

# Universos, planetas y visión 360°. En busca del aumento de la calidad y el alcance del servicio a la sociedad vasca desde los medios de comunicación públicos

Lontzo Sainz  
Director de Transformación Digital, EITB

## Referencia de este artículo

Sainz, Lontzo (2021). Universos, planetas y visión 360°. En busca del aumento de la calidad y el alcance del servicio a la sociedad vasca desde los medios de comunicación públicos. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n°21, 303-306. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.17>

---

El gran Stephen Hawking no era de Bilbao. Pero, por la osadía de sus planteamientos, cualquiera diría que era del mismo centro de la capital vizcaína. Combinaba visiones de la realidad insospechadas para la inmensa mayoría de los habitantes de este planeta y nos hablaba de universos desconocidos.

Sin pretender —porque es empíricamente imposible— ni siquiera plantearnos la posibilidad de llegar a la suela del zapato de uno de los mayores genios que el mundo ha dado y, modestamente, desde EITB, estamos planteando combinar nuestro propio *universo* y sus *planetas* con una visión 360 para intentar aumentar la calidad y el alcance del servicio a la sociedad vasca.

Dentro de la definición que EITB Media (Grupo Audiovisual Público Vasco) concibió para afrontar los retos de la transformación digital se establecen como sus dos bases qué hace (contenidos y servicio público) y para quién (personas usuarias y comunidades de intereses compartidos).

Para ello, a la hora de intentar buscar nuevos procesos de trabajo, o mejorar e integrar los actuales, se establece como foco ofrecer contenidos y servicios con mayor calidad y mayor alcance.

Con esas premisas en EITB el año 2021 darán sus primeros pasos dos proyectos que pueden servir como la *primera* piedra con la que empezar a construir nuevas maneras de interactuar con la ciudadanía.

## Universo EITB

Por un lado, está lo que hemos denominado «nireitb», un juego de palabras entre *nire* (mi – mío) y el nombre del propio grupo de comunicación, para designar el acceso de cada persona al *Universo EITB*, ahora disperso y que ofrece la posibilidad de pertenecer a una comunidad (Club Infantil), estar suscrito a un boletín (*Newsletter*), recibir notificaciones, enviar fotos y vídeos, participar en concursos, acudir a eventos, etc.

A través de ese *universo* (esa gran comunidad), cada persona puede visitar o pertenecer a tantos *planetas* (comunidades específicas) como desee y participar de su vida en la manera en la que considere oportuno. Y esperemos que más adelante también pueda votar sobre cuestiones específicas en programas, elegir su concursante preferido u opinar sobre temas de actualidad.

El proyecto piloto se está realizando sobre una de las comunidades más fieles y más activas: la de quienes envían todos los días una media de 300 fotos y más de veinte vídeos a la sección de *El Tiempo*. Algunas de esas imágenes se seleccionan para aparecer en los espacios de televisión de información meteorológica y, además, se pueden ver absolutamente todas las fotos mientras se escuchan las cinco emisoras de EITB en los aparatos de televisión que hoy en día tienen el estándar HbbTV y, por supuesto, en la web [eitb.eus/eltiempo](http://eitb.eus/eltiempo) donde cada usuario, además, tiene su propia página.

## Atención 360°

El otro proyecto, también con el foco en la mejora de la calidad del servicio y el aumento de la cantidad de personas a las que se les ofrece, es el denominado *Erabiltzaileak (Usuarios) 360* para integrar el proceso de atención al cliente ahora dispersos en distintos teléfonos, WhatsApp, emails, webs, redes sociales, etc.

La primera labor será definir entre todas las personas de la organización que participan de una u otra manera en la prestación del servicio de atención al cliente cómo se puede establecer un proceso de trabajo conjunto que responda al foco y que redunde en que se pueda atender a la ciudadanía.

El objetivo sería tener una especie de CRM (*Customer Relationship Management* o Gestión de la Relación con los Clientes). En las compañías comerciales se orienta a gestión comercial, marketing y postventa. En el caso de un medio público, debiera servir para detectar qué interesa al público, cómo podemos contarle y darlo a conocer, y tener un servicio de atención al cliente multicanal (ofrecer respuestas a sus preguntas en tiempo y forma adecuadas).

No son los dos únicos proyectos orientados a ese foco, porque también están, entre otros, los metadatos cuyo uso responsable mediante Inteligencia Artificial debiera

ayudar a visualizar contenidos y dar una presencia adecuada a la lengua vasca en el mundo digital, a través de contenidos y servicios personalizados.

Evidentemente no estamos descubriendo la teoría de la relatividad precisamente, porque ya hay organizaciones en nuestro entorno y en todo el mundo que están siguiendo el mismo camino. Pero es un camino absolutamente necesario para mantener una personalidad muy definida por la cercanía a nuestro público y para hacernos visibles en un universo audiovisual en el que correremos el riesgo de ser irrelevantes o desaparecer en uno de los agujeros negros que el señor Hawking tanto estudió.

