



# LA LEGGE PER TUTTI

INFORMAZIONE E CONSULENZA LEGALE

## Facebook: presto Instant Articles a pagamento

Autore: Redazione | 26/08/2017

*Mark Zuckerberg ha annunciato l'avvio di test con un post sul suo social: un servizio di lettura di contenuti giornalistici in abbonamento.*

Come già anticipato (leggi anche [Facebook: presto notizie a pagamento](#)) Facebook inizia una fase di test con gli editori. Il sistema sarà simile a quello che alcune testate usano on line. Si potrà leggere un massimo di articoli al mese e per gli altri bisognerà abbonarsi.

## Leggi le notizie quotidiane direttamente su Facebook

Facebook punta a rafforzare il legame con gli editori, e in particolare con le testate giornalistiche, annunciando di voler testare l'introduzione di un abbonamento per la lettura delle notizie degli Instant Articles. Lo ha fatto sapere Mark Zuckerberg, a conferma di precedenti indiscrezioni, e inserendo l'iniziativa all'interno del Facebook Journalism Project: «Il nostro obiettivo - scrive il Ceo - è quello di lavorare a più stretto contatto con chi produce le notizie, per sviluppare prodotti

come gli Instant Articles e strumenti con cui i giornalisti possano pubblicare i loro articoli. Stiamo anche lavorando con editori, ricercatori e università per aiutare le persone a essere più informate circa le notizie che leggono online».

## **Facebook articles: quando si parte?**

Si partirà con una sperimentazione che coinvolgerà un piccolo gruppo di editori americani ed europei e l'idea sembra essere quella di supportare l'editoria (sebbene sia evidente che Facebook avrà comunque un ritorno pubblicitario importante): si punta a fidelizzare le testate giornalistiche e a offrire loro uno spazio di visibilità, tanto che se le persone si abboneranno dopo aver visto le notizie su Facebook, il ricavato andrà direttamente agli editori e il social, ha sottolineato Zuckerberg, non prenderà alcuna percentuale. Sia avvia dunque quella che potrebbe essere la prossima «rivoluzione» del social network che sta iniziando a perdere utenti soprattutto tra i giovani.

La convenienza d'altra parte è duplice: le pagine dei giornali online sono spesso pesanti e difficili da caricare, negli articoli riproposti su Facebook invece la velocità di caricamento degli articoli che appariranno nelle sezioni «trending» e «search» di Facebook sarà molto superiore mentre la presenza del logo dell'editore sarà ovviamente garantita.

Una nuova era per il social, dunque, ma, forse, anche una nuova era per l'editoria digitale?

### **Note**

*Autore immagine: Pixabay.com*