



Teatro
“Una tigre”
per la nuova
stagione
dell’Eliseo
 Polidoro a pag. 30



Viaggi
A Civitella
Alfedena
sulle tracce
del lupo
 Ardito a pag. 26

MACRO

macro@ilmessaggero.it

Letteratura **Gusto** **Ambiente** **Società** **Cinema** **Viaggi** **Architettura** **Teatro**
Arte **Moda** **Tecnologia** **Musica** **Scienza** **Archeologia** **Televisione** **Salute**

Parla Adam Mosseri, “mente” del News Feed di Facebook, l’uomo che ha messo a punto l’algoritmo che sceglie i contenuti delle vostre pagine personali. «I criteri sono tre: pagine e persone seguite, tipo di post e commenti»
 Ma il social network è in competizione con il giornalismo tradizionale? «Noi forniamo strumenti, non contenuti»

«Così spiame i vostri gusti»

L'INTERVISTA

Ogni volta che aprite la pagina del vostro profilo Facebook, sappiate che se visualizzate alcune notizie invece di altre la responsabilità è di un ragazzino di 32 anni che si chiama Adam Mosseri. Mente brillante e stile elegante, ben oltre le felpe con il cappuccio a cui ci ha abituato il fondatore Mark Zuckerberg, Mosseri è Director of Product dell’azienda e capo del team responsabile del News Feed, vale a dire il rullo di notizie che caratterizza l’esperienza del miliardo e mezzo di utenti che utilizza Facebook in tutto il mondo. È proprio lui che, a partire dal 2009, ha concepito per il social network l’algoritmo che scansiona gli interessi e le attività di ogni singolo utente e seleziona per ognuno quelle che sono le notizie “più rilevanti”, che vengono quindi visualizzate non appena si accede alla piattaforma. Come potete essere sicuri di mostrare agli utenti i contenuti che per loro sono davvero importanti?



IL FUTURO TASTO “NON MI PIACE” SERVIRÀ AGLI UTENTI PER ESPRIMERE EMPATIA NEL CASO DI NOTIZIE TRAGICHE



MANAGER
 Adam
 Mosseri

DA POCHI GIORNI ABBIAMO INTRODOTTI IL VIDEO A 360 GRADI CHE OFFRONO UN'ESPERIENZA SIMILE ALLA REALTÀ VIRTUALE



Le notizie più rilevanti? Le sceglie un sistema automatico

«Infatti non lo siamo. E, sia chiaro, noi non decidiamo cosa gli utenti devono visualizzare e cosa no. Noi non facciamo altro che cercare di offrire alle persone i contenuti per loro più interessanti, basandoci su ciò che consultano più spesso. Ma è chiaro che questo sistema funziona meglio per chi utilizza molto il social network. Più la tua attività sarà intensa, più facile sarà per l’algoritmo capire le tue preferenze. Meno si usa Facebook, più l’algoritmo avrà difficoltà a selezionare contenuti interessanti. Ecco perché può capitare che ci si ritrovi sul rullo aggiornamenti di stato di una persona che si conosce a malapena ma di cui magari si è di recente visualizzato il profilo».

Quindi cosa può fare un utente che vuole sbarazzarsi dei contenuti che non gli interessano?

«Facebook dà la possibilità di modificare le proprie preferenze e di selezionare le persone che si preferisce trovare in cima al rullo delle notizie. Basta andare su “Preferenze della sezione Notizie” (cliccando sulla freccia in alto a destra, ndr). È uno strumento molto utilizzato dai giovani che vogliono avere sempre gli ultimi post degli amici a portata di mano. Parecchie persone hanno quasi paura a bloccare o a smettere di seguire qualcuno. La percepiscono come una scelta grave, definitiva. Noi invece vorremmo che si prendesse maggiore confidenza con questi strumenti, che comunque possono essere modificati in qualsiasi momento ma che danno la possibilità di non perdere i contenuti più interessanti, rendendone



La tv via Internet

È ufficiale: Netflix in Italia dal 22 ottobre
Attesa per le nuove produzioni italiane

È ufficiale la data del lancio di Netflix, la piattaforma tv via Internet che in pochi anni si è fatta strategicamente largo in tutto il mondo facendo cambiare abitudini al pubblico. L’attesa è anche sulle produzioni italiane di cui si parla da un po’, ad esempio una serie su Mafia Capitale, ma non ancora annunciate. Riuscirà ad affermarsi in Italia, dove peraltro la copertura della banda larga

non è totale? In lingua originale, con sottotitoli o doppiate, le serie originali di Netflix tra cui quelle con Marvel, Daredevil e Jessica Jones (entro la fine dell’anno) e poi la miniserie The Defenders, le serie Sense8, Grace and Frankie, Unbreakable Kimmy Schmidt, Marco Polo e Narcos, i documentari Virunga e Mission Blue, docu-serie come Chef’s Table.



do la navigazione su Facebook molto più piacevole».

Secondo quali criteri funziona l’algoritmo del Newsfeed?

«I criteri sono principalmente tre. Innanzitutto le persone e le pagine che si seguono più spesso e con cui si interagisce di più. In secondo luogo il tipo di post che suscita maggiore interesse. Ad esempio: se un utente guarda molti video, sul suo rullo compariranno più video. Infine si analizza l’attività sui post, in base ai “Mi piace”, ai commenti, alle condivisioni e al tempo di lettura. Secondo questi tre criteri, a ogni tipologia di contenuto viene assegnato un punteggio: più alto sarà il punteggio, più ci sarà possibilità di visualizzare quel contenuto in cima ad altre notizie».

Dunque su questa “classifica” influirà anche il tasto “Non mi piace”?

«Certo. Vogliamo che le persone possano attraverso Facebook esprimere anche le proprie emozioni, e il tasto “Non mi piace” serve ad esprimere empatia nel caso, ad esempio, di notizie tragiche per le quali si vorrebbe esprimere dispiacere. Anche se questa necessità in realtà varia a seconda del Paese e della cultura. Prendiamo gli “adesivi” (i disegni che si possono inviare tramite Messenger, ndr): vanno fortissimi soprattutto in Italia e in Thailandia, mentre nei Paesi scandinavi vengono utilizzati molto meno».

Quando vedremo il nuovo pulsante? Entro la fine dell’anno?

«Su questo non mi sbilancio».

Ci sono però contenuti che un utente può ritenere interessanti anche senza condividerli o commentarli.

«È per questo che abbiamo deciso di chiedere direttamente consiglio alle persone con rapide domande che compaiono sotto una notizia sul rullo, oppure sottoponendo ad alcuni dei questionari in cui si può valutare la propria sezione Notizie e i miglioramenti che si apporterebbero. Insomma, sappiamo che un algoritmo può sbagliare».

Qualcuno sostiene che Facebook stia togliendo spazio al giornalismo tradizionale.

«Noi non produciamo contenuti, noi diamo strumenti, alle persone come agli editori. Per noi il giornalismo è importante e un giornale, attraverso Facebook, può aumentare la propria visibilità e rivolgersi direttamente al proprio pubblico. Per questo abbiamo sviluppato strumenti come Mentions, Instant Articles e Signal».

Facebook sta lavorando molto sui contenuti multimediali.

«Da pochi giorni abbiamo introdotto i video a 360 gradi, che offrono un’esperienza simile alla realtà virtuale. Una risorsa che si potrà sfruttare presto anche per i videogames».

Andrea Andrei
 andrea.andrei@ilmessaggero.it
 © RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso



Vasco Rossi censurato da Fb per un topless

«Per un innocente topless a un concerto Facebook mi ha cancellato un post di qualche giorno fa per “scene di nudo” („un topless?..!)». Lo spiega Vasco Rossi tornando a postare sullo stesso social network il video incriminato, ma “pixelato”. «Non avevamo intenzione di violare la policy del social, chiedo scusa - scrive il rocker - e lo ripubblico ora nella versione “topless censurato”... Ma va detto che togliersi la maglietta a un concerto, per i ragazzi come per le ragazze, è un gesto liberatorio e di gioia. Non c’è niente di “osceno” se lo si fa in compagnia, quest’anno accadeva spesso sull’onda dell’entusiasmo e delle note di Rewind!! Il rock è anche questo ...ma forse questo Facebook non lo sa».