

# foglio di collegamento

ASSOCIAZIONE INFORMAZIONI SU CRISTO

3/2010

INFORMA<sup>Cristo</sup>

## *P. Giuseppe Maria Borgia: evangelizzare con la pubblicità*

*Renza Guglielmetti*

Un Convegno snello e ricco di interesse quello celebrato a **Saluzzo il 23 ottobre 2010** su «**Un Cappuccino di frontiera**» per commemorare la figura di **Padre Giuseppe Maria Borgia, cappuccino torinese (1913-1990), fondatore dell'Associazione Informazioni su Cristo**, a vent'anni dalla morte.

Dai vari relatori che si sono succeduti è stata illustrata la sua idea originale di evangelizzazione: utilizzare la tecnica pubblicitaria collocando accanto alla normale pubblicità commerciale slogan su Dio, su Cristo, sul senso della vita.

Il Padre Giuseppe avvertì già nel primo dopoguerra che iniziava a palesarsi quella disaffezione per la fede cristiana che nei decenni successivi sarebbe diventato un fenomeno in

### SOMMARIO

<i>EDITORIALE</i>	pag. 1
<i>P. Giuseppe Maria Borgia: evangelizzare con la pubblicità</i>	
<i>DOMANDE &amp; (qualche) RISPOSTA</i>	
<i>Non l'origine delle cose, ma il loro esistere rivela Dio</i>	pag. 6
<i>FLASH DAI CENTRI</i>	pag. 9
• <i>Perché?</i>	
• <i>Qualcuno lo sa?</i>	
• <i>Campagna manifesti</i>	
• <i>Gli incontri di InformaCristo</i>	
• <i>Volontari</i>	
• <i>Amici in cielo</i>	
• <i>Incontri «Parliamone» a Cuneo</i>	
<i>COMUNICAZIONE &amp; DINTORNI</i>	
<i>Le notizie e La notizia</i>	pag. 17
<i>DICIAMOLO CON L'ARTE</i>	pag. 20
<i>I volti della maternità di Maria: la «Madonnina»</i>	
<i>RELIGIONI CULTI MAGIA</i>	
<i>Il tempo di Natale ed i suoi simboli</i>	pag. 23

progressiva espansione, soprattutto tra le giovani generazioni.

Già nel lontano 1963 il Padre Giuseppe scriveva: «Anche l'Italia, la

Francia, la Germania, gli Stati Uniti, sono terra di missione».

Questo è l'aspetto per cui il Padre può essere definito "di frontiera": *l'informazione sulla fede*, una vera passione apostolica dove ha speso fino in fondo tutto se stesso.

La condizione di chi non crede era il suo assillo quotidiano: «Mi butterò sempre più nell'informazione perché è il mio ministero, senza badare a niente, né alla salute né ad altro. Informare, informare, informare per la più grande carità: il pane della fede». Per lui la prima, più importante forma di carità era quella verso i poveri di fede.

Insisteva: «Bisogna dire a tutti che Dio c'è». Se la gente non va più in chiesa, occorre parlare di Dio dove tutti passano e proprio là dove nessuno si sognerebbe di parlarne.

Questa la sua intuizione: per raggiungere l'uomo d'oggi, sempre di

fretta e sovraccarico di mille preoccupazioni e problemi, bombardato dalla pubblicità e dai *media*, occorrono messaggi rapidi che risvegliano la domanda su Dio, su Cristo, sul senso della vita, sul destino umano. E questi messaggi non vanno lanciati in chiesa ma per le strade, nei negozi, nei bar, dove la gente quotidianamente vive, lavora, si diverte. Negli anni sessanta, con un gruppo di collaboratori che si occupavano dell'aspetto grafico ed editoriale, il Padre mise mano ai primi giornali murali, ispirati da fatti di cronaca e costruiti interamente a mano; poi si realizzarono i cartelloni da mettere nelle vetrine dei negozi e, infine, nacquero i veri e propri manifesti stampati. Secondo lui, questa pubblicità doveva essere «rapida, mordente, intelligente», capace di fermare il passante frettoloso e indurlo a pensare.



*Convegno «Un cappuccino di frontiera» – Saluzzo*

I messaggi dei manifesti venivano poi ripresi in dépliant dove il P. Giuseppe sviluppava l'argomento in quattro paginette con alcune informazioni e piste di riflessione, scritte con il suo caratteristico stile portato alla sintesi, alla battuta, alla risposta rapida.

Si dedicò poi a comporre opuscoli sui fondamenti del cristianesimo dove in poche decine di pagine riuscì a concentrare i grandi temi dell'esistenza di Dio, della storicità e divinità di Cristo, del male e della sofferenza, del perché della Chiesa. Voleva che tutti i tipi di stampati fossero distribuiti in modo assolutamente *gratuito* «perché – diceva – il pane della fede non si fa pagare». L'obiettivo del Padre non era certo quello di operare conversioni attraverso un manifesto o un ragionamento quanto piuttosto di cercare di risvegliare quel bisogno di Dio che è nascosto in ognuno di noi, di far pensare sul senso della vita e sul suo compimento, di informare sui contenuti essenziali della fede. Si trattava né più né meno di creare occasioni di riflessione, nell'assoluto rispetto per l'agire di Dio e per la libertà delle persone.

In realtà il Padre, che era un uomo di grande profondità interiore e di intensa preghiera, pur desiderando che «tutti i mezzi siano usati, sperimentati, inventati per una sempre più ardente e precisa tecnica pubblicitaria su Gesù», tuttavia era pro-

fondamente convinto che in questa missione «il 5% è tecnica ma il 95% è grazia» e che «i lontani si aiutano con la parola dell'informazione ma si salvano con le ginocchia».

### ***I crocicchi***

Questa “pubblicità” *sui generis* il Padre la voleva collocata sui cosiddetti *passaggi obbligati* come la strada, il negozio, il bar, il ristorante, l'ambiente turistico, qui si rivela un'altra delle sue idee geniali: *i crocicchi*. Un «crocicchio» è per l'appunto un luogo dove si incrociano le persone, dove si è obbligati a passare e dove il passaggio della gente è consistente e veloce.

I *crocicchi* sono nati intorno agli anni '70. Si tratta di attività commerciali in cui, oltre alla testimonianza di una fede cristiana vissuta da chi li gestisce, è allestito il cosiddetto *angolo di Cristo*, formato da una bacheca con il manifesto, i dépliant e gli opuscoli. Tutti questi messaggi stanno lì a interpellare i clienti nel tentativo di provocare, di risvegliare coscienze sopite. Ma anche un gesto, una parola di rifiuto per il Padre era un segnale positivo: significava che il messaggio in qualche modo aveva toccato la persona nelle sue corde interiori.

### ***L'Associazione Informazioni su Cristo***

Per gestire tutta questa attività il Padre ritenne opportuna la creazione

di un organismo *ad hoc*. Nacque nel 1974 l'Associazione *Informazioni su Cristo* di cui il Padre fu il presidente e l'instancabile animatore finché la salute glielo permise. Oltre ai crocicchi, il Padre pensò alle vetrinette pubblicitarie delle strade per incrementare e moltiplicare i punti di diffusione del materiale informativo.

Ancora lui vivente cominciarono ad aggiungersi dei Collaboratori, esperti nel settore della comunicazione che, convinti di questa missione, hanno iniziato a offrire le proprie competenze nella creazione di sempre nuovi messaggi, adeguati al mutare dei tempi.

Col trascorrere degli anni si sono aggiunti altri Collaboratori dell'Associazione, sparsi un po' per l'Italia, sinceramente motivati nel diffondere i messaggi di *InformaCristo* nei loro ambienti e di trovare nuovi "punti-luce" ove collocare manifesti e dépliant.

Ancora lui vivente, è iniziata l'attività dei Centri di ascolto, prima a Torino poi a Genova e Cuneo, con la possibilità del dialogo personale.

### ***Vent'anni dopo...***

Quegli strumenti per l'annuncio del Vangelo che il Padre aveva ideato, continuano ad essere usati da *InformaCristo*, tuttavia col passare degli anni hanno vissuto e vivono tuttora un'evoluzione. Oggi, in un tempo di multimedialità, l'Associazione

*InformaCristo* ai messaggi cartacei affianca altri strumenti: cicli di conferenze a partire da temi attuali, mostre itineranti sulle origini cristiane, spot, brevi video da lanciare tramite TV, internet e le vetrine, spot pubblicitari che usano nuove tecnologie. È in rete da parecchi anni con un proprio sito e si è affacciata anche in Facebook.

Oggi il mondo è molto cambiato, anche solo rispetto a vent'anni fa. I giovani di oggi – è stato scritto di recente – non hanno più "antenne" per Dio, per la fede e per la chiesa<sup>1</sup>. Sono figli di una cultura, la post-modernità, che è divenuta estranea al cristianesimo.

Si pone allora la questione: come intercettare il bisogno di Dio che affonda pur sempre nel cuore umano e che fatica ad emergere poiché oggi sentiamo la mancanza di una rinnovata inculturazione della fede? Credo si debba partire da quel mosaico di inquietanti interrogativi sul futuro, sul senso della vita, sul destino del mondo che sono resi ancor più acuti dall'attuale clima di incertezza e insicurezza che investe il mondo di oggi e proporre dei cammini ove sia possibile comunicare la bellezza e la portata innovativa del Vangelo. In questo ambito non ci sono risposte esaustive. Il cantiere è aperto.

<sup>1</sup> Armando Matteo, *La prima generazione incredula*, Rubbettino, 2010.

**Costa così poco**

**dare**

**amicizia,  
bontà, gioia,  
ascolto, cortesia,  
sincerità, tolleranza,  
rispetto, amore, pazienza,  
accoglienza, generosità,  
pace, carità, gentilezza  
solidarietà, altruismo...**

**beni che fanno bene  
a chi li dà e  
a chi li riceve.**

---

***Augurí!***

## *Non l'origine delle cose ma il loro esistere rivela Dio*

*a cura di Fiorella Danella*

Riportiamo i tratti salienti di una riflessione del teologo Carlo Molari comparsa sulla rivista «Rocca» (15 ottobre 2010) in riferimento all'ultimo libro dell'astrofisico inglese Steven Hawking «The Grand design», dove l'autore sostiene che «La creazione spontanea è il motivo per cui c'è qualcosa e non il nulla, per cui l'universo esiste, per cui noi esistiamo» e perciò «non è necessario ipotizzare l'esistenza di un dio o di un essere soprannaturale per accendere l'interruttore e far partire l'Universo».

Francesco e Luca Cavalli Sforza (La Repubblica 18/10/2010), estendendo alle origini della vita le affermazioni di Hawking, sostengono che per «la ricerca contemporanea ... un organismo vivente sia al tempo stesso un orologio e un orologiaio» e che «si è capito che la grande diversità dei viventi è stata prodotta dalla vita stessa, attraverso meccanismi che ormai sono ben noti, grazie alla capacità di ogni organismo di autoriprodursi generando una copia pressoché perfetta di se stesso. Non vi è bisogno di ipotizzare un creatore esterno».

... A parte l'aspetto commerciale della operazione, la promozione del nuovo libro di Hawking, nelle formule degli scienziati c'è una verità da accogliere e da approfondire. Essa rappresenta l'ultima tappa di un processo culturale che è iniziato millenni or sono e che ha condotto non tanto alla negazione di un creatore quanto alla purificazione della sua immagine.

### **Desacralizzazione**

Vi è stato un lungo periodo della storia umana durante il quale i fenomeni della natura venivano attribuiti ad esseri trascendenti: i tuoni, la pioggia, i fulmini, i terremoti, la nascita e la crescita dei viventi: vegetali e animali. Anche gli eventi della storia umana: i sogni, le malattie, le guerre, le circostanze favorevoli e le disgrazie ecc., erano ricondotti all'azione di esseri trascendenti, buoni o malvagi. ... La scienza ha progressivamente evidenziato le cause di ogni fenomeno e la tecnica ha sviluppato ed esteso la gestione delle forze naturali.

Questo processo è chiamato «desacralizzazione» perché ha spogliato eventi, cose o persone di ogni carattere «sacro» e ha eliminato ogni rife-

## DOMANDE & (qualche) RISPOSTA

rimento trascendente. Anche quando non è stato ancora possibile determinare le ragioni di alcuni fenomeni della natura o della storia, il ricorso ad esseri trascendenti è considerato illegittimo. ... Dalla desacralizzazione perciò è derivata anche la *secolarizzazione*: nel mondo occidentale gli stati si organizzano da molto tempo secondo regole proprie e principi autonomi senza dipendere da strutture religiose e dai loro riferimenti dottrinali. Gli uomini dedicati al sacro (il clero o i responsabili di strutture religiose) hanno quasi ovunque perso potere e la *laicizzazione* sta percorrendo gli ultimi suoi passi in molte società. ...

### Dio creatore

... Di fatto quindi il processo ha costretto i teologi a purificare l'idea di Dio creatore e della sua azione. Essi sono convinti che Dio non opera accanto alle creature o supplendo alle loro carenze, bensì costituendole dall'interno, cioè offrendo loro la possibilità di essere e di operare. Dio agisce suscitando e alimentando le dinamiche delle creature senza mai sostituirsi ad esse. ... Compito dell'uomo è scoprire le leggi che regolano i processi per utilizzare le forze in azione e correggere gli eventuali difetti dovuti ai limiti o agli errori delle creature.

Portato all'estremo questo modo di

leggere i processi cosmici e storici ha condotto i teologi a considerare anche gli inizi delle diverse perfezioni (esistenza, vita, sensibilità, mente e coscienza) come risultato di azioni di creature e di leggi naturali. In questa prospettiva anche il Big Bang deve essere visto come espressione di energie che seguono leggi naturali e non suppongono nessuna iniziativa estranea ai processi naturali. L'atto creativo consiste nell'alimentare continuamente l'energia fontale e accompagnare con questa potenza tutti i fenomeni che ne derivano secondo leggi già operanti fin dal primo istante. L'azione creatrice attinge le singole realtà in quanto portate e attraversate dall'energia fontale, che è emersa secondo leggi in azione fin dal primo istante. Lo scienziato individua queste leggi e scopre perché quanto è successo poteva anche non accadere in questo modo. Lo scienziato non è in grado di dire se prima esistevano altre realtà oppure no. Essa è la realtà che per prima appare ai suoi strumenti di indagine. Essa ha la stessa, identica giustificazione delle successive. Non richiede una spiegazione aggiuntiva. La forza gravitazionale e le altre forze operano già nel primo istante in forma unificata. Cambiano poi le modalità di azione e quindi anche gli effetti, ma le forze fondamentali sono sempre presenti e rendono ragione, da sole a tutto ciò che accade fin dal primo istante.

## DOMANDE & (qualche) RISPOSTA

Chi crede in Dio creatore ritiene che tutto ciò che emerge dell'azione divina in qualsiasi momento risponde a regole precise e a dinamiche sperimentabili, ed è quindi riconducibile sempre a cause interne alla realtà esistente. Per il credente, quindi, Dio è la causa dell'origine in quanto causa di tutta la realtà nel suo svolgersi e come nei diversi passaggi l'azione divina non appare e non può apparire perché non fa le cose ma offre alle cose di farsi, così accade anche per l'inizio. Se la forza gravitazionale è all'origine di tutti gli sviluppi dell'universo, significa che essa è l'espressione creata dell'energia creatrice e che attraverso di essa si realizza l'avvio del processo. Non è l'inizio che stabilisce la condizione creata bensì la dipendenza totale e completa. L'attività creatrice non ha caratteristiche diverse all'inizio o alla fine o lungo il tempo del divenire del cosmo.

Ogni realtà dipende da Dio in ogni istante della sua esistenza, ma tutto procede per leggi intrinseche e per dinamiche proprie. Non ha senso perciò dire: «Dio ha acceso l'interruttore». Il Big Bang nello stesso istante in cui avviene segue leggi precise e appare giustificato in se stesso non ha un interruttore.

Per il credente Dio è necessario per esistere non semplicemente per cominciare. D'altra parte scoprire Dio come causa dell'inizio non sarebbe ancora sufficiente. Il Dio solo degli inizi potrebbe essere un Dio lontano, un Dio che non si interessa del creato. Mentre il Dio di cui l'uomo ha bisogno è un Dio vicino, che avvolge d'amore e conduce al destino ultimo.

Francesco e Luca Cavalli Sforza nell'articolo citato hanno riconosciuto: «Che vi sia o non vi sia un Dio, l'umanità ha mostrato di averne bisogno, per lo più, almeno nel corso degli ultimi millenni. L'incertezza del futuro, la paura del dolore e della morte, condizioni miserabili di vita, il trionfo perenne della violenza e dell'ingiustizia: proiettiamo la speranza di un riscatto al di fuori di noi e al di là delle schifezze della vita, quindi al di là della vita stessa, se questa non ha altro da offrire. *La fede religiosa* si può così *rivelare* un vantaggio, dal punto di vista evolutivo, perché la speranza di una vita migliore nell'aldilà attenua il terrore della morte e *dà forza per andare avanti a vivere*, per dura che sia». Se la forza è efficace e se l'atteggiamento di fede suscita una potenzialità effettiva della Vita in processo, perché mai la sua fonte e fondamento non dovrebbero essere reali?



## TORINO

Lidia Belliardo

### *Perché?*

Un signore dopo aver dato uno sguardo a tutti i messaggi esposti, entra con il libretto «Voi chi dite che io sia?» e domanda se può avere una Bibbia.

Gli regalo il Nuovo Testamento. È molto contento. Dice di aver bisogno di «parole che valgono».

62 anni, cresciuto in orfanotrofio perché abbandonato dalla madre all'età di due anni, ha sofferto molto nella vita. Voleva sapere **perché** alcuni hanno un destino di sofferenza terribile, mentre altri hanno una vita facile... Si è fermato a lungo. Ha detto che tornerà.

### *Qualcuno lo sa?*

Un tardo pomeriggio di settembre. Parliamo, una giovane mamma e io, del più e del meno. Poi il discorso cade sul senso della vita, sul male del mondo, sul bisogno di Dio. Il bimbo di questa signora, Andrea, 5 anni, giocherella attorno a noi. Di punto in bianco va dalla mamma e: «Mamma, ma c'è qualcuno che sa proprio bene chi è Dio?» La signora, tra sorpresa e imbarazzata farfuglia un veramente... e mi guarda come per dire, rispondigli tu.

Mi viene da dire: «Sì, Andrea. C'è Uno che lo sa proprio bene. È il Fi-



*Alba - L'ultima campagna manifesti*

glio, Gesù. Ed è venuto a dircelo! Ecco perché tutti gli anni festeggiamo il Natale...»

### *Campagna manifesti*

Dal 5 al 20 ottobre 2010 si è svolta in Torino una campagna pubblicitaria con il nuovo manifesto: «**egoismi: disuguaglianze, povertà, paura, insicurezza. CRISTO vince col suo modello di vita fondato sull'Amore**».

400 manifesti, formato 100 x 140, inseriti fra le altre pubblicità su tutto il territorio cittadino, hanno lanciato un messaggio di speranza sollecitando la buona volontà di quanti ancora desiderano un mondo più giusto e più vivibile. Diverse persone hanno telefonato in sede per accertare meglio la provenienza di detti manifesti o per rallegrarsi del contenuto. Altre sono passate di persona. Tutte si domandano che cosa si può fare per cambiare questo stato di cose.

La risposta è una sola: ritornare al Vangelo, al modello di vita che Cristo ha predicato. Infatti, nella serie di Incontri che *InformaCristo* ha programmato come approfondimento del manifesto, si parte sempre dal Vangelo.

Ad **Alba**, oltre che ad essere stato oggetto di una campagna pubblicitaria, il manifesto «Cristo vince» è stato inserito, per gentile concessione dei proprietari, nel maxischermo di «pubblicità in movimento». Sud-

diviso in tre step, è andato in onda nel mese di dicembre.

### *Gli incontri di InformaCristo*

Il 24 ottobre u.s. si è svolta la prima conferenza che ha avuto per tema: **Vangelo e informazione**. Il relatore, **Paolo Damosso**, regista della Novat, ha illustrato con particolare competenza come si muove oggi il mondo della comunicazione, soprattutto televisiva. Ci ha messo di fronte al paradosso della pubblicità che è diventata la padrona dei mezzi di informazione, più importante degli stessi programmi. Siamo lontani mille miglia dall'insegnamento di Gesù: «Il tuo parlare sia sì, sì; no, no» (Vangelo di Matteo 5,37).

28 novembre: il secondo incontro. Nonostante la neve e un freddo polare la sala conferenze si è riempita di gente desiderosa di ascoltare le lucide parole di **Mons. Luigi Bettazzi** sul tema: **Vangelo e consumismo**.

Il relatore ci ha fatto capire come la frenesia di avere sempre di più, di possedere sempre l'ultimo modello del cellulare, del computer, della macchina, ecc. è il sintomo di quell'egoismo che ci possiede, che vuole sempre primeggiare mentre Dio che ha tutto, che è tutto, in Gesù si fa povero, si annienta per far essere noi.

Ci ha inoltre introdotti nell'atmosfera del Concilio Vaticano II da lui vissuto

e di cui è uno degli ultimi Padri conciliari ancora viventi.

Gli incontri successivi prevedono i seguenti temi:

### **Vangelo e politica**

– 23 gennaio 2011: don Luigi Ciotti.

### **Vangelo e nuove tecnologie**

– 27 febbraio 2011: don Carlo Collo.

Ospita le conferenze «la Casa del Quartiere», una struttura ricavata di recente da un precedente edificio. È molto funzionale e dispone di una bella sala grande (e ci ralleghiamo perché fin dal primo incontro era piena) e di parecchi altri locali. Si trova a due passi dalla nostra sede, in via Morgari 14.

Ad ogni conferenza segue un **incontro di condivisione** in ordine all'argomento trattato. Si tiene presso la nostra sede, largo Marconi 3 - Torino, ore 16

ed è aperto a tutti coloro che desiderano approfondire il tema mediante un libero confronto di pareri, nei giorni: 12 novembre 2010 – 17 dicembre 2010 – 11 febbraio 2011 – 18 marzo 2011.

### ***Volontari***

Da quando ci siamo trasferiti nella nuova sede, abbiamo sperimentato la “provvidenza” dei volontari.

Un gruppetto di Amici di *InformaCristo* viene con gioia ed entusiasmo a darci una mano nelle cose più svariate.

**Giancarlo**, Amico polivalente, non si trova imbarazzato per nessuna attività: dal sistemare una maniglia, ad adattare un mibiletto, a fotocopiare inviti, a ritagliare con precisione indirizzi... Non c'è che da parlare, si fa carico di tutto. Ha il dono di rendere funzionali le cose.



*Incontro con Paolo Damosso su «Vangelo e informazione»*

**Ines**, da impiegata “super”, in quattro e quattr’otto ti sistema professionalmente l’archivio, svolge lavori di ufficio e tante altre piccole cose con spirito veramente fraterno.

**Elisa**, professoressa in pensione, con la pazienza del certosino trova il modo di aggiornare gli indirizzi sui vari stampati con precisione ed eleganza.

Altre persone, saltuariamente, si offrono per lavoretti vari.

Il loro entusiasmo è veramente contagioso, si lavora bene insieme. Scrive infatti Ines: «...noi siamo lì per testimoniare che Gesù è l’unico esempio da seguire».

### *Amici in cielo*

In questo anno 2010 diversi nostri Amici hanno intrapreso il viaggio senza ritorno verso il Paradiso.

Dopo mesi di grande sofferenza, ci ha lasciato **mons. Giuseppe Pollano**. Sacerdote della diocesi di Torino, dalla fede grande e dalla vastissima cultura, ci consigliava con competenza teologica rivedendo i nostri stampati, in particolare manifesti e dépliant. Ci mancheranno molto la sua disponibilità e la sua acutezza di giudizio e di osservazione.

Nel mese di ottobre è partito per la Casa del Padre il carissimo **dott. Ermanno Bianchessi**. Amico della prima ora, ci è sempre stato vicino nelle nostre attività con suggerimenti, consigli, proposte. Un male incurabile se

l’è portato via nel giro di poche settimane. Ermanno era una persona vivace, dinamica e creativa, dal carattere schietto e volitivo con un forte senso dell’amicizia che noi abbiamo sempre cordialmente ricambiato.

Infine, proprio nel giorno dedicato ai Santi, se ne è andato **mons. Franco Peradotto**. Ci ha sempre voluto bene incoraggiandoci sulla via del nostro carisma. Durante le prime campagne di manifesti, dal taglio decisamente provocatorio per far riflettere, ci sono state da varie parti d’Italia persone che si sono rivolte a lui per sapere se questa Associazione era davvero cattolica. E don Franco, col suo sorriso bonario, assicurava tutti circa l’ortodossia di *InformaCristo*.

Che dire poi di **Rienza Becchio** che per tanti anni ha collaborato nella sede torinese dell’Associazione col suo fare gentile e comprensivo? Quante persone hanno ricevuto dalla sua saggezza consiglio, ascolto, aiuto! Con molta discrezione sapeva farsi “prossima” a tutti, infondendo serenità e sicurezza. Ci ha lasciato con lo stile che le era proprio: delicatamente, senza far rumore... È andata all’abbraccio di quel Gesù che per tutta la vita ha amato e cercato di fare amare.

Li ricordiamo tutti al Signore con vera gratitudine chiedendo per ognuno di loro la meritata divina ricompensa.

## CUNEO

Mirella Lovisolo

### *Incontri*

È molto bello, dopo un incontro, un colloquio che magari si è ripetuto, sentire un'affermazione che dà tanta gioia: «Sì, questo è il vero cristianesimo, ha origine in Cristo e nei primi anni della Chiesa, lascia intatta la libertà ai seguaci e ha un'unica autorità che garantisce l'unità». Questo da un giovane uomo venuto all'Associazione, deluso da una Chiesa che non capiva ma desideroso di trovare il Vangelo; ricercatore che ha spaziato tra le varie denominazioni religiose contemporanee. Il Signore gli dia perseveranza.

Ieri un uomo sulla cinquantina è venuto pensando ci fosse l'incontro. Ha iniziato a raccontare la sua catena di sofferenza e il buio nella fede (sulla trascendenza) che lo attanagliava senza più speranza. Ha detto di aver sentito di entrare in questo luogo e non sapeva perché. Con l'aiuto di Dio (e di Piero che era accanto a me), abbiamo cercato di mostrargli, con i dati della Bibbia, della ragione e del sentimento, che nella sua prova Dio gli era vicino, che lo attendeva per restituirgli – novello Giobbe – la sua vita rinnovata e che Lui gli aveva ispirato di entrare. La conversazione si è protratta... Gli abbiamo dato i



*Incontri «Parliamone» con il biblista...*

fascicoletti di *InformaCristo* invitandolo a rivedere i passi del Vangelo indicati, in modo da aiutarlo a riprendere contatto con la Parola di Dio e fiducia nella propria identità di figlio amato e atteso da Dio. Tornerà.

### **«Parliamone» – I giovedì di InformaCristo**

Negli ultimi tempi sono venute in sede persone disperate che a causa delle deviazioni pseudoreligiose dello spiritismo, delle sedute medianiche dell'evocazioni dei defunti, hanno avuto la vita letteralmente distrutta, rovinata. Gente che ha creduto in queste cose e che ora piange. Cerco di dare la parola e la risposta impostata sulla speranza della misericor-

dia e dell'amore di Gesù per il quale nulla è perduto né senza speranza. Altre persone poi rivelano l'influenza di una pseudo letteratura che ha falsato la figura di Gesù e della Chiesa. Tutte realtà che fanno tanto soffrire! Questi colloqui mi hanno indotta ad organizzare incontri per quelle persone che vogliono un approfondimento sui fondamenti del cristianesimo e sui temi pseudoreligiosi. I sette incontri, con il biblista prof. Carlo Cravero, con Laura Rossi, con lo storico della Chiesa prof. Gian Paolo Laugero e uno con la sottoscritta, si svolgono nella nostra piccola sede che siamo riusciti ad... allargare mettendo tutto l'arredo nel cortile (con l'aiuto del Signore che ci difende dalla pioggia).



*... e con la studiosa di nuove religioni*

# PARLIAMONE

## Incontri culturali e biblici

INGRESSO LIBERO - tel. 333 3901053

### ■ **L'esperienza religiosa: bisogno, realtà o illusione?**

*Relatore: Carlo Cravero – biblista, docente di Sacra Scrittura*

**28 ottobre 2010**

### ■ **Sette, occultismo, spiritismo, esoterismo, parapsicologia...**

*Relatrice: Laura Rossi – consigliera nazionale del GRIS*

**11 novembre 2010**

### ■ **Gesù Cristo: mito o realtà?**

*Relatore: Carlo Cravero – biblista, docente di Sacra Scrittura*

**9 dicembre 2010**

### ■ **Cristianesimo: fondato da Costantino?**

*Relatore: Gianpaolo Laugero – docente di Storia della Chiesa*

**13 gennaio 2011**

### ■ **Le fonti del Cristianesimo: i testi dei primi 4 secoli**

*Relatore: Gianpaolo Laugero – docente di Storia della Chiesa*

**17 febbraio 2011**

### ■ **Vita oltre la vita: cosa dice la Bibbia?**

*Relatore: Gianpaolo Laugero – docente di Storia della Chiesa*

**17 marzo 2011**

### ■ **Simboli, segni, epigrafi, reperti d'arte cosa dicono delle origini cristiane?**

*Relatrice: Mirella Lovisolo – docente di Storia dell'Arte*

**14 aprile 2011**

**A CUNEO presso la SEDE DELL'ASSOCIAZIONE INFORMACRISTO**  
**C.so Giolitti 21 – ore 16,00**

**(o presso la SALA PORTICI della Provincia)**

**All'incontro mensile si alternano, nel giovedì successivo, presso la sede, incontri di dialogo e condivisione sul tema trattato**



## GENOVA

Laura Rossi

### *Anche a Genova i nuovi manifesti «Cristo vince»*

Genova, novembre 2010 – In decine di collocazioni si possono vedere i nuovi giga-manifesti di *InformaCristo*. Si è riusciti a piazzarli in luoghi molto trafficati del centro come a Principe, o sul belvedere di Castelletto, oppure a Carica-

mento. Anche da altre postazioni meno centrali, ma sempre in zone che registrano molto movimento, i manifesti propongono ai passanti Qualcuno che mai si sarebbero aspettati di incontrare per strada, o che volutamente, non avrebbero mai cercato.



*Campagna manifesti a Genova*



## *Le notizie e La notizia*

*Angela Silvestri*

### **Le notizie**

Fino a ieri la ricchezza era misurata dal valore dei beni e dalla capacità di veicolarli; oggi è misurata dal possesso delle **informazioni** e dalla capacità di veicolarle. Di qui, la lotta per avere il controllo sulle informazioni, e il quotidiano bombardamento di **notizie** a cui siamo sottoposti.

Si crede spesso che le notizie corrispondano alla realtà, ma non è così. Nessun messaggio è neutro, ma trasporta valori e significati che vanno al di là del puro testo.

I messaggi hanno due livelli di comunicazione: il **testo** e la sua **interpretazione**. La **comunicazione** è data dalla complessità dei significati che stanno al di sotto dei segni, dei messaggi.

Oggi conta di più la modalità di **comunicazione** della notizia che non il messaggio in sé. Si può comunicare una realtà costruita che viene consumata come vera.

I **messaggi** che ci piovono addosso vanno quindi continuamente sottoposti ad analisi critica per decodificarli correttamente; ma per controllare i **processi di comunicazione**

occorre conoscerne i meccanismi. Nella nostra società la capacità di decodifica è molto ridotta, è più emozionale che razionale, per cui spesso si prende per vero ciò che è soltanto verosimile. Allora, come *leggere* le notizie? Come *interpretarle*?

Nel processo comunicativo delle notizie intervengono diversi **fattori** che ne influenzano l'interpretazione:

a) L'identità del **giornalista**. Se facciamo raccontare a più persone lo stesso fatto ne vengono fuori racconti molto differenti tra loro. Ciascuno ricorda ciò che crede di ricordare, in base a meccanismi che hanno come referente la sua storia personale. Anche il giornalista più onesto introduce nel processo di costruzione della notizia elementi che fanno riferimento alla sua storia; ne dimentica alcuni e ne privilegia altri che sono la ricaduta diretta del suo vissuto, delle sue emozioni. L'**obiettività** è minata in partenza, perché si inserisce la **soggettività**. Il giornalista opera necessariamente una **selezione** e una **discrezionalità** nella lettura della realtà, nello scegliere le notizie e nel modo di comunicarle.

b) L'identità del **contenitore** (testata di tv, giornali, radio ...) immette un ulteriore elemento di distorsione. La comunicazione di una notizia è un percorso interattivo; è il risultato di una sorta di **complicità** – definita da Umberto Eco *cooperazione interpretativa* – tra chi comunica e chi riceve; costui collabora al processo di comunicazione leggendo la notizia con una valenza diversa a seconda del **contenitore** da cui proviene. Il lettore ha un'aspettativa che attribuisce al contenitore un plus-valore, una pre-identità, e interpreta il messaggio in base a questa aspettativa. Abbiamo una predisposizione mentale per cui, consciamente o inconsciamente, comprendiamo "altro" da quello che appare. Su questo si basa la **manipolazione**, che filtra attraverso la presunta neutralità del ricevente e del contenitore.

c) Questi due elementi intervengono poi all'interno di un **contesto**. In contesti diversi lo stesso fatto viene presentato in pagine e con titoli e diversi.

d) Il processo informativo è attivato da una **notizia**. Che cos'è la **notizia**? Un insieme di informazioni relative ad un dato fatto; non è "la verità", "un fatto importante", ma "la cro-

naca di un fatto importante", "l'informazione su di un fatto". Ci sono più livelli di lettura: la *lettura della realtà non è la realtà*.

Non tutti i fatti rilevanti hanno identità e forza sufficiente per diventare notizia. Un quotidiano comunica 150-180 notizie; un telegiornale 25-28 notizie. Com'è possibile che la storia del mondo sia concentrata in 25-28 notizie? C'è un enorme processo di selezione. C'è una parte infinita del mondo che è ignorata.

Comunicare notizie presuppone *l'esistenza di un pubblico e la necessità di rispondere a un suo interesse*.

È il giornalista che decide se un "fatto" diventa "notizia". Si parla in proposito di **notiziabilità** o **valore-notizia**. Il **fatto diventa notizia** in funzione **dell'interesse** da parte del pubblico, interesse forse già indotto dai media stessi. Lo dimostrano le cronache attuali sui tragici fatti di Avetrana. Altri fatti, magari più rilevanti, ma che coinvolgono meno emotivamente il pubblico, vengono presto abbandonati dai media.

e) Dietro la **notiziabilità** ci sono poi sempre interessi **economici** – dominati dalla **pubblicità** che impone ai media le sue regole – e spesso anche **politici**. L'opinione pubblica,

influenzata dai mezzi di comunicazione, riceve un messaggio sapientemente articolato in modo da trasmettere informazioni finalizzate ad “altri interessi”, diversi da quello della pura informazione.

La tensione etica del giornalista si deve misurare con il *sistema* della struttura informativa che, a causa dei fattori economici e di pressioni da parte di poteri forti, cede a certi interessi piuttosto che ad altri.

f) C'è ancora un principio fondamentale: la **velocità della comunicazione** è indifferente alla qualità dell'informazione, che diventa secondaria o nulla. Con la Tv e con Internet le notizie viaggiano praticamente in tempo reale. La **velocizzazione** è dare tutto, subito. Ma *subito*, si comunica l'apparenza, non una notizia precisa e verificata. Semmai, nella verifica dell'informazione si attiverà poi il giornalismo scritto.

Il giornalista televisivo è sottoposto alla pressione della struttura comunicativa che impone il meccanismo dell'**effetto consumato** che crea nella nostra percezione una distorsione della realtà, ancora più marcata quando c'è il contorno delle immagini; l'immagine va dagli occhi al cuore, e il lettore fa più fatica a distaccarsi; il percorso corretto del-

l'informazione dovrebbe invece essere: occhi cervello.

È un meccanismo usato abbondantemente anche per le comunicazioni politiche. C'è il *non vero* o l'*approssimativo*. Intanto, l'effetto è consumato. **Ecco la manipolazione.**

### La (bella) notizia

Ma esiste un altro tipo di comunicazione, che non è solo una tecnica, ma anzitutto un atteggiamento del cuore. In un'arena come quella descritta, acquista tutto il suo peso immettere semi di verità e di speranza. Che c'è di più bello e buono che comunicare, tra le tante notizie, «**La notizia Gesù**»?

Ci si pone certo da una prospettiva di credente, ma con una comunicazione che non è manifestazione di pura *soggettività*; chi comunica sa che le *ragioni del suo credere* appoggiano anche su referenti esterni: la documentazione storica, biblica, teologica, soprattutto la testimonianza di schiere di altri credenti.

Il *contenitore* cercherà sì di attivare la *complicità* del lettore risvegliando in lui domande di senso, ma non vi sono interessi “altri” se non quello di rispondere a questo bisogno, collaborando alla sua gioia e felicità.

## *I volti della maternità di Maria: la «Madonnina»*

*Mirella Lovisolo*

L'arte ha proposto una grande quantità di interpretazioni per celebrare la nascita di Cristo: Presepi, Natività o semplicemente l'immagine di Maria col Bambino Gesù. Moltissime le icone: la Theotókos, (la «Madre di Dio»), l'odighitria («colei che indica la via»), la Madre della tenerezza, la Vergine del segno; per non parlare della produzione dell'arte italiana che comprende un'infinita fioritura di immagini dei maggiori artisti. Finalmente consideriamo la sorprendente quantità dei dipinti murali, per lo più sconosciuti, opere incantevoli di artisti del popolo di cui in questo tempo, tecnologico e secolarizzato, restano esempi stupendi che destano meraviglia.

Tra queste opere che abbellivano le strade di un tempo e arricchivano l'anima e lo spirito del popolo, presentiamo un piccolo dipinto murale del 1400, oggi conservato nella chiesa confraternita della SS. Trinità di Busca (CN), detto «La Madonnina». Questo nome, cui si intitolano anche attività varie, è molto diffuso tra le icone mariane, dalla Madonnina di

Milano a quella del Ferruzzi, un titolo che se qualifica le dimensioni dell'opera, contiene l'accento affettuoso di figli che ricorrono con fede alla «Mamma» di Gesù.

La Madonnina di Busca che sino al 1754 si trovava sulla casa di Pietro Antonio Falcone, in via della Parrocchia, ora via Roberto d'Azeglio, è un dipinto quattrocentesco che divenne oggetto di grande devozione quando, nel 1745, la cessazione di un'epidemia di peste bovina, fu attribuita all'intercessione di Maria invocata in quell'icona. Intorno all'immagine si sviluppò una grande devozione popolare finché nel 1754 si decise di trasportare l'affresco (ri-tagliando il frammento murario su cui era stata dipinta) nella Chiesa Confraternita della Santissima Trinità dove nel 1945 venne incoronata Regina di Busca e Patrona della città, rimanendo oggetto di grande venerazione e punto di riferimento spirituale dei buschesi.

L'icona è stata attribuita ai pittori Tommaso e Matteo Biazaci<sup>1</sup> di Busca, artisti molto attivi tra il 1400 e

## DICIAMOLO CON L'ARTE

l'inizio del 1500 nelle valli cuneesi e nella Liguria. Il dipinto è stato recentemente restaurato dal restauratore Rosellini, con risultati sorprendenti. Oltre ad una radicale pulizia per rimuovere la polvere accumulata sull'affresco, l'opera è stata ripulita dalle tante sovrapposizioni e dai ritocchi inadeguati succedutisi nel tempo e rivelati dalla campagna fotografica condotta anche con luce ultravioletta.

La Vergine raffigurata nell'icona ha i caratteri delle Madonne più belle dei Fratelli Biazaci: la foggia degli abiti, il velo sul capo di Maria e l'atteggiamento, l'abito trasparente del Bam-

bino si ritrovano nella Madonna del latte di Sampeyre (Cn). Il volto di Maria, in cui si trovano i caratteri delle figure giovanili di Tommaso come le Vergini della Cappella di San Giovanni di Caraglio (Cn), appare di una dolcezza adolescenziale che affascina.

Gli interventi successivi avevano alterato nel complesso il dipinto che presentava ridipinture, macchie, abrasioni e alterazioni, specialmente nel manto di Maria e, nella figura del Bambino, alterazioni che rendevano illeggibile l'intero aspetto iconografico dell'opera.



«La Madonnina» - Busca (Foto Rosellini, 2010)

I lavori di restauro hanno restituito alla figura la “luminosità mediterranea” dei Biazaci migliori, come ha spiegato il dott. Caldera della Soprintendenza ai Beni artistici del Piemonte illustrando, in proposito, l’influenza nizzardo-provenzale presente nell’arte dei pittori buschesi. Il restauro ha permesso di reperire i colori e l’iconografia originaria della Madonnina rivelando la realtà del gesto di Maria che non indica Gesù, ma tiene tra le dita della mano destra il capezzolo del seno e spruzza il latte avanti a sé, ma non allatta il Figlio. Non si tratta quindi di una generica Madonna del latte; il gesto di Maria ha un valore più profondo, simboleggia la sua mediazione nel dono della grazia di Dio all’umanità.

Si tratterebbe dell’iconografia della «*Mater Divinae Gratiae*» (la Madre della Divina Grazia) secondo una nota invocazione mariana. Tutta la figura della Madonna e la delicatezza del gesto rivela l’atteggiamento interiore della tenerezza del dono e dell’amore con cui è compiuto.

Quest’interpretazione iconografica della Madre è sottolineata anche dalla figura del Bambino che, ripulito dalla polvere, è stato possibile ritrovare nella sua tenera bellezza e luminosità: il Bambino mostra la palma

della mano destra sollevata nell’antico atteggiamento benedicente. Un gesto che, ripreso dai cristiani, assunse il senso d’imposizione delle mani su un’assemblea.

In quest’opera il Bambino, che tiene nella sinistra una melagrana simbolo della fecondità spirituale, alzando la destra in quel gesto benedicente, viene a confermare il dono della grazia simboleggiato nel gesto di Maria.

Maria per la quale Ireneo sin dal II secolo usa il titolo «*advocata*», una funzione che sarà esaltata nella prima preghiera mariana a noi nota, il celebre «*Sub tuum praesidium*» composto in Egitto nel II-III secolo e giunto a noi nel frammento di papiro della «John Ryland Library» di Manchester: «Sotto la tua protezione troviamo rifugio santa madre di Dio... liberaci da ogni pericolo vergine benedetta».

<sup>1</sup> L’icona che era stata attribuita dalla scrivente nel 1990 ai Fratelli Biazaci, ha ricevuto conferma dalla dott. Ragusa della Soprintendenza nel 1994 e nel corso dell’inaugurazione del restauro (28 ottobre 2010) ne è stata riconfermata l’attribuzione dal dott. Massimiliano Caldera che ha ipotizzato una datazione intorno agli anni '70 del sec. XV.

## *Il tempo di Natale ed i suoi simboli*

Laura Rossi

Sulla data della nascita di Gesù di certo c'è soltanto che nacque quando regnava l'imperatore Cesare Augusto. È solo dal IV secolo che la festa cristiana del Natale si celebra il 25 dicembre.

Diverse sono state le ipotesi formulate nel corso degli anni sulla introduzione di questa data nel calendario cristiano. Una di queste è la sostituzione della festa pagana del *sole invitto*. Già in tempi precristiani con riti propiziatori si celebrava il solstizio invernale intorno al 21 dicembre, giorni in cui la luce riprende il sopravvento sulle tenebre e aumentano le ore di luce. Nel 275 l'imperatore Aureliano volle che al *sole invitto* fosse dedicato questo giorno.

La chiesa antica decise di celebrare in quella stessa data il *dies natalis Christi*, la nascita di Gesù, Sole che illumina ogni uomo e sconfigge le tenebre. Un documento liturgico contenuto nel più antico calendario della chiesa di Roma attesta che già nel 336 il 25 dicembre veniva celebrata la nascita di Gesù. Papa Liberio nel 354 confermò questo

giorno come data in cui festeggiare la nascita del Salvatore. In questo modo la celebrazione cristiana del Natale sostituì quella pagana della nascita del sole.

### **L'albero di Natale**

Verso il secolo XI nell'Europa del nord era usanza di fare sacre rappresentazioni su temi biblici. In avvento si usava rappresentare il brano della creazione e, per simboleggiare l'albero della «conoscenza del bene e del male», si ricorreva ad un abete al quale si appendevano dei frutti. Poco alla volta si giunse all'albero di Natale. In Alsazia c'è una prima documentazione che risale al 1512. L'abete di Natale assunse un significato nuovo: diventò simbolo di Gesù che sconfigge le tenebre del male. Per questo motivo al posto dei frutti, si iniziò ad addobbarlo con tante luci.

### **Il Presepe**

Fu San Francesco a Greccio nel Natale 1223 a far rivivere, per la prima volta in uno scenario natu-

## RELIGIONI CULTI MAGIA

rale, l'evento della nascita di Gesù. Introdusse le figure del bue e dell'asinello perché si comprendesse meglio la situazione e il luogo ove nacque Gesù.

### Il Cero di Natale

Il cero acceso è una simbologia che riporta a Gesù, Luce del mondo. In Francia e in Gran Bretagna si usa accendere tre ceri fusi insieme alla base per significare la Trinità.

### L'Epifania

Epifania, che significa «manifestazione», per i cristiani d'oriente è una festa importante quanto il Natale, se non di più, destinata ad onorare l'apparizione di Dio in mezzo agli uomini, il primo manifestarsi dell'umanità e divinità di Gesù Cristo al mondo pagano.

Purtroppo il termine è stato corrotto in «Befana», mitico personaggio con l'aspetto da vecchia che porta doni ai bambini buoni la notte tra il 5 e il 6 gennaio.

La sua origine si perde nell'immaginario delle tradizioni magiche pre-cristiane e si fonde con elementi cristiani un po' folcloristici. La Befana porta i doni per ricordare quelli portati a Gesù dai Magi. Gli studiosi delle tradizioni popolari hanno rilevato nella figura della Befana anche un tratto ambiguo, di strega. Nei riti delle simbologie della ciclicità del tempo che finisce e ricomincia, la Befana potrebbe rappresentare la "vecchia" che si brucia in piazza come simbolo dell'anno vecchio.



FOGLIO DI COLLEGAMENTO - Semestrale di informazione dell'Associazione Informazioni su Cristo  
10125 TORINO Largo Marconi 3 Tel. 011 540681 - Fax 011 540681  
16124 GENOVA Piazza Bandiera 27r Tel. 010 2465085 - Fax 010 2465085  
12100 CUNEO Corso Giolitti 21 Tel. 333 3901053

**Internet:** [www.informacristo.org](http://www.informacristo.org)

**E-mail:** [info@informacristo.org](mailto:info@informacristo.org)

Direttore Responsabile Renza Guglielmetti - Registrazione Tribunale di Saluzzo n. 124 del 4-4-1991

**ccp 31717101**