

## Facebook melhora feed e dá prioridade a posts de amigos e família

**Date** : 12 de Janeiro de 2018

Sempre na tentativa de melhorar e adequar mais a rede social aos interesses dos utilizadores, o Facebook tem tido constantes atualizações de forma a ser, cada vez mais, uma rede social completa a vários níveis.

Uma recente atualização dá uma ênfase redobrado aos conteúdos que as pessoas querem ver, dando **prioridade a publicações de amigos e família**, no feed de notícias.



Sem qualquer novidade ou admiração, o Facebook é a rede social mais utilizada em todo o mundo. E, como tal, deve estar em constante reciclagem da aparência, forma de exibição de conteúdos, características, ofertas, definições, etc.

Assim, no seguimento de uma nova atualização, a plataforma de Mark Zuckerberg melhorou o Feed de Notícias, promovendo a exibição de conteúdos que sejam, realmente, significativos para os utilizadores.

O seu Feed de Notícias irá dar prioridade às publicações feitas por amigos e família, de forma a conseguir estar atualizado e interagir com o que mais lhe interessa.

A novidade foi divulgada através da página de Facebook do próprio **Mark Zuckerberg**:

O Facebook irá dar prioridade a publicações que suscitam conversas e inspiram interações significativas. Neste sentido, **serão exibidas mais rapidamente as publicações que inspiram comentários, publicações que podem ser partilhadas através do Messenger e publicações que o utilizador pode querer partilhar e reagir.**

## E as Páginas e outros conteúdos?

A má notícia para aqueles que se interessam sobretudo por conteúdos de páginas, é que estes **vão ser exibidos menos frequentemente e sem prioridade** face às publicações supracitadas.



Na prática, esta atualização reduzirá a exibição de vídeos produzidos profissionalmente, assim como outras publicações de editores ou empresas que não promovem interações significativas entre as pessoas.

Assim, **quem tem páginas no Facebook poderá ver o seu alcance, tempo de visualização do vídeo e redução do tráfego de referência a curto prazo.** Porém, este impacto irá variar de página para página, condicionado pelo tipo de conteúdo produzido e a forma como as pessoas interagem com este conteúdo no Facebook.

As páginas cujo público tende a consumir passivamente o seu conteúdo podem ter **diminuições mais acentuadas no que se refere à distribuição.** Já as páginas cujas mensagens resultam em interações significativas entre amigos terão menos impacto negativo.

[Newsroom Facebook](#)