



RESUMEN

Este trabajo de fin de máster investiga el concepto de diseñar marquesinas para paradas de autobús culturalmente significativas como medio para mejorar la identidad y la habitabilidad de los espacios urbanos. Centrándose en el contexto de Barcelona, el estudio explora el impacto del poder corporativo en el diseño y la infraestructura del transporte público.

Además, la investigación examina el papel de la publicidad en la sostenibilidad económica de las ciudades, enfatizando los significativos ingresos generados por los anuncios colocados en las paradas de autobús y otros espacios urbanos. Si bien la publicidad contribuye a la financiación y mantenimiento de la infraestructura de transporte, plantea preocupaciones sobre la saturación visual, el comportamiento del consumidor y la priorización de los intereses comerciales sobre los aspectos culturales y estéticos de las ciudades.

El desarrollo del proyecto aboga por la integración de elementos culturalmente significativos en el diseño de las paradas de autobús, tomando inspiración de la rica herencia cultural de Barcelona. Mediante la incorporación de

características culturales locales, las paradas de autobús pueden convertirse en representaciones simbólicas de la identidad de una ciudad, fomentando un sentido de pertenencia y orgullo entre residentes y visitantes. La investigación explora diversas estrategias para lograr esto, incluyendo el uso de elementos arquitectónicos y artísticos que reflejen las características y la historia única de la comunidad local.

Los hallazgos de este estudio demuestran el potencial del diseño de paradas de autobús culturalmente significativas para transformar los espacios urbanos y mejorar la experiencia urbana en general a través del diseño de un prototipo de parada de autobús para la ciudad de Barcelona con las características previamente mencionadas. Al abrazar la identidad cultural, las ciudades pueden crear infraestructura que trascienda la funcionalidad, convirtiéndose en una fuente de inspiración, participación comunitaria y expresión cultural. Esta investigación contribuye al debate más amplio sobre la influencia del poder corporativo, el papel de la publicidad y la importancia de la integración cultural en el diseño de entornos urbanos.

PALABRAS CLAVE

diseño

transporte público

identidad cultural

espacios urbanos

barcelona

poder corporativo

integración cultural

experiencia urbana

sentido de pertenencia

Figura 1 . Autor desconocido. Paradas en los ochenta. Archivo Fundació TMB, 1987-1989.

