

Transports Metropolitans de Barcelona (TMB)

Manual de estilo TMBinfo

Última modificación 9 de enero de 2023

Autora: Esther Soler Vázquez

Tutor: Javier Odriozola Chéné

Máster de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y
Nuevas Narrativas

Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

Índice

1.	Objetivos del manual de estilo.....	2
2.	Información básica	3
2.1	Horario de atención	3
2.2	Tiempo de respuesta	3
2.3	Logotipo	4
2.4	Cabecera.....	5
3.	Lenguaje	8
3.1	Idioma.....	8
3.2	Tono.....	8
3.3	Tuteo.....	8
3.4	Lenguaje inclusivo	9
3.5	Texto alternativo	9
4.	Terminología	11
4.1	Hashtags y GIFs	11
4.2	Emoticonos de marca	12
5.	Criterios de publicación	13
5.1	Consideraciones ortotipográficas.....	13
5.2	Difusión de contenido audiovisual	15
5.3	Erratas y actuaciones de mejora.....	16
5.4	Escucha activa	18
5.5	Derivar gestiones.....	18
5.6	Interacciones	19
5.7	Incidencias.....	20
5.8	Twitter corporativo @TMB_Barcelona	25
6.	Políticas de actuación.....	29
6.1	Lista negra- Discursos de odio.....	29
6.2	Agresiones machistas o LGTBfóbicas	30
6.3	Accesibilidad.....	31
6.4	Situaciones de duelo.....	34

1. Objetivos del manual de estilo

La justificación del canal de Twitter @TMBinfo, diferenciado del corporativo @TMB_Barcelona, es que persigue dar respuesta a todas aquellas cuestiones e inquietudes de la ciudadanía que utiliza el transporte público, específicamente las redes de metro y autobús de la compañía de TMB.

Con la elaboración de este manual de estilo, se asientan las bases de la comunicación corporativa digital de este perfil concreto, en el que se busca la premisa de la calidad de información de servicio y una atención ciudadana próxima y cercana.

La comunicación, por ende, debe seguir unos criterios de transparencia y de interacción con la audiencia, ofreciendo información honesta y a tiempo real. Este canal permite entonces a cualquier persona residente de la ciudad de Barcelona y alrededores poder gestionar de manera autónoma cualquier tipo de situación o incidencia en la que pueda ocurrir dentro de nuestras instalaciones.

Es por ello por lo que prepondera la empatía hacia la persona que acude al perfil y, por este motivo, y como objetivo público de la compañía, ha de proporcionar una alternativa y/o una solución válida a la solicitud o petición por la que se nos requiere.

Enlace al manual de estilo versión web: https://www.canva.com/design/DAFV8-Z8EZA/oVodme5zc5oQFgg02UsABw/view?utm_content=DAFV8-Z8EZA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

2. Información básica

Como norma general, se establecen una serie de comportamientos sociales que se integran en el ámbito digital:

- Es indispensable escribir sin errores gramaticales ni ortográficos. Se recomienda acudir, antes de publicar, a correctores de textos online que puedan avisar de alguna errata.
- No escribir en mayúsculas, ya que equivale a gritar en una conversación oral.
- No utilizar abreviaturas como xq (porque), q (que).

2.1 Horario de atención

El horario de atención en el que se responderá de manera ininterrumpida todos los tuits o mensajes directos (DM) que entren al canal es de 7 a 20 horas, de lunes a viernes laborables.

La información durante los días no operativos (sábado, domingo y festivos) se programará mediante Hootsuite aquellas alteraciones planificadas o avisos publicados en la sección 'Estado del servicio'.

2.2 Tiempo de respuesta

Una de las principales ventajas de las redes sociales es la búsqueda de la inmediatez, por tanto, el plazo en responder a cualquier consulta que mencione el canal se establece en 30 minutos.

Este plazo de tiempo resulta suficiente cuando se trata de una solicitud de información que puede encontrarse rápidamente en la página web tmb.cat.

No obstante, en ocasiones puede darse que un/a usuario/a contacte por alguna incidencia en el proceso de compra, con el acceso a la aplicación TMB App, errores de lectura pertenecientes a T-mobilitat y se deba investigar la causa que ha perjudicado el caso y proporcionar una solución al respecto. En estos casos, se informará a la persona que contacta que se está gestionando y tramitando su inquietud y, en el momento en que se disponga de una respuesta, se le trasladará inmediatamente.

2.3 Logotipo

El logotipo de @TMBinfo es el emblema de TMB sustituyendo el rojo característico por el negro.



Logotipo @TMBinfo



Logotipo @TMB_Barcelona






En algunas fechas, con motivo reivindicativo, se contempla la modificación del logotipo, como, por ejemplo, el Día Internacional del Orgullo LGBT o Navidad:



2.4 Cabecera

Con tal de diferenciar el horario de atención y advertir de una posible incidencia tanto en metro como en bus, de manera visual quedará reflejado en la cabecera del perfil.

Esta se modificará de manera automática con la inserción de los siguientes hashtags:

<p>Inicio</p>	<p>#Bondia #Comencem #Bonatarada</p>	
<p>Cierre</p>	<p>#Finsdilluns #Finsdimarts #Finsdimecres #Finsdijous #Finsdivendres #Finsdissabte #Finsdiumenge #Finsdesprés #Finsaviat #Finsdemà #Finalitzem</p>	
<p>Incidencias alto impacto bus</p>	<p>Megáfono+bus</p> <p> </p>	

<p>Incidencias alto impacto metro</p>	<p>Megáfono+metro</p> 	
<p>Incidencias alto impacto bus y metro</p>	<p>Megáfono+metro+bus</p> 	
<p>Volver a la normalidad (cabecera de inicio)</p>	<p>Cuadrado pequeño blanco</p> 	
<p>Volver a la normalidad en horario de cierre (cabecera de cierre)</p>	<p>Cuadrado blanco grande</p> 	

Durante el año, en época navideña principalmente, es probable que se proponga modificar la cabecera de inicio y cierre, como, por ejemplo:



3. Lenguaje

Se adoptará en todas las circunstancias un lenguaje comprensible para el público al que nos dirigimos y se evitará el uso de tecnicismos o terminología interna.

Es preferible utilizar frases o respuestas cortas y entendedoras que se puedan resumir en el límite de caracteres estipulados en 280.

3.1 Idioma

El idioma principal con el que publicaremos todo nuestro contenido será en catalán.

No obstante, pueden agendarse eventos memorables en Barcelona, como el *Mobile World Congress*, en el que se emitan publicaciones tanto en catalán, castellano y en inglés.

En el caso de las menciones o de las respuestas, siempre responderemos en el lenguaje en el que la persona usuaria se dirige al canal.

3.2 Tono

Se apuesta por la cordialidad y el respeto, pero desde un punto de vista informal. Esto quiere decir que no se empleará Bienvenida/o, Cordialmente/Saludos cordiales como se puede utilizar en un correo electrónico donde el tono que se adopta es formal.

En redes sociales, estas designaciones se suprimen por un trato y tono informal, sin perder el rango de institucionalidad.

3.3 Tuteo

Dada la proximidad que otorgan las redes sociales y el grado de informalidad empleado por las personas usuarias, la manera en la que se dirigirá será de “tú”.

* La excepción en el tuteo es cuando la/el usuaria/o nos habla de “usted”.

3.4 Lenguaje inclusivo

El uso del lenguaje inclusivo en nuestros canales sociales y su implantación inmediata designa un modelo institucional que se adapta a la ética de nuestra sociedad. Es por ello por lo que se deberá seguir las siguientes pautas:

- Utilizar genéricos y formas abstractas: ciudadanía, vecindario...
- Emplear femenino cuando son cargos ocupados por mujeres: la jueza.
- Utilizar ambos artículos definidos: las y los responsables.
- Uso de barras: ~~El interesado/a~~. El/la interesado/a.
- No anteponer siempre el masculino en primer lugar ya que denotaría jerarquía. Procurar alternar los géneros en un texto: las/os conductoras/es.
- No usar la @ puesto que el lenguaje ofrece muchas alternativas.
- Evitar expresiones sexistas: llorar como una niña, ser fuerte como un hombre...
- Usar 'persona': ~~Todos somos iguales ante la justicia~~. Todas las personas somos iguales ante la justicia.
- Adjetivos sin marca de género: ~~La huelga de los estudiantes~~. La huelga estudiantil.
- Omitir sujeto si es preciso: ~~Los usuarios deberán registrarse~~. Habrá que registrarse.
- Suprimir el término de Señorita (Srta) para designar a una mujer soltera.

3.5 Texto alternativo

El texto alternativo o 'etiqueta alt' es un atributo HTML en el que se describe una imagen. Permite a los motores de búsqueda rastrear y codificar nuestra página web y, además, ayuda en la lectura de descripción de imágenes a lectoras/es con discapacidad visual.

Por tanto, todas las imágenes deben contener siempre el texto alternativo, facilitando la accesibilidad visual a todas las personas que lo necesiten.

TMBinfo @TMBinfo · 16 dic. ...
⚠️ Línies V13 i 59 #busbcn: per manifestació, sense circulació a la Rambla en sentit ascendent.
✖️ Parades anul·lades: 255, 256, 257, 1258, 1289 i 1290.



🔄 2 ❤️ 2 📎



Descripción de la imagen

Imatge d'un grup de persones manifestant-se amb fons vermell.

Descartar

4. Terminología

4.1 Hashtags y GIFs

Para poder dirigirse a algunos de los servicios que operamos, se utilizarán hashtags propios que sirvan no solo como seña de identidad, sino también como método de mejor control y conocimiento de todas las publicaciones y/o comentarios relacionados con alguno de los mismos. Estos serían:

- **#metrobcn**. Todo tipo de información en referencia al servicio de metro deberá contener este hashtag cuando hace referencia a incidencias en el servicio, cierre y/o apertura de accesos, ascensores y escaleras mecánicas y respuestas a las/os usuarias/os.
- **#busbcn**. En este caso, se utilizará este hashtag para hablar del servicio de bus, sus incidencias a tiempo real, así como las planificadas (obras, carreras durante el fin de semana...).
- **#JoTMBé**. Este hashtag solamente se empleará cuando se necesite solicitar algún tipo de dato a algún/na usuario/a. No se proporcionará información proactiva en el canal @TMBinfo sobre su funcionamiento con tal de no alejarse de la información de servicio. Por tanto, su uso se reserva para la cuenta de Twitter corporativa @TMB_Barcelona.
- **#HolaBarcelona** | **#BarcelonaBusTurístic** | **#CatalunyaBusTurístic** | **#TelefèricdeMontjuïc** | **#FuniculardeMontjuïc** | **#TramviaBlau**. Estos seis hashtags se reservan su utilización también al perfil corporativo, dado que son catalogados como transportes de ocio. No obstante, si surgiera algún tipo de incidente, como, por ejemplo, alguno que provocara el no uso del servicio, se podrá retuitear el contenido generado por @TMB_Barcelona o generar uno propio.

En cuanto a GIFs propios, insertando en el buscador de GIFs de Twitter *@tmbbarcelona*, aparecen los siguientes:







GIFs de TMB propios

No hay ningún criterio de aplicación, solamente es un recurso más.

4.2 Emoticonos de marca

Siempre que se haga referencia a cualquier servicio operado por TMB, deberán utilizarse los siguientes emoticonos:

Metro	Bus	Teleférico	Funicular
			

El uso de *emojis* en la composición de los contenidos es altamente recomendable, dado que permite visualizar y organizar mejor la información, siempre sin utilizarlos en exceso.



5. Criterios de publicación

5.1 Consideraciones ortotipográficas

5.1.1 Abreviaciones

A pesar de que el número máximo de caracteres en Twitter es de 280, en principio, los textos propuestos encajan sin ningún tipo de problema.

Si hubiera que recortar y/o abreviar, se pueden utilizar los siguientes ejemplos más usuales:

- Hospital (de) → Hosp.
- Sant → St
- Santa → Sta
- Plaça de → Pl.
- Passeig de → Pg.
- Badalona Pompeu Fabra → BDN Pompeu Fabra
- Zona Universitària → Z. Universitària
- Trinitat Nova → T. Nova
- Trinitat Vella → T. Vella
- Avinguda → Av.
- Baixada → Bda.
- Cantonada → Cant.
- Carrer → C.
- Carretera → Ctra.
- Passatge → Ptge.
- Passeig → Pg.
- Plaça → Pl.
- Rambla → Rbla.
- Ronda → Rda.
- Travessera → Trav.
- Maria → M.
- Número → núm. o n.
- Nombre → nre.
- Pàgina → pàg. o p.
- Telèfon → tel.
- Dilluns → dl.
- Dimarts → dt.
- Dimecres → dc.
- Dijous → dj.
- Divendres → dv.
- Dissabte → ds.
- Diumenge → dg.

También pueden reducirse los ordinales en caso necesario: *1r trimestre*.

Por norma general, las cantidades se separarán con un punto cada tres dígitos: *1.450 puntos de información*.

* No obstante, no llevarán punto: los años, los números de las series de trenes y las numeraciones de las calles. *Un tren de la serie 9000*.

5.1.2 Fecha y hora

El formato escogido para la fecha será: 20.1.2022, es decir: día, mes y año separados por un punto.

En lo que respecta a la hora: de 8.00 a 10.30 h: las horas y minutos irán separados por un punto y el sustantivo 'hora' puede abreviarse como *h*.

5.1.3 Agradecimientos

Del mismo modo que se focaliza la incidencia y se desgana el aspecto que resulta más negativo, se deberá enfatizar también cuando el/la usuario/a escriba un agradecimiento, felicitación o destaque algún servicio en particular de TMB.



Pau Jose María @paujosemaria24 · 7 oct.



No se qui es o quins són els Community Mánagers de les comptes de [@TMBinfo](#) / [@TMB_Barcelona](#) a Twitter, Instagram... pero de veritat són uns "cachondos" et publiquen històries de insta, t'ajuden a la que tens una incidència, fan saber les incidències en temps real i sense demora 🙄



6



1



11





5.2 Difusión de contenido audiovisual

Para la difusión de contenido audiovisual, se deberá tener la certeza que lo que se publica en el perfil es interno, se cuenta con el permiso de las/os autoras/es o han estado publicadas bajo licencia Creative Commons (CC).

Por defecto, si la página web o la red social donde se ubica el contenido interesado no especifica lo contrario, prevalece la licencia copyright. Es por este motivo por el cual no se podrán utilizar en ningún ámbito, salvo si es un RT del material publicado o de un enlace a la página donde se encuentra.

El [Real Decreto Legislativo 1/1996](#), de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regulariza las disposiciones legales vigentes sobre esta materia.

La mala praxis se recoge en el artículo 270 del Código Penal, donde, en su punto 1. Se establece que:

Será castigado con la pena de prisión de seis meses a cuatro años y multa de doce a veinticuatro meses el que, con ánimo de obtener un beneficio económico directo o indirecto y en perjuicio de tercero, reproduzca, plagie, distribuya, comunique públicamente o de cualquier otro modo explote económicamente, en todo o en parte, una obra o prestación literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la autorización de los titulares de los correspondientes derechos de propiedad intelectual o de sus cesionarios.

En el siguiente listado se añaden algunos enlaces a repositorios de imágenes que, la mayoría, tienen foto Creative Commons 0. Si alguna de ellas tuviera derechos de atribución, se tendría que indicar:

- www.pexels.com/
- unsplash.com/
- gratisography.com/
- morquefile.com/
- pixabay.com/
- www.stockvault.net/
- picjumbo.com/
- krakenimages.com/
- pikwizard.com/
- www.rawpixel.com/
- www.reshot.com/
- www.freeimages.com/
- kaboompics.com/
- stocksnap.io/
- www.canva.com/
- www.lifeofpix.com/
- nos.twinsd.co/
- images.superfamous.com/

También se dispone del repositorio del Ajuntament de Barcelona:

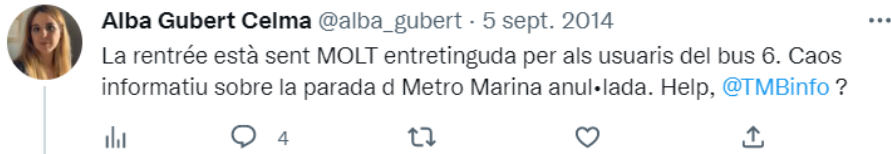
- <https://www.barcelona.cat/imatges/ca/>

5.3 Erratas y actuaciones de mejora

En el momento en que se percibe un error propio, ya sea de carácter ortográfico, de información o de cualquier otra índole, se menciona, se pide disculpas por el error cometido y se publica de nuevo con el contenido correcto.

En ocasiones puede ocurrir que la propia ciudadanía perciba alguna anomalía y se avise al canal. En ese caso, se comunica que se traslada su comentario al departamento o a la unidad de gestión pertinente para que se solucione y/o se repare cuanto antes.

Si la incidencia notificada se resuelve en un plazo no superior a 24 horas, se contactará de nuevo con el/la usuario/a y se le comunicará su resolución, reparación y/o puesta en marcha.

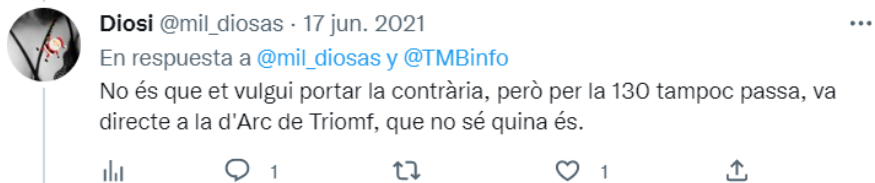
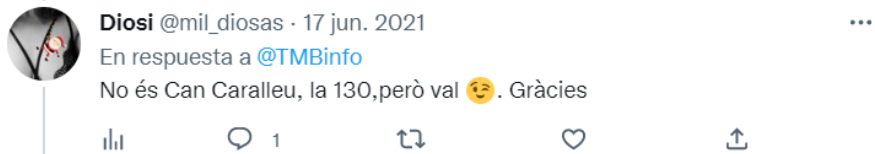


En respuesta a [@alba_gubert](#)

[@alba_gc](#) Bon dia, Alba. La resposta anterior era incorrecta. Disculpa l'error. La línia 6 de [#busbcn](#) té les parades alternatives a les (1/2)

10:12 a. m. · 5 sept. 2014

1 Retweet



En respuesta a [@mil_diosas](#)

Doncs tens tota la raó 😊
Els busos es desvien per Via Laietana i després pel carrer de Trafalgar, per tant, la pròxima parada en servei és la 39 - Pg de Sant Joan - Alí- Bei. Disculpa l'error.

[Traducir Tweet](#)

4:59 p. m. · 17 jun. 2021

v 1 Me gusta

5.4 Escucha activa

De manera proactiva y compaginada, se deberá controlar no solamente las notificaciones entrantes en el canal @TMBinfo, sino también hay que estar pendiente de cualquier consulta sobre información de servicio que aparezca en el perfil corporativo.

Con ello, se debe permanecer con la escucha activa en la red social para poder encontrar algún mensaje que pueda interesar, sin necesidad que se haya mencionado el canal.

Dado que no se dispone de las claves de acceso al perfil corporativo, no se responderán los mensajes directos a no ser que la persona encargada remita dichas consultas.

5.5 Derivar gestiones

Se debe tener en cuenta que el perfil responde a la mayoría de las consultas específicas con la información inmediata que se obtiene de las fuentes principales.

No obstante, hay supuestos en los que la respuesta debe conducir a la ciudadanía al formulario adecuado, según el tema que le compete.

5.5.1 Alegaciones

Para la presentación de alegaciones sobre infracciones cometidas por usuarios y usuarias de la red de TMB, el formulario específico es: <https://www.tmb.cat/es/atencion-al-cliente/gestiones/formulario-alegaciones>

5.5.2 Justificantes de incidencia

5.5.2.1 Metro

Para las incidencias que han supuesto un paro total de la circulación de los trenes de metro durante más de 5 minutos y aquellas en las que, de forma no planificada, se ha dejado un tramo de línea sin circulación, la ciudadanía puede solicitar un justificante de incidencia del servicio de metro a través de: <https://www.tmb.cat/es/atencion-al-cliente/gestiones/justificantes-incidencias-metro>

5.5.2.2 Bus

Para las incidencias acaecidas en el servicio de la red de bus, el formulario al que se ha dirigir es: <https://www.tmb.cat/es/atencion-al-cliente/contacto/email>

5.5.3 *Objetos perdidos*

Si se recibe un mensaje avisando de la pérdida de un objeto, el/la cliente/a deberá rellenar el formulario siguiente con todos los datos posibles que favorezcan su búsqueda y localización: <https://www.tmb.cat/es/atencion-al-cliente/gestiones/objetos-perdidos>

5.5.4 *Quejas, reclamaciones y sugerencias (QRS)*

Si el mensaje corresponde a una queja, reclamación o sugerencia acerca de:

- Comportamiento y/o actitudes del personal, ya sea de TMB o de empresas contratadas.
- Accidentes o asuntos de carácter económico.
- Vibraciones, ruidos o grietas.

En estos casos, se deberá acudir al formulario: <https://www.tmb.cat/es/atencion-al-cliente/gestiones/quejas-reclamaciones-sugerencias>

5.6 Interacciones

Como norma general, ha de responderse todos los mensajes directos, tuits que se nos mencionan y tuits que mencionan el perfil corporativo que hacen referencia a información de servicio.

Pero, pueden ignorarse o no responderse todos aquellos contenidos que:

- No cumplan con las políticas de uso de redes sociales de TMB: comportamientos irrespetuosos tanto con la empresa, como su plantilla y/o a la ciudadanía.
- Comentan sobre decisiones internas por parte de la empresa sin afectación aparente para la ciudadanía: reorganización de la plantilla, políticas de premios...
- Son ajenos a la total competencia de TMB: características de los títulos de transporte, sentidos de circulación de las calles...
- Todos los perfiles incluidos en la lista negra por ser reiteradamente discriminatorios con TMB.

Finalmente, el número máximo de interacciones con un/a mismo/a usuario/a sobre una misma cuestión se establece en tres, para así, evitar que la atención se alargue demasiado con réplicas y contrarréplicas.

5.7 Incidencias

Las estadísticas semanales, mensuales y anuales y el propio seguimiento de las incidencias que se pueden producir diariamente ponen de manifiesto la relevancia de la información de servicio a tiempo real.



Por tanto, ha de hacerse hincapié en la publicación veraz, honesta e inmediata sobre incidencias que puedan producirse durante el desarrollo del horario de atención desde las 7 de la mañana hasta las 20 horas de la tarde.

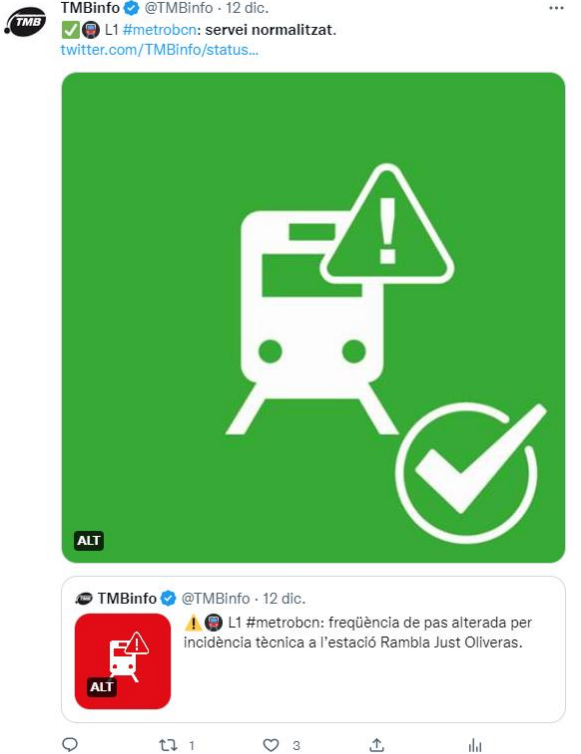
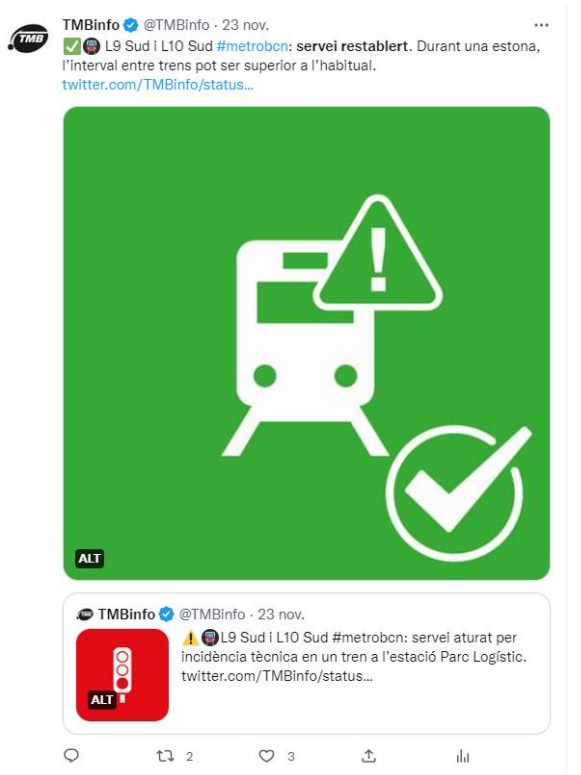
Es reseñable tener en cuenta que, en las horas punta, que es cuando tiene lugar el mayor número de desplazamientos, las incidencias surgidas son susceptibles de mayor repercusión.

1.1.1 Metro

La fórmula para publicar las incidencias de metro, para que sea visual, directa y concisa responderá:

<p>Frecuencia de paso alterada</p>	<p>⚠️ 🚆 + número de línea + #metrobcn: freqüència de pas alterada per + motivo + estación.</p> <p>* Imagen metro con fondo rojo.+ ALT</p>	
-------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

<p>Stop de la línea</p>	<p>⚠️ 🚇 + número de línea + #metrobcn: servei aturat per + motivo + estació.</p> <p>📘 El nivell d'ocupació de la línia es pot veure alterat per la incidència. Consulta'l a: http://owl.li/lfJ130qK0yJ + embeber tuit si hubiera de frecuencia de paso alterada</p> <p>* Imagen semáforo con fondo rojo + ALT</p>	
<p>Servicio parcial</p>	<p>⚠️ 🚇 + número de línea + #metrobcn: funciona entre + especificar las estaciones operativas. + Sense servei entre + especificar estaciones inoperativas. + embeber tuit previo si lo hubiera</p> <p>Se puede indicar alternativas de transporte, como por ejemplo, qué líneas de autobús efectúan el tramo afectado.</p> <p>* Imagen parcial con fondo rojo + ALT</p>	

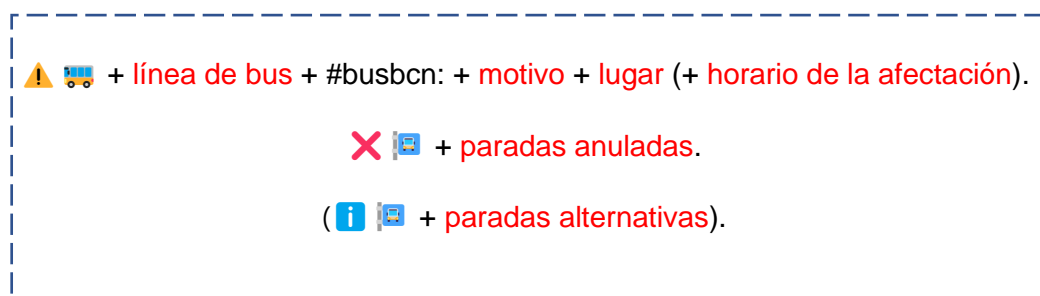
<p style="text-align: center;">Normalización</p>	<p style="text-align: center;">Frecuencia de paso alterada:</p> <p>✓ 🚆 + número de línea + #metrobcn: servei normalitzat.</p>	
	<p style="text-align: center;">Stop de línea o servicio parcial:</p> <p>✓ 🚆 + número de línea + #metrobcn: servei restablert. Durant una estona, l'interval entre trens pot ser superior a l'habitual.</p>	

1.1.2 Bus

En lo que se refiere a las incidencias en el servicio de bus, no se aplica una fórmula precisa y exacta de publicación, ya que permite más libertad en su redacción. Sin embargo, el cuerpo del mensaje deberá contener las siguientes indicaciones según los tres tipos de incidencias que pueden acontecer en bus:

A) **Incidencias a tiempo real.** Son aquellas que se desarrollan a tiempo real durante la jornada laboral del departamento, son improvisadas y, por ende, no planificadas.

Siguiendo la línea como ocurría en las incidencias de metro, se debe especificar:

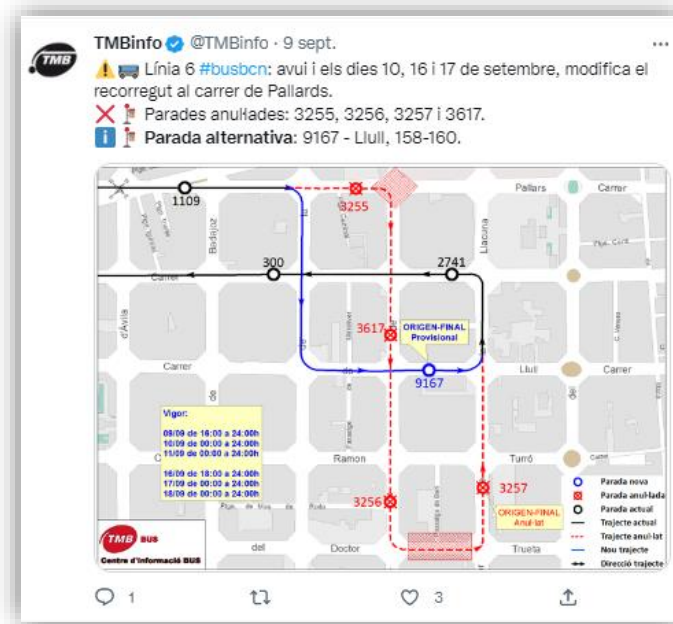


Siempre ha de especificarse toda la información que se obtenga y sea útil para la planificación del trayecto al/la usuario/a, así como la minimización de la propia incidencia.



B) **Incidencias planificadas propias de TMB.** Hacen referencia a aquellas actuaciones que gestiona y crea la organización por motivos justificados: por ejemplo, la modificación de una parada y la sustitución de otra debido a unas obras duraderas.

En este apartado, la creación del texto viene ya dada por el departamento que se encarga de su planificación, no obstante, se deberá revisar para que el contenido que se publique en el canal sea el correcto.



Siempre se acompañará con un mapa de las anteriores características y, dado que se publica con herramientas propias de TMB, será la única excepción de imagen que no contendrá texto alternativo.

- C) **Incidencias planificadas ajenas a TMB.** Engloban todas aquellas situaciones que no gestiona TMB, pero ha de crear una planificación exclusiva para informar al/la cliente/a sobre la afectación que pueda tener en el servicio. Por ejemplo, una carrera en la ciudad de Barcelona donde se cortan calles al tránsito y se impide la circulación de vehículos. Ocurren y se planifican los fines de semana y festivos, coincidiendo con el horario no operativo del canal. Es por este motivo, que, siguiendo la misma fórmula de redacción, siempre ha de incluirse **afectaciones previstas**, puesto que es la información que se dispone en el momento de la publicación, pero puede ocurrir que no se efectúe o se modifique.



5.8 Twitter corporativo @TMB_Barcelona

Hay dos perfiles en la red social Twitter pertenecientes a TMB: TMBinfo, que es la cuenta que atañe este manual de estilo, y TMB_Barcelona, que es el perfil corporativo de la organización.

Por norma general, la información de servicio debe responderse desde el canal de TMBinfo, mientras que aquellos contenidos más corporativos pertenecen a TMB_Barcelona.

Para comprender mejor qué debe responder cada cuenta, se establece en la siguiente tabla las premisas:

	TMBinfo	TMB_Barcelona
JoTMBé (programa de puntos, concursos, idioma comunicaciones envíos)	-	Sí
Actos, eventos e intervenciones públicas	-	Sí
Canales y estrategia de comunicación y política de contenidos (revistas digitales, web, redes sociales, MouTV)	-	Sí
Salida tren histórico	-	Sí
Información defunción trabajador/a	-	Sí
Amianto	-	Sí
Cooperación exterior-internacional	-	Sí
Encuestas sobre el servicio	-	Sí
Fundación TMB: TMB Cultura, TMB Solidari, Patrimoni	-	Sí
Gestión medioambiental	-	Sí
Material móvil: nuevos buses y trenes, remodelación, vinilación, asignación de líneas...	-	Sí
Nomenclatura de líneas, paradas y estaciones	-	Sí
Ocupación: cómo trabajar en TMB	-	Sí
Petición de cifras, resultados, estudios...	-	Sí
Proyectos que no están totalmente implantados	-	Sí

Publicidad	-	Sí
Motivos de una huelga	-	Sí
Cuestiones económicas/monetarias	-	Sí
Situaciones de crisis del sector	-	Sí
Idioma de la plantilla	-	Sí
Idioma elementos estáticos y digitales	Sí	-
Avisos de errores, desperfectos, seguridad, incidencias...	Sí	-
Afectaciones en la red (ampliaciones, cortes, obras...)	Sí	-
Agradecimientos a la plantilla	Sí	-
Canales de información (no política de contenidos)	Sí	-
Características de los títulos de viaje y condiciones de su uso	Sí	-
Comportamiento de la plantilla	Sí	-
Horarios de metro y bus	Sí	-
Incidencias del servicio	Sí	-
Accesibilidad	Sí	-
Limpieza (no reciclaje)	Sí	-
Normativa aprobada y vigente	Sí	-
Recorridos y cómo llegar	Sí	-
Seguridad	Sí	-
Tarifas y sistema tarifario	Sí	-
Temperatura y ventilación	Sí	-
TMB App (funcionalidad, requisitos de acceso...)	Sí	-
Huelgas con afectación al servicio (sin motivos)	Sí	-

Cobertura telefonía móvil	Sí	-
---------------------------	----	---

En el caso que cualquiera de los temas anteriormente señalados mencionan el perfil TMBinfo, se deberá notificar al departamento de gestión del perfil corporativo para su conocimiento.

6. Políticas de actuación

6.1 Lista negra- Discursos de odio

En ningún caso se debe interactuar con perfiles que formen parte de la lista negra. Se trata de periodistas, medios de comunicación, grupos políticos, asociaciones, sindicatos, otros organismos, instituciones, administraciones y usuarias/os que se han detectado y registrado en numerosas ocasiones diversas faltas de respeto hacia TMB.

Cuando se detecte un nuevo perfil que pueda ser motivo de inserción en dicha lista, se debe seguir las siguientes pautas:

1. Identificar el perfil

Investigar si en ocasiones anteriores dicho perfil ya había mencionado el canal de forma vejatoria o faltando el respeto a la empresa o si, por el contrario, es una persona usuaria nueva.

2. Análisis del mensaje

Valorar si el contenido del texto constituye una amenaza, contiene palabras vejatorias, humillantes, discriminatorias...

3. Almacenamiento de datos

Guardar los datos del mensaje y del perfil para controlar mejor posibles futuras intervenciones.

4. Responder con el tuit embebido recordando las políticas de redes sociales de TMB.

El motivo de responder en vez de ignorar se trata de no favorecer el discurso ni mantenerse al margen ante posibles infracciones o, incluso, delitos de odio. Ante todo, debe prevalecer el respeto y la tolerancia y TMB ha de permanecer firme ante estos comportamientos para poder hacer llamada de atención y/o sensibilizar.

5. Comunicación con la figura responsable del departamento.

Si el/la usuario/a continúa respondiendo o, en un futuro, vuelve a mencionar el canal de manera discriminatoria, vejatoria, etc., se deberá informar al/la responsable del departamento para que valore si incluir el perfil definitivamente en la lista negra.

6.2 Agresiones machistas o LGTBfóbicas

Para establecer un protocolo de actuación en cuanto a situaciones de violencia machista y LGTBfóbica, primeramente, se recogen los tipos y grados de violencia:

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Psicológica	Insultar Chillar Burlas sexistas Menospreciar	Amenazar Chantajear Comentarios sobre la apariencia	Amenazar de muerte Amenazar con el suicidio
Física	Invadir el espacio Intimidar Tocamientos no sexuales no deseados Empujar	Inmovilizar Arrinconar Escupir Tirar de los pelos Perseguir	Golpes de puño/patadas Retener Coger del cuello
Sexual	Babear Miradas o comentarios sexuales no deseados	Tocamientos sexuales no deseados Acoso por opción sexual Imponer prácticas sexuales no seguras	Exhibicionismo sexual Violación (no solo penetración) Chantaje Amenaza por prácticas sexuales
Ambiental	Golpear objetos Cosificar Uso de lenguaje sexista	Golpear fuerte Lanzar objetos Aislar	Quemar objetos Dañar a personas queridas Dañar a mascotas

Tabla extraída del *Protocol per un espai públic, d'oci i festiu lliure de violències masclistes i LGTBfòbiques* del Ayuntamiento de Santa Coloma de Gramenet

Por tanto, el nivel 1 se establece como agresiones leves, mientras que el 2 y el 3 se categorizan como graves o muy graves.

La intervención que se espera por el canal se asigna en:

- **Detección.** Se le ofrecerá a la persona agredida información sobre los recursos de atención existentes en la ciudad (centros de salud cercanos, puntos lila...) Si ocurre en Santa Coloma de Gramenet, se le informará sobre la posibilidad de activar los servicios de agentes cívicos nocturnos serenos y serenas para un acompañamiento personalizado al domicilio.
- **Acogida.** Se deberá escuchar a la víctima, acompañar, no juzgar, preguntar si está sola o acompañada y no dejarla sola. Se deberá valorar si se trata de un caso de acoso leve o grave y activar el Dispositivo Especial de Atención si se precisara llamando al Centro de Control de Metro (CCM).
- **Acompañamiento.** Se facilitará a la víctima medios y recursos para un acompañamiento seguro: pedir un taxi, contactar con algún familiar y/o amiga/o...

Para los casos graves y muy graves, se activará el **Dispositivo Especial de Atención**:

1. Se acogerá a la persona o personas agredidas, se hará una primera contención, se informará del protocolo y, finalmente, se activará el Dispositivo mediante llamada telefónica al Centro de Control de Metro (CCM).
2. El CCM solicitará la presencia de los cuerpos de seguridad y/o policiales, los cuales, se desplazarán al lugar de los hechos.
3. La Policía Local acudirá, activará la presencia de los recursos profesionales necesarios para la atención e informará a la persona responsable del operativo del Protocolo.
4. La Policía Local, dependiendo de la gravedad, activará la atención de urgencia y el acompañamiento psicológico especializado.

En el caso de ocurrir en un autobús, será el/la conductor/a quien se encargue de avisar al Centro de Control de Bus e iniciar el Dispositivo si se precisara.

6.3 Accesibilidad

La accesibilidad es un factor de calidad del servicio en empresas de transportes que garantiza el derecho universal a la movilidad. Además, es una oportunidad de mejorar las condiciones de desplazamientos de todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, cognitivas, sensoriales y de comunicación.

Dentro del diálogo permanente con las entidades representativas y el Instituto Municipal de Personas con Discapacidad, TMB continúa realizando adaptaciones y mejoras en la infraestructura y en los sistemas de información.

6.3.1 Estructura

6.3.1.1 Metro

Desde el año 1992, las estaciones de la red de metro que se construyen o se rehabilitan garantizan la accesibilidad. Se sigue trabajando para hacer el metro más accesible para todo el mundo, con la adaptación progresiva de las instalaciones, la implantación en toda la red de distribuidoras con sistema de navegación por voz, de encaminadores para personas ciegas en muchas estaciones y de dispositivos luminosos de cierre de puertas cada día en más trenes.

Desde el 2012, está disponible el mapa en relieve de la red de metro y una guía de metro en braille en los Puntos TMB de información y atención a la ciudadanía.

6.3.1.2 Bus

La red de bus está adaptada en su totalidad para personas con movilidad reducida desde el 2007. Actualmente, los autobuses son accesibles a las personas con discapacidades funcionales: en el interior de los vehículos, con espacios reservados y avisadores de parada visuales y sonoros; en el exterior, con el dispositivo de infoaccesibilidad para invidentes.

6.3.1.3 Barcelona Bus Turístic

El Barcelona Bus Turístic ofrece las mismas facilidades que el resto de la flota de bus con respecto al piso inferior e incluye, asimismo, un bucle inductivo para las personas sordas con audífono, con el fin de mejorar la escucha de la audioguía.

6.3.1.4 Teleférico de Montjuïc

El teleférico de Montjuïc es, desde el año 2007, una instalación totalmente adaptada. En 2008 recibió el certificado de accesibilidad universal.

6.3.2 Movilidad reducida

El caso concreto de la movilidad reducida es un t pico sensible que ha suscitado cierto revuelo y repercusión en determinadas ocasiones.

Especialmente, desde el perfil [@AccessibilitatB](#) se persiguen y se han denunciado ciertos comportamientos que, según dicho perfil, constituyen *discriminaciones* hacia el colectivo:



Ante estas acciones en las que se señala y se responsabiliza a la empresa, como norma general:

- **Nunca mantenerse en silencio.** Es preferible responder unas horas más tarde, dando tiempo suficiente a meditar y a preparar una respuesta, que ignorar la situación.
- **Recabar y corroborar la información.** En el caso que en el tuit no se ofrezcan datos suficientes para identificar el hecho, se preguntará al perfil todo aquello que puede ayudar a tener una visión más completa para, de manera interna, poder investigar, esclarecer y dar oportunidad en estas situaciones a las/os conductoras/es su versión.
- **Solo responder una vez.** Cuando se llevan a cabo este tipo de publicaciones, la intencionalidad es la creación de juicios sociales que dañan y perjudican la imagen de la marca. Es por ello por lo que, lejos de suscitar y provocar un debate extenso, se contestará una sola vez con la información más detallada, directa y concisa posible.
- **Mostrar empatía en el suceso.** En definitiva, el comentario no deja de ser una queja que evidencia situaciones concretas en las que personas con movilidad reducida pueden sentirse desplazadas y/o incómodas. Por este motivo, el mensaje que se emita ha de ser empático y cercano, mostrando una postura más humana de la organización.

6.4 Situaciones de duelo

Ante situaciones trágicas que puedan acontecer, se recomienda una actuación en el entorno digital con tal de mejorar la reputación corporativa, humanización de la marca y posicionamiento de consternación frente al suceso.

En primer lugar, deberá valorarse y categorizar el hecho acaecido: por tipo de tragedia, proximidad geográfica y sector de la actividad.

Finalmente, la figura responsable del departamento será quien confeccione un protocolo para cada acontecimiento en particular.


Por norma general, el canal deberá adoptar un tono serio y no publicar contenidos de ocio y entretenimiento durante el periodo que se establezca el duelo.



TMBinfo  @TMBinfo · 17 may.



♥ En memòria del maquinista de @FGC, mort a l'accident d'ahir i com a mostra de solidaritat amb els ferits, les famílies afectades i de suport a les companyes i companys @FGC,

 #TMB farà un minut d'aturada a les 12.00 h al servei de #metrobcn



 10

 49

