

FP IMAGEN PERSONAL

G.S. ESTILISMO Y DIRECCIÓN DE PELUQUERÍA

# ESTILISMO EN PELUQUERÍA

Isabel Rodríguez Pons



# Estilismo en peluquería

Isabel Rodríguez Pons



© Isabel Rodríguez Pons

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.  
Vallehermoso, 34. 28015 Madrid  
Teléfono 91 593 20 98  
[www.sintesis.com](http://www.sintesis.com)

ISBN: 978-84-1357-452-3  
Depósito Legal: M-11.504-2026

Impreso en España - Printed in Spain

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

# ÍNDICE

Presentación .....	10
--------------------	----

## 1. Caracterización de los estilos de imagen asociados a los cambios del cabello

RA1

Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación .....	12
Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	12
Mapa conceptual .....	13
Glosario .....	14
Punto de partida .....	14
1.1. Introducción .....	15
1.2. Estilo, moda y tendencia .....	16
1.3. Elementos que definen el estilo en peluquería .....	18
1.4. El color .....	21
1.4.1. Propiedades del color .....	21
1.4.2. Significados y percepción del color .....	21
1.4.3. Aplicaciones del color .....	24
1.4.4. Armonía del color .....	26
1.4.5. Test de color en peluquería .....	30
1.5. Líneas, formas y volúmenes .....	33
1.5.1. Clasificación y configuración de líneas .....	33
1.5.2. Clasificación y configuración de volúmenes .....	34
1.5.3. Clasificación y configuración de formas .....	34
1.5.4. Complementos de peluquería en la creación de estilos .....	35
1.6. Clasificación de los estilos de imagen .....	35
1.7. Estilismo creativo y estilismo dirigido: diferencias y características .....	37
1.8. El manual de estilos de peinado .....	39
1.8.1. Pautas para elaborar un manual de estilos .....	39
1.8.2. Lenguajes para el manual de estilos .....	40
1.9. Base de información de los patrones estéticos .....	43

1.9.1. Clasificación de los patrones estéticos .....	43
1.9.2. Archivos y estructura de los datos .....	44
1.9.3. Fuentes y herramientas para archivar .....	44
<b>Ideas clave</b> .....	46
<b>Aplica lo aprendido</b> .....	47
<b>Solución del punto de partida</b> .....	48
<b>Práctica profesional</b> .....	49
<b>Ponte a prueba</b> .....	50

## 2. Creación de nuevos estilos de imagen a través de técnicas de peluquería

RA2

<b>Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación</b> .....	52
<b>Objetivos de Desarrollo Sostenible</b> .....	52
<b>Mapa conceptual</b> .....	53
<b>Glosario</b> .....	54
<b>Punto de partida</b> .....	54
<b>2.1. El proceso de creación de nuevos estilos</b> .....	55
<b>2.2. La inspiración como punto de partida</b> .....	56
2.2.1. Creatividad .....	56
2.2.2. Intuición .....	57
2.2.3. Reflexión .....	57
<b>2.3. Conceptualización: de la idea al proceso creativo</b> .....	58
2.3.1. La idea .....	58
2.3.2. El concepto .....	59
2.3.3. El proceso creativo .....	59
<b>2.4. Metodologías de creación</b> .....	61
2.4.1. Paneles de inspiración o <i>moodboards</i> .....	61
2.4.2. Investigación y análisis de tendencias .....	62
2.4.3. Planificación y esbozos de diseño .....	62
2.4.4. Evaluación de viabilidad .....	63
<b>2.5. Características técnicas de la creación</b> .....	63
2.5.1. Estudio artístico .....	64
2.5.2. Estudio técnico .....	64
<b>2.6. Presentación de la colección de diseños</b> .....	65
2.6.1. Creación del manual del nuevo diseño .....	67
2.6.2. Lugares de presentación .....	69
2.6.3. Selección de modelos. Pautas para la realización de <i>castings</i> .....	69

2.6.4. Manejo de archivos y utilización de datos en peluquería .....	70
<b>2.7. Marketing y difusión en peluquería .....</b>	<b>71</b>
2.7.1. Difusión del prototipo .....	71
2.7.2. Técnicas de <i>marketing</i> para los servicios profesionales .....	72
<b>Ideas clave .....</b>	<b>74</b>
<b>Aplica lo aprendido .....</b>	<b>75</b>
<b>Solución del punto de partida .....</b>	<b>76</b>
<b>Práctica profesional .....</b>	<b>77</b>
<b>Ponte a prueba .....</b>	<b>78</b>

### 3. Adaptación de los estilos a la imagen personal

**RA3**

<b>Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación .....</b>	<b>80</b>
<b>Objetivos de Desarrollo Sostenible .....</b>	<b>80</b>
<b>Mapa conceptual .....</b>	<b>81</b>
<b>Glosario .....</b>	<b>82</b>
<b>Punto de partida .....</b>	<b>82</b>
<b>3.1. Introducción a la adaptación de los estilos a la imagen personal .....</b>	<b>83</b>
<b>3.2. Factores personales en la adaptación de los estilos .....</b>	<b>83</b>
3.2.1. Características físicas .....	84
3.2.2. Personalidad y estilo de vida .....	85
3.2.3. Objetivos de imagen .....	86
<b>3.3. Adaptación del estilo personal .....</b>	<b>87</b>
<b>3.4. Análisis de la piel y el cabello .....</b>	<b>88</b>
3.4.1. Análisis del cabello .....	88
3.4.2. Características y condiciones del cabello .....	90
3.4.3. Textura del cabello .....	93
3.4.4. Porosidad y densidad del cabello .....	95
3.4.5. Análisis de la piel .....	98
3.4.6. Análisis morfológico corporal .....	100
3.4.7. Análisis morfológico facial .....	102
<b>3.5. Análisis de patrones habituales .....</b>	<b>103</b>
3.5.1. Patrones de peinado .....	104
3.5.2. Patrones de maquillaje .....	104
3.5.3. Patrones en el uso de complementos .....	105
3.5.4. Patrones de vestuario .....	105
3.5.5. Patrones de movimiento y expresión .....	105
3.5.6. Aplicaciones prácticas .....	107

<b>3.6. Determinación de las necesidades sociolaborales, artísticas y otras</b> .....	107
3.6.1. Necesidades sociolaborales .....	108
3.6.2. Normas de vestuario en eventos sociolaborales .....	109
3.6.3. Necesidades artísticas y creativas .....	110
3.6.4. Otras necesidades .....	110
<b>3.7. Identificación y proyección de la imagen</b> .....	111
3.7.1. Ámbitos de aplicación .....	111
3.7.2. Herramientas y aplicación práctica .....	112
<b>3.8. El estilo de peinado en la imagen corporativa</b> .....	113
3.8.1. Estilos de peinado comunes en el ámbito profesional .....	114
3.8.2. Adaptación del peinado a los diferentes roles corporativos .....	115
<b>3.9. Creación de la identidad de imagen personalizada</b> .....	117
3.9.1. Nivel de concreción de estilo en el cabello .....	118
<b>Ideas clave</b> .....	120
<b>Aplica lo aprendido</b> .....	121
<b>Solución del punto de partida</b> .....	122
<b>Práctica profesional</b> .....	123
<b>Ponte a prueba</b> .....	124

## **4. Elaboración y presentación de propuestas de cambio de imagen en peluquería**

**RA4**

<b>Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación</b> .....	126
<b>Objetivos de Desarrollo Sostenible</b> .....	126
<b>Mapa conceptual</b> .....	127
<b>Glosario</b> .....	128
<b>Punto de partida</b> .....	128
<b>4.1. La propuesta personalizada</b> .....	129
4.1.1. Tipos de propuestas .....	131
4.1.2. Documentación técnica anexa .....	132
4.1.3. Documentación económica: el presupuesto .....	136
4.1.4. Planificación de acciones: calendario de actuación .....	139
<b>4.2. Diseños gráficos y audiovisuales</b> .....	141
4.2.1. Aplicaciones de herramientas manuales, gráficas e informáticas en la propuesta de cambio de imagen .....	142
4.2.2. Integración digital en el proceso de cambio de imagen .....	143
<b>4.3. Presentación de la propuesta</b> .....	144
4.3.1. Técnicas de comunicación aplicadas a la propuesta .....	146

4.3.2. Procesamiento y archivo de la información: información analógica y digital .....	148
Ideas clave .....	150
Aplica lo aprendido .....	151
Solución del punto de partida .....	152
Práctica profesional .....	153
Ponte a prueba .....	154

## **5. Realización de cambios de estilo a través del corte de cabello** **RA5**

Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación .....	156
Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	156
Mapa conceptual .....	157
Glosario .....	158
Punto de partida .....	158
<b>5.1. Influencia del estilo de corte en la imagen personal</b> .....	159
5.1.1. Influencia en la percepción social .....	159
5.1.2. Influencia en la autoestima .....	159
5.1.3. Influencia en distintos ámbitos .....	160
<b>5.2. Factores personales que condicionan el cambio de estilo</b> .....	160
<b>5.3. Clasificación de los estilos de corte</b> .....	162
5.3.1. Según su configuración o geometría .....	162
5.3.2. Según la técnica empleada .....	164
5.3.3. Según los efectos conseguidos .....	165
5.3.4. Según la longitud .....	166
<b>5.4. Parámetros técnicos para la realización del corte</b> .....	168
5.4.1. Secciones y particiones .....	168
5.4.2. Líneas de corte .....	169
5.4.3. Mecha guía .....	169
5.4.4. Patrón de longitud y dirección .....	169
5.4.5. Ángulos de proyección .....	170
<b>5.5. Técnica de aplicación del corte</b> .....	171
5.5.1. Procedimiento general .....	171
5.5.2. Fases de aplicación .....	171
5.5.3. Pautas de aplicación .....	173
5.5.4. Selección de útiles y herramientas .....	173
5.5.5. Ventajas e inconvenientes de los métodos .....	174
<b>5.6. Configuración del corte para el cambio de estilo</b> .....	175

5.6.1. Coordinación con técnicas asociadas .....	175
5.6.2. Criterios de selección .....	177
5.7. Control y secuenciación del proceso técnico .....	177
Ideas clave .....	180
Aplica lo aprendido .....	181
Solución del punto de partida .....	182
Práctica profesional .....	183
Ponte a prueba .....	184

## 6. Realización de estilismos masculinos

RA6

Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación .....	186
Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	186
Mapa conceptual .....	187
Glosario .....	188
Punto de partida .....	188
6.1. Determinación de los estilos de barba y bigote .....	189
6.1.1. Clasificación de los estilos de barba .....	189
6.1.2. Clasificación de los estilos de bigote .....	190
6.2. La barba y el bigote como elementos diferenciadores masculinos .....	191
6.2.1. Evolución histórica del canon de belleza masculino .....	191
6.2.2. Influencia en la imagen personal .....	192
6.3. Análisis morfológico y corrección estética mediante la barba y el bigote .....	193
6.3.1. Concepto de visagismo en barbería .....	193
6.3.2. Análisis morfológico del rostro .....	194
6.3.3. Principios de corrección estética .....	196
6.3.4. Correcciones según la forma del rostro .....	197
6.3.5. Técnicas complementarias de corrección .....	200
6.3.6. Protocolo de análisis y corrección .....	201
6.4. Diseño y propuesta de estilismos masculinos .....	202
6.4.1. Diseño de bocetos .....	202
6.4.2. Elaboración y justificación de la propuesta de cambio de imagen .....	204
6.4.3. Presentación y comunicación profesional del cambio de imagen .....	204
6.5. Técnicas de descarga y delimitación del contorno .....	205
6.5.1. Parámetros técnicos .....	205
6.5.2. Útiles y herramientas .....	205
6.5.3. Procedimiento de ejecución .....	207
6.6. Diseño de estilismos masculinos innovadores .....	210

6.6.1. Acabados de fantasía .....	210
6.6.2. Técnicas avanzadas .....	210
6.6.3. Adaptación a las tendencias contemporáneas .....	211
Ideas clave .....	212
Aplica lo aprendido .....	213
Solución del punto de partida .....	214
Práctica profesional .....	215
Ponte a prueba .....	216

## **7. Evaluación del resultado final** **RA7**

Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación .....	218
Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	218
Mapa conceptual .....	219
Glosario .....	220
Punto de partida .....	220
7.1. Medidas de corrección de desviaciones .....	221
7.2. Calidad en los servicios de estilismo .....	225
7.3. Evaluación y control de calidad .....	226
7.4. Parámetros que definen la calidad .....	229
7.5. Técnicas de valoración del grado de satisfacción del cliente .....	231
7.6. Desviaciones en la prestación de los servicios de estilismo .....	233
7.7. Medidas de actuación en caso de emergencia .....	235
Ideas clave .....	238
Aplica lo aprendido .....	239
Solución del punto de partida .....	240
Práctica profesional .....	241
Ponte a prueba .....	242

## **8. Elaboración de programas de mantenimiento de la nueva imagen** **RA8**

Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación .....	244
Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	244
Mapa conceptual .....	245
Glosario .....	246
Punto de partida .....	246
8.1. Pautas para la elaboración de programas de mantenimiento .....	247

8.1.1. Secuenciación y temporalización para el mantenimiento de los trabajos técnicos .....	247
8.1.2. Pautas de asesoramiento para la higiene y el mantenimiento personal del cabello .....	250
8.1.3. Criterios de selección y utilización cosmética de mantenimiento .....	252
8.1.4. Pautas de mantenimiento y transformación del peinado .....	254
<b>8.2. Asesoramiento sobre tratamientos asociados .....</b>	<b>255</b>
8.2.1. Pautas para la colaboración y coordinación con otros profesionales .....	257
<b>8.3. Medidas de adecuación de la nueva imagen .....</b>	<b>258</b>
<b>Ideas clave .....</b>	<b>260</b>
<b>Aplica lo aprendido .....</b>	<b>261</b>
<b>Solución del punto de partida .....</b>	<b>262</b>
<b>Práctica profesional .....</b>	<b>263</b>
<b>Ponte a prueba .....</b>	<b>264</b>

# 2

## Creación de nuevos estilos de imagen a través de técnicas de peluquería

### RESULTADO DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

**RA 2.** Crea estilos de imagen a través de técnicas de peluquería, describiendo las fases para la elaboración del nuevo diseño

- a) Caracterizar procedimientos y metodología para la creación de estilos de peluquería.
- b) Establecer pautas de planificación y secuenciación del proceso.
- c) Interpretar patrones de moda y publicaciones.
- d) Identificar como elementos del nuevo estilo los símbolos, colores, líneas, formas y volúmenes.
- e) Realizar esbozos o bocetos de la creación.
- f) Evaluar la viabilidad del proyecto.
- g) Identificar pautas para la realización del estudio artístico.
- h) Determinar los elementos que forman parte del estudio técnico.
- i) Establecer formas de presentación y difusión del prototipo de nuevo estilo.



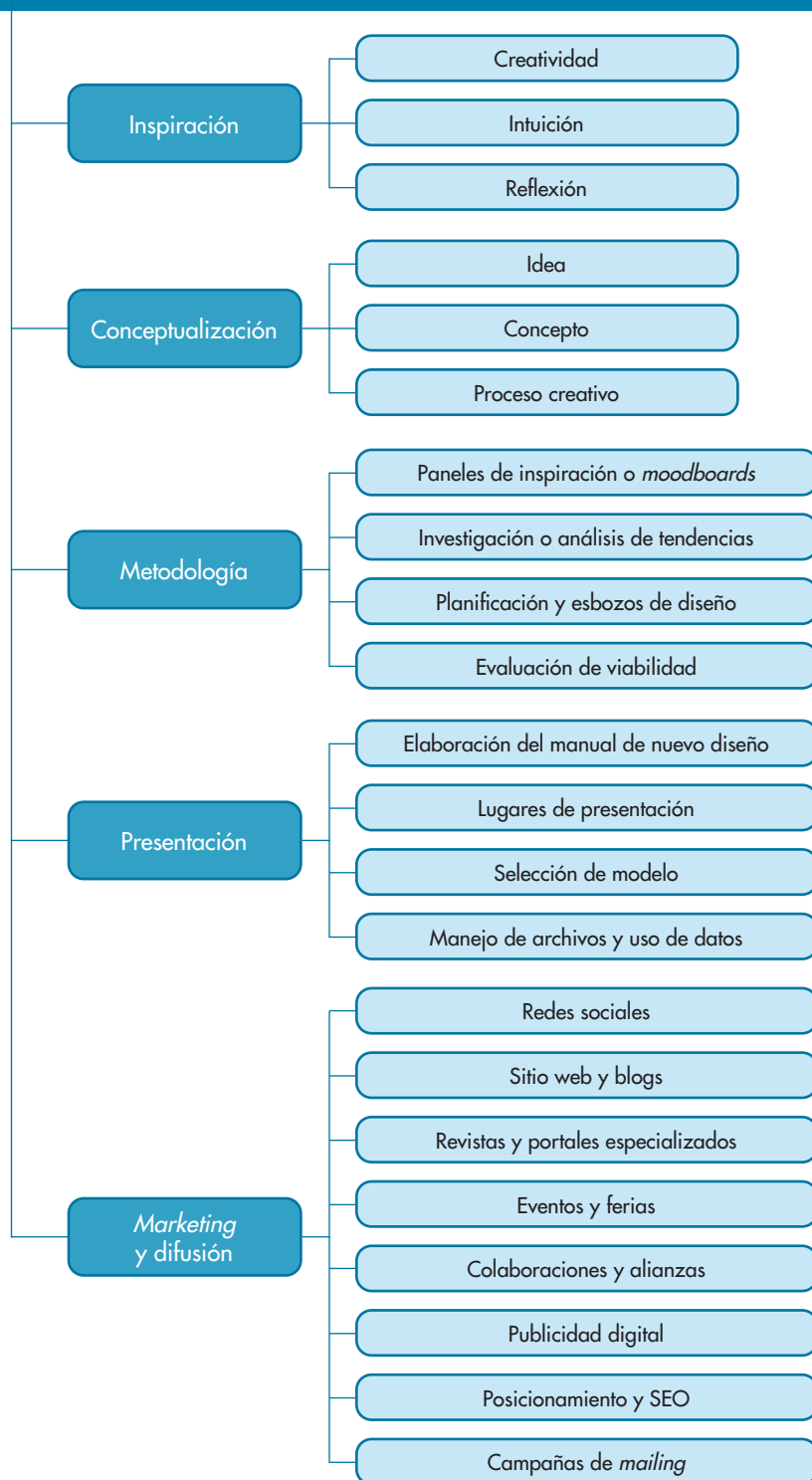
Objetivos de Desarrollo Sostenible

En este capítulo se trabajara el ODS 3.



## MAPA CONCEPTUAL

### CREACIÓN DE NUEVOS ESTILOS DE IMAGEN A TRAVÉS DE TÉCNICAS DE PELUQUERÍA





## GLOSARIO

**Atelier.** Espacio de diseño y comunicación. En él se establece una conexión emocional entre el diseñador, la prenda y el cliente.

**Boceto.** Dibujo realizado a mano alzada (sin utilizar instrumentos de dibujo) con el que se pretende representar una idea. Puede contener cualquier tipo de anotación (materiales, dimensiones, proceso de fabricación, etc.).

**Branding.** Procedimiento de creación de nuevos estilos de peluquería.

**Estilismo.** Arte de crear y coordinar la apariencia general de una persona, incluyendo el cabello, el maquillaje, la vestimenta y los accesorios que lleve.

**Inspiración.** Repentina disposición para llevar a cabo una actividad, especialmente cuando se trata de algo vinculado a la creatividad o a los asuntos del espíritu.

**Layout.** Esquema que resume y señala la distribución y forma de los elementos dentro de un diseño.

**Metaetiqueta.** Fragmento de texto que proporciona información sobre una página web a los motores de búsqueda y a los navegadores.

**Metodología.** Conjunto de estrategias, técnicas y herramientas que se utilizan de forma planificada y organizada para alcanzar unos resultados.

**Moodboard (tablero de inspiración).** Representación visual que consiste en un collage con imágenes, ilustraciones, texturas, colores y textos que tienen como objetivo transmitir una idea general o un pensamiento sobre un asunto determinado.

**Proceso creativo.** Fase inicial para crear un proyecto. Tiene un objetivo o finalidad concreta.

**Showroom.** Espacio en el cual se puede mostrar una colección, unas prendas o unos productos específicos. En estos lugares, las marcas y los diseñadores exponen sus prendas durante un tiempo determinado, con la finalidad de que sus clientes puedan verlas, tocarlas y probárselas.

## PUNTO DE PARTIDA



### *Fomentar la creatividad en el proceso creación de nuevos estilos de imagen*

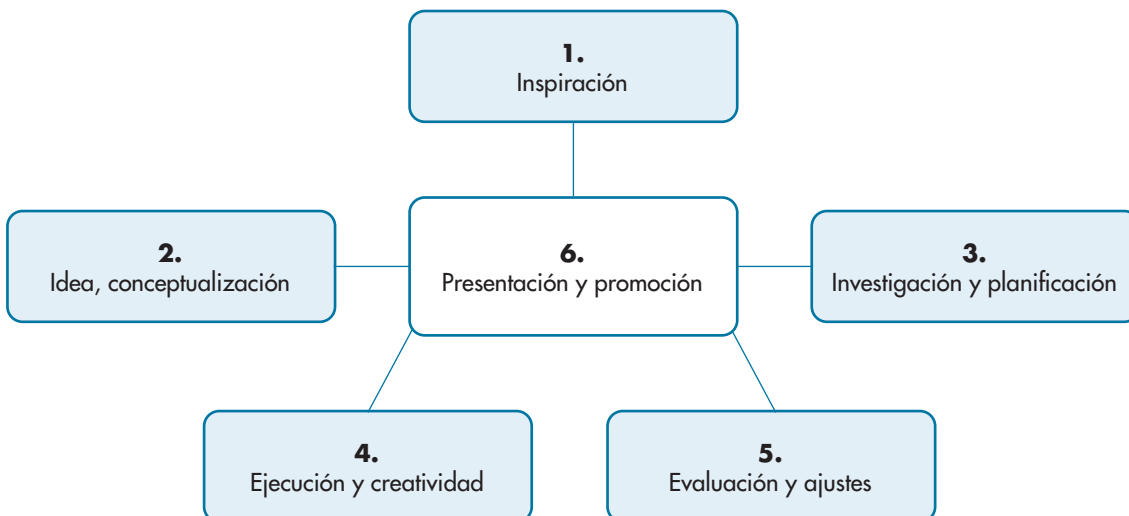
Verónica quiere hacer un cambio en su imagen empleando alguna técnica de peluquería. Tiene una ligera idea, pero quiere que alguien le asesore. Ha visitado la página web de vuestro centro y os encarga ese trabajo. Los pasos que habría que seguir son estos:

1. *Desarrollar el autoconcepto y la autoestima:* se trabajará sobre la confianza y la seguridad de los estilistas para que se sientan capaces de generar ideas innovadoras.

2. *Estimular el pensamiento divergente*: se promoverán ejercicios y actividades que permitan explorar múltiples posibilidades y romper con los patrones establecidos. Se incentivará a los estilistas a salir de su zona de confort y experimentar con nuevas técnicas y estilos.
3. *Fomentar la intuición y la percepción sensorial*: se desarrollará la capacidad de los estilistas para anticipar tendencias y necesidades de los clientes a través de su experiencia y sus conocimientos. Se estimulará el uso de los sentidos (olfato, tacto, vista) para inspirar nuevas ideas.
4. *Promover la reflexión y el análisis crítico*: se crearán espacios de discusión y retroalimentación donde los estilistas puedan evaluar y refinar sus ideas. Se incentivarán la resolución de problemas y la toma de decisiones fundamentadas.
5. *Generar un ambiente creativo*: se proporcionará un entorno de trabajo que estimule la creatividad, con acceso a materiales, herramientas e información inspiradora. Se fomentará la colaboración y el intercambio de ideas entre los miembros del equipo.
6. *Promover la formación y el desarrollo continuo*: se ofrecerán capacitaciones y talleres que desarrollen habilidades creativas en los estilistas. Se incentivarán la investigación y el aprendizaje sobre tendencias, técnicas y estilos innovadores.

## 2.1. El proceso de creación de nuevos estilos

En el proceso de creación de nuevos estilos hay un poco de estos ingredientes: inspiración, investigación, creatividad y ejecución práctica. Desde la idea inicial hasta la presentación final, cada paso es crucial para desarrollar estilos innovadores y atractivos, y así complacer las necesidades y expectativas de los clientes (figura 2.1 y cuadro 2.1).



**Figura 2.1.** La presentación de un estilo es la meta del proceso de creación.

CUADRO 2.1. Fases del proceso de creación

Inspiración	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Buscar en fuentes como la moda, el arte, la naturaleza, la cultura, etc.</li> <li>– Observar y analizar las tendencias emergentes en la industria de la peluquería, el cine, la cultura y la moda.</li> <li>– Explorar referencias visuales en revistas, redes, películas o eventos.</li> </ul>
Conceptualización	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Generar ideas creativas basadas en la inspiración recopilada.</li> <li>– Desarrollar un concepto claro y definido para el nuevo estilo.</li> <li>– Considerar la viabilidad técnica y práctica del concepto, así como las preferencias del cliente.</li> </ul>
Investigación y planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Investigar técnicas de corte, cambios de forma, coloración y peinado relevantes para el concepto.</li> <li>– Planificar los pasos, seleccionar las herramientas, los productos y los equipos.</li> </ul>
Ejecución creativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilizar las habilidades técnicas y creativas para llevar a cabo el estilo de peluquería según el concepto establecido.</li> <li>– Experimentar con diferentes técnicas de corte, cambios de forma, coloración y peinado para lograr el efecto deseado.</li> <li>– Ser flexible y adaptarse según sea necesario durante el proceso creativo.</li> </ul>
Evaluación y ajustes	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Evaluar el resultado final del nuevo estilo de peluquería.</li> <li>– Solicitar el <i>feedback</i> del cliente y realizar los ajustes necesarios según sus preferencias.</li> <li>– Identificar las áreas de mejora y aprender de la experiencia para el futuro.</li> </ul>
Presentación y promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Presentar el nuevo estilo en plataformas, web o portafolios profesionales.</li> <li>– Utilizar fotografías de alta calidad para mostrar el estilo desde diferentes ángulos y perspectivas.</li> <li>– Promocionar el estilo a través de campañas de <i>marketing</i> y publicidad.</li> </ul>

## 2.2. La inspiración como punto de partida

La creación de nuevos estilos de imagen es un proceso creativo y técnico que va mucho más allá de cortar o peinar el cabello; implica también el estudio de las tendencias del momento, la comprensión de la personalidad del cliente y la aplicación de técnicas especializadas, con el objetivo de lograr resultados innovadores y personalizados.

El proceso de creación de nuevos estilos de peluquería es una combinación de creatividad, intuición y reflexión. Aquí se presenta cómo estas tres dimensiones interactúan en el proceso creativo.

### 2.2.1. Creatividad

La creatividad es la capacidad de generar ideas originales y únicas. En el contexto de la peluquería, puede manifestarse de diversas maneras, como la concepción de nuevos cortes de cabello, la exploración de técnicas de coloración innovadoras o la experimentación con peinados fuera de lo convencional. Crear un diseño conlleva desarrollar un modelo de trabajo que facilite el resultado final:

- *Brainstorming*. El proceso creativo a menudo comienza con una lluvia de ideas, que consiste en que todos aportan lo que piensan sin restricción alguna (figura 2.2).
- *Exploración visual*. Se recurrirá a la exploración visual mediante el uso de referencias visuales, como revistas de moda, redes sociales y arte visual, para inspirar nuevas ideas y enfoques con estilo.
- *Flexibilidad mental*. La creatividad requiere una mente abierta y flexible, dispuesta a explorar ideas y a experimentar diferentes enfoques con estilo.



**Figura 2.2.** Lluvia de ideas en equipo.

### 2.2.2. Intuición

La intuición es la capacidad de percibir y comprender una situación sin necesidad de un razonamiento lógico explícito. En el proceso creativo, juega un papel importante al guiar la toma de decisiones y la exploración de nuevas ideas.

- *Escucha interna*. La intuición suele manifestarse como una sensación interna o un presentimiento sobre la dirección que debe tomar el proceso creativo.
- *Conexión emocional*. La intuición está relacionada con una conexión emocional del trabajo creativo, en la que se busca expresar emociones o sentimientos a través del arte del peinado.
- *Confianza en la intuición*. Es importante confiar en la propia intuición y permitir que guíe el proceso creativo, incluso cuando las decisiones parecen poco convencionales o arriesgadas.

La creatividad impulsa la generación de nuevas ideas y conceptos, mientras que la intuición guía la selección y exploración de aquellas que resuenan emocionalmente con nosotros.

### 2.2.3. Reflexión

La reflexión es el proceso de examinar y analizar las ideas generadas durante la fase creativa, de modo que las evaluemos su viabilidad y el potencial impacto del estilo que hemos creado.

- *Análisis crítico*. La reflexión implica un análisis crítico de las ideas generadas durante el proceso creativo, evaluando su coherencia, originalidad y viabilidad práctica.

- *Ajustes y mejoras.* A través de la reflexión, se pueden identificar áreas de mejora o ajustes necesarios en el concepto inicial, refinando y perfeccionando el estilo propuesto.
- *Aprendizaje interactivo.* La reflexión continua permite un proceso de aprendizaje iterativo en el que cada interacción en el proceso creativo se basa en la retroalimentación y la reflexión de las experiencias anteriores.

La reflexión actúa como un proceso de retroalimentación que evalúa y ajusta las ideas creativas generadas, asegurando que sean coherentes, viables y a nivel de estilo efectivas.



### IMPORTANTE

La interacción entre estos elementos es dinámica y continua. Con la creatividad se estimula la intuición, guía a la reflexión y retroalimenta el proceso creativo en un ciclo continuo de exploración.

Fomentar la creatividad en el proceso de creación de un estilo de peluquería implica trabajar en el desarrollo personal, estimular el pensamiento divergente, promover la intuición y la reflexión, y generar un entorno propicio para la innovación. El estilo, la moda y las tendencias son conceptos relacionados, pero también distintos, del proceso de creación.



### ACTIVIDAD PROPUESTA 2.1

Desde el punto de vista relacionado con este capítulo, ¿qué consideras más importante, la creatividad la intuición o la reflexión? ¿Por qué? ¿Por qué crees que hay que tener muy en cuenta la interrelación entre creatividad, intuición y reflexión?

## 2.3. Conceptualización: de la idea al proceso creativo

El proceso creativo en peluquería comienza con una idea, la cual evoluciona hacia un concepto más definido, materializado en un estilo de cabello concreto. En este apartado se presenta cómo se relacionan entre sí la idea, el concepto y el proceso creativo en este contexto.

### 2.3.1. La idea

La idea es fundamental en la creación de peluquería, ya que guía todo el proceso creativo y técnico. Desde la inspiración inicial hasta la ejecución final, una idea bien desarrollada asegura que el resultado no solo sea hermoso, sino también personalizado (figura 2.3).

- *Origen.* La idea surge a partir de la inspiración, que puede provenir de diversas fuentes como la moda, el arte, la naturaleza, la cultura, las tendencias actuales, etc.
- *Espontaneidad.* Las ideas pueden surgir de manera espontánea, a través de la observación, la experimentación o la imaginación.
- *Exploración libre.* En esta etapa, es importante permitir que las ideas fluyan libremente, sin restricciones ni juicios, lo que fomenta la creatividad y la originalidad.

La idea inicial sirve como punto de partida para el desarrollo del concepto y también proporciona inspiración y dirección al proceso creativo.



**Figura 2.3.** La idea.

### 2.3.2. El concepto

El concepto es esencial en una creación de peluquería, ya que establece la base para la creatividad, la coherencia y la satisfacción del cliente. Un concepto no solo guía el proceso de diseño, sino que también ayuda a los técnicos en peluquería a destacar en un mercado competitivo, ofreciendo estilos que son tanto estéticamente agradables como funcionales.

- *Desarrollo.* A medida que una idea se desarrolla, comienza a tomar forma un concepto más definido y estructurado.
- *Clarificación.* El concepto implica una comprensión más profunda de la idea original, incluyendo su propósito, su significado y su aplicación práctica.
- *Tematización.* El concepto puede estar asociado con un tema o una narrativa específica, la cual proporciona un marco conceptual para el proceso creativo.

El concepto da forma a la idea original, proporciona un marco conceptual que guía la ejecución práctica en el proceso creativo.

### 2.3.3. El proceso creativo

El proceso creativo es fundamental en el diseño del servicio de peluquería, ya que guía la innovación, la personalización y la calidad del servicio. Un proceso bien definido no solo mejora las habilidades técnicas del especialista en peluquería, sino que asegura que los clientes reciban un servicio que refleja su personalidad y su estilo. Este resultado es una experiencia positiva y memorable (figura 2.4).

- *Exploración.* El proceso creativo implica explorar y desarrollar el concepto a través de diferentes técnicas, herramientas y enfoques.
- *Experimentación.* Los estilistas en peluquería experimentan con cortes, peinados, coloración y otros elementos para dar vida al concepto de manera visual y con estilo.

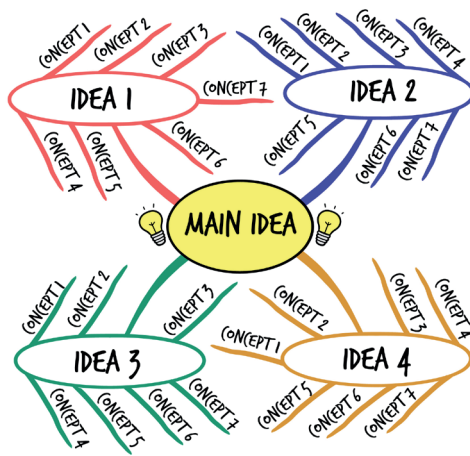
- *Adaptación.* A medida que avanza el proceso creativo, es posible que el concepto original evolucione y se adapte según las necesidades y preferencias del cliente, también según las limitaciones técnicas y prácticas.

A lo largo del proceso creativo, la idea y el concepto continúan interactuando, evolucionando e informándose mutuamente a medida que se exploran nuevas posibilidades. En ese juego se van haciendo los ajustes necesarios.



### IMPORTANTE

La interrelación entre la idea, el concepto y el proceso creativo es fundamental en la creación de peluquería. Comienza con una idea inspiradora, que se desarrolla en un concepto más definido y que luego se materializa a través del proceso creativo en un estilo de cabello único y expresivo. Esta sinergia no solo asegura la coherencia y la innovación en los estilos, también permite una atención personalizada y un desarrollo profesional continuo. Estos elementos contribuyen a la satisfacción del cliente y al éxito del peluquero en un mercado tan competitivo como el actual.



**Figura 2.4.** El proceso creativo.



### CASO PRÁCTICO 2.1

Contacta contigo una fotógrafa de moda que quiere que le crees un peinado para una sesión fotográfica temática a la que va a acudir. La única indicación es que quiere transmitir fuerza y movimiento en las imágenes. A partir de esta situación, busca inspiración en revistas, redes sociales o páginas web, y reflexiona y define un concepto potente que transmita la idea. Por último, recopila algunas imágenes que representen ideas relacionadas con tu concepto y de las que pudieras partir para la creación del estilo.

## 2.4. Metodologías de creación

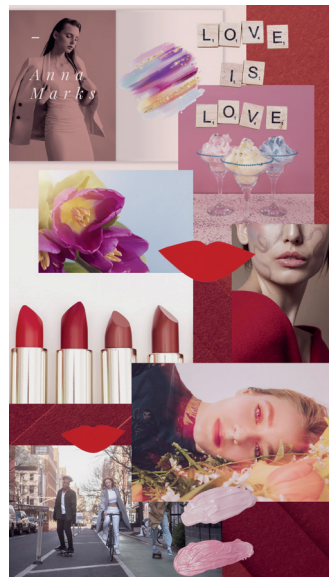
Las metodologías de creación proporcionan un marco estructurado y sistemático para desarrollar nuevas ideas y estilos en el campo de la peluquería, desde la fase inicial de inspiración y planificación hasta la evaluación final de la viabilidad y la realización práctica del proyecto (figura 2.5).



**Figura 2.5.** Metodología del proceso creativo en peluquería.

### 2.4.1. Paneles de inspiración o *moodboards*

Los paneles de inspiración o *moodboards* son herramientas visuales que permiten reunir y organizar imágenes, fotografías, colores, texturas y cualquier elemento que despierte interés o refleje el estilo que se desea crear (figura 2.6). Al disponer estos recursos en un panel, se obtiene una visión clara y coherente de la estética buscada, lo que facilita la exploración de ideas y la identificación de los patrones visuales, los estilos o las tendencias que pueden guiar el proceso creativo. Este recurso funciona como un mapa conceptual visual que orienta la evolución de la idea inicial hacia un estilo de peluquería definido y fundamentado.



**Figura 2.6.** Ejemplo de panel de inspiración o *moodboard*.



## RECUERDA

Una vez creado, el *moodboard* sigue siendo una fuente de inspiración continua a lo largo del proceso creativo. Puede utilizarse como referencia para tomar decisiones de diseño y mantener la coherencia en todas las etapas del proyecto. Es una herramienta esencial en el proceso creativo que ayuda a recopilar, organizar y comunicar la inspiración y la visión de un proyecto de diseño o creativo. Es una forma efectiva de establecer el tono y la dirección de un proyecto, y mantener a todos los involucrados en la misma página creativa.

### 2.4.2. Investigación y análisis de tendencias

La investigación es una base indispensable para generar ideas actuales y bien fundamentadas. Implica explorar tendencias en peluquería, moda y cultura a través de revistas, blogs, redes sociales, desfiles o publicaciones especializadas. Este análisis permite detectar patrones en la moda, estilos emergentes, técnicas en auge, combinaciones de color populares y preferencias del público. Además, estudiar referencias externas (como obras de arte, culturas étnicas, arquitectura o diseño) enriquece el imaginario creativo y aporta nuevas perspectivas. La combinación de tendencias actuales y referencias diversas facilita la construcción de propuestas originales, relevantes y coherentes con el contexto estilístico contemporáneo.

### 2.4.3. Planificación y esbozos de diseño

Una vez definida la inspiración y analizadas las tendencias relacionadas, es fundamental planificar el proceso creativo, lo cual incluye establecer los objetivos del estilo, determinar las técnicas necesarias y organizar la secuencia de pasos desde la preparación del cabello hasta la ejecución final. Paralelamente, la realización de esbozos o bocetos permite visualizar las distintas posibilidades antes de llevarlas a la práctica (figura 2.7). Los bocetos funcionan como una herramienta de experimentación y ajuste, ayudando a perfeccionar el diseño, mejorar su estructura y prever posibles variaciones. El trabajo conjunto de planificación técnica y representación visual facilita la toma de decisiones y da forma al estilo final.



**Figura 2.7.** Bocetos de diferentes tipos de recogido.

#### 2.4.4. Evaluación de viabilidad

La evaluación de viabilidad permite asegurar que el estilo concebido puede llevarse a cabo de manera realista y eficaz. En esta fase se analizan aspectos técnicos como la textura, la longitud y la condición del cabello, así como los recursos disponibles y el nivel de habilidad requerido. También se consideran las posibles limitaciones o dificultades que puedan surgir (ya sean estéticas, materiales o temporales) para anticipar soluciones creativas. Esta evaluación garantiza que el estilo final no solo sea atractivo y coherente con la idea original, sino factible y adecuado para la persona que lo llevará.



### CASO PRÁCTICO 2.2

Una usuaria nos ha pedido que le hagamos un servicio de creación de un estilo en peluquería y ha entregado la siguiente imagen como referencia inicial (figura 2.8). Esta fotografía representa la idea base sobre la cual se desarrollará el proceso creativo.

Cada estudiante deberá desarrollar una propuesta creativa utilizando las metodologías del apartado 2.4. Para ello, el alumnado elaborará un pequeño panel de inspiración con imágenes, colores o texturas relacionadas con la idea inicial, investigará tendencias actuales en peluquería y moda que puedan enriquecer la propuesta, y realizará uno o varios esbozos que representen su interpretación personal del estilo. Finalmente, evaluará la viabilidad técnica del diseño, teniendo en cuenta las características reales del cabello y los recursos necesarios. La actividad concluirá con una breve explicación escrita que justifique las decisiones creativas tomadas.



**Figura 2.8.** Imagen aportada para la creación de un estilo.

Estas metodologías de creación proporcionan un marco estructurado y sistemático para desarrollar nuevas ideas y estilos en el campo de la peluquería, desde la fase inicial de inspiración y planificación hasta la evaluación final de la viabilidad y la realización práctica del proyecto.

## 2.5. Características técnicas de la creación

La creación de estilos en peluquería reúne creatividad, análisis y dominio técnico. Su finalidad es diseñar propuestas personalizadas que resalten la belleza y reflejen la personalidad de cada cliente, integrando principios estéticos y conocimientos técnicos que permiten llevar una idea a un resultado real y viable.

### 2.5.1. Estudio artístico

El estudio artístico constituye la base conceptual de cualquier diseño en peluquería, ya que permite comprender la estética, el simbolismo y la intención expresiva que hay detrás de cada estilo. Esta mirada artística implica situar el diseño en un contexto cultural, histórico y social, analizando cómo determinadas tendencias, movimientos estéticos o referencias visuales pueden influir en la creación. Para ello, se investigan estilos del pasado, obras de arte, fotografías de moda, cine o cualquier medio que aporte inspiración y ayude a construir una narrativa visual coherente.

En esta fase también se definen las características esenciales del nuevo estilo, estableciendo el concepto y la intención que se desea transmitir: elegancia, modernidad, rebeldía, suavidad o fuerza, entre otros valores. Del mismo modo, se consideran la personalidad, el estilo de vida y las preferencias del cliente para adaptar el diseño y asegurar que el resultado sea estéticamente adecuado y funcional. El estudio artístico, por tanto, permite comprender el por qué y el para qué del estilo, antes de llevarlo a la práctica.

### 2.5.2. Estudio técnico

El estudio técnico complementa el enfoque artístico. Se centra en analizar las posibilidades reales de ejecución del estilo. Esta fase permite seleccionar los procesos, materiales y herramientas necesarios para llevar a cabo el diseño, verificando su viabilidad y anticipando las exigencias técnicas de cada propuesta.

Es esencial integrar el estudio artístico y técnico para desarrollar un estilo de peluquería completo, coherente y funcional. Mientras el análisis artístico define el concepto y la intención estética del diseño, el análisis técnico garantiza que pueda materializarse de forma eficaz y adaptada a las características reales del cabello y del cliente. Solo combinando ambos enfoques es posible crear un estilo que resulte estéticamente impactante y técnicamente viable (cuadro 2.2).

**CUADRO 2.2. Comparación entre las funciones del estudio artístico y el técnico**

Estudio artístico	Estudio técnico
1. <i>Contextualización histórica, estética y cultural</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Comprender la época y las influencias</li> <li>– Estudio de obras, arte y referencias estéticas</li> </ul>	1. <i>Evaluación del cabello del cliente</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Tipo de cabello</li> <li>– Condiciones especiales</li> </ul>
2. <i>Definición del concepto estilístico</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Tema central</li> <li>– Narrativa visual</li> <li>– Intenciones estéticas</li> </ul>	2. <i>Selección de técnicas y herramientas</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Procesos necesarios</li> <li>– Productos y herramientas</li> </ul>
3. <i>Adaptación al cliente y al contexto</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Personalidad</li> <li>– Estilo de vida</li> <li>– Adecuación del diseño</li> </ul>	3. <i>Planificación del proceso</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Secuencia de pasos</li> <li>– Tiempo estimado</li> </ul>
4. <i>Interpretación estética del diseño</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Emoción</li> <li>– Expresividad</li> <li>– Códigos visuales</li> </ul>	4. <i>Evaluación de viabilidad y limitaciones</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Restricciones técnicas</li> <li>– Ajustes necesarios</li> </ul>
	5. <i>Pruebas y ajustes técnicos</i>
	6. <i>Seguridad e higiene en el proceso</i>