ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

El espacio como narrativa: análisis del diseño interior como elemento de storytelling en contenido audiovisual digital.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA
PRESENTADA POR

Sanchez Saldaña, Karla Patricia
DNI: 70183820, Perú
Cabrera Cieza, Santiago Daniel Joselito Moises
DNI: 72914821, Perú
Rojas Avila, Angel Alfonso
DNI:71656401, Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ARQUITECTURA DE INTERIORES
PRESENTADA POR

Yauri Chahua, Julissa Roxana
DNI: 73089913, Perú

ASESOR

Tambini de la Peña, Jorge Enrique
DNI: 47947191, Perú
ORCID: 0000-0002-9972-2534

JURADO

Portilla Campos, Duncan Mauricio
Ampuero Quezada, Héctor David
Alvarado Pereyra Ornella Nicole

Lima, Mayo 2026

Reporte de Similitud

Karla Sanchez%2C Angel Rojas%2C Santiago Cabrera%2C Julissa Yauri.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:581627914

Fecha de entrega
21 abr 2026, 11:00 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
2 may 2026, 12:33 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Karla Sanchez, Angel Rojas, Santiago Cabrera, Julissa Yauri.pdf

Tamaño del archivo
3.5 MB

63 páginas

13.632 palabras

84.383 caracteres

7% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Fuentes principales

4% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
5% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a quienes comprenden que todo logro colectivo nace del encuentro entre distintas miradas, ideas y voluntades. A nuestras familias, por sostener con paciencia cada etapa del proceso; a nuestros docentes, por exigirnos pensar con mayor profundidad y rigor; y a quienes, desde gestos silenciosos, hicieron más llevadero el camino recorrido.

De manera especial, dedicamos esta tesis al valor de trabajar en conjunto: a la capacidad de escucharnos, debatir, complementarnos y avanzar como un solo equipo aun en medio de las diferencias. En estas páginas no solo se refleja una investigación concluida, sino también el aprendizaje de construir metas comunes con compromiso, respeto y confianza.

Finalmente, dedicamos este esfuerzo a quienes creen que el conocimiento cobra mayor sentido cuando se comparte, se discute y se transforma en una obra colectiva.

Agradecimiento

Quiero comenzar agradeciendo a Dios, por ser mi guía constante, por darme la fortaleza, la paciencia para culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mis padres, por su amor incondicional, por su apoyo en los momentos de cansancio y por creer en mí incluso cuando las circunstancias parecían difíciles. A mi hermana, por su compañía brindándome ánimo y alegría, motivándome a no rendirme.

A mis tías y a mi abuelita, por su cariño, sus consejos y por acompañarme con tanto amor a lo largo de este camino, siendo una fuente constante de motivación y fortaleza. Sin mi familia no hubiera podido llegar a donde estoy ahora mismo.

Y a mí mismo/a, por no rendirme, por mantener la fe y la perseverancia, y por convertir cada desafío en una oportunidad de crecimiento. Este logro representa no solo el resultado de esfuerzo y disciplina, sino también de amor, esperanza y fe en mis propios sueños. Sé que podré lograr muchas cosas de manera personal y un crecimiento enorme como profesional si yo me lo propongo

Angel Alfonso Rojas Avila

Agradezco profundamente a mí mismo por la constancia, disciplina y compromiso que mantuve a lo largo de este proceso de investigación. Hubo momentos de incertidumbre, cansancio y dificultad, pero aun así encontré la fortaleza para continuar avanzando con responsabilidad y determinación. Reconozco el esfuerzo silencioso detrás de cada página escrita, de cada corrección realizada y de cada decisión tomada con el propósito de alcanzar un trabajo del cual sentirme orgulloso.

Asimismo, me agradezco por no renunciar cuando el camino parecía más complejo de lo esperado. Este logro representa no solo la culminación de una etapa académica, sino también el crecimiento personal que surgió durante el proceso. Haber llegado hasta aquí confirma que la perseverancia, la paciencia y la confianza en uno mismo son capaces de convertir los desafíos en metas cumplidas.

Santiago Cabrera Cieza

Agradezco a Dios y al universo, por acompañarme en cada paso de este camino, por darme la fortaleza en los momentos de duda, la calma en los momentos difíciles y la determinación para no rendirme.

Este logro está dedicado con todo mi amor a mi familia,a mis padres, por ser mi refugio y mi mayor impulso. Gracias por su amor incondicional, por enseñarme que el esfuerzo y la perseverancia siempre tienen sentido. Y de manera muy especial a mis abuelitos que hoy me acompañan desde el cielo. Sé que siempre soñaron con ver a sus nietos salir adelante, y este triunfo es también parte de ese anhelo que sembraron en nosotros.

Gracias por cada esfuerzo que hicieron para darnos una mejor vida y por el amor que siempre nos brindaron. A mi abuelo Julián, por impulsarme a seguir estudiando y enseñarme el valor de la perseverancia; y a mi abuela Machi, por su ternura infinita y el cariño inmenso que marcó mi vida.

Este logro también es suyo.

Finalmente, agradezco a la vida por permitirme llegar hasta aquí, por cada desafío que me hizo crecer y por cada aprendizaje que hoy se ve reflejado en este

trabajo. Este proyecto no solo representa la culminación de una etapa académica, sino también un proceso de transformación personal y profesional, donde entendí que los espacios no solo se diseñan, sino que también se sienten, se viven y cuentan historias.

Julissa Roxana Yauri Chahua

Agradezco profundamente a Dios por acompañarme en cada paso de este camino, por darme fortaleza en los momentos difíciles y por sostenerme cuando más lo necesité. A mis padres, Luis y Pathy, por ser mi base y mi impulso, por su amor incondicional, su paciencia infinita y por enseñarme, con su ejemplo, a no rendirme.

A mis amigos y familiares, gracias por estar, por escuchar, por alentar y por recordarme, incluso en los días más pesados, que no estaba sola. Cada palabra, cada gesto y cada momento compartido fue una chispa que mantuvo viva mi motivación.

Y a mí, por no soltarme. Por sostener mis sueños con firmeza incluso cuando temblaban, por elegir avanzar aun con miedo y por convertir el cansancio en constancia. Hoy este logro no solo representa una meta alcanzada, sino la historia silenciosa de una lucha que decidió florecer.

Karla Patricia Sanchez Saldaña

Resumen Ejecutivo

La presente investigación analiza la limitada valoración del diseño interior como recurso narrativo en el contenido audiovisual digital, donde el espacio suele emplearse únicamente con fines decorativos. Su objetivo fue comprender cómo integrarlo al storytelling para influir en la experiencia del espectador. Se desarrolló bajo un enfoque cualitativo aplicado, mediante entrevistas a tres profesionales y la observación de contenidos digitales. Los hallazgos evidencian que la iluminación, el color y la composición permiten construir atmósferas y transmitir emociones. En ese sentido, se concluye que un espacio bien diseñado incrementa la inmersión y la conexión emocional del usuario, posicionándose como un agente narrativo activo y aportando bases teóricas y prácticas para la innovación audiovisual.

Palabras Clave

4–6 términos.

Diseño interior; storytelling; narrativa audiovisual; experiencia del usuario; contenido digital; atmósferas emocionales.

Tabla de Contenidos

Reporte de Similitud....2
Dedicatoria....3
Agradecimiento....4
Resumen Ejecutivo....5
Capítulo I: Introducción....10
1.1. Problema de Investigación....10
1.2. Vacío en el Conocimiento....11
1.3. Justificación de la Investigación....12
Capítulo II: Revisión de la literatura....14
2.1. Estado del Arte....14
2.2. Marco Teórico....21
Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación....23
3.1. Objetivo General....23
3.2. Objetivos Específicos....23
3.3. Pregunta General....23
3.4. Preguntas Específicas....23
3.5. Proposición General....24
3.6. Proposiciones Específicas....24
Capítulo IV: Metodología....25
4.1. Tipo y enfoque de investigación....25
4.2. Diseño metodológico....26
4.3. Participantes o casos de estudio....27
4.4. Técnicas e instrumentos....28
4.5. Procedimiento....29
Capítulo V: Resultados....31
5.1. El espacio como agente narrativo activo....31
5.2. Construcción de atmósferas y emociones a través del diseño espacial....33
5.3. Relación entre espacio, percepción y experiencia del usuario/espectador....36
5.4. Proceso conceptual y estratégico en el diseño del espacio....39
5.5. Errores, desafíos y evolución del diseño espacial en el contenido audiovisual. 41....
Capítulo VI: Discusión 44
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones....50
7.1. Conclusiones....50
7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones....51
Referencias....53
Anexos....54
Anexo 1: Guía de Entrevista....54

Índice de Tablas y Figuras

Figura 1 se evidencia cómo el espacio adquiere un rol protagónico en la construcción narrativa del contenido audiovisual analizado. El camerino o backstage, con su espejo rodeado de focos cálidos y su iluminación suave, configura una atmósfera íntima que sugiere introspección y vulnerabilidad. La presencia de la figura reflejada, con la mirada dirigida hacia sí misma, refuerza esta lectura emocional, donde el espacio no solo enmarca la acción, sino que la potencia simbólicamente. La abundante composición floral en primer plano, con formas orgánicas y colores suaves, irrumpe en el encuadre casi invadiéndolo, generando un contraste visual y conceptual con el fondo funcional y neutro del backstage. Este contraste entre lo técnico y lo sensorial convierte al espacio en un elemento narrativo activo que comunica tensión entre lo público y lo privado, lo performático y lo íntimo. De este modo, el espacio no solo ambienta la escena, sino que construye significado y guía la interpretación del espectador.

13

Figura 2 Se evidencia cómo el interiorismo en el cine es utilizado como una herramienta narrativa que trasciende lo meramente decorativo, integrándose activamente en la construcción de atmósferas emocionales. A través de los ejemplos observados, se identifica el uso intencional de elementos como la iluminación, la paleta cromática, la disposición del mobiliario y la composición espacial para generar sensaciones específicas en el espectador. Se aprecian escenas donde los espacios cerrados, con iluminación tenue y encuadres controlados, transmiten tensión, intimidad o encierro, mientras que los espacios abiertos y luminosos evocan calma o libertad. Asimismo, los materiales, texturas y objetos presentes en el entorno refuerzan el carácter de los personajes y su estado emocional. En conjunto, estos recursos evidencian

que cada decisión dentro del diseño espacial responde a una intención narrativa clara, permitiendo comunicar emociones y significados sin necesidad de recurrir al diálogo explícito.

13

Figura 3 Se evidencia cómo, en la observación realizada, el uso de una composición visual altamente estilizada —basada en la simetría, el encuadre centrado y una paleta de colores cuidadosamente controlada— se integra con fragmentos de escenas cinematográficas y el texto sobrepuesto “Wes Anderson convierte cada escena”, logrando captar atención y reforzar una identidad estética clara. Este tipo de recursos visuales permite que el contenido se perciba ordenado, atractivo y fácilmente reconocible, generando una experiencia visual envolvente. Asimismo, la disposición de los elementos dentro del espacio, junto con el uso de colores contrastantes y atmósferas diferenciadas, transmite emociones específicas como tensión, armonía o aislamiento. De este modo, la observación refuerza lo señalado por las personas entrevistadas: la efectividad del espacio radica tanto en su construcción estética como en la experiencia emocional que genera en el espectador, consolidándose como un elemento narrativo clave en la interpretación del contenido.

Figura 4 Se evidencia cómo, a partir de la observación realizada, el espacio se encuentra en una etapa inicial de intervención donde aún no se ha materializado el diseño final, pero sí se percibe un proceso de organización y preparación. La presencia de herramientas, materiales y elementos constructivos, junto con el profesional en el lugar, refleja un momento previo a la ejecución, donde se están tomando decisiones estratégicas sobre el desarrollo del proyecto. Asimismo, el texto “orden estratégico para iniciar nuevos proyectos” refuerza la idea de que el diseño comienza con una

estructuración previa del espacio. De este modo, la imagen permite identificar que el proceso conceptual no es abstracto, sino que se construye en relación directa con el entorno físico, evidenciando que la planificación y la intención son la base para la configuración final del espacio.

Figura 5 Se evidencia cómo, en la observación realizada, el uso de entornos virtuales mediante una pared curva de pantallas se presenta como una solución tecnológica que responde a los desafíos del diseño espacial tradicional en el audiovisual. Este recurso permite simular escenarios realistas en tiempo real, integrando actores y entorno digital en un mismo espacio, lo que reduce limitaciones logísticas y amplía las posibilidades creativas. Asimismo, la imagen muestra un entorno controlado donde la iluminación, el fondo y la composición pueden ser manipulados con precisión, evidenciando una evolución hacia producciones más eficientes e inmersivas. De este modo, la observación permite identificar cómo el diseño espacial ha transitado de espacios físicos limitados a entornos híbridos que combinan lo real y lo digital, respondiendo a las nuevas demandas del storytelling contemporáneo.

Capítulo I: Introducción

1.1. Problema de Investigación

El creciente protagonismo del contenido audiovisual digital ha evidenciado que el espacio ya no cumple únicamente una función estética o de fondo, sino que actúa como un componente activo en la construcción narrativa y en la generación de experiencias significativas para el espectador. En este sentido, diversos estudios señalan que el diseño espacial, al integrarse con elementos sensoriales y narrativos, permite construir experiencias inmersivas que potencian la comprensión y la conexión emocional del usuario con el contenido (Pietroni, 2025; Harish et al., 2025). Sin embargo, en muchos productos audiovisuales digitales actuales, el diseño interior aún es sub utilizado como recurso narrativo estratégico, limitándose a funciones decorativas o de ambientación. Esta problemática resulta relevante, ya que el espacio, al influir en la atmósfera, la percepción y la interpretación del relato, constituye un elemento clave en la forma en que las audiencias experimentan y recuerdan las historias (Aydın & Şentürk, 2025; Mohamed, 2025).

Asimismo, la relación entre espacio y narrativa se ha complejizado con la evolución de los entornos digitales y las nuevas formas de consumo audiovisual, donde la experiencia del usuario exige mayor interacción, inmersión y autenticidad. Investigaciones recientes evidencian que el storytelling visual, cuando se apoya en elementos espaciales coherentes y culturalmente significativos, incrementa el nivel de engagement y la conexión emocional con el público (Mohamed, 2025; Pietroni, 2025). No obstante, existe una limitada sistematización teórica y metodológica que permita comprender cómo el diseño interior puede ser utilizado intencionalmente como herramienta narrativa en estos contextos digitales. Por ello, resulta fundamental abordar

este fenómeno desde una perspectiva cualitativa que permita analizar las dinámicas entre espacio, narrativa y experiencia, contribuyendo así al desarrollo de nuevas estrategias dentro de las disciplinas del diseño interior, la arquitectura y la producción audiovisual (Aydın & Şentürk, 2025; Harish et al., 2025).

1.2. Vacío en el Conocimiento

La revisión de la literatura evidencia que, aunque el storytelling digital ha sido ampliamente abordado como metodología participativa y herramienta de comunicación, aún existe una limitada profundización en la articulación específica entre los elementos espaciales y su función narrativa dentro de los entornos audiovisuales digitales. En particular, los estudios se han centrado más en los procesos colaborativos, metodológicos y tecnológicos del storytelling, dejando en segundo plano el análisis del espacio como un componente activo en la construcción de significado y experiencia narrativa (Mansfield et al., 2024; Freixa, Sora-Domenjó & Soler-Adillon, 2022). Asimismo, otras investigaciones han explorado la dimensión interactiva y transmedia del contenido digital, pero sin desarrollar marcos teóricos claros que integren el diseño interior como estrategia narrativa intencional. Esta falta de integración conceptual limita la comprensión del potencial del espacio como recurso expresivo dentro de las nuevas
narrativas digitales (Freixa et al., 2022; Obradors, 2022).

Por otro lado, la literatura revisada revela una brecha en la sistematización de enfoques que vinculen la experiencia espacial con la construcción identitaria, cultural y emocional en contextos digitales contemporáneos. Aunque algunos estudios reconocen la importancia de la espacialidad y la intimidad en la construcción de relatos audiovisuales, estos se abordan de manera tangencial o desde perspectivas más centradas en el contenido o el usuario que en el diseño del entorno mismo (Obradors,

2022; Freixa et al., 2022). Del mismo modo, investigaciones recientes sobre storytelling digital destacan la complejidad de los procesos de producción y participación en entornos virtuales, pero no profundizan en cómo el espacio diseñado influye en dichas narrativas y experiencias. En consecuencia, persiste una falta de estudios cualitativos que analicen de manera integrada la relación entre diseño interior, narrativa audiovisual y experiencia del usuario, evidenciando un vacío relevante para el desarrollo teórico y metodológico del campo (Mansfield et al., 2024; Freixa, Sora-Domenjó & Soler-Adillon, 2022).

1.3. Justificación de la Investigación

En el contexto actual del sector creativo, caracterizado por la convergencia entre diseño, tecnología y producción audiovisual digital, resulta necesario profundizar en el rol del espacio como agente activo en la construcción de significados narrativos. Diversos estudios evidencian que los entornos interiores, a través de elementos como la iluminación, el encuadre y la materialidad, influyen directamente en la percepción emocional y psicológica del espectador, posicionándose como dispositivos narrativos y sensoriales dentro del lenguaje audiovisual (Costa & Ponzio, 2025; Yasar & Kucukali, 2026) . En este escenario, la evolución de las tecnologías digitales y la integración de herramientas como la inteligencia artificial han ampliado las posibilidades de experimentación narrativa y visual, generando nuevas formas de representación del espacio. No obstante, persiste una brecha en la comprensión crítica de cómo estas herramientas pueden articularse de manera estratégica con el diseño interior para potenciar el storytelling y la construcción de experiencias significativas (Costa & Ponzio, 2025; Yasar & Kucukali, 2026) .

Asimismo, el crecimiento del contenido audiovisual digital en plataformas y entornos interactivos ha incrementado la demanda de experiencias inmersivas que integren de manera coherente lo visual, lo espacial y lo narrativo. En este sentido, investigaciones señalan que tecnologías como la realidad virtual permiten generar entornos tridimensionales interactivos que intensifican la experiencia sensorial y emocional del usuario, facilitando una mayor comprensión del mensaje y una conexión más profunda con la obra (Liu et al., 2022; Khanom, 2023) . Sin embargo, a pesar de este potencial, el diseño del espacio sigue siendo en muchos casos abordado desde una lógica funcional o estética, sin una integración consciente en la narrativa audiovisual. Por ello, resulta fundamental desarrollar estudios cualitativos que permitan sistematizar el uso del diseño interior como herramienta narrativa, contribuyendo a innovar en los procesos creativos y estratégicos del sector audiovisual y del diseño contemporáneo (Liu et al., 2022; Khanom, 2023) .

Capítulo II: Revisión de la literatura

2.1. Estado del Arte

A nivel global, el diseño interior ha evolucionado hacia una comprensión más compleja y multidisciplinaria, donde los espacios se conciben como construcciones
culturales y experienciales que articulan relaciones entre objetos, contextos y usuarios, superando su función meramente estética (De Vos & Floré, 2025). En este contexto, la investigación contemporánea evidencia que la percepción y evaluación de los espacios interiores está profundamente mediada por procesos visuales y emocionales, los cuales influyen directamente en la experiencia del usuario dentro de entornos audiovisuales y digitales (Chien & Kuo, 2026). Asimismo, desde el campo del lenguaje audiovisual,
elementos como la iluminación han sido reconocidos como componentes narrativos activos que construyen atmósferas, significados y conexiones emocionales, consolidando el espacio como parte esencial del storytelling (Doğaner, 2025). A nivel local y aplicado a entornos digitales contemporáneos, el desarrollo de medios interactivos y escenografías digitales ha permitido integrar el espacio como un sistema dinámico que interactúa con la narrativa y el espectador, generando experiencias inmersivas que reconfiguran la relación entre diseño, contenido y audiencia (Hilal, 2024).

El análisis del espacio como narrativa resulta relevante para el campo creativo porque permite comprender cómo el diseño interior trasciende su función estética para convertirse en un medio de comunicación que transmite identidad, valores y experiencias significativas, fortaleciendo la conexión entre el usuario y el entorno diseñado (Bauer, 2024). Asimismo, en contextos contemporáneos donde las experiencias inmersivas son cada vez más demandadas, el uso del storytelling espacial

posibilita generar entornos memorables que evocan emociones y favorecen la participación activa del público, ampliando las posibilidades creativas del diseño y la producción audiovisual (Bauer, 2024). Desde la perspectiva del storytelling digital, se evidencia que la incorporación de narrativas emocionales y centradas en el usuario incrementa el engagement y facilita la construcción de significado, lo que demuestra la necesidad de integrar estrategias narrativas en los procesos creativos (Economou et al., 2026). Finalmente, la relevancia de este análisis radica en que contribuye a sistematizar metodologías que articulen emoción, narrativa y espacio, permitiendo innovar en la creación de experiencias que conecten cultural y emocionalmente con las audiencias en entornos físicos y digitales (Economou et al., 2026).

Los estudios recientes coinciden en que el diseño del espacio interior en productos audiovisuales trasciende su función estética para convertirse en un recurso narrativo que construye significado, al reflejar estados psicológicos, dinámicas sociales y emociones de los personajes (Bolat & Güleryüz, 2025) . Asimismo, investigaciones sobre entornos inmersivos y realidad virtual evidencian que la dimensión espacial influye directamente en el nivel de engagement, atención y experiencia del usuario, configurando nuevas formas de interacción narrativa en medios digitales (Taborda, 2022) . En esta línea, otros estudios destacan que el espacio puede funcionar como un elemento estructural del storytelling, al integrarse con la narrativa para guiar la interpretación del espectador y potenciar la construcción de experiencias significativas (Pérez-Seijo, 2022) . Finalmente, se ha identificado que el uso estratégico del diseño interior permite no solo enriquecer la profundidad narrativa, sino también generar
conexiones emocionales más intensas, aunque aún existe una limitada sistematización

metodológica sobre su aplicación en contenidos audiovisuales digitales (Rabelista,2023)

.

En el estudio de las narrativas visuales en entornos digitales, se ha empleado un enfoque metodológico mixto que integra técnicas cualitativas, como entrevistas de audiencia y análisis temático para explorar las respuestas emocionales de los usuarios, junto con mediciones cuantitativas centradas en métricas de interacción como el tiempo de permanencia y las tasas de clics (Li, 2023). Asimismo, la exploración del diseño interior hiperconectado ha recurrido predominantemente a métodos cualitativos basados en estudios de caso empíricos y en el análisis visual de contenido fotográfico generado por usuarios en redes sociales para comprender cómo el público percibe y cocrea los espacios físicos (Huang, 2024). Por su parte, la investigación del storytelling en espacios inmersivos ha combinado herramientas cualitativas, como las tareas de reflexión semántica abierta analizadas mediante redes epistémicas, con técnicas

cuantitativas avanzadas que incluyen el seguimiento ocular y el registro fisiológico de la frecuencia cardíaca y la actividad electrodérmica (Huang, 2026). Finalmente, el impacto de la incorporación de narrativas espaciales en la experiencia general del usuario también se ha llegado a evaluar desde una perspectiva netamente cuantitativa a través de la recopilación de datos con cuestionarios estructurados bajo escalas Likert y su posterior evaluación con modelos de regresión múltiple y análisis de varianza (Yang, 2023).

Los estudios revisados evidencian que el espacio construido en el contenido audiovisual funciona como un lenguaje simbólico capaz de transmitir relaciones de poder, donde la arquitectura y la disposición espacial actúan como mediadores

narrativos que configuran significados culturales compartidos (Kiessel, 2023). Asimismo, se ha demostrado que el storytelling visual aplicado al espacio fortalece la

conexión entre percepción, emoción y comportamiento, permitiendo que los usuarios desarrollen una comprensión más profunda y significativa del entorno arquitectónico (Fadhil & Al-Alwan, 2026). Desde una perspectiva multimodal, el storytelling digital integra distintos recursos semióticos —como imagen, texto y sonido— para generar coherencia narrativa, evidenciando que la construcción del relato depende de la articulación intencional de estos elementos en contextos mediáticos específicos (Meier, 2022). En contraste, investigaciones sobre diseño escenográfico muestran que las decisiones estéticas y estilísticas del espacio, como en los entornos distópicos, influyen directamente en la interpretación del relato al evocar sensaciones como control, alienación o progreso, reforzando su papel activo dentro de la narrativa audiovisual (Wiśnicka, 2023).

A pesar de los avances en la comprensión del espacio en medios digitales, aún falta profundizar en metodologías que articulen de manera sistemática la relación entre

percepción visual, interactividad e intención narrativa dentro del diseño espacial, ya que los estudios existentes se centran más en las posibilidades tecnológicas que en su aplicación narrativa concreta (Wang et al., 2022). Asimismo, se evidencia una limitada exploración teórica y aplicada sobre cómo el análisis del espacio en el cine puede traducirse en herramientas metodológicas específicas para el diseño interior y la construcción narrativa en entornos audiovisuales contemporáneos (Erdoğan & Akarsu, 2023). Por otro lado, persiste una brecha en la investigación respecto a la integración de temporalidad, experiencia del usuario y transformación del espacio en narrativas mediadas, especialmente en contextos digitales donde el espacio no es estático sino performativo y cambiante (Iacovou & Artopoulos, 2024). Finalmente, se observa una escasez de estudios que aborden de manera profunda cómo los nuevos formatos audiovisuales —como el video vertical y el consumo móvil— reconfiguran el uso

narrativo del espacio y demandan nuevas gramáticas espaciales aún poco desarrolladas (Navarro-Güere, 2023).

Las nuevas prácticas en el campo del diseño espacial narrativo evidencian una creciente incorporación de tecnologías inmersivas como la realidad virtual, que permiten transformar al espectador en un participante activo mediante experiencias interactivas y multisensoriales dentro de entornos digitales (Liu et al., 2022) . Asimismo, se observa la implementación de metodologías experimentales como el eye-tracking y los cuestionarios cognitivos, que permiten analizar de manera más precisa la percepción visual, emocional y conductual de los usuarios frente a los

espacios representados en medios audiovisuales (Li et al., 2026) . En paralelo, emergen innovaciones vinculadas al uso de inteligencia artificial y generación procedural en el diseño de escenarios, facilitando procesos automatizados que optimizan la coherencia narrativa y visual en la producción audiovisual contemporánea (Xie et al., 2026) . Finalmente, los cambios sociales asociados al consumo digital han impulsado el desarrollo de narrativas espaciales más complejas e interdisciplinarias, donde el diseño se integra con herramientas digitales y enfoques creativos para potenciar la comunicación, la inmersión y la conexión emocional del usuario (Özeren, 2025)

Los conceptos clave que emergen en la investigación evidencian que el storytelling inmersivo se fundamenta en la integración de múltiples dimensiones sensoriales —especialmente el sonido— para generar presencia, interacción y conexión emocional dentro de entornos virtuales y narrativos (Privitera et al., 2024) . Asimismo, el storytelling digital se configura como un enfoque interdisciplinario que articula

elementos visuales, textuales y audiovisuales para fortalecer el pensamiento conceptual, la creatividad y la comunicación en procesos de diseño arquitectónico (Özeren, 2025) . Por otro lado, el concepto de diseño narrativo del espacio resalta cómo la arquitectura

—particularmente mediante procesos de estilización— deja de ser un fondo pasivo para convertirse en un agente activo que construye atmósferas, emociones y significados dentro del relato audiovisual (Köymen, 2025) . Finalmente, la noción de diseño de escenarios cinematográficos asistido por tecnologías digitales introduce la automatización, la generación procedural y el uso de inteligencia artificial como herramientas clave para estructurar espacialmente la narrativa y garantizar coherencia visual en la producción audiovisual contemporánea (Xie et al., 2026)

Se identifican tensiones en la literatura respecto al rol del espacio, ya que mientras algunos enfoques destacan su capacidad para generar experiencias inmersivas y emocionales a través de un diseño intencional, otros aún lo abordan como un componente subordinado a la narrativa principal o al espectáculo visual (Butler, 2025). Asimismo, existen diferencias en la conceptualización del espacio, pues ciertos estudios lo entienden como un reflejo visual y contextual del mundo especialmente en géneros como la ciencia ficción más que como un agente narrativo activo con autonomía semántica (Nazemi, 2025). Por otro lado, algunas investigaciones sostienen una relación bidireccional e integrada entre arquitectura y narrativa audiovisual, enfatizando su interdependencia en la construcción de significado, lo cual contrasta con visiones más fragmentadas del proceso creativo (Mohamed, 2023). Finalmente, se evidencian sesgos metodológicos en estudios de storytelling digital que priorizan enfoques participativos e inmersivos centrados en la experiencia del usuario, lo que difiere de aproximaciones más tradicionales que privilegian la estructura narrativa sobre la dimensión espacial (Turpin et al., 2024).

La literatura científica revisada sustenta de manera sólida las proposiciones de esta investigación, demostrando que el diseño espacial es un componente activo y no meramente decorativo en la construcción de relatos. El uso de herramientas de

inteligencia artificial generativa permite que elementos como la iluminación y la composición del encuadre se conviertan en "socios dialógicos" que expanden las fronteras narrativas y la atmósfera emocional de los espacios interiores (Costa &

Ponzio, 2025). Asimismo, la transición hacia entornos de realidad virtual confirma que la interacción inmersiva y la manipulación de objetos espaciales potencian significativamente la comprensión cognitiva y el engagement del usuario con el contenido digital (Wu et al., 2025). Por otro lado, el análisis de espacios institucionales en el cine revela que la disposición del mobiliario y las texturas actúan como recursos narrativos críticos capaces de moldear la percepción simbólica y la respuesta psicológica del espectador (Çoban & Gürocak, 2025). Finalmente, la integración de sistemas interactivos de previsualización refuerza la idea de que la configuración espacial intencional es fundamental para establecer una conexión emocional coherente entre el director, el cinematógrafo y la audiencia final (Wei et al., 2025).

2.2. Marco Teórico

El fenómeno del espacio como narrativa se sustenta en la evolución del diseño interior hacia un enfoque multidisciplinario que lo concibe como una construcción cultural y experiencial, donde los espacios articulan relaciones entre usuario, contexto y objetos (De Vos & Floré, 2025). En este marco, la percepción espacial está mediada por procesos visuales y emocionales que influyen directamente en la experiencia del usuario dentro de entornos audiovisuales y digitales (Chien & Kuo, 2026). Asimismo, desde el lenguaje audiovisual, elementos como la iluminación han sido reconocidos como recursos narrativos activos que construyen atmósferas y significados dentro del relato (Doğaner, 2025). De esta manera, el espacio se consolida como un componente esencial del storytelling al integrarse de forma dinámica con la narrativa y el espectador (Hilal, 2024).

Desde la perspectiva del storytelling y las narrativas visuales, el espacio interior se entiende como un recurso narrativo que permite transmitir identidad, valores y experiencias significativas, fortaleciendo la conexión emocional con el usuario (Bauer, 2024). En este sentido, el storytelling espacial posibilita la creación de entornos inmersivos que evocan emociones y promueven la participación activa del público (Economou et al., 2026). Además, diversos estudios coinciden en que el diseño del espacio refleja estados psicológicos, dinámicas sociales y emociones de los personajes dentro del contenido audiovisual (Bolat & Güleryüz, 2025). Por ello, el espacio no solo acompaña la narrativa, sino que la estructura y guía la interpretación del espectador (Pérez-Seijo, 2022).

Por otro lado, las corrientes contemporáneas vinculadas a la interactividad y la tecnología destacan el papel del espacio en la construcción de experiencias inmersivas dentro de entornos digitales (Liu et al., 2022). Investigaciones evidencian que la dimensión espacial influye en el engagement, la atención y la experiencia del usuario, configurando nuevas formas de interacción narrativa (Taborda, 2022). Asimismo, el storytelling digital integra múltiples recursos semióticos como imagen, sonido y texto, lo que refuerza la idea de que el espacio forma parte de un sistema narrativo multimodal (Meier, 2022). En consecuencia, el espacio se posiciona como un elemento clave en la convergencia entre diseño, narrativa y tecnología, ampliando las posibilidades del relato en medios contemporáneos (Özeren, 2025).

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación

3.1. Objetivo General

Analizar cómo el diseño interior funciona como un elemento narrativo en la construcción del storytelling dentro del contenido audiovisual digital, considerando su influencia en la experiencia y la interpretación del usuario.

3.2. Objetivos Específicos

Identificar los elementos del diseño interior que son utilizados como recursos narrativos en el contenido audiovisual digital.

Examinar de qué manera el diseño interior contribuye a la construcción de atmósferas, significados y emociones en el relato audiovisual digital.

Interpretar la relación entre el diseño del espacio y la experiencia del usuario en términos de inmersión, conexión emocional y comprensión narrativa.

3.3. Pregunta General

¿Cómo el diseño interior actúa como un elemento narrativo en la construcción del storytelling dentro del contenido audiovisual digital y en la experiencia del usuario?

3.4. Preguntas Específicas

1. **¿Qué elementos del diseño interior son utilizados como recursos narrativos en el contenido audiovisual digital?**
2. **¿Cómo el diseño interior contribuye a la construcción de atmósferas, significados y emociones dentro del relato audiovisual digital?**
3. **¿De qué manera el diseño del espacio influye en la experiencia del usuario en términos de inmersión, conexión emocional y comprensión narrativa?**

3.5. Proposición General

El diseño interior, cuando es concebido de manera intencional, funciona como un elemento narrativo que influye significativamente en la construcción del storytelling audiovisual digital, potenciando la experiencia, la interpretación y la conexión emocional del usuario.

3.6. Proposiciones Específicas

1. **Los elementos del diseño interior (iluminación, disposición espacial, objetos, texturas y color) son utilizados como recursos narrativos que aportan significado al contenido audiovisual digital.**
2. **El diseño interior contribuye a la construcción de atmósferas narrativas que influyen en la percepción emocional y simbólica del relato por parte del usuario.**
3. **La configuración del espacio diseñado incide en el nivel de inmersión, engagement y comprensión narrativa del usuario dentro del contenido audiovisual digital.**

Capítulo IV: Metodología

4.1. Tipo y enfoque de investigación

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, dado que se orientó a comprender en profundidad las percepciones, significados y experiencias de los participantes en relación con el uso del espacio como recurso narrativo en el contenido audiovisual digital. En lugar de centrarse en la medición de variables cuantificables, la investigación priorizó la exploración interpretativa del fenómeno, permitiendo analizar cómo los sujetos comprenden, experimentan y otorgan sentido al diseño interior dentro de sus procesos creativos y de consumo audiovisual. De este modo, el enfoque cualitativo resultó pertinente para abordar la complejidad del vínculo entre espacio, narrativa y experiencia desde una perspectiva holística.

Asimismo, la investigación fue de tipo aplicado, ya que se orientó a analizar un problema real y vigente dentro del campo creativo, específicamente en la intersección entre el diseño interior y la producción audiovisual digital. En este sentido, el estudio no solo buscó generar conocimiento teórico, sino también aportar a la mejora de prácticas profesionales, proponiendo una comprensión más estratégica del espacio como herramienta narrativa. Esto permitió que los hallazgos pudieran ser relevantes para diseñadores, creadores de contenido y productores audiovisuales interesados en potenciar la calidad narrativa y experiencial de sus proyectos.

Finalmente, el enfoque cualitativo adoptado permitió interpretar cómo los participantes construyeron sentido en torno al fenómeno estudiado, considerando sus discursos, experiencias y perspectivas individuales. A través de las entrevistas y la observación, se logró identificar patrones, significados compartidos y divergencias en la

manera en que el espacio es concebido y utilizado dentro del storytelling audiovisual. Este proceso interpretativo facilitó una comprensión más profunda del rol del diseño interior como elemento narrativo, evidenciando cómo su uso intencional influye en la construcción de atmósferas, emociones y experiencias significativas para el usuario.

4.2. Diseño metodológico

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, ya que tuvo como propósito comprender en profundidad las percepciones, significados y experiencias de los participantes en relación con el uso del diseño interior como elemento narrativo en el contenido audiovisual digital. En lugar de centrarse en la medición de variables cuantificables, la investigación se orientó a explorar cómo los sujetos interpretaron y valoraron la presencia del espacio dentro del storytelling, permitiendo acceder a dimensiones subjetivas, simbólicas y contextuales del fenómeno estudiado.

Asimismo, la investigación fue de tipo aplicada, debido a que se orientó a abordar un problema concreto dentro del campo creativo y profesional de la comunicación audiovisual y el diseño de interiores. En este sentido, el estudio no solo buscó generar conocimiento teórico, sino también aportar a la comprensión práctica de cómo el espacio puede ser utilizado estratégicamente como recurso narrativo en la producción de contenido digital, contribuyendo al desarrollo de propuestas más innovadoras y coherentes con las demandas actuales del sector.

Finalmente, el enfoque cualitativo permitió interpretar cómo los participantes construyeron sentido en torno al fenómeno estudiado, considerando sus experiencias, discursos y formas de interacción con el espacio en contextos audiovisuales. A través del análisis de las entrevistas y la observación, se logró identificar patrones de significado, interpretaciones compartidas y diversas formas de comprender la relación

entre diseño interior y narrativa, lo que facilitó una aproximación integral al problema de investigación desde la perspectiva de los propios actores involucrados.

4.3. Participantes o casos de estudio

La investigación contó con la participación de tres entrevistados seleccionados estratégicamente por su relación directa con la producción y configuración del espacio en el contenido audiovisual digital. El primer participante fue un creador de contenido audiovisual de entre 18 y 30 años, quien producía piezas narrativas como vlogs, reels creativos y contenido lifestyle, desarrolladas principalmente en espacios interiores cuidadosamente ambientados. El segundo entrevistado fue un diseñador de interiores con experiencia en la conceptualización de espacios residenciales y creativos, con dominio en teoría del color, iluminación y composición espacial orientada a fines estéticos y funcionales. Finalmente, el tercer participante fue un director de arte o productor audiovisual con experiencia en la construcción de narrativas visuales, encargado de diseñar y supervisar la escenografía y la estética en proyectos audiovisuales para medios digitales.

La selección de estos tres perfiles resultó adecuada, ya que permitió abordar el fenómeno de estudio desde perspectivas complementarias que integraban la práctica, la teoría y la producción audiovisual. El creador de contenido aportó una visión empírica sobre el uso cotidiano del espacio como recurso narrativo en entornos digitales, evidenciando decisiones espontáneas y estratégicas en la ambientación. Por su parte, el diseñador de interiores ofreció una lectura técnica y conceptual sobre los elementos espaciales, explicando cómo estos podían influir en la percepción visual y emocional del espectador. En tanto, el director de arte o productor audiovisual brindó una

perspectiva profesional centrada en la construcción intencionada de la narrativa visual, articulando el espacio como un componente clave dentro del storytelling, lo que enriqueció el análisis integral del objeto de estudio.

4.4. Técnicas e instrumentos

En la presente investigación se empleó como técnica principal la entrevista semiestructurada, para lo cual se diseñó una guía de entrevista compuesta por preguntas abiertas orientadas a explorar en profundidad las percepciones, experiencias y criterios de los participantes en relación con el uso del espacio como elemento narrativo dentro del contenido audiovisual digital. Estas preguntas permitieron recoger información rica y detallada, facilitando la comprensión de cómo los profesionales conciben, aplican e interpretan el diseño interior en función del storytelling, así como su influencia en la experiencia del usuario y en la construcción de significados.

Asimismo, la guía de entrevista fue sometida a un proceso de validación de contenido a cargo del Doctor Jorge Enrique Tambini De La Peña, quien evaluó la claridad, pertinencia y coherencia de cada una de las preguntas planteadas. Este proceso permitió verificar la adecuada formulación de los ítems, así como su alineación con los objetivos de la investigación, garantizando que el instrumento fuese comprensible, relevante y
metodológicamente consistente para la recolección de datos cualitativos significativos.

Por otro lado, se utilizó la técnica de observación directa de carácter etnográfico, mediante la cual se registraron de manera sistemática diversos aspectos relacionados con el uso del espacio en contextos audiovisuales digitales. A través de esta técnica, se observaron comportamientos, interacciones y elementos visuales relevantes, tales como la disposición espacial, la iluminación, el uso de objetos, colores y texturas, así como su

relación con la narrativa y la experiencia del usuario. Esta información permitió complementar los hallazgos obtenidos en las entrevistas, aportando una visión más integral y contextualizada del fenómeno estudiado.

4.5. Procedimiento

El procedimiento metodológico de la investigación se desarrolló de manera secuencial y coherente con los objetivos planteados. En una primera etapa, se definió el problema de investigación, delimitando el fenómeno de estudio y estableciendo los objetivos que guiaron el proceso analítico. A partir de ello, se elaboró la guía de entrevista, diseñada con preguntas abiertas orientadas a profundizar en las percepciones, experiencias y significados que los participantes atribuían al uso del diseño interior como recurso narrativo. Posteriormente, se realizó la selección de los participantes mediante criterios intencionales, considerando su experiencia y relación directa con el objeto de estudio. Asimismo, se llevó a cabo el contacto con cada uno de ellos, informándoles sobre los propósitos de la investigación y garantizando su consentimiento informado, asegurando la confidencialidad y el uso académico de la información.

En una segunda fase, se procedió a la recolección de datos a través de la aplicación de entrevistas, las cuales fueron desarrolladas mediante la plataforma Google Forms, permitiendo a los participantes responder de manera reflexiva y detallada. Paralelamente, se realizó la observación en contexto de contenidos audiovisuales digitales, con el fin de identificar el uso del espacio como elemento narrativo en escenarios reales. Durante este proceso, se registraron notas descriptivas y se recopilaron evidencias visuales que complementaron la información obtenida en las

entrevistas. Esta triangulación de técnicas permitió enriquecer la comprensión del fenómeno, integrando tanto los discursos de los participantes como la evidencia empírica observada.

Finalmente, en la etapa de análisis, se llevó a cabo la transcripción y organización de toda la información recolectada, sistematizando las respuestas y los registros de observación. Posteriormente, se aplicó un proceso de codificación temática, mediante el cual se identificaron categorías, patrones y relaciones significativas en los

discursos de los participantes. Este análisis permitió interpretar los sentidos construidos en torno al uso del espacio en el storytelling audiovisual. A partir de estos hallazgos, se procedió a la redacción de los resultados, articulándolos con los objetivos y proposiciones de la investigación, lo que facilitó una comprensión integral del fenómeno estudiado y su relevancia dentro del campo del diseño y la producción audiovisual digital.

Capítulo V: Resultados

5.1. El espacio como agente narrativo activo

La categoría “El espacio como agente narrativo activo” emerge de las entrevistas como una comprensión compartida de que el espacio en el contenido audiovisual no es un elemento pasivo o meramente decorativo, sino un componente que participa activamente en la construcción del sentido. En esa línea, André señala que el espacio “más que un fondo, es un elemento activo dentro del relato, que ayuda a construir sentido, reforzar emociones y darle coherencia visual”, evidenciando que su función trasciende lo estético para convertirse en un vehículo de significado. Esta idea se refuerza con la perspectiva de Daniel, quien afirma que el espacio “no solo funciona como un escenario donde ocurren los hechos, sino como un elemento activo que influye en la historia y en las emociones del espectador”. En conjunto, estas aproximaciones permiten entender el espacio como una capa narrativa que dialoga con la historia, aportando información y emociones incluso en ausencia de diálogo explícito.

Asimismo, el espacio se configura como un dispositivo que comunica estados emocionales y psicológicos, tanto de los personajes como de la atmósfera general del contenido. Daniel ejemplifica esta cualidad al describir un proyecto donde “una habitación pequeña, con poca iluminación […] ayudaba a generar una atmósfera de encierro”, mostrando cómo las características espaciales pueden traducirse directamente en sensaciones como angustia o aislamiento. En la misma línea, André destaca que “la forma en que se plantea la entrada de luz […] puede cambiar completamente la lectura emocional de una imagen”, subrayando el rol de elementos como la iluminación, los materiales y las texturas en la construcción de significado. Desde el diseño interior, Juan complementa esta idea al afirmar que “el espacio comienza a contar algo: cómo se

habita, cómo se recorre, qué sensaciones genera", posicionando al espacio como un lenguaje en sí mismo que comunica a través de su configuración.

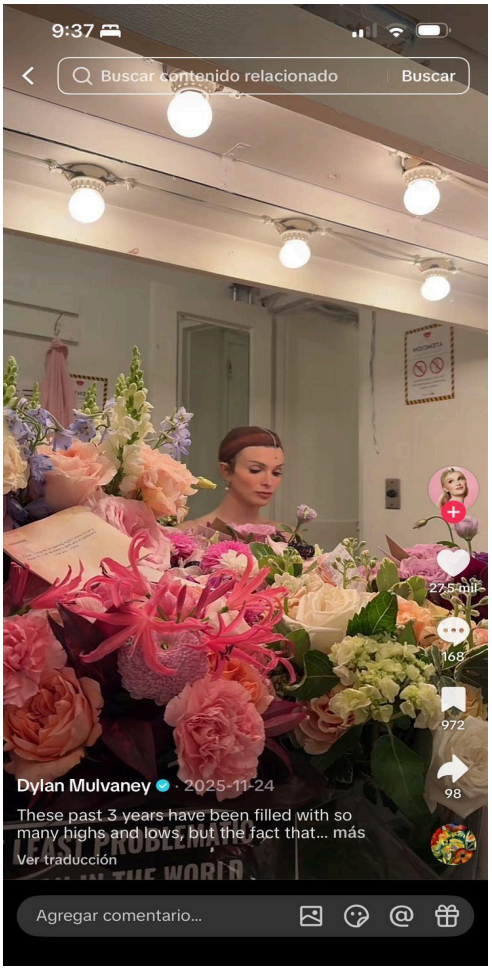
Por otro lado, las entrevistas evidencian que el espacio también actúa como mediador en la experiencia del espectador, influyendo en su percepción, atención e incluso en su nivel de conexión con el contenido. André sostiene que "un espacio bien diseñado genera mayor atención, retención y credibilidad", lo que demuestra su impacto en el engagement dentro de plataformas digitales. De manera similar, Daniel menciona que "un buen uso del espacio ayuda a reducir distracciones y a dirigir la mirada hacia lo realmente importante", destacando su función como guía visual dentro del relato. En el ámbito del diseño interior, Juan añade que un espacio coherente permite que la experiencia sea "fluida, intuitiva y hasta emocionalmente agradable", lo que refuerza la idea de que el espacio no solo comunica, sino que también condiciona la forma en que el usuario o espectador interactúa con el contenido. Así, el espacio se consolida como un agente activo que articula narrativa, emoción y experiencia.

En la figura 1 se evidencia cómo el espacio adquiere un rol protagónico en la construcción narrativa del contenido audiovisual analizado. El camerino o backstage, con su espejo rodeado de focos cálidos y su iluminación suave, configura una atmósfera íntima que sugiere introspección y vulnerabilidad. La presencia de la figura reflejada, con la mirada dirigida hacia sí misma, refuerza esta lectura emocional, donde el espacio no solo enmarca la acción, sino que la potencia simbólicamente. La abundante composición floral en primer plano, con formas orgánicas y colores suaves, irrumpe en el encuadre casi invadiéndolo, generando un contraste visual y conceptual con el fondo funcional y neutro del backstage. Este contraste entre lo técnico y lo sensorial convierte

al espacio en un elemento narrativo activo que comunica tensión entre lo público y lo privado, lo performático y lo íntimo. De este modo, el espacio no solo ambienta la escena, sino que construye significado y guía la interpretación del espectador.

Figura 1

Ejemplo del espacio como agente narrativo activo.



Nota: Captura de pantalla del video publicado por @Dylanmulvaney - en TikTok (2025)

5.2. Construcción de atmósferas y emociones a través del diseño espacial

La categoría “Construcción de atmósferas y emociones a través del diseño espacial” hace referencia al uso intencional del espacio como un recurso narrativo capaz de generar sensaciones y transmitir significados en el contenido audiovisual. A partir de las entrevistas, se evidencia que el espacio no es concebido únicamente como un soporte

visual, sino como un elemento activo dentro del relato. En ese sentido, uno de los participantes señala que el espacio “aporta contexto, define atmósferas y muchas veces comunica información que no está explícita en el guion” (André), lo que permite comprender su rol en la construcción de sentido más allá de lo decorativo. Esta perspectiva se alinea con el enfoque de la investigación, donde el diseño interior se analiza como un componente clave del storytelling.

Asimismo, la construcción de atmósferas está estrechamente vinculada con la capacidad del espacio para evocar emociones específicas en el espectador. Los entrevistados coinciden en que elementos como la escala, la iluminación y la configuración espacial influyen directamente en la percepción emocional. Por ejemplo, se menciona que “espacios abiertos pueden transmitir libertad o soledad, mientras que espacios cerrados pueden generar tensión o intimidad” (Daniel), lo que evidencia cómo la organización del entorno condiciona la experiencia del usuario. De manera complementaria, se reconoce que el espacio puede funcionar como una extensión del estado emocional de los personajes, reforzando la narrativa de forma implícita y facilitando una conexión más profunda con el espectador.

En relación con los componentes específicos del diseño espacial, se identifica que la elección de colores, materiales, texturas e iluminación resulta determinante en la construcción de estas atmósferas. Desde la práctica profesional, se afirma que “todo está pensado para generar una respuesta emocional en el espectador” (André), lo que implica una planificación consciente de cada elemento dentro del espacio. Asimismo, se destaca que conceptos como la calidez, lo tenue o lo frío permiten definir distintas sensaciones dentro de un mismo entorno (Juan), evidenciando que la experiencia espacial no solo se

percibe visualmente, sino también de manera sensorial. De este modo, el diseño interior se consolida como una herramienta estratégica que articula lo estético con lo narrativo, reforzando la intención comunicativa del contenido audiovisual.

En la figura 2 se evidencia cómo el interiorismo en el cine es utilizado como una herramienta narrativa que trasciende lo meramente decorativo, integrándose activamente en la construcción de atmósferas emocionales. A través de los ejemplos observados, se identifica el uso intencional de elementos como la iluminación, la paleta cromática, la disposición del mobiliario y la composición espacial para generar sensaciones específicas en el espectador. Se aprecian escenas donde los espacios cerrados, con iluminación tenue y encuadres controlados, transmiten tensión, intimidad o encierro, mientras que los espacios abiertos y luminosos evocan calma o libertad. Asimismo, los materiales, texturas y objetos presentes en el entorno refuerzan el carácter de los personajes y su estado emocional. En conjunto, estos recursos evidencian que cada decisión dentro del diseño espacial responde a una intención narrativa clara, permitiendo comunicar emociones y significados sin necesidad de recurrir al diálogo explícito.

Figura 2

Ejemplo de interiorismo como herramienta narrativa para la construcción de atmósferas emocionales



Nota: Captura de pantalla del video “Interiores de película, cuando el diseño se vuelve protagonista” #WesAnderson #Gatsby #interiores #ElResplandor publicado por @ebac_latam - en Instagram Reels (2025)

5.3. Relación entre espacio, percepción y experiencia del usuario/espectador

La categoría **“Relación entre espacio, percepción y experiencia del usuario/espectador”** se refiere a cómo el espacio, tanto en el ámbito audiovisual como en el diseño interior, adquiere una función estratégica y emocional al influir
directamente en la forma en que el usuario o espectador interpreta y experimenta un contenido o entorno. A partir de las entrevistas, se evidencia que el espacio no solo construye una propuesta estética, sino que actúa como un elemento activo que “influye directamente en la percepción del espectador, incluso de manera inconsciente” (Entrevista 1). En esa misma línea, se destaca que el espacio “condiciona su interpretación emocional y su nivel de conexión con la historia” (Entrevista 2), lo que

demuestra que la percepción no es espontánea, sino resultado de decisiones visuales y espaciales intencionadas que buscan generar una respuesta específica.

Asimismo, el espacio cumple un rol emocional al permitir que el usuario o espectador experimente sensaciones de cercanía, inmersión e identificación. Se menciona que "un espacio bien pensado logra que la experiencia sea fluida, intuitiva y hasta emocionalmente agradable" (Entrevista 3), lo que evidencia que la experiencia no depende únicamente de lo funcional, sino también de lo sensorial y emocional. En el ámbito audiovisual, esta relación se traduce en cómo la configuración espacial puede transmitir sensaciones concretas, por ejemplo, cuando "un espacio reducido y oscuro puede hacer que el espectador se sienta atrapado" (Entrevista 2). De este modo, el espacio no solo comunica información, sino que también construye experiencias que permiten al espectador conectar de manera más profunda con el contenido.

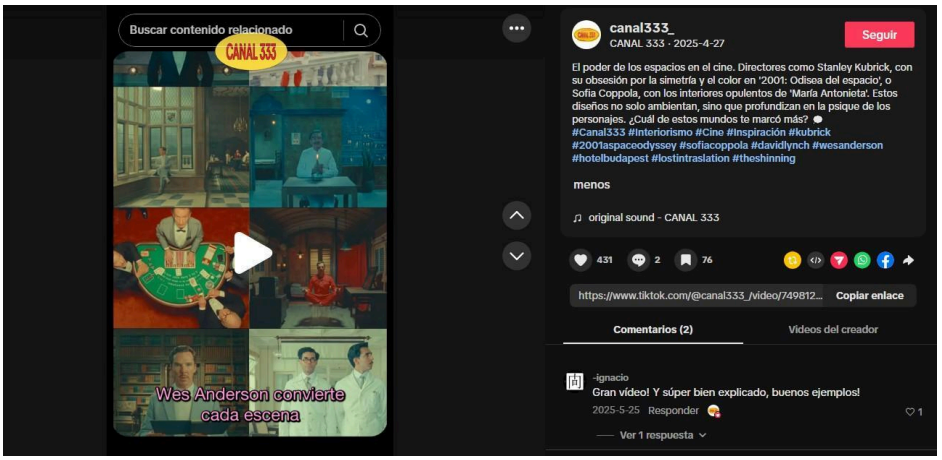
Los participantes también resaltaron cómo esta relación entre espacio, percepción y experiencia se construye a partir de múltiples elementos visuales, como la iluminación, los colores, las texturas y la composición. Se señala que "la reflectancia de la luz, los colores y las texturas afectan la atmósfera general" (Entrevista 1), mientras que otros aportes indican que estos elementos "generan sensaciones casi inmediatas en el espectador" (Entrevista 2). En ese sentido, el espacio funciona como una estructura narrativa visual que organiza la información y guía la atención, logrando no solo transmitir un mensaje, sino también generar un impacto inmediato que se mantenga en la memoria del usuario. Esta articulación entre lo visual y lo emocional explica por qué el espacio se convierte en un recurso clave dentro del storytelling contemporáneo.

En la figura 3 se evidencia cómo, en la observación realizada, el uso de una composición visual altamente estilizada —basada en la simetría, el encuadre centrado y

una paleta de colores cuidadosamente controlada— se integra con fragmentos de escenas cinematográficas y el texto sobrepuesto “Wes Anderson convierte cada escena”, logrando captar atención y reforzar una identidad estética clara. Este tipo de recursos visuales permite que el contenido se perciba ordenado, atractivo y fácilmente reconocible, generando una experiencia visual envolvente. Asimismo, la disposición de los elementos dentro del espacio, junto con el uso de colores contrastantes y atmósferas diferenciadas, transmite emociones específicas como tensión, armonía o aislamiento. De este modo, la observación refuerza lo señalado por las personas entrevistadas: la efectividad del espacio radica tanto en su construcción estética como en la experiencia emocional que genera en el espectador, consolidándose como un elemento narrativo clave en la interpretación del contenido.

Figura 3

Ejemplo de composición audiovisual donde el uso del espacio, el color y la simetría construyen una experiencia narrativa y estética.



Nota: Captura de pantalla del video “El poder de los espacios en el cine” #Canal333 #Interiorismo #Cine #Inspiración #kubrick #2001aspaceodyssey #sofiacoppola #davidlynch #wesanderson #hotelbudapest #lostintraslation #theshinning publicado por @canal333_ en TikTok (2025).

5.4. Proceso conceptual y estratégico en el diseño del espacio

Dentro del análisis del **"Proceso conceptual y estratégico en el diseño del espacio"** se permite comprender cómo el desarrollo del espacio no responde a decisiones improvisadas, sino a una construcción previa basada en la planificación, el orden y la intención narrativa. A partir de las entrevistas, se evidencia que el espacio es concebido desde las primeras etapas del proyecto como un elemento clave que articula lo visual con el mensaje. En ese sentido, se destaca que el espacio no es solo un soporte estético, sino un recurso que "se evalúa desde el inicio en función de lo que la historia quiere transmitir" (Entrevista 1), lo que refuerza la necesidad de establecer un concepto claro antes de cualquier intervención física.

Asimismo, el proceso conceptual implica una serie de etapas que van desde la interpretación del mensaje hasta su traducción en elementos espaciales concretos. Los entrevistados coinciden en que este proceso inicia con la definición de la intención narrativa, seguida de la investigación, la recopilación de referencias y la organización de ideas que permitan estructurar una propuesta coherente. En esa línea, se menciona que "el espacio comienza con el análisis de las emociones y la atmósfera que se quiere generar" (Entrevista 2), lo cual evidencia que el diseño no parte de lo visual en sí mismo, sino de una construcción estratégica que integra aspectos técnicos, estéticos y comunicativos.

Por otro lado, el carácter estratégico del proceso radica en la capacidad de articular múltiples variables dentro del diseño del espacio, como la iluminación, los materiales, la composición y la funcionalidad. Estas decisiones no solo responden a criterios estéticos, sino a una intención clara de generar una experiencia específica en el usuario

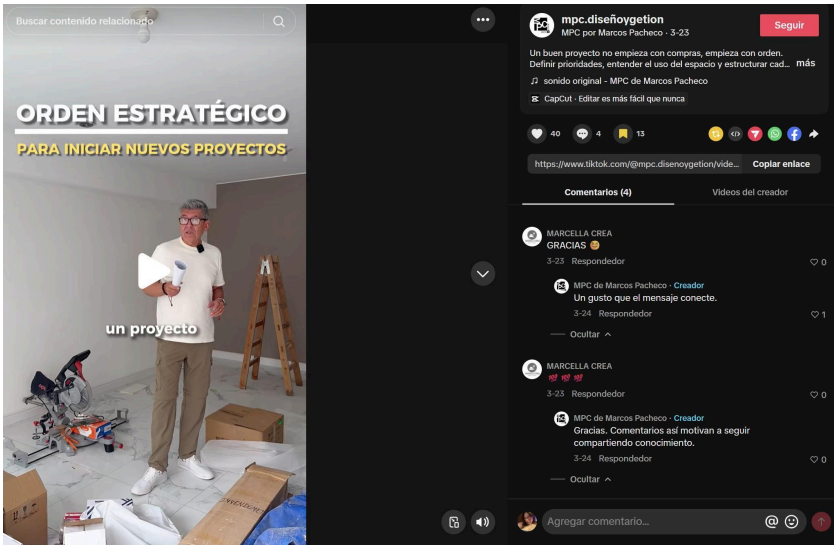
o

espectador. En este sentido, se señala que “la conceptualización define la narrativa del espacio y conecta lo creativo con lo funcional” (Entrevista 3), lo que permite entender el diseño como un sistema organizado donde cada elemento cumple un propósito dentro del conjunto.

En la figura 4 se evidencia cómo, a partir de la observación realizada, el espacio se encuentra en una etapa inicial de intervención donde aún no se ha materializado el diseño final, pero sí se percibe un proceso de organización y preparación. La presencia de herramientas, materiales y elementos constructivos, junto con el profesional en el lugar, refleja un momento previo a la ejecución, donde se están tomando decisiones estratégicas sobre el desarrollo del proyecto. Asimismo, el texto “orden estratégico para iniciar nuevos proyectos” refuerza la idea de que el diseño comienza con una estructuración previa del espacio. De este modo, la imagen permite identificar que el proceso conceptual no es abstracto, sino que se construye en relación directa con el entorno físico, evidenciando que la planificación y la intención son la base para la configuración final del espacio.

Figura 4

Ejemplo de espacio en proceso de intervención que evidencia la importancia del orden y la planificación en el diseño espacial.



Nota: Captura de pantalla del video: “Orden estratégico para iniciar nuevos proyectos”. publicado en TikTok (2023).

#planificacióndeproyectos #ordenestrategico #diseñodeinterioreslima #gestióndebra #proyectosresidenciales

5.5. Errores, desafíos y evolución del diseño espacial en el contenido audiovisual

Dentro del análisis de **“Errores, desafíos y evolución del diseño espacial en el contenido audiovisual”** permite comprender las distintas problemáticas, limitaciones y cambios que intervienen en el uso del espacio como herramienta narrativa. A partir de las entrevistas, se evidencia que uno de los errores más comunes es concebir el espacio únicamente desde lo estético, sin una intención narrativa clara, lo que genera una desconexión entre lo visual y el mensaje. En ese sentido, se menciona que muchas veces se diseñan espacios que “se ven bien, pero no necesariamente aportan a la historia” (Entrevista 1), lo que evidencia la importancia de integrar el diseño espacial con la construcción narrativa desde etapas iniciales.

Asimismo, los desafíos del diseño espacial están relacionados con lograr un equilibrio entre lo técnico, lo estético y lo narrativo. Se destaca que no todos los espacios funcionales son adecuados para la cámara, ni todo lo visualmente atractivo responde a las necesidades del relato. Además, factores como la iluminación, la composición o el uso de materiales pueden convertirse en limitantes si no se articulan correctamente, generando resultados poco coherentes o poco inmersivos. En esa línea, se señala que “lo que funciona en un espacio habitable no siempre funciona en pantalla” (Entrevista 2), lo que implica la necesidad de adaptar el diseño a un lenguaje audiovisual específico.

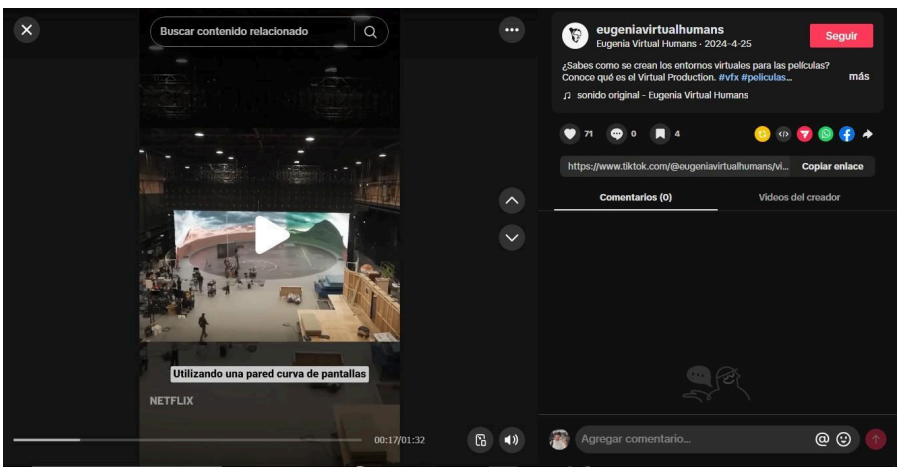
Por otro lado, la evolución del diseño espacial está marcada por la incorporación de nuevas tecnologías y por una mayor conciencia de su rol dentro del storytelling. Los

participantes destacan que el espacio ya no se concibe como un fondo, sino como un elemento activo que se planifica desde etapas tempranas del proyecto. Además, se proyecta una evolución hacia entornos más inmersivos e interactivos, donde el espectador deja de ser un sujeto pasivo. En este sentido, se menciona que el espacio "se va a integrar cada vez más con la tecnología y los entornos virtuales" (Entrevista 3), ampliando las posibilidades narrativas y sensoriales del contenido audiovisual.

En la figura 5 se evidencia cómo, en la observación realizada, el uso de entornos virtuales mediante una pared curva de pantallas se presenta como una solución tecnológica que responde a los desafíos del diseño espacial tradicional en el audiovisual. Este recurso permite simular escenarios realistas en tiempo real, integrando actores y entorno digital en un mismo espacio, lo que reduce limitaciones logísticas y amplía las posibilidades creativas. Asimismo, la imagen muestra un entorno controlado donde la iluminación, el fondo y la composición pueden ser manipulados con precisión, evidenciando una evolución hacia producciones más eficientes e inmersivas. De este modo, la observación permite identificar cómo el diseño espacial ha transitado de espacios físicos limitados a entornos híbridos que combinan lo real y lo digital, respondiendo a las nuevas demandas del storytelling contemporáneo.

Figura 5

Ejemplo de uso de entorno virtual mediante pantallas LED como evolución del diseño espacial en el contenido audiovisual.



Nota: Captura de pantalla del video “¿Sabes cómo se crean los entornos virtuales para las películas?” #vfx #peliculas #virtualproduction #ledwall publicado en TikTok (2024)

Capítulo VI: Discusión

Los hallazgos de la categoría “El espacio como agente narrativo activo” evidencian una clara concordancia con la literatura revisada, al reafirmar que el espacio trasciende su función estética para convertirse en un componente generador de significado dentro del relato audiovisual. En particular, la interpretación de los participantes coincide con lo planteado por Bolat y Güleryüz (2025), quienes sostienen que el diseño espacial refleja estados emocionales y psicológicos, así como con Pérez-Seijo (2022), quien reconoce al espacio como una estructura que guía la interpretación del espectador. Asimismo, la relevancia otorgada a elementos como la iluminación y la configuración espacial se alinea con lo expuesto por Doğaner (2025), al considerar estos recursos como agentes narrativos activos en la construcción de atmósferas y emociones. No obstante, los hallazgos profundizan esta perspectiva al evidenciar desde la experiencia práctica que el espacio también actúa como mediador directo del engagement y la atención del usuario, ampliando lo señalado por Taborda (2022) sobre su influencia en la experiencia inmersiva.

En relación con los objetivos de la investigación, estos hallazgos se articulan directamente con el propósito de analizar cómo el diseño interior funciona como elemento narrativo en el storytelling audiovisual digital. La identificación del espacio como un agente activo permite dar respuesta al objetivo específico orientado a reconocer los elementos del diseño interior que aportan significado, evidenciando que factores como la iluminación, disposición y materialidad no solo construyen atmósferas, sino que comunican narrativamente (Bauer, 2024). Asimismo, la influencia del espacio en la percepción, atención y conexión emocional del espectador responde al objetivo de interpretar la relación entre diseño espacial y experiencia del usuario, reforzando lo

planteado por Chien y Kuo (2026) sobre la mediación emocional en la percepción espacial. En conjunto, estos resultados consolidan la idea de que el diseño interior, cuando es concebido estratégicamente, se integra de manera coherente con la narrativa, contribuyendo a la construcción de experiencias significativas en entornos audiovisuales digitales (Economou et al., 2026).

Los hallazgos sobre la "Construcción de atmósferas y emociones a través del diseño espacial" evidencian una fuerte concordancia con la literatura revisada, al reafirmar que el espacio actúa como un recurso narrativo capaz de generar significados y respuestas emocionales en el espectador. En particular, la idea de que elementos como la iluminación, los materiales y la configuración espacial construyen atmósferas coincide con lo planteado por Doğaner (2025), quien reconoce estos componentes como agentes activos en la producción de sentido. Asimismo, la relación entre espacio y emoción identificada en las entrevistas se alinea con Chien y Kuo (2026), al destacar que la percepción espacial está mediada por procesos visuales y emocionales que influyen en la experiencia del usuario. De igual manera, los resultados refuerzan lo propuesto por Fadhil y Al-Alwan (2026), al evidenciar que el storytelling espacial fortalece la conexión entre percepción, emoción y significado, aunque aportan una perspectiva más aplicada desde la práctica profesional del diseño.

En relación con los objetivos de la investigación, estos hallazgos permiten comprender cómo el diseño interior contribuye activamente a la construcción narrativa en el contenido audiovisual digital, respondiendo al propósito de analizar su rol dentro del storytelling. La identificación de recursos como el color, la iluminación y la materialidad como generadores de atmósferas responde al objetivo específico de reconocer los elementos del diseño que construyen significado (Bauer, 2024).

Asimismo, la evidencia de que el espacio evoca emociones y condiciona la experiencia del espectador se vincula con el objetivo de examinar su impacto en la conexión emocional y el engagement, en concordancia con lo señalado por Economou et al. (2026). Finalmente, la interpretación del espacio como un medio que articula lo sensorial y lo narrativo permite consolidar su papel dentro de las experiencias inmersivas contemporáneas, tal como sugieren Liu et al. (2022), reforzando la pertinencia del enfoque adoptado en la investigación.

Los hallazgos obtenidos confirman que el espacio actúa como un agente activo en la construcción de la percepción y experiencia del usuario, lo cual coincide con la literatura que sostiene que el diseño interior trasciende su función estética para convertirse en un recurso narrativo significativo (Bolat & Güleryüz, 2025; Bauer, 2024). En particular, la evidencia empírica de que el espacio influye de manera inconsciente en la interpretación emocional del espectador refuerza los planteamientos sobre la mediación de procesos visuales y emocionales en la experiencia espacial (Chien & Kuo, 2026). Asimismo, la relación identificada entre elementos como iluminación, color y textura con la generación de atmósferas emocionales se alinea con estudios que destacan el rol de estos componentes como constructores de significado dentro del lenguaje audiovisual (Doğaner, 2025). No obstante, los resultados también amplían la discusión teórica al evidenciar de manera aplicada cómo estas decisiones espaciales se traducen en experiencias concretas de inmersión y conexión, respondiendo a la necesidad de mayor sistematización metodológica señalada en investigaciones previas (Wang et al., 2022).

En relación con los objetivos de la investigación, este hallazgo permite comprender de manera integral cómo el espacio contribuye a la construcción narrativa en el contenido audiovisual digital, cumpliendo con el propósito de analizar su rol dentro del storytelling contemporáneo. La identificación de la influencia del espacio en la

percepción y experiencia del usuario se vincula directamente con el objetivo de explorar la relación entre diseño interior y respuesta emocional del espectador, evidenciando que dicha interacción es intencional y estratégica (Fadhil & Al-Alwan, 2026). Además, la articulación de elementos visuales como parte de una estructura narrativa refuerza el objetivo de analizar cómo el espacio organiza y comunica significados dentro del relato audiovisual (Meier, 2022). Finalmente, estos resultados contribuyen a consolidar una perspectiva aplicada del diseño espacial como herramienta narrativa, en coherencia con la necesidad de integrar enfoques interdisciplinarios en la creación de experiencias inmersivas (Özeren, 2025).

Los hallazgos evidencian que el proceso conceptual y estratégico en el diseño del espacio se configura como una etapa fundamental que antecede a la materialización visual, lo cual coincide con la literatura que reconoce al espacio como un sistema intencional y no meramente estético (De Vos & Floré, 2025; Bauer, 2024). En particular, la planificación basada en la intención narrativa y en la construcción de atmósferas

emocionales se alinea con estudios que destacan la influencia de los procesos perceptivos y emocionales en la experiencia del usuario dentro de entornos audiovisuales (Chien & Kuo, 2026; Fadhil & Al-Alwan, 2026). Asimismo, la integración de variables como iluminación, materiales y composición como decisiones estratégicas respalda la idea de que el espacio funciona como un recurso narrativo activo que construye significado dentro del relato (Doğaner, 2025; Bolat & Güleryüz, 2025). No obstante, estos resultados también aportan una precisión metodológica frente a la literatura, ya que evidencian de manera más concreta cómo se estructura este proceso en fases conceptuales, respondiendo a la limitada sistematización previamente identificada (Wang et al., 2022; Erdoğan & Akarsu, 2023).

En relación con los objetivos de la investigación, estos hallazgos permiten comprender de qué manera el diseño interior se articula como un elemento de storytelling a través de un proceso estructurado que conecta intención, emoción y materialización espacial. La evidencia empírica confirma que el espacio no solo comunica visualmente, sino que se construye estratégicamente para generar experiencias significativas, lo cual responde al objetivo de analizar su rol narrativo en contenidos audiovisuales digitales (Pérez-Seijo, 2022; Economou et al., 2026). Además, la identificación de etapas como la conceptualización, investigación y traducción espacial contribuye a sistematizar el proceso creativo, aportando a la necesidad teórica de desarrollar metodologías aplicadas al diseño narrativo del espacio (Rabelista, 2023; Wang et al., 2022). En ese sentido, el estudio no solo valida la importancia del espacio como narrativa, sino que también amplía su comprensión al evidenciar cómo se construye estratégicamente desde el inicio del proyecto, fortaleciendo su integración en la producción audiovisual contemporánea.

Los hallazgos evidencian que uno de los principales errores en el diseño espacial audiovisual es su concepción meramente estética, lo cual coincide con las tensiones identificadas en la literatura que aún posicionan al espacio como un elemento subordinado al espectáculo visual o a la narrativa principal (Butler, 2025). En contraste, estos resultados refuerzan las posturas que reconocen al espacio como un agente narrativo activo, cuya ausencia de intención narrativa genera desconexión entre lo visual y el mensaje (Bolat & Güleryüz, 2025; Köymen, 2025). Asimismo, los desafíos asociados al equilibrio entre lo técnico, lo estético y lo narrativo se alinean con estudios que destacan la necesidad de articular coherentemente los elementos espaciales para construir experiencias significativas (Wiśnicka, 2023). Finalmente, la evolución
identificada hacia entornos más inmersivos y tecnológicos coincide con investigaciones que resaltan la integración de herramientas digitales y realidad virtual como factores

clave en la transformación del diseño espacial contemporáneo (Liu et al., 2022; Xie et al., 2026).

En relación con los objetivos de la investigación, estos hallazgos permiten profundizar en la comprensión del espacio como un elemento estratégico dentro del storytelling audiovisual, evidenciando tanto sus limitaciones actuales como su potencial de desarrollo. La identificación de errores y desafíos se vincula directamente con el objetivo de analizar cómo el diseño interior se integra —o falla en integrarse— con la narrativa, aportando una visión crítica sobre su aplicación en contextos reales (Erdoğan & Akarsu, 2023). Asimismo, la evolución hacia espacios más inmersivos e interactivos refuerza el objetivo de explorar nuevas formas de construcción narrativa centradas en la experiencia del usuario (Özeren, 2025). En conjunto, estos resultados contribuyen a establecer una base para la sistematización de estrategias que articulen el diseño espacial con la narrativa audiovisual, respondiendo a las brechas metodológicas identificadas en la literatura (Wang et al., 2022).

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

Las conclusiones del estudio confirman que el diseño interior cumple un rol fundamental como elemento narrativo dentro del storytelling en el contenido audiovisual digital, trascendiendo su función estética para convertirse en un agente activo en la construcción de significado. En respuesta al objetivo general, se evidencia que el espacio no solo ambienta, sino que comunica, orienta la interpretación del espectador y condiciona su experiencia. De este modo, el diseño espacial se integra de manera estratégica en la narrativa audiovisual, influyendo en la forma en que el usuario percibe, comprende y se vincula emocionalmente con el contenido.

En relación con el primer objetivo específico, se concluye que los principales elementos del diseño interior que funcionan como recursos narrativos son la iluminación, la disposición espacial, el color y la materialidad. Estos componentes no operan de manera aislada, sino que se articulan entre sí para construir atmósferas cargadas de significado. Su uso intencional permite comunicar estados emocionales, jerarquizar información visual y reforzar el mensaje narrativo, evidenciando que cada decisión espacial responde a una lógica narrativa previamente concebida.

Respecto al segundo objetivo específico, los hallazgos demuestran que el diseño interior contribuye de manera directa a la construcción de atmósferas, significados y emociones dentro del relato audiovisual digital. El espacio actúa como un medio que traduce lo conceptual en experiencias sensoriales, generando respuestas emocionales en el espectador a través de recursos visuales. En este sentido, la configuración espacial no solo acompaña la narrativa, sino que la potencia, al crear entornos inmersivos que facilitan la conexión emocional y fortalecen el impacto del mensaje.

Finalmente, en relación con el tercer objetivo específico, se concluye que existe una estrecha relación entre el diseño del espacio y la experiencia del usuario, evidenciada en niveles de inmersión, atención y comprensión narrativa. El espacio influye de manera tanto consciente como inconsciente en la forma en que el espectador interpreta el contenido, posicionándose como un mediador clave entre la narrativa y la experiencia. En conjunto, estos resultados permiten afirmar que el diseño interior, cuando es abordado desde una perspectiva estratégica y narrativa, se convierte en una herramienta esencial para la creación de experiencias audiovisuales significativas en entornos digitales.

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

A partir de los hallazgos obtenidos, se recomienda que los profesionales del diseño interior y la producción audiovisual integren el espacio desde las primeras etapas del proceso creativo, no como un recurso decorativo, sino como un componente narrativo estratégico. Esto implica desarrollar metodologías de trabajo que articulen la intención narrativa con decisiones espaciales concretas, considerando variables como iluminación, materialidad, color y disposición como herramientas expresivas que influyen en la percepción y experiencia del usuario. Asimismo, se sugiere fomentar el trabajo interdisciplinario entre diseñadores, realizadores audiovisuales y creadores de contenido digital, con el fin de lograr una coherencia entre narrativa, estética y experiencia. Incorporar pruebas de usuario y evaluaciones de percepción durante el proceso de diseño también permitiría optimizar la efectividad del espacio como generador de engagement y conexión emocional.

En cuanto a futuras líneas de investigación, se recomienda profundizar en el estudio del diseño espacial en entornos emergentes como la realidad virtual, aumentada y

experiencias inmersivas, donde el espacio adquiere un rol aún más protagónico en la construcción narrativa. Asimismo, sería pertinente desarrollar investigaciones con enfoques metodológicos mixtos que permitan medir de manera cuantitativa el impacto del diseño interior en variables como atención, emoción y recordación del contenido. También se sugiere explorar diferentes contextos culturales y tipos de contenido digital para analizar cómo varía la interpretación del espacio según el perfil del usuario. Finalmente, resulta relevante continuar avanzando en la sistematización de procesos y modelos teóricos que orienten la aplicación del diseño interior como herramienta narrativa, contribuyendo a consolidar su papel dentro del campo de la comunicación audiovisual contemporánea.

Referencias

Alliata, G., Kenderdine, S., Hibberd, L., y Mason, I. (2023). *Towards immersive generosity: The need for a novel framework to explore large audiovisual archives through embodied experiences in immersive environments*. arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2310.06349

Aydin, B. N., y Şentürk, A. (2025). Space designs of the future: Innovative perspectives at the intersection of cinema and architecture. *Journal of Architectural Sciences and Applications (JASA)*, *10*(1), 254-272. https://doi.org/10.30785/mbud.1623919

Bolat, İ., y Dikmen Güleryüz, O. (2025). The Interrelation of TV-series and Interior Design in the Construction of Meaning: Cinematic Narratives and the Psychological Function of Space. *CINEJ Cinema Journal*, *13*(2). https://doi.org/10.5195/cinej.2025.767

Butler, C. (2025). *The impact of immersive design on audiences* [Tesis de licenciatura, Institute of Art Design & Technology]. https://hdl.handle.net/10779/iadt.29290985

Chien, C.-Y., y Kuo, P.-C. (2026). *Incorporating eye-tracking signals into multimodal deep visual models for predicting user aesthetic experience in residential interiors*. arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2601.16811

Çoban, G., y Gürocak, T. (2025). Psychiatric hospital spaces in Hollywood mainstream cinema: A health communication perspective. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (69), 1-25.

https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2025-1711712

Costa, C., y Ponzio, A. P. (2025). hallwAI: Cinematic representations and AI experiments in interior atmospheres. *SIGraDi 2025 | Meta - Responsive Approaches*. https://doi.org/10.52842/conf.sigradi.2025.1.1969

De Vos, E., y Floré, F. (2025). Educating interior designers: expanding interior design history through educational narratives. *Interiors*, *15*(1), 1-18. https://doi.org/10.1080/20419112.2025.2572231

Doğaner, S. K. (2025). The narrational role of lighting design in the lights of the Dark City. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, *15*(3), 1136-1161. https://doi.org/10.7456/tojdac.1674124

Economou, M., Young, H., y Sosnowska, E. (2026). Digital storytelling for emotional engagement in museums: design and evaluation of the Hunterian Antonine Wall EMOTIVE experiences. *International Journal of Heritage Studies*, *32*(3), 324-355. https://doi.org/10.1080/13527258.2025.2591613

Erdoğan, N., y Akarsu, H. T. (2023). An evaluation set proposal on the interaction of cinema & architecture for improving the creative and aesthetic dimensions in architectural art and education. *DEPARCH*, 141-154. https://doi.org/10.55755/DepArch.2023.20

Fadhil, A., y Al-Alwan, H. A. S. (2026). Visual storytelling and place-based learning: A generative approach to architectural cultural awareness. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*. https://doi.org/10.1080/13467581.2026.2641354

Freixa, P., Codina, L., Pérez-Montoro, M., y Guallar, J. (Eds.). (2022). *Visualisations and narratives in digital media: Methods and current trends*. DigiDoc Research Group; Ediciones Profesionales de la Información SL. https://doi.org/10.3145/indocs.2022.0

Harish Napanda, V., y Somaiya, D. (2025). Visual storytelling and spatial design in live performances. *Clareus Scientific Science and Engineering*, *2*(4), 03-19. https://doi.org/10.70012/CSSE.02.025

Hilal, R. (2024). The interactive digital media as a scenography. *International Journal of Computer Science and Mobile Applications*, *12*(2), 1-40. https://doi.org/10.5281/zenodo.8116500

Huang, T., Fredericks, J., y Maalsen, S. (2023). Interior Media Architecture: Using Social Media as a Tool for Data Informed Design Solutions. En *Proceedings of the 6th Media Architecture Biennale Conference* (10 páginas). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3627611.3627614

Huang, X., Li, X., y Yao, J. (2023). Investigating the Role of Visual Storytelling in Enhancing Audience Engagement in Digital Journalism. *MEDAAD*, 10-16. https://doi.org/10.70470/MEDAAD/2023/002

Huang, X., Liang, H., Wang, Y., Wang, Y., Li, D., y Zhang, B. (2026). Narrative as cognitive infrastructure reduces semantic opacity in virtual industrial heritage. *npj Heritage Science*, *14*, Artículo 126. https://doi.org/10.1038/s40494-026-02352-7

Iacovou, P., y Artopoulos, G. (2024). The architecture exhibition as a stage of mediated narratives. *Digital Creativity*, *35*(2), 156-170. https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2304811

Khanom, M. T. (2023). Using social media marketing in the digital era: A necessity or a choice. *International Journal of Research in Business and Social Science*, *12*(3), 88-98. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i3.2507

Kiessel, M., y Stubbs, J. (2023). Urban dystopia on screen: The city, architecture and power in the contemporary science fiction film. *Athens Journal of Architecture*, *9*, 1-33. https://doi.org/10.30958/aja.9-4-4

Köymen, E. (2025). Stylized architecture in 3D animated films: Aesthetic and narrative perspectives. *IDA: International Design and Art Journal*, *7*(2), 269-288. https://www.idajournal.com/index.php/ida/article/view/438

Liu, P., Song, C., Ma, X., y Tang, X. (2022). Visual space design of digital media art using virtual reality and multidimensional space. *Mobile Information Systems*, *2022*, Artículo 8220572. https://doi.org/10.1155/2022/8220572

Mansfield, E., Jalal, N., Sanderson, R., Shetty, G., Hylton, A., y D'Silva, C. (2024). Digital storytelling online: a case report exploring virtual design, implementation opportunities and challenges. *Research Involvement and Engagement*, *10*(37). https://doi.org/10.1186/s40900-024-00570-6

Meier, S. (2022). Digital storytelling: A didactic approach to multimodal coherence. *Frontiers in Communication*, *7*, Artículo 906268. https://doi.org/10.3389/fcomm.2022.906268

Meng, Z., y Nansen, B. (2022). Chinese video creator identities - a cross-platform social media perspective. *Platform: Journal of Media and Communication*, *9*(1), 24-42.

https://www.researchgate.net/publication/369486448_Chinese_Video_Creator_Identities_-_A_Cross-Platform_Social_Media_Perspective

Mohamed, K. M. M. (2025). Visual storytelling and cultural connection in GCC social media advertising. *Frontiers in Communication*, *10*, Artículo 1584156. https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1584156

Mohamed, M. M. (2023). Exploring the interplay of architecture and cinema: A narrative perspective. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, *69*(1), 227-239. https://www.gssrr.org/JournalOfBasicAndApplied/article/view/16025

Navarro-Güere, H. (2023). El vídeo en formato vertical. Una revisión de la literatura en comunicación. *Revista Mediterránea de Comunicación / Mediterranean Journal of Communication*, *14*(1). https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23028

Nazemi, Z. (2025). *The effect of architecture and modern architecture in science-fiction film genre*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/388576410_The_Effect_of_Architecture_and_Modern_Architecture_in_Science-Fiction_Film_Genre

Onyejelem, T. E., y Aondover, E. M. (2024). Digital generative multimedia tool theory (DGMTT): A theoretical postulation. *Journalism and Mass Communication*, *14*(3), 189-204. https://doi.org/10.17265/2160-6579/2024.03.004

Özeren, E. B. (2025). Integration of digital storytelling into architectural education: Exploration of conceptual understanding. *Buildings*, *15*(1). https://doi.org/10.3390/buildings15111826

Öztekin, M. (2025). Storytelling in fashion video adverts: Space typology and design. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, *15*(4), 1387-1399. https://doi.org/10.7456/tojdac.1736090

Pietroni, E. (2025). Multisensory museums, hybrid realities, narration, and technological innovation: A discussion around new perspectives in experience design and sense of authenticity. *Heritage*, *8*(4), Artículo 130. https://doi.org/10.3390/heritage8040130

Privitera, A. G., Fontana, F., y Geronazzo, M. (2025). The role of audio in immersive storytelling: A systematic review in cultural heritage. *Multimedia Tools and Applications*, *84*, 16105-16143. https://doi.org/10.1007/s11042-024-19288-4

Pujiastuti, E. (2022). The design of multimedia in storytelling. *ETERNAL (English Teaching Journal)*, *13*(2), 180-188. https://doi.org/10.26877/eternal.v13i2.12226

Rabelista-Nijhof, A. (2023). *Narrative transportation, identification, and storytelling in environmental (science) communication: Immersing audiences in a story*. ScienceOpen Preprints. https://doi.org/10.14293/PR2199.000068.v1

Taborda-Hernandez, E., Rubio-Tamayo, J. L., y Rajas-Fernandez, M. (2022). Analysis of the narrative communication characteristics of virtual reality experiences: meaning-making components of the immersive story. *Journal of Science and Technology of the Arts*, *14*(1), 09-31. https://doi.org/10.34632/jsta.2022.10055

Türkdoğdu, H., Yasar, D., y Küçükali, U. F. (2025). Analyzing light-atmosphere patterns across film genres: A student-perception based content analysis and AI-assisted visual modeling. *Architecture Image Studies*, *6*(3), 1979-1993. https://doi.org/10.62754/ais.v6i3.547

Turpin, H., Cain, R., y Wilson, M. (2024). Towards a Co-Creative Immersive Digital Storytelling Methodology to Explore Experiences of Homelessness in Loughborough. *Social Sciences*, *13*(59). https://doi.org/10.3390/socsci13010059

Vicente, P.-N., y Pérez-Seijo, S. (2022). Spatial audio and immersive journalism: production, narrative design, and sense of presence. *Profesional de la información*, *31*(5), Artículo e310519. https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.19

Wang, M., Wang, J., y Zhang, C. (2022). Visual space system design in digital media art design. *Scientific Programming*, *2022*, Artículo 3678090. https://doi.org/10.1155/2022/3678090

Wiśnicka, A. (2023). Mid-century modern design as a cinematic vision of dystopia based on selected examples of 21st-century films and TV series. *Załącznik Kulturoznawczy*, *10*, 431-451. https://doi.org/10.21697/zk.2023.10.22

Wu, P., Zhang, W., Xu, D., y Liu, Y. (2025). From two-dimensional representation to immersive interaction: the VR-driven transformation of interior design pedagogy. *Humanities and Social Sciences Communications*, *12*(1), Artículo 1976. https://doi.org/10.1057/s41599-025-06258-w

Xie, Z., Zhang, K., Yan, Y., Guo, Y., Yang, F., Zhou, J., y Li, M. (2026). FilmScene Designer: Chaining set design for procedural film scene generation. *The Fortieth AAAI Conference on Artificial Intelligence (AAAI-26)*. https://arxiv.org/html/2511.19137v1

Yang, S. (2023). Storytelling and user experience in the cultural metaverse. *Heliyon*, *9*, Artículo e14759. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14759

Yasar, D., y Kucukali, U. F. (2025). Digital Visual Culture in Interior Architecture Education: Aesthetic Codes and Spatial Narratives in Student Renderings. *Buildings*, *15*(6), Artículo 153. https://doi.org/10.3390/buildings16050888

Anexos

Anexo 1: Guía de Entrevista

Usted ha sido invitado(a) a participar en la investigación titulada “El espacio como narrativa: análisis del diseño interior como elemento de storytelling en contenido audiovisual digital”. Su participación en esta entrevista es completamente voluntaria, por lo que puede decidir no responder alguna pregunta o retirarse en cualquier momento sin ningún inconveniente. La información que usted proporcione será utilizada

únicamente con fines académicos y de investigación, garantizando en todo momento la confidencialidad de sus respuestas y el anonimato de su identidad. Los datos recogidos serán analizados de forma global, sin hacer referencia a información personal que

permita su identificación. Al aceptar participar, usted confirma que ha leído esta información y que brinda su consentimiento de manera libre, informada y consciente. Se le solicita responder cada pregunta con el mayor nivel de detalle posible, desarrollando sus ideas, experiencias y percepciones. Se recomienda que cada respuesta tenga una extensión aproximada de 8 a 10 líneas (alrededor de 150 palabras), con el fin de profundizar en el análisis del tema de estudio y obtener información significativa para la investigación.

¿Cómo describes el rol del espacio dentro de la construcción narrativa de tus proyectos?

¿Puede describir un proyecto donde el espacio haya sido clave para transmitir el mensaje o emoción?

¿Cómo crees que tu espacio influye en la forma en que tu espectador o usuario percibe tu contenido?

¿Has notado cambios en la interacción o engagement cuando mejoras tu espacio o fondo visual? Explica.

¿Cómo es tu proceso para conceptualizar y diseñar el espacio antes de desarrollar un proyecto?

¿Cómo influye la elección de colores, materiales y texturas en la percepción emocional de un espacio?

¿Qué recomendaciones daría para integrar el diseño interior de manera estratégica en el contenido audiovisual?

¿Qué errores considera comunes en el uso del diseño interior dentro del contenido digital?

¿Cómo influye la iluminación en la construcción de atmósferas narrativas dentro del espacio?

¿Cómo crees que debería evolucionar el uso del espacio en el futuro para potenciar el storytelling en los proyectos y mejorar la experiencia de quien lo observa o lo habita?