

Atención: Estos son los cambios de Facebook que a los medios no les gustará nada.

Por: Clases de Periodismo. 26/01/2018

La red social Facebook [anunció](#) que en el muro de sus usuarios dará prioridad a los contenidos publicados por familiares o amigos frente a las publicaciones de empresas o medios de comunicación.

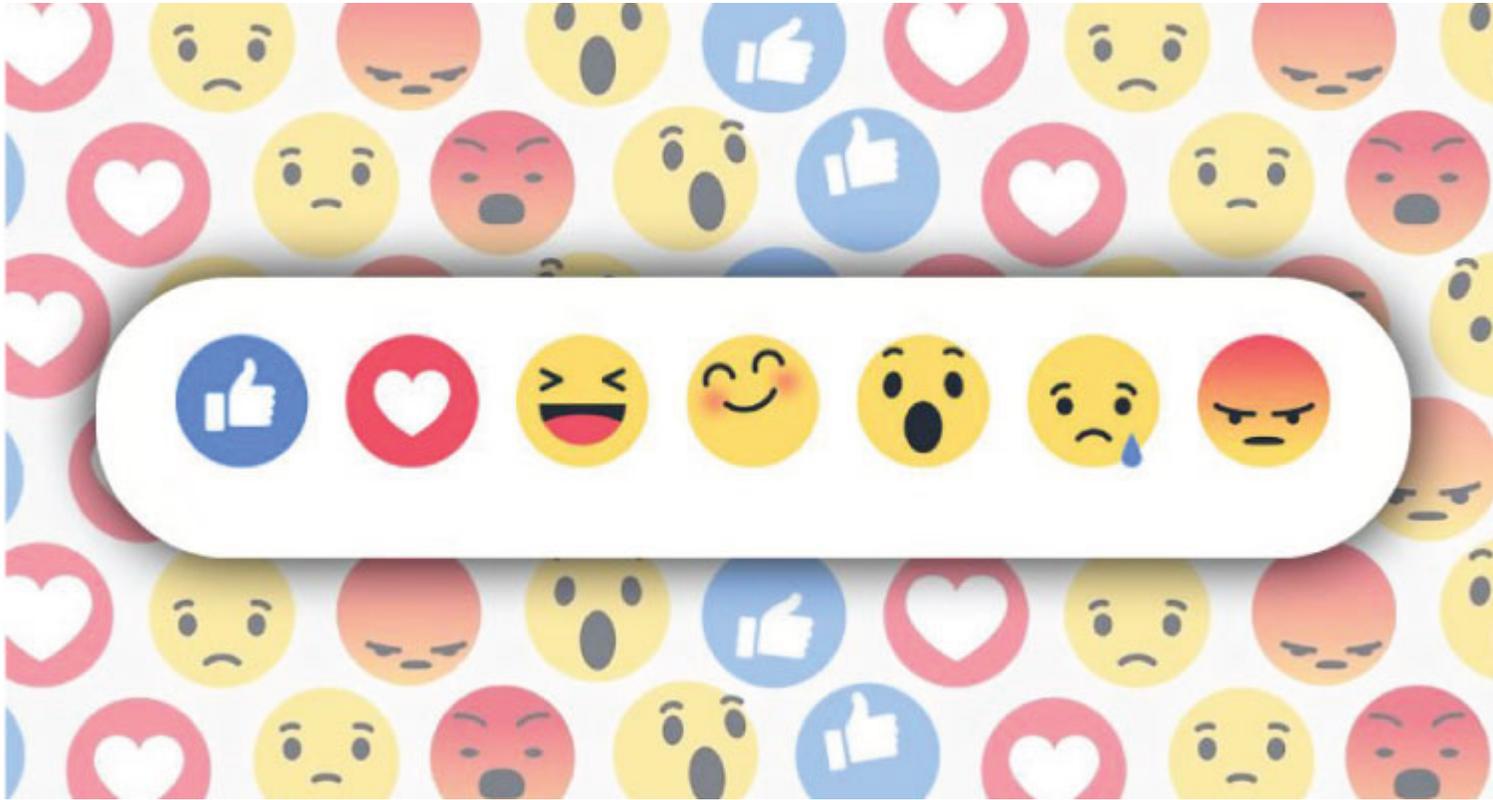
El mismo fundador y consejero delegado de Facebook, Mark Zuckerberg, desveló estos cambios que, dicen, buscan mejorar y a hacer más valiosas las experiencias de sus usuarios en esta red. Veamos lo nuevo:

-Ante los comentarios de la comunidad acerca de que el contenido público - publicaciones de negocios, marcas y medios- está desplazando los momentos personales, la red social tomará medidas que afectan a las organizaciones de noticias.

-Los videos y otros contenidos corporativos en Facebook han crecido mucho los últimos dos años, por lo que hay más publicaciones de este tipo que personales de amigos y familiares, algo que -según Facebook- incomoda a la comunidad. Este desequilibrio no es algo positivo, opina Zuckerberg.

-“Las investigaciones muestran que cuando usamos las redes sociales para conectar con gente que nos importa puede ser bueno para nuestro bienestar. Nos podemos sentir más conectados y menos solos y eso tiene una correlación con los índices de felicidad y salud a largo plazo”, sustentó, al aclarar que “leer artículos o ver videos de manera pasiva, incluso si son de entretenimiento o informativos, quizá no sea tan bueno”.

-Facebook ha hecho cambios en esta dirección desde hace el año pasado, y adelantó que los usuarios de la red empezarán a ver próximamente más publicaciones en su muro de amigos, familiares y conocidos.



REACCIONES

[De acuerdo con Digiday](#), los editores aún tienen muchas preguntas sobre el inminente cambio de noticias: “Facebook les dijo que también saldrá a la luz contenido de editores de buena reputación. Sin embargo, no especificó cómo definiría a un “editor de buena reputación” o cómo se vería afectado su tráfico. La preocupación para los editores es que tal enfoque tendrá la consecuencia involuntaria de perjudicar el contenido de alta calidad porque muchos artículos de noticias legítimos, aunque puedan leerse, tienden a no ser compartidos o comentados”.

¿Qué significa esto para las páginas y el contenido público?

-A medida que hacemos estas actualizaciones, indica Facebook, las páginas pueden ver cómo se reducen su alcance, el tiempo de reproducción de videos y el tráfico de referencia.

-El impacto variará de una página a otra, impulsado por factores que incluyen el tipo de contenido que producen y cómo las personas interactúan con él.

-Las páginas que realizan publicaciones en las que las personas generalmente no reaccionan ni comentan podrían ver las mayores disminuciones en la distribución. Las páginas cuyas publicaciones provoquen conversaciones entre amigos verán menos efecto.

Más detalles [aquí](#)

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: clases de periodismo

Fecha de creación

2018/01/26