebook potrebbe non essere più necessario cliccare sui link postati dai giornali. Il team di Mark Zuckerberg sta portando avanti un progetto che permetterà alle testate giornalistiche di pubblicare direttamente sul social network, rendendo i contenuti più fruibili da parte degli utenti.

National Geographic, BuzzFeed e New York Times starebbero già firmando accordi per testare la novità, che potrebbe essere operativa già nei prossimi mesi. Ed è proprio il New York Times a spiegarla: “Gli articoli pubblicati su Facebook contengono dei link che rimandano al sito del giornale. Cliccandoli si apre una pagina web che solitamente impiega 8 secondi per caricarsi. Troppo tempo, soprattutto per i dispositivi mobili. Se si tratta di catturare gli occhi sfuggenti dei lettori anche i millisecondi contano”.

La parola chiave del nuovo sistema è, dunque “velocità”. Ma anche “guadagno”: alla testate verrebbe garantita una parte degli introiti derivanti dalla pubblicità. “Per rendere la proposta più attraente, Facebook ha discusso con gli editori alcune strategie per fare soldi grazie alla pubblicità disposta a fianco dei contenuti”, scrive il New York Times. Ma non solo: le testate potranno usufruire della visibilità che il social network garantisce ai video, uno strumento pubblicitario molto potente.

Allettante è anche l’idea di poter arrivare a coinvolgere sempre più lettori: con i suoi 1,4 miliardi di utenti, Facebook è una risorsa irrinunciabile per molti giornali. L’algoritmo che “seleziona” le notizie che compaiono in bacheca è un filtro sempre più importante, soprattutto per i più giovani. Se il progetto andrà in porto, qualche difficoltà

non mancherà per le testate: ad esempio, potrebbe essere più difficile raccogliere le preziosissime informazioni sulle preferenze degli utenti perché i dati sul traffico potrebbero essere più sfuggenti.

L'ambizione di Facebook di ospitare direttamente le notizie è stata anticipata e raccontata lo scorso ottobre dal famoso giornalista David Carr, morto il 12 febbraio 2015. "Aprire le pagine di alcuni giornali sugli smartphone può essere straziante perché sono troppo rallentate dalla pubblicità. Facebook ama i contenuti, ma non sopporta la tecnologia che alcuni editori usano per il mobile. Il social network può aiutarli a fare di meglio", scriveva su *Nyt*. Una "profezia" che sembra combaciare perfettamente con il nuovo sistema: "Le testate potrebbero semplicemente rinviare ad altre pagine di Facebook, che vivrebbero dentro il social network e che potrebbero, perciò, essere caricate più velocemente, con le pubblicità giuste. Il guadagno poi sarebbe condiviso".

[link all'articolo](#)