

El *mood board* en el diseño de interiores  
Paulina Esparza Gómez





## Resumen

El *mood board* es una herramienta de gran importancia para el diseñador porque le ayuda a potencializar su capacidad de comunicación y expresión, así como también lo vincula con la(s) persona(s) que lo contempla(n), quienes forman parte del proceso creativo hacia la innovación en cada proyecto, ya que les permite experimentar y replantear tendencias o estilos. Para que esto suceda la investigación es de vital importancia, porque ayuda a la generación de direcciones creativas. En este texto se presenta una definición de *mood board* y se explican sus aportes como herramienta para el diseñador de interiores, además se establecen las condiciones para hacer su uso efectivo. Posteriormente, se habla de los diferentes tipos de *mood boards* que existen y su clasificación, haciendo énfasis en la adoptada en la licenciatura en Diseño de Interiores de la UAA. Enseguida, se presentan ejemplos de proyectos estudiantiles donde se aplican los tres diferentes tipos de *mood boards* y se describen sus principales características. Se finaliza con un breve apartado sobre la metodología para su elaboración, que es la que siguen los alumnos de la carrera.

## Palabras clave

Inspiración, comunicación gráfica, creatividad, estilos y tendencias.

## Abstract

The mood board is a tool of enormous importance for the designer because it helps them to optimize their communication capacity and expression. Mood board the designer to the person (s) who contemplate them that, are part of the creative process towards innovation in each project, as it allows them to experience and rethink trends or styles. For this to happen, research is of vital importance, because it helps to generate creative directions. This text presents a definition of mood board and explains its contributions as a tool for the interior designer, in addition to establishing the conditions to make effective use of it. Subsequently, this text explains the different types of mood boards that exist and their classification, emphasizing the one adopted in the Interior Design degree at the UAA. Then, student projects examples are presented where the three different types of mood boards are applied and their main characteristics are described. Finally, it ends with a brief section on the methodology for its preparation, which is the one applied by the students in this degree.

## Keywords

Inspiration, graphic communication, creativity, styles, trends.

## Desarrollo del tema

El *mood board* es una herramienta que ayuda a marcar un rumbo en el proceso del diseño, a través de imágenes dispuestas estratégicamente con una intención específica, con base en el proceso de investigación. Si esto se logra adecuadamente, se establece una comunicación clara y precisa de la idea de diseño, por medio de información relevante como texturas, colores, materiales, accesorios, estilos, etc. Esta herramienta potencializa la creatividad por

medio de la inspiración, que es un rasgo propio del diseñador (Melanie, 2011), porque permite generar múltiples paneles en los que se detonarán aspectos tangibles e intangibles, como estados de ánimo o materiales que se pretende asociar al proyecto.

El *mood board* no sólo aporta inspiración, sino también cualidades ambientales y la oportunidad de mezclar estilos para generar uno propio. Para que funcione de forma efectiva es necesario saber de forma concreta qué se quiere comunicar, porque si existe ambigüedad en la idea que lo fundamenta, el producto puede convertirse en una mezcla de imágenes sin sentido aparente. La claridad en la premisa y objetivo es determinante para establecer el tipo de *mood board* a realizar y todos los elementos que lo compongan (como atmósferas, paleta de colores, artefactos, accesorios, texturas, semiótica, identidad, palabras clave y gráficos), porque se tendrá bien definido qué es aquello que se desea transmitir, ya sea en formato físico o digital.

Según María del Pilar Rovira Serrano (2011), se clasifican en “Estático o dinámico”, siendo el panel estático el que se emplea para un propósito concreto y el dinámico aquel que se actualiza y evoluciona constantemente, y “Conceptual o de desarrollo”, que se elabora previamente al diseño y desarrollo de un producto por encargo o por demanda de los consumidores. Dentro de este tipo también existe el panel de diseño y de desarrollo de producto. Sin embargo, en la formación de los alumnos de la licenciatura en Diseño de Interiores de la UAA, se sigue la clasificación propuesta por la Dra. Leticia Jaqueline Robles Cuéllar (2020), que considera que los *mood board* abstracto/conceptual, figurativos y realísticos/fotomontaje, se diferencian por el orden, intención y fase del proyecto. Esto se ilustra a continuación a través de la muestra de diversos proyectos estudiantiles.

## ***Mood board* abstracto/conceptual**

Este tipo de *mood board* intenta transmitir sensaciones, momentos, color, movimiento, clima, etc., por medio de rastros y pinceladas, haciendo factible la recepción de ambientes y atmósferas con la organización de las imágenes.



Figura 2. *Mood board* en el proyecto de interiores



Nota: *Mood board* abstracto para el proyecto de diseño de remodelación de un cubículo de trabajo de las instalaciones del edificio 108 de la UAA. En dicho panel se aprecia la base de inspiración de su autora y la interpretación realizada para su incorporación en el diseño final. Autora: Karla Daniela López Valencia. Asesoras: Dra. Blanca Ruiz Esparza Díaz de León / Mtra. Paulina Esparza Gómez. (2018).



## Mood board figurativo

Es figurativo porque se alude a la realidad, por ello se pueden contener imágenes de mobiliario y accesorios que, de manera literal o con presencia de variaciones, llegarán a establecerse en la propuesta definitiva del proyecto de diseño. Todo ello sin perder de vista la importancia de incorporar y transmitir sensaciones.

Figura 3. Mood board en el proyecto de interiores.



Nota: Mood board figurativo para el proyecto de diseño de remodelación del área de comedor del Hotel Doña Chela, en el municipio de Calvillo, dentro del taller de Diseño Integral I. En el panel se observan elementos y texturas que la autora tomó como referencia y dispuso dentro del espacio.

Autor: Saucedo Serna Valeria. Asesora: Mtra. Paulina Esparza Gómez.

Figura 4. Mood board en el proyecto de interiores.



*Mood board* figurativo para el proyecto de diseño de remodelación de la clínica de belleza Yukari Studio. Dicho panel muestra las sensaciones, materiales y texturas aplicadas en el diseño de dicho proyecto; inclusive muestra el lugar específico en donde estarán emplazados. Autora:

Mayra Magaly Díaz Torres. Asesora: Mtra. Paulina Esparza Gómez.

## ***Mood board* realístico / fotomontaje**

Actualmente es común en el ámbito del diseño proporcionar una imagen real del proyecto que se está elaborando. Estos criterios han sido un factor determinante para que se incremente el desarrollo de disciplinas y programas digitales de calidad especializados en dicha tarea. Sin embargo, por su característica de flexibilidad creativa y técnica, el *mood board* permite trabajar por medio de imágenes hechas en su totalidad de manera virtual, o bien, por medio de la edición y el fotomontaje, siendo ésta la más recurrente al referirnos al *mood board* realístico.

Figura 5. Mood board en el proyecto de interiores.



Nota: *Mood board* realista elaborado en el taller de Decoración y Ambientación como ejercicio práctico de elaboración de *mood boards*. Autora: Cecilia Rosales. Asesora: Dra. Leticia Jaqueline Robles Cuéllar (2020).

## ¿Cómo hacer un *mood board*?

A pesar de sus evidentes diferencias gráficas, los *mood board* comparten puntos o elementos de contenido en común, sobre todo, en enfatizar el mensaje (lo que se quiere comunicar: el concepto). Esto porque, para elaborarlos, es necesario saber el para qué y el objetivo. Con base en ello, la herramienta cumple su función de construir, clarificar y comunicar ideas. Para su mejor comprensión, se muestra a continuación un diagrama sobre el proceso general para la elaboración de un *mood board*, en el cual se entablan los puntos principales que comprende dicho proceso, hasta su evaluación, dónde el alumno comprueba si la comunicación de los elementos que ha incorporado en este han sido comprendidos de acuerdo a su intención de diseño (figura 6).

Figura 6. Diagrama procedimental para la elaboración de un *mood board*.



Nota: Diagrama procedimental para la elaboración de un *mood board*. Fuente: Paulina Esparza Gómez (2021).

Según los integrantes de la academia de Diseño de Interiores de la licenciatura en Diseño de Interiores de la UAA, los pasos a seguir son los siguientes:

1. Reflexionar y elegir las palabras clave (sensaciones, valores, emociones, racionales), ya que serán el hilo conductor. Es recomendable no tener más de cinco palabras clave y, preferentemente, que estas no estén contenidas dentro del título del concepto. La tipografía debe ser coherente con el contenido gráfico y la estética deseada.
2. Investigación bibliográfica de campo (fotoreporte de inspiración) o web.
3. Recopilar imágenes que ayuden a comunicar el mensaje principal (concepto), que cuenten una historia (*storytelling*). Estas imágenes pueden ser diversas entre objetos, texturas o colores, que provoquen alguna emoción en particular.
4. Elegir un tema / estilo de acuerdo al concepto de diseño.
5. Definir el tipo de *mood board* a generar: abstracto, figurativo o realista.
6. Organizar las ideas, elegir tamaño y formato para tener una lectura sencilla y clara de las imágenes que se utilizarán.
7. Realizar el trabajo de edición fotográfica por medio de alguna plataforma de edición.
8. Recolectar, seleccionar y ordenar los elementos gráficos o físicos (materiales, patrones, colores, texturas, objetos, imágenes). Estos deben responder a lo que se quiere transmitir.
9. Construcción del montaje en el panel físico o digital de las perspectivas o *renders*, planta del ámbito a presentar con escala gráfica, materiales, colores, texturas, patrones, accesorios, mobiliario seleccionado o de diseño propio e iluminación. Esto dependiendo del tipo de *mood board* a trabajar.

Esta secuencia de pasos permitió a los alumnos el uso de esta herramienta, incentivó la investigación y análisis de información, la observación, la

creatividad y la generación de estilos propios o diferenciados, lo cual contribuyó, a su vez, a la generación de identidad de diseño de cada uno de ellos. En la siguiente tabla se establecen los elementos principales que configuran cada tipo de *mood board* presentado con anterioridad. Es necesario tener presente que su objetivo y etapa de aplicación son las mismas, sin embargo, dependerá de la personalidad creativa de cada autor, así como de la información que compartirá por medio de esta herramienta y a quién se la presentará, para hacer la selección del mismo.

Tabla 1. Elementos principales del mood board.

ELEMENTOS PRINCIPALES QUE CONFIGURAN CADA TIPO DE MOODBOARD								
Tipos de moodboard	Palabras clave	Imágenes	Colores	Materiales y texturas	Accesorios	Planta arquitectónica del ambiente	Imagen 3D (Render) o perspectivas manuales	Observaciones
Abstracto								Puede incluirse serar imágenes o accesorios como referencia o inspiración, del ámbito de la moda, la tecnología, el arte, etc.
Figurativo								El acompañamiento de elementos tales como la planta arquitectónica del ambiente proyectado y/o las imágenes tridimensionales, permite al diseñador ubicar en el espacio dichas intenciones y generar una comunicación más precisa.
Realístico								

Cabe resaltar que la selección del moodboard a trabajar; se basa tanto en el perfil del diseñador, como en las necesidades de las personas a quien le comunica (cliente).

Nota: Elementos que configuran cada tipo de *mood board*. Fuente: Paulina Esparza Gómez (2021)

Es necesario tener presente que su objetivo y etapa de aplicación son las mismas, sin embargo, dependerá de la personalidad creativa de cada autor, así como de la información que compartirá por medio de esta herramienta, a quién se la presentará, inclusive el tipo de proyecto, para hacer la selección del *mood board* a utilizar.

## Conclusiones

El desarrollo de *mood boards* dentro del actuar del diseñador de interiores desde etapas tempranas se ha convertido en un vínculo de comunicación de vital importancia con aquellos con que se comparte cierto mensaje. En los talleres de diseño ha marcado la pauta en los alumnos para el desarrollo de la creatividad, la comunicación y el apasionamiento por su profesión, debido a su naturaleza gráfica, creativa y, en ocasiones, tecnológica.

Existen autores como Guy Julier, que expresan que esta herramienta puede presentar desventajas o generar problemáticas si no se usa correctamente, desembocando en resultados silenciosos y cosificados (Rovira Serrano, 2011). Sin embargo, los alumnos son motivados a tomar apuntes creativos (diario o libreta de inspiración), incentivando la curiosidad por saber más sobre algún tema, por observar y plasmar en bocetos rápidos, en el manejo de diarios fotográficos, todo aquello que les inspira.

Así lo solicitaron a los alumnos de cuarto semestre las docentes a cargo del de Decoración y Ambientación, en el período enero-junio del año 2020, en donde a través del diario de inspiración, debían plasmar libremente todo aquello que les inspira, ya fuera en su entorno inmediato, en la literatura, el cine, el arte en general o la web. Esto hizo posible que los alumnos abrieran un canal de comunicación interior y con las docentes, ayudando a generar un estilo particular, que los distinguía y caracterizaba del resto de compañeros que también contribuyó al desarrollo de sus habilidades de dibujo y bocetaje rápidos. Aunado a esto, para los alumnos de semestres avanzados, que se encuentran

en los talleres terminales, además de ayudarles a comunicar sus ideas y su estilo diferenciador como diseñadores en sus proyectos, dicha herramienta les permitió mostrar su marca.

El *mood board* de los alumnos les permite a los docentes tener una noción más clara de las intenciones de diseño de los alumnos, lo que favorece el acompañamiento en diferentes momentos de su proceso de diseño, ayudándolos a exponer las ideas contenidas en su anteproyecto de diseño de interiores, para culminar en la formación del *book* de interiorismo, del que forma una parte vital la comunicación visual.

## Referencias de consulta

- Melanie, A. (2011). *Acerca de la Inspiración y el Proceso Creativo*. Palermo: Universidad de Palermo.
- Robles Cuéllar, L. J. (2020). *Presentación académica Moodboard*. Universidad Autónoma de Aguascalientes. (Sin publicar)
- Rovira Serrano, M. (2011). *¿Mood qué? ¡Moodboard!* Buenos Aires: Foroalfa.