



Septiembre 2016

Recomendaciones para el diseño de banderolas cara A

B
BC
BN

ÍNDICE

1. BANDEROLA CARA A _____	3
2. RECOMENDACIONES GENERALES _____	4
2.1. MENSAJE	
2.2. DISTANCIA DE LECTURA	
2.3. CONTENIDOS	
3. DISTRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LAS BANDEROLAS _____	5
3.1. NIVELES DE LECTURA	
3.2. ESPACIO DESTINADO A LOS PATROCINADORES	
4. EJEMPLOS _____	6
5. BUENAS PRÁCTICAS _____	7

1. BANDEROLA CARA A

Este manual recoge una serie de recomendaciones a la hora de diseñar el producto **BANDEROLA** en Barcelona.

Las **banderolas A** son **soportes de comunicación exterior que se cuelgan en las farolas de la ciudad en el sentido de la circulación de vehículos.**

Cada farola dispone de banderola derecha y banderola izquierda. La creatividad y el diseño deben pensarse en conjunto para la pareja de banderolas.

Las medidas de cada banderola son 120 cm de alto por 90 cm de ancho.

2. RECOMENDACIONES GENERALES

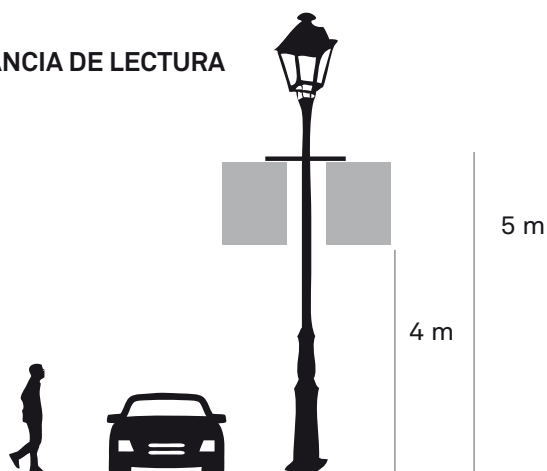
2.1. MENSAJE

La creatividad es libre, pero es recomendable pensar en la jerarquización de la información y facilitar la comprensión a la ciudadanía. La información que quiere transmitir la banderola se debe poder captar en un vistazo.

Es recomendable incluir un solo mensaje que contenga la información básica que se quiere comunicar:

1. **Qué se quiere comunicar**
2. **Cuándo tiene lugar**
3. **Dónde se hace**

2.2. DISTANCIA DE LECTURA



La parte superior de las banderolas queda suspendida a 5 metros de altura y la parte inferior, a unos 4 metros. Es fundamental tener en cuenta estas distancias para:

1. **Garantizar una buena legibilidad:**

- Titulares: no utilizar cuerpos tipográficos inferiores a 250 puntos.
- Mensajes complementarios: no utilizar cuerpos tipográficos inferiores a 150 puntos.

2. **Seleccionar la información:**

- Básica y breve: se debe poder captar fácilmente a una velocidad media de 10-15 km/h.

2.3. CONTENIDOS

- **No pueden fomentar la violencia.**
- **No pueden contradecir ninguna ley o reglamento del Ayuntamiento de Barcelona.**
- **No pueden ser ofensivas, ni en la creatividad ni en los textos.**
- **No pueden llevar precios ni promociones.**
- **No pueden mostrar bebidas alcohólicas ni fomentar su consumo.**
- **No pueden aparecer ningún tipo de drogas, tabaco incluido**

3. DISTRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LAS BANDEROLAS

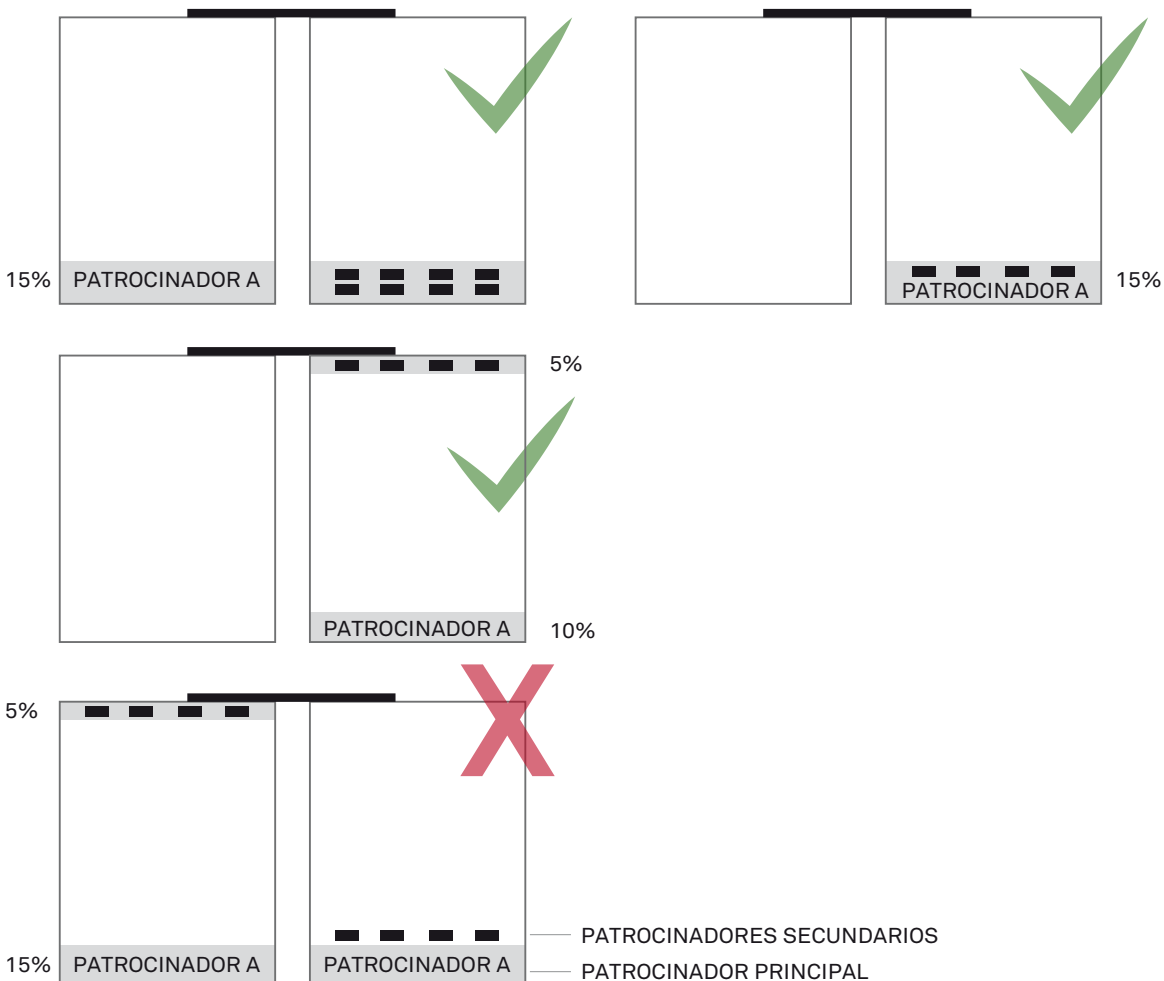
3.1. NIVELES DE LECTURA

Hay que tener en cuenta la distancia a la que se coloca la banderola para seleccionar y jerarquizar la información que se quiere poner.



3.2. ESPACIO DESTINADO A LOS PATROCINADORES

El espacio dedicado a los logotipos de organizadores, colaboradores y patrocinadores no puede superar el 15% de la superficie de la banderola.



4. EJEMPLOS



**“EXPOSICIÓ
BARCELONA
DE NIT”**

Del 13 de maig al 14 de juny
Obert de 10 a 20h
Plaça de Sant Jaume

www.barcelonadenit.cat

cespa urbisser arribatx TALIO
Ajuntament de Barcelona

el Periódico



**“EXPOSICIÓ
BARCELONA
DE NIT”**

Del 13 de maig
al 14 de juny
Obert de 10 a 20h
Plaça de Sant Jaume

www.barcelonadenit.cat



cespa urbisser arribatx TALIO
Ajuntament de Barcelona

el Periódico



Del 13 de maig
al 14 de juny
Obert de 10 a 20h
Plaça de Sant Jaume

www.barcelonadenit.cat



cespa urbisser arribatx TALIO
Ajuntament de Barcelona



**“EXPOSICIÓ
BARCELONA
DE NIT”**

el Periódico

5. BUENAS PRÁCTICAS

