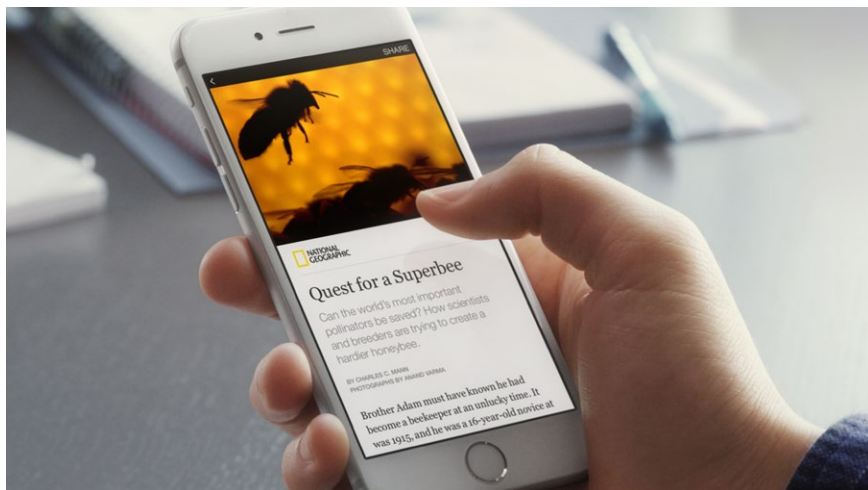


Internet

Di Barbara Ripepi



Su Facebook le notizie diventano interattive

Il network blu propone agli editori uno strumento di publishing in un formato nativo per smartphone.

Facebook, oltre a essere un network votato alla comunicazione tra gli utenti, è un buon mezzo per condividere notizie. L'azienda ha rivelato da tempo, tramite le ultime strategie, la focalizzazione proprio su quest'aspetto: basti pensare a soluzioni come l'applicazione Paper, lanciata lo scorso anno proprio per leggere agevolmente le news, ma anche alle ultime sperimentazioni sul territorio statunitense del News Feed, che un giorno permetteranno agli utenti di personalizzarlo per decidere a quali fonti dare la priorità. La condivisione delle notizie promette di essere un punto fondamentale per il futuro di Facebook, soprattutto nell'ambito della fruizione dei contenuti tramite smartphone, ma al momento rappresenta anche il tasto dolente del social network.

Quante volte ci è capitato di trovare un titolo interessante condiviso da un amico o da una fonte giornalistica, per poi abbandonare l'applicazione di Facebook a causa della lentezza di caricamento nel browser integrato? In media l'utente deve attendere nove secondi

per poter accedere al contenuto scelto: un tempo decisamente lungo per chi utilizza il social network sul cellulare. In un periodo storico in cui Facebook sta diventando sempre meno appetibile per le generazioni più giovani, a Menlo Park stanno cercando soluzioni per mantenere il primato sociale online, e una di queste è la creazione di un rapporto sinergico con le fonti primarie di notizie.

Instant Articles è una soluzione pensata proprio per ridurre i problemi relativi all'abbandono dell'applicazione. Si tratta di un programma lanciato ufficialmente lo scorso 12 maggio, con all'attivo già nella fase di esordio la collaborazione di nove testate giornalistiche: New York Times, National Geographic, BuzzFeed, NBC, The Atlantic, The Guardian, BBC News, Spiegel e Bild.

Instant Articles è un sistema pensato per gli editori: fornisce degli strumenti specifici per creare notizie interattive

all'interno del News Feed. Immaginiamo uno spazio all'interno del quale non compaiano più solo un titolo, un sommario e un'immagine che portino alla notizia originale sul sito web della testata, ma un contenuto eterogeneo e altamente personalizzabile anche nello stile, dentro il quale inserire testi, immagini in alta definizione e zoomabili, video, didascalie audio e mappe interattive.

Grazie alla collaborazione con le testate, Facebook ha sviluppato lo strumento tenendo conto delle esigenze degli editori: il sistema, infatti, potrebbe spaventare perché di fatto i contenuti vengono spostati sui server del social network, che offre un vero e proprio servizio di hosting. Gli editori hanno sempre temuto la perdita di traffico sulle proprie pagine, accusando i sistemi di terze parti di sfruttare le notizie per generare guadagni derivanti dall'advertising senza pagare le fonti (basti pensare all'annosa polemica Editoria Vs Google News).

Instant Articles placa gli animi proprio su questo versante: il sistema ideato da Facebook permette alle testate di continuare a generare i propri profitti e di utilizzare i servizi di monitoraggio come comScore, Google Analytics e Omniture, proprio come se il materiale risiedesse sulle loro pagine.

Il nuovo formato sarà disponibile per l'app iOS, ma in futuro ci si aspetta un'estensione ad altri sistemi. I tempi di caricamento delle notizie verranno drasticamente ridotti: si parla di una velocità dieci volte superiore a quella normalmente praticata dal browser.

Il sistema di pubblicazione messo a punto dal social network fornisce agli editori una sorta di ponte in grado di tradurre in modo semi-automatico il codice fornito, in modo da renderlo compatibile per la creazione dell'Instant Article: basterà aggiungere una linea di codice o una tag specifica per aggiungere contenuti particolari come le didascalie audio.

Le notizie interattive non godranno di una maggiore visibilità rispetto alle altre, nessuno verrà penalizzato e

Instant Article

Migliore esperienza di utilizzo ma attraverso una piattaforma proprietaria

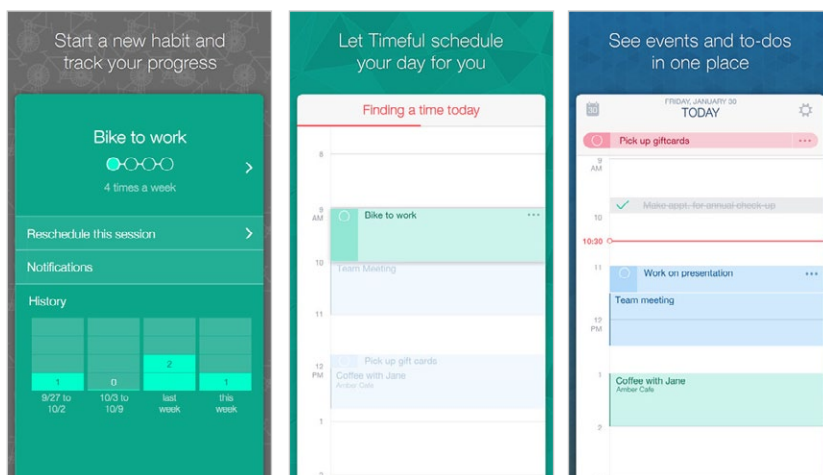
gli editori non saranno in alcun modo costretti ad adottare il nuovo formato; è però plausibile immaginare che, di fronte a contenuti interessanti, saranno gli utenti stessi a poterne decretare il successo e di conseguenza una maggiore esposizione grazie alle condivisioni e alle preferenze. Rispetto alle news tradizionali, gli Instant Article contengono elementi correlati ma capaci di vivere di vita propria: un utente potrebbe scegliere di condividere anche solo un'immagine o un video contenuti all'interno di essi.

Il formato è pensato espressamente per essere consultato sullo schermo degli smartphone: saranno dunque abilitate funzioni come le visualizzazioni a tutto schermo o le peculiarità del giroscopio. Per fare un esempio, sarà possibile inclinare il cellulare per far scorrere le fotografie di una gallery.

Gli utenti che consulteranno Facebook su desktop o su sistemi non supportati, vedranno i contenuti di questo tipo condivisi da altri, ma nel formato classico al quale siamo abituati: dovranno dunque leggere la notizia in questione sul sito della testata.

Per gli editori lo scenario offerto da Menlo Park può essere visto come un'opportunità, ma anche come un passaggio obbligato che implica la lavorazione dell'articolo su una piattaforma di terze parti. Il legame tra il social network e l'informazione sta diventando talmente stretto da rendere difficoltoso capire chi dipenda realmente dall'altro nella lotta alla sopravvivenza.

La creazione degli Instant Article non è liberamente accessibile da chiunque, ma chi fosse interessato a collaborare con Facebook potrà far riferimento alla pagina <http://instantarticles.fb.com/>.



Google ci aiuterà a pianificare le giornate

Con l'acquisizione di una startup chiamata Timeful, arriva un'app per organizzare i propri impegni

Timeful assomiglia alle svariate realtà che uniscono le funzioni della to-do list a quelle del calendario, ma si distacca dalle concorrenti grazie alla sua "intelligenza"; la funzione principale dell'app è infatti rappresentata dall'analisi delle nostre abitudini e di ciò che ci prefiggiamo di fare, mentre il suo scopo è proporci una pianificazione efficiente delle attività. Possiamo per esempio segnalarle l'intenzione di andare a correre tre volte a settimana, inserire un promemoria per ricordarci di chiamare il commercialista mercoledì prossimo, pianificare un pranzo, un corso e la spesa: l'app analizzerà i dati, ci aiuterà a capire come pianificare al meglio le attività in modo da far incastrare tutto perfettamente, ci manderà delle notifiche per ricordarci ciò che dobbiamo fare e imparerà dalle nostre abitudini sulla base della frequenza di certi impegni e

su quella delle azioni realmente portate a termine o invece rimandate.

Timeful è in grado di sfruttare i calendari e l'email: come già sottolineato da Google, l'acquisizione della startup porterà la tecnologia sviluppata su prodotti come Inbox e Calendar, ma è prevista l'integrazione con altri servizi del grande ecosistema di Big G. In futuro possiamo immaginare uno scambio di dati tale da poter facilmente decidere come pianificare certi impegni sulla base dei luoghi in cui si svolgeranno, grazie alle mappe e ai servizi di localizzazione.

Timeful rimarrà disponibile sull'App Store, ma il team ha già annunciato che gli sforzi saranno sempre più concentrati sui nuovi progetti di Google. Per chi avesse già usato l'app, è disponibile uno strumento pensato per l'esportazione dei dati, accessibile all'indirizzo <http://www2.timeful.com/export/>.

ARRIVANO LE RACCOLTE DI GOOGLE+

Un recente aggiornamento di Google+ ha dato origine a una nuova funzionalità pensata per la condivisione di contenuti tematici. Nel menu principale del social network è ora presente la voce "Raccolte", una sezione raggiungibile anche all'indirizzo <http://plus.google.com/collections>. Le Raccolte permettono di creare delle vere e proprie sezioni tematiche nelle quali raggruppare i post riguardanti uno specifico tema: in questo modo, gli utenti interessati potranno trovarvi all'interno il materiale di loro interesse, mentre noi saremo in grado di organizzare in modo più razionale i nostri post e di dare maggiore visibilità ai contenuti, che spesso possono risultare dispersivi all'interno di un contenitore generico. Google+ si sta gradualmente distaccando dal modello imposto da Facebook nell'ambito della condivisione, cercando nuove vie per dare risalto ai contenuti più che all'esposizione di un profilo personale. Google ha creato una vetrina di Raccolte, consultabile all'indirizzo <https://plus.google.com/collections/featured>.

