

¿El modo más inmediato de comunicación? Ni Facebook, ni Instagram: la moda

“Más allá de solo un estilo, la moda es una forma de comunicarnos con los demás. Y para que sea moda, me tiene que embellecer”. Lula Kiah, asesora de imagen, busca regresarle a la moda un sentido cristiano que proteja la dignidad e individualidad de cada persona.

25/07/2019

El pasado 19 de junio, la Oficina de Información del Opus Dei en México recibió a distintos medios de comunicación para escuchar la conferencia “Presencia es influencia”, impartida por la asesora de imagen personal, Lula Kiah.

El interés de Lula por el cuidado de la imagen en el ámbito profesional comenzó cuando, trabajando en el sector bancario, observó que jóvenes brillantes quedaban estancados en los puestos bajos por su forma de vestir y tratar a las personas. En cambio, otros jóvenes, quizá no tan brillantes, escalaban la pirámide corporativa gracias a su presencia y sus habilidades de comunicación. Interesada por este fenómeno, Lula fundó *Executive Presence Innovators*, una firma de consultoría de

habilidades interpersonales que al día de hoy ha favorecido a más de 7,000 personas y empresas alrededor de los cinco continentes.

La conferencia trató de primeras impresiones, de habilidades de comunicación, de etiqueta y de arreglo personal. Los más de 30 asistentes fueron testigos de la pasión con la que Lula dirige sus asesorías, siempre con el fin de cuidar y manifestar el gran valor de la dignidad de la persona humana, y sin caer en el relativismo que inunda la industria.

Por ‘relativismo en la moda’, Lula entiende una pérdida de su sentido original, especialmente en la que está dirigida a las mujeres.

Fundamentalmente, la moda debe usarse como expresión de la individualidad y creatividad de la mujer, destacando la belleza que caracteriza su dignidad;

lamentablemente, este enfoque se ha ido perdiendo a lo largo de las últimas décadas.

Muchas veces parece que la industria del estilo se ha convertido en una máquina de uniformar. El mundo de la moda pretende adaptar las mismas tendencias para todas las mujeres por igual, dejando de lado sus singularidades. Lula invita a cambiar de paradigma y plantea el reto de atreverse a adaptar la moda a cada estilo de vida, edad, necesidades y ambiente en el que se desarrolla cada persona. Es la moda la que debe adaptarse a la mujer, y no al revés, aprendiendo a destacar las características que distinguen a cada una.

La moda es manifestación del estilo de cada mujer. ¿El pilar en el que debe basarse? La dignidad de toda persona humana. Para explicarse mejor, Lula relató una dinámica que

realizó en un seminario para niñas y adolescentes en Brasil. Preguntó a una de las asistentes qué era lo más valioso que poseía; la adolescente respondió como lo haría cualquier otro: “Nunca salgo de casa sin mi celular”. A continuación, Lula le pidió que se imaginara caminando por un barrio muy peligroso. ¿Qué haría con su celular?, ¿lo mostraría a todos? La participante no dudó en responder: “Lo escondería para que nadie me lo robara”. Lula, entonces, le hizo ver que lo mismo sucede con nuestra dignidad: hemos de cuidarla, pues es lo más valioso que tenemos. Por eso, la moda no solo debe ser una herramienta para resaltar la belleza, sino también para proteger la dignidad.

El mensaje que resonó en la conferencia llevada a cabo en la Oficina de Información es que, como cristianos, podemos –y debemos– regresar a la moda ese sentido

original de manifestación de la dignidad y de la individualidad de cada persona. El reto está en transmitir esta ilusión a través de nuestra amistad. Al final, ¿qué mejor pasarela hay que el mismo ambiente en el que nos movemos? No podemos quedarnos paralizados ante algunas corrientes de la moda que no están interesadas en destacar la verdadera belleza. Así, la próxima vez que te mires en el espejo, puedes preguntarte: ¿qué mensaje transmitiré hoy al mundo?

pdf | Documento generado
automáticamente desde <https://opusdei.org/es-mx/article/el-modo-mas-inmediato-de-comunicacion-ni-facebook-ni-instagram-la-moda/>
(04/02/2026)