

[Chartbeat](#) enpresako buruak eduki bat zabaltzen den aldien eta irakurketen arteko korrelaziorik ez dagoela esan zuen Twitter bidez. Chartbeat, denbora errealean estatistika eta datu azterketa egiten duen enpresa bat izanik, kontuan hartzeko iritzi bat da. Bere eskuetatik pasatzen diren datu kopuru handiak ezagututa, are gehiago.

Baieztapenetik tiraka, azalpenak ere eman behar izan zituzten, ondoren. Azalpen horietan, eduki bat zabaltzeko aldien eta bisita kopuruaren arteko harremana noski bazegoela adierazi zuten, baina horrek ez omen du irakurketa ziurtatzen. Hau da, gerta daiteke eduki bat asko zabaldu bai, baina ez gehiegi irakurtzea.

Interneteko sare sozialetan edukia hedatzen dugunean, eduki hori hedatzeaz gain, jendeak irakurtzea (edo ikustea) bilatzen dugu. Helburu berarekin milioika pertsona dago munduan, baina irudiko luke askorentzat Twitterreko eta Facebookeko RT eta *Like* kopuruak markatzen duela eduki baten kalitatea. Neurgailu horiek duten helburua horixe da, atxikimenduan oinarritutako arrakasta neurtzea.

Bada, horrek muga argiak ditu eduki bat irakurria, kalitatezkoa, sakona... den neurtzeko. Neurgailu horiek atxikimendua, hedapena, berehalakotasuna... bezalako ezaugarriak neurtzeko baliagarriak izan daitezke, baina beste gauza askotarako oztopo besterik ez dira.

Horretaz jada jende asko konturatu da, bereziki marketin munduan dabilen jendea. Klik, bisita, orrialde ikusi..., neurgailu horietaz harago atentzioa da neurtu behar dena. Garai berri hauetan, beraz, atentzioa izango da neurtu beharrekoa. Atentzioaren Webaren garaia da. Horrela deitu nahi izan diote batzuek, beti gertatu den denborarekiko borroka azaltzeko.

Denbora noiz, nola eta zertarako erabiltzen dugun 'neurtu' nahiko dute, pentsa. Neurtzeak ez du berez zentzu negatiborik, baina kasu askotan bezala, honetan ere 'metatu', 'harrapatu' edota 'kapturatu' hitzen sinonimo bezala erabili ohi da. Ondorioz, neurtzen ari zaren hori helburu bihurtzen da, eta horrekin batera baita pertsonak ere: «Zer neurtu, hori izan».

Milioika edukirekin, gure atentzioa bilatuko duten milaka inpultso izango ditugu. Arrisku handia dago, beraz, denbora guztian gure atentzioarengatik borrokatzen duten horiez asebeteta edota nekatuta, bakoitzak behar dituen ideiak garatzeko denborarik ere ez izatea. Maila indibidualean hori txarra bada, maila kolektiboan oraindik okerragoa izan daiteke.

Idea sorkuntzarako esan ohi da beharrezkoa dela lasaitasun eta sosegua, denbora 'galtzeko' aukera. Ideiak lantzeko, sortzeko, eztabaidatzeko... espazioak (fisiko edo/eta birtualak) beharrezkoak dira horretarako. Neurgailu egokiak definitu edota aukeratzearekin batera, ezinbestekoa hori ere etorkizun posibleak pentsatzeko.

Hobe ulertzeko, ikusi nola txertatu diren notifikazioak egunero erabiltzen ditugun mugikorretan. Mugikorretan erabiltzen ditugun aplikazioen bidez erabiltzera pasatu ginenetik, gero eta notifikazio gehiago jasotzen ditugu mugikorretan. Bada, orain notifikazio oharrek eta horiekin lotuta doazen zenbakiek -2 mezu dituzu irakurtzeko, 5 aldiz zabaldu da zure mezua, bilera duzu 19:00etan, trafikoa arazoak 5 kilometrora...- gure pantailaren zati handiago bat hartuko dute, gure denbora, gure atentzioa, gure...

Irudiaren Iturria: <https://pixabay.com/en/presentation-data-office-networking-1559937/> (Pixabay)

Iturri originala: <http://www.jakin.eus/blog/telepolis/-gorka-julio/zer-neurtu-hori-izan/39> (Jakín)