¿Mood qué? ¡Mood board!

Por Maria del Pilar Rovira Serrano

El mood board sirve para la representación gráfica de la información, en un collage que combina textos, dibujos, imágenes y muestras tridimensionales, de manera simultánea.

El *mood board*[1] es una herramienta de comunicación muy recurrente en el mundo del diseño, que ayuda a presentar de manera visual un estado de ánimo, un concepto, una idea, un estilo, una tendencia, una propuesta, un encargo, un proyecto..., incluso el resultado de una investigación, puesto que representa especialmente la observación directa y la observación documental.[2]

El *mood board* es una manera interesante de presentar gráficamente la información en una especie de *collage*, que combina textos, bocetos, ilustraciones, recortes de revistas, fotografías, otras imágenes y muestras tridimensionales (materiales, texturas...), y lo hace de manera simultánea (a un golpe de vista); al contrario de un informe «tradicional», que presenta la información de una manera secuencial (hoja tras hoja).

A título de ejemplo, puesto que esta lista no pretende ser exhaustiva, podemos encontrar diferentes tipos de *mood boards*:

1. Estático o dinámico
    - Panel estático (para un propósito concreto).
    - Panel dinámico (se actualiza, evoluciona continuamente).
2. Conceptual o de desarrollo
    - Panel conceptual, previo al diseño y desarrollo de un producto desarrollado a partir del encargo del cliente o de la demanda de los consumidores.
    - Panel de diseño y desarrollo de un producto.

Con todo, un *mood board* sirve tanto como fuente de inspiración como herramienta de comunicación (incluso de comunicación personal). Como fuente de inspiración, se presenta como el resultado de la fase de investigación en diseño y, si procede, puede incluir:

- La representación gráfica de las fuentes de inspiración del proyecto.
- Una explicación escrita de la filosofía que inspira el proyecto.
- La propuesta de carta de colores.

- Propuesta de carta de materiales.
- Primeros bocetos.

Como herramienta de comunicación, el *mood board* se presenta como el resultado de un estudio de mercado y puede incluir:

- La representación gráfica de la filosofía del proyecto.
- Bocetos y otros dibujos preparatorios,
- Ilustraciones.
- Fotografías de maquetas, prototipos...
- Carta definitiva de colores.
- Carta definitiva de materiales.
- Descripción escrita del producto.
- Planos técnicos.
- Costos y presupuestos.
- Propuestas de uso.

Como herramienta de comunicación personal, el *mood board* se presenta como resultado de un análisis interno de situación DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades); incluso puede ser una herramienta de gestión del talento para presentar un perfil personal y profesional.[3]

- ¿Quién soy?, ¿de dónde vengo?, ¿a dónde voy?
- Nombre, sistema de creencias y valores personales, declaración de intenciones en forma de lema, sueño, objetivos.
- Conocimientos, experiencias, aptitudes, actitudes, salud, aficiones.
- Fortalezas y debilidades.

De una dimensión sin restricciones (formato de papel estándar del tipo DIN A, o más amplio), el *moodboard* puede adoptar diferentes formatos, aunque el cartel horizontal es el más utilizado. La única recomendación en la que coinciden todos los autores que han escrito sobre el tema es la siguiente: utilizar siempre un «factor sorpresa» y presentar la información con mucho sentido del humor.

Internet ofrece una amplia selección de propuestas que permiten presentar digitalmente, incluso imprimir en papel, un *mood board*.[4]. Hay tres propuestas interesantes:

- *Polyvore*[5] (herramienta para hacer *collages* y estilismos; servicio gratuito).

- *Share Your Color Ideas & Inspiration*[6] (carta de colores a partir de fotos en línea, también se permite diseñar estampados; servicio gratuito, pero hay que registrarse).

- *The Project of Steven De Graeve*[7] (carta de colores a partir de fotos en línea; servicio gratuito).

A pesar de las grandes ventajas de esta herramienta de comunicación, el *mood board* tienen un claro inconveniente que advierte el profesor Guy Julier: «La representación fotográfica reduce el producto a una expresión singular, silente, *cosificada*»[8]; pero este hecho no debería limitar en absoluto el uso de los *mood boards*.

Publicado el 11/11/2013

---

1. *Moodboard* literalmente significa «panel de estado de ánimo», pero habitualmente se traduce como Panel de tendencias (también llamado *Trendboard*), si bien este no es su único uso. Aunque personalmente no me gusta utilizar el anglicismo, a falta de una traducción mejor, se utilizará el término *moodboard*.

2. Según el profesor Restituto Sierra Bravo (2001), la observación directa se desarrolla por medio de los sentidos de hechos y realidades sociales presentes que se producen de manera espontánea y natural; la observación documental trabaja a partir de documentos actuales o históricos de todo género en cuanto recogen y reflejan hechos y datos de interés social, incluidas las imágenes (*Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*, Madrid, Paraninfo).

3. Maria del Pilar Rovira Serrano (22 de noviembre de 2010), *La «otra» gestión del diseño*, FOROALFA.

4. Paul Wyatt (12 de agosto de 2013), «How to create mood boards: 30 expert tips», *CQ Creative Bloq*, http://www.creativebloq.com/graphic-design/mood-boards-812470☐.

5. Ver sitio Polyvore.

6. Ver sitio Colour Lovers.

7. Ver sitio Degraeve.

8. Guy Julier (2010), *La cultura del diseño*, Gustavo Gili, Barcelona, página 234.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/mood-que-mood-board