

## Newsfeed facebook: arriva il fattore tempo

**Il tempo impiegato per leggere una storia farà la differenza nel sistema di contenuti della nostra bacheca**

Si annunciano nuovi cambiamenti a Menlo Park... Ancora una volta protagonista è lui, il **News Feed di Facebook**, il suo algoritmo tanto chiacchierato... Notizia di questi giorni, non più solo *like* e condivisioni, ora arriva il fattore **tempo** tra i parametri del sistema alla base dei contenuti delle nostre bacheche.

**Il tempo dedicato a leggere una storia o una curiosità, dunque, contribuirà a far alzare un post nelle posizioni di scorrimento.**

Ci spiegano chiaramente dal blog aziendale: "Se state rapidamente scorrendo il vostro News Feed e vi imbattete nella foto di laurea di un amico, seguita dalla condivisione di un post divertente di vostra sorella. Continuando a scorrere, capitate sul post di vostro cugino che parla in dettaglio dell'esperienza di un recente viaggio. Dal fatto che non siete andati subito oltre quel post o che è rimasto aperto sul vostro schermo per più tempo rispetto ad altri, si può dedurre che eravate realmente interessati a quella notizia e l'algoritmo inizierà quindi a far emergere nel News Feed più contenuti come quello".

**Già il fattore tempo...** Il tempo per leggere, soffermarsi, pensare, interessarsi... **Il tempo per appassionarsi e godersi ciò che si sta scoprendo...**

**Tempo e spazio dimensioni fondamentali della natura umana** che troppo spesso i Social Media e il web rischiano di annullare col loro flusso incessante...

E se c'è chi già grida all'ultima mossa di Menlo Park per muovere i fili a proprio piacimento e per i propri interessi, per questa volta ci sentiamo di complimentarci con i signori Zuckerberg e Mosseri, quest'ultimo responsabile dell'algoritmo, una scelta di qualità per la selezione dei contenuti e chissà forse servirà a ricordare a qualcuno quanto, nell'epoca del web senza limiti, sia **sana la consapevolezza della dimensione tempo**, che forse dai contenuti bisogna lasciarsi 'prendere' al di là del numero di *like* e magari spingerà anche le aziende a sforzarsi di produrre argomenti sempre più interessanti, perché non si può pensare di dare valore aggiunto alla propria azienda, rendendo il profilo una banale vetrina di prodotti e parole. Il valore aggiunto è dato dai contenuti e occorre tempo per produrli e per leggerli.

Fonte: [http://seigradi.corriere.it/2015/06/13/facebook-newsfeed-cambia-ancora-ora-tutto-dipende-dal-tempo/?refresh\\_ce-cp](http://seigradi.corriere.it/2015/06/13/facebook-newsfeed-cambia-ancora-ora-tutto-dipende-dal-tempo/?refresh_ce-cp)