

**Escuela de Diseño Gráfico**

“La escenografía cinematográfica como recurso  
expresivo y generador de experiencias para  
espacios comerciales.”

**Trabajo de Graduación previo a la  
obtención del título de:**

Licenciada en Diseño de Interiores

**Autora**

Diana Paulina Chacho Astudillo

**Tutora**

Dis. Daniela Castillo

**Cuenca - Ecuador**

**2025**

# DEDICATORIA

A mis padres, Juan Pablo Chacho y Diana Astudillo, por ser mi base inquebrantable, no solo en esta etapa, sino a lo largo de toda mi vida. Gracias por su amor incondicional, por enseñarme a creer en mí misma y respetar mis decisiones. Por confiar en mí sin dudar un solo instante y por hacerme sentir siempre motivo de orgullo. Este logro es tan mío como suyo. Gracias por luchar día a día, contra todo obstáculo, para brindarme la oportunidad de convertirme en una profesional. Esta meta alcanzada también es su victoria.

A mis hermanas, Doménica y Samantha Chacho Astudillo, quienes con su compañía, apoyo y cariño han sido una constante en mi vida. Ustedes son mi inspiración diaria para seguir adelante, y deseo que siempre me vean como un ejemplo a seguir, con el mismo amor con el que yo las miro a ustedes.

A mis seres queridos que hoy me acompañan desde el cielo. A mi abuelo Alejandro, que sé que está profundamente orgulloso de mí. A mi tío Enrique, cuyas palabras y sabios consejos nunca dejaron de acompañarme, aún en la distancia que impone la ausencia. Este logro también les pertenece, porque su amor permanece vivo en mí.

A toda mi familia extensa: mis tíos, tías, primos y primas. Aunque son muchos, cada uno ha dejado una huella imborrable en mi camino. Gracias por

sus consejos, su cariño, por estar presentes aún en la distancia y por enseñarme que el amor familiar no conoce fronteras.

A mis amigos, aquellos que conocí en esta travesía universitaria y que hoy se han convertido en colegas. Gracias por sus enseñanzas, por las risas compartidas, las madrugadas de entrega, el apoyo incondicional y por haber construido conmigo este camino. Hoy, con orgullo, cerramos una etapa y damos inicio a una nueva como profesionales.

Y a ti, Juan Pablo Méndez, mi enamorado, gracias por acompañarme con amor, paciencia, respeto y constancia. Tu apoyo diario, tus palabras de aliento y tu compañía silenciosa han sido fundamentales en este proceso. Gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba.

Dedico esta tesis a todos ustedes, porque han sido parte esencial de este viaje. Sin su amor, confianza y presencia, este momento no tendría el mismo sentido. Los amo y gracias por culminar esta etapa de mi vida junto a mí.

Diana Paulina Chacho Astudillo

# AGRADECIMIENTO

Como primer punto a Dios, por darme la sabiduría de elegir la carrera correcta para aplicar con pasión el resto de mi vida. Gracias por guiarme paso a paso en esta gran trayectoria, llena de retos, aprendizajes, altos y bajos, pero siempre sostenida por tu presencia. Cada decisión tomada, bajo tu luz, me ha conducido hasta este momento tan significativo: la culminación de mi carrera universitaria.

A mi familia Chacho Astudillo, quienes han sido los pilares fundamentales de este logro. Gracias por sus consejos, apoyo constante y motivación diaria, que me sostuvieron en cada etapa de este proceso.

A mi tutora principal, Daniela Castillo, quien fue el hilo conductor de esta tesis. Su guía clara y su criterio firme marcaron el rumbo adecuado para que esta investigación alcanzara su mejor versión. Agradezco también profundamente a Gabriela Moyano y Geovani Delgado, por sus valiosas observaciones,

apoyo incondicional y el tiempo que dedicaron para entender, acompañar y fortalecer este trabajo.

A todos los maestros que formaron parte de mi formación profesional durante estos cuatro años de esfuerzo, gracias por cada enseñanza, cada consejo y cada clase, ciclo tras ciclo, que me ayudaron a crecer como diseñadora y como persona.

Y a mis compañeros, quienes fueron parte esencial de este camino. Su compañía, apoyo mutuo y colaboración en cada entrega hicieron más llevadero este recorrido. Sin ustedes, este desenlace no habría sido el mismo.

A cada uno, mi más sincero y eterno agradecimiento.

Diana Paulina Chacho Astudillo

# INTRODUCCIÓN GENERAL

En el contexto actual del diseño interior comercial, las marcas enfrentan el desafío de destacar en entornos cada vez más competitivos, donde ya no basta con ofrecer un producto o servicio, sino que es necesario generar experiencias memorables que conecten emocionalmente con el usuario. En este escenario, el diseño de espacios ha evolucionado hacia una dimensión narrativa y sensorial, en la que cada elemento del entorno debe contribuir a comunicar los valores y la identidad de la marca. En este marco, surge una posibilidad innovadora: integrar principios de la escenografía cinematográfica en el diseño de interiores comerciales como estrategia para potenciar la experiencia del usuario y fortalecer la imagen de marca.

La escenografía cinematográfica, tradicionalmente entendida como el arte de ambientar y construir los espacios donde se desarrollan las historias en el cine, ofrece una serie de herramientas que pueden ser transferidas al diseño interior. Elementos como la iluminación dramática, la construcción simbólica del espacio, la ambientación sonora y el uso estratégico del color permiten generar atmósferas que no solo estimulan los sentidos, sino que comunican una narrativa. Este enfoque convierte al espacio en un lenguaje visual que puede influir en las emociones, decisiones y percepciones del usuario, tal como ocurre en el cine.

El presente artículo parte del interés por explorar esa conexión entre el cine y el diseño, específicamente desde la escenografía como recurso expresivo. Si bien existen estudios previos sobre la experiencia del usuario en el espacio comercial y sobre el diseño emocional, la integración directa entre escenografía cinematográfica y diseño interior sigue siendo un campo escasamente explorado, sobre todo en contextos locales como Cuenca, Ecuador. En la ciudad, no se registra una línea académica consolidada que aborde esta fusión interdisciplinaria, lo cual representa un vacío tanto teórico como práctico en la formación y ejercicio profesional del diseño interior.

Esta carencia de investigaciones que integren cine y diseño evidencia la necesidad de proponer enfoques alternativos que amplíen las herramientas creativas del diseñador. En lugar de limitarse a referentes tradicionales del interiorismo o el escaparatismo comercial, se plantea como hipótesis que los principios de la escenografía cinematográfica pueden ser aplicados estratégicamente en el diseño de espacios

comerciales para generar experiencias inmersivas y coherentes con la identidad de marca. Esta integración permitiría enriquecer el proceso proyectual, considerando al usuario como un espectador activo que transita, interactúa y recuerda el espacio como parte de una narrativa. En ese sentido, el objetivo principal de esta investigación es proponer estrategias de diseño interior comercial basadas en criterios escenográficos del cine, con el fin de mejorar la experiencia emocional del usuario dentro del espacio. Para lograrlo, se abordaron interrogantes como: ¿Qué relación existe entre el diseño comercial y la escenografía cinematográfica? ¿Qué elementos visuales, técnicos y simbólicos pueden ser compatibles entre ambos campos? ¿Cómo se pueden aplicar estrategias narrativas del cine al diseño de un espacio interior? ¿Qué rol cumple la iluminación en la percepción del usuario y en la construcción de una atmósfera emocional?

Para responder estas preguntas, se desarrolló una investigación cualitativa basada en entrevistas a profesionales de diversas áreas: escenografía, actuación, dirección escénica, diseño interior, iluminación y branding. Este enfoque multidisciplinario permitió construir una visión integral del fenómeno, integrando diferentes saberes que enriquecen la comprensión del espacio como lenguaje. Además, se revisaron tesis, proyectos académicos y referentes visuales que aportaron bases metodológicas para estructurar un modelo aplicable al campo del diseño interior.

Así, este artículo busca no solo describir los hallazgos obtenidos, sino también proponer una mirada proyectual donde el diseño interior se transforme en una experiencia narrativa multisensorial, capaz de provocar emociones, contar historias y generar vínculos duraderos con el usuario. Se plantea al espacio como un escenario activo que comunica desde lo visual, lo simbólico y lo sensorial, apoyándose en herramientas del cine para mejorar la calidad de la experiencia en espacios comerciales.

El diseño de interiores en espacios comerciales es un campo en crecimiento que busca ofrecer experiencias únicas y significativas a los usuarios. Esta investigación explora el potencial de la escenografía cinematográfica como recurso expresivo para generar experiencias inmersivas en espacios comerciales. A partir de un enfoque interdisciplinario, se analizan elementos como la iluminación, el color y la disposición espacial, propios del cine, para ser aplicados estratégicamente en el diseño interior comercial. La investigación propone un modelo conceptual-operativo que integra estos recursos con el objetivo de fortalecer la identidad de marca y mejorar la interacción emocional del usuario con el entorno. Los resultados evidencian que la aplicación de técnicas escenográficas transforma la percepción del espacio comercial, generando ambientes más significativos, narrativos y memorables. Este enfoque ofrece nuevas posibilidades para el diseño, donde el espacio se convierte en un medio narrativo que conecta emocionalmente con el usuario.

Palabras Clave

Escenografía cinematográfica, diseño de interiores, espacios comerciales, experiencia del usuario, narrativa espacial, ambientación, Identidad de marca.

Interior design in commercial spaces is a growing field that seeks to offer unique and meaningful experiences to users. This research explores the potential of cinematic scenography as an expressive resource for generating immersive experiences in commercial spaces. Using an interdisciplinary approach, elements such as lighting, color, and spatial arrangement, characteristic of cinema, are analyzed for strategic application in commercial interior design. The research proposes a conceptual-operational model that integrates these resources with the goal of strengthening brand identity and improving the user's emotional interaction with the environment. The results show that the application of scenographic techniques transforms the perception of commercial spaces, generating more meaningful, narrative, and memorable environments. This approach offers new possibilities for design, where space becomes a narrative medium that emotionally connects with the user.

Keywords

Film set design, interior design, retail spaces, user experience, spatial narrative, ambiance, brand identity.