



In tutte le epoche, la moda e il costume sono stati suggelli di appartenenza a classi sociali, ordini, corporazioni e religioni, segnando altresì scelte filosofiche e politiche. La forza dell'immagine, costantemente in evoluzione dallo strappo post-industriale, ma che prima del boom del consumismo era tacita e sottointesa, diventa fenomeno di massa con il sorgere del benessere collettivo che si sviluppa dalla seconda metà del ventesimo secolo – per quel che concerne l'Occidente – acquistando sempre più un significato sia profondo, nel cercare di appagare una soddisfazione interiore, sia commerciale, nello sfruttare il bisogno di tale benessere.

La sintesi di questi due aspetti si incontra nella gigantesca macchina economica alla cui catena di montaggio troviamo la teoria e la pratica della comunicazione, l'immenso mercato pubblicitario, lo spostamento di capitali, uomini e mezzi e, naturalmente, il desiderio di bellezza e di piacere dell'individuo.

Il prodotto finale, studiato a tavolino, ha l'utilità di far guadagnare prestigio. Un prestigio da non intendere come anacronistica prerogativa di menti raffinate e colte, ma come l'opportunità di ottenere riconoscimento e apprezzamento dall'ambiente nel quale ci si trova, anche se questo è il più modesto della società.

Superata la fase della "divisa" e del suo rinnovamento – quei dettami della moda che fungono da redditometro stampato in fronte – si può approdare ad un concetto di immagine più libero e creativo: l'espressione, attraverso la forma e il colore, di stati d'animo, di idee, di cosa si vuole condividere con gli altri.

A questo punto, quando non ci si adegua più a un qualcosa che non si sarebbe mai disegnato, colorato, tagliato e cucito – perché non piace e non rappresenta l'idea di bellezza che ognuno porta con sé, o piace e allora è diverso... - si può finalmente creare l'immagine. E questo è un momento davvero particolare.

Può accadere che, durante le fasi dell'immaginazione e della creazioni, nasca l'intuizione del potente effetto evocativo che un'immagine ha su di noi e sugli altri.

Le parole del Maestro Omraam Mikhaël Aïvanhov ben evidenziano questa consapevolezza, o per meglio dire, questo potere:

«Avete certamente constatato che quando siete tristi o scoraggiati, pensare a una persona che amate o ammirate vi conforta. Perché? Perché le immagini che abbiamo in testa o nel cuore non restano inattive; possiedono una vita, dei poteri, sono come delle sorgenti e dei trasformatori di energia.

Un'immagine può perdervi e un'immagine può salvarvi. Un'immagine può intossicarvi e un'immagine può agire come un antidoto. Quando vi concentrate su un'immagine, essa agisce su di voi, ponendo su di voi il suo sigillo. Non trascurate mai questo lavoro interiore con le immagini, così benefico; queste vi strapperanno dall'oscurità e dalle pesantezze terrestri. E se vi è difficile creare una bella immagine, ci sono talmente tanti quadri, statue, monumenti che potete contemplare!...

Sentirete che qualcosa, nella vostra anima, comincia ad assorbire questa bellezza, questa armonia, e diventerete non solo un ricettacolo, ma anche un emittente di energie pure»*

È straordinario riscoprire come dalla più piccola cosa, apparentemente insignificante, alla più grande, l'individuo partecipi inconsciamente alla vita e la vita partecipi consciamente all'individuo.

Elisabetta Mastrocola

*Estratto dal volume *Dictionnaire de livre de la nature*
di Omraam Mikhaël Aïvanhov
EDITIONS PROSVETA