

1

Un tablón de collage es un recurso que utilizamos para expresar la información del brief de una forma visual. Sirve de apoyo y, a su vez, nos refuerza la estrategia escrita.

Requiere una capacidad de síntesis y del mismo obtenemos orientaciones basadas en la información de nuestro brief creativo (escrito) que van más allá de dicha información y tienen que ver, por ejemplo, con la paleta de colores a utilizar, tipos de imágenes, los estilos fotográficos...

También denominado moodboard o muro de guerra, puede utilizarse en cada uno de los puntos que desarrolla el brief:

Para tener claro visualmente quiénes serían nuestro público objetivo o nuestra competencia.

Si atendemos a la psicología de la percepción, la mayoría de nosotras pensamos en imágenes. Si decimos “gato”, de inmediato buscamos en nuestro imaginario una representación visual que responda a esa palabra que pronunciamos, basada en la experiencia sobre la misma.

La expresión “una imagen vale más que mil palabras” es otra forma de explicar la gran utilidad de este recurso o herramienta.

Siguiendo con el proceso del diseño y una vez contestadas las cuestiones más fundamentales acerca del trabajo que vamos a llevar a cabo, es decir, tenemos claro lo que tiene y lo que quiere, pasamos a la siguiente fase, el moodboard.

Nos empapamos de imágenes, fotos, materiales, ideas, que nos trasladen al proyecto. Que muestren lo que tenemos que transmitir.

Será una colección de imágenes que definirían perfectamente a nuestro PROYECTO, PRODUCTO O MARCA. Tenemos que buscar todo aquello que queremos que aparezca de alguna manera en el diseño. La inspiración la encontraremos en todas partes. No es aconsejable beber únicamente de la fuente de otros trabajos similares, caeremos en el error de parecernos demasiado y no obtener la diferenciación deseada. Tendremos que buscar, de todo ello, lo que queremos en concreto para cada proyecto. Hay diferentes tipos de moodboards, pero todos con un mismo fin, la recopilación de un concepto.

Debido a la importancia del autoconocimiento para la búsqueda de empleo, puedes crear un moodboard que te defina como persona y profesional. Que incluya a lo que te dedicas, lo que sabes hacer, tus pasiones y tu estilo. En el que simplemente al verlo, tendrías que reconocerte. Si lo que buscas en tu marca o proyecto, eres tú, será mucho más fácil la creación del moodboard y desarrollos posteriores.

Si no dominas programas de diseño, que hay infinidad y cada vez más intuitivos y fáciles de usar, u otros más profesionales como Photoshop o similares, no te pongas barreras, da rienda suelta a la creatividad. Existen moodboard, de estilo scrapbooking, por si tu destreza son las manualidades.

Las imágenes siguientes muestran las diferentes técnicas que podrían abordarse. Es un proceso "de creación", divertido y útil, a menudo nos descubre nuevos puntos de vista que hubiéramos pasado por alto en la estrategia escrita o brief creativo.



Podemos también construir un moodboard más natural y orgánico. El ejemplo siguiente está compuesto con pequeñas cosas de nuestro día a día, de casa, del campo, de cajas de recuerdos.



Sencillo y limpio, pero con mucha fuerza y personalidad.

La red está plagada de prototipos para ser utilizados en muchas profesiones y ámbitos: decoración, creación literaria, moda...

