
Il futuro di Facebook secondo Zuckerberg

Autore: Daniela Baudino

Fonte: Città Nuova

Il fondatore e proprietario del social network detta la linea dell'ecosistema Facebook e cioè anche di Instagram, Messenger e Whatsapp. Novità destinate a incidere nella vita di tanti

Ogni anno Facebook tiene una conferenza dedicata agli sviluppatori, dove **Mark Zuckerberg** illustra le principali prospettive future che riguardano l'ecosistema della sua azienda. La direzione che **il fondatore di Facebook** ha voluto dare quest'anno è tanto semplice quanto chiara: "Il futuro è privato". Si tratta di una dichiarazione d'intenti non certo inaspettata: dopo gli scandali che hanno coinvolto – e travolto – il colosso americano (*Cambridge Analytica*, le *fake news*, le ingerenze russe, i buchi nella sicurezza, etc), Facebook cerca di adattarsi all'evoluzione dei suoi utenti, sempre meno propensi e disponibili a buttarsi nel caos della piazza digitali ed invece più rivolti alle sfere private della piattaforma, rappresentate dai gruppi e dalla messaggistica. Creare una cornice che sposta gli utenti **dalla "piazza" al "salotto"** serve anche a far percepire eventuali problemi di privacy che si dovessero presentare in maniera meno preoccupante. **Le novità per Facebook** La prima novità riguarderà **l'aspetto grafico: via il blu**, che ha caratterizzato in modo preponderante Facebook in questi anni, per far spazio ad una interfaccia grafica minimale e completamente bianca.

Parallelamente **avranno più spazio i gruppi, gli eventi e le storie** e il Marketplace, il "mercato virtuale" da qualche anno integrato in Facebook, dove è possibile comprare e vendere le proprie cose, da cui sarà possibile comprare e spedire direttamente attraverso la piattaforma social.

Facebook sta poi lavorando ad **una piattaforma di "dating"** (quei siti e app che servono per cercare l'anima gemella) da integrare nel social network, sfruttando evidentemente la grossa mole di dati che già possiede. **"Secret Crush"** avrà lo scopo di mettere in contatto **le persone della stessa scuola, luogo di lavoro, città e quindi potenzialmente con interessi comuni**. Il tutto senza violazioni della privacy, perché per essere contattati bisognerà dare il proprio consenso al contatto. **Le novità di**

Messenger È ormai chiaro che l'intenzione di Facebook sia quella di **armonizzare, per dirla con le parole dell'azienda americana, le diverse app che permettono di scambiarsi messaggi attraverso chat** (Messenger, WhatsApp e Instagram). In autunno è previsto il rilascio della versione per PC del Messenger di Facebook, che permetterà di utilizzare la chat per chiamate e

videochiamate di gruppo, **per fare concorrenza a Skype**. Sempre per quello che riguarda Messenger, verrà potenziato il sistema dei **bot**, quei sistemi che in automatico rispondono ed interagiscono con le domande degli utenti e non si esclude che attraverso Messenger le aziende potranno permetterci di prenotare e fissare appuntamenti direttamente dentro alla app. **Le novità per WhatsApp** Anche per WhatsApp, al di là del continuo aggiornamento ed inserimento di nuove funzioni, sono previste delle nuove implementazioni significative per le aziende, che attraverso la versione **WhatsApp Business potranno condividere con gli utenti un catalogo prodotti direttamente nella chat**. Questa mossa potrebbe fare da apripista ad un altro progetto di cui da

diverso tempo si sente vociferare, ovvero un nuovo servizio di pagamenti che permetterà agli utenti di **scambiare denaro direttamente dentro alla chat**. **Le novità per Instagram** Anche la app preferita dei teenager sarebbe al centro di novità per il futuro. **Zuckerberg ha infatti prospettato la possibilità di far acquistare direttamente su Instagram i prodotti presentati o indossati dai creatori di contenuti, senza dover uscire dalla piattaforma**. Questo significa che sarà ancora più semplice per i ragazzi acquistare ciò che gli influencer propongono loro, e da cui questi ultimi guadagneranno una percentuale. Dalla conferenza di Facebook emerge chiaramente come il focus si stia spostando in maniera significativa verso il **mondo del commercio**, in quello che sembra un primo passo per l'evoluzione di Facebook da "semplice" social network ad un **social e-commerce**. L'obiettivo appare chiaro: rafforzare il business pubblicitario, che secondo i dati ha generato nel

primo trimestre entrate per 14,9 miliardi di dollari, pari al 99% del totale e far diventare Facebook sempre di più in una sorta di **passerpartout della vita quotidiana di milioni di persone**. Un futuro “privato”, infatti, vuol dire un **futuro “personalizzato”**, perché spostare il focus dalla piazza al salotto significa **conoscere sempre meglio i singoli utenti e affinare sempre meglio la profilazione di ciò che si offre**. Ma forse c’è di più. **L’impressione infatti è che con tutta questa serie di mosse l’ecosistema di Facebook, puntando sul “privato” e sulla messaggistica**, voglia mettersi nella scia delle ricerche che molte realtà come Google e Amazon stanno facendo sulla **realtà aumentata e l’assistenza vocale**. Il tempo ci dirà se questa è la direzione che anche Facebook sta prendendo, e per questo stia cercando di mettere le basi per creare una infrastruttura informatica da far utilizzare a chiunque voglia “conversare”.