

Non vedi correttamente questa mail? [Clicca qui](#) per vederla nel tuo browser
 Se vuoi leggere comodamente La Lampadina sulla tua poltrona, puoi stampare questa Newsletter, scaricando la [versione pdf da qui](#)
 Se vuoi rileggere i precedenti numeri de La Lampadina, visita il nostro sito www.lalampadina.net

La Lampadina - n. 140::: DICEMBRE 2025

Cari Lettori,
 siamo giunti al quindicesimo Natale de La Lampadina, siamo orgogliosi ed anche un po' emozionati per questo traguardo. Ci avete seguito sempre più numerosi nel corso degli anni, e siamo felici di aver condiviso con Voi il passaggio di questi tre lustri. Come potete vedere dalla rubrica degli Appuntamenti, non abbiamo nessuna intenzione di fermarci, anzi, abbiamo in programma tanti nuovi eventi, luoghi dove andare, artisti e bellezza da scoprire.
 Questo ultimo numero del 2025 lo abbiamo voluto mantenere nella *comfort zone* del Natale, con le acute ed interessanti osservazioni di Giovanni che ci parla di come, anche in questo periodo, le tecniche di marketing agiscano su di noi e cambino rapidamente a seconda del *sentiment* del momento.
 Ancora, Carlo ci racconta di una bellissima iniziativa che data 1977, un messaggio agli abitanti dello spazio, che ben si inserisce in questa atmosfera pre natalizia.
 E ancora, un mio consiglio di lettura, un libro che riguarda tutti di un Autore che poteva parlare ed essere compreso dal mondo intero.
 Un augurio caro per un sereno Natale da tutta la Redazione! Appuntamento a gennaio 2026!
 ICH

[Commenta da qui](#)

Lunedì, 22 dicembre 2025

Ciao,
 oggi la nostra Lampadina si accende su:

- [ABBIAMO OSPITI/MARKETING – Caro Babbo Natale... di Giovanni Zezza](#)
- [PIANETA TERRA - Messaggio all'Universo di Carlo Verga](#)
- [LIBRI/GLI AMICI CONSIGLIANO... – Laudato si' di Isabella Confortini Hall](#)
- [COSTUME – Per Natale vorrei il partner virtuale di Lalli Theodoli](#)



Buone feste scintillanti
 da tutti noi de La Lampadina



ABBIAMO OSPITI/MARKETING – Caro Babbo Natale...

Articolo* di Giovanni Zezza, Autore Ospite de La Lampadina

Sono cresciuto in una famiglia e in un contesto abbastanza particolare: niente tv - come raccontavo nel [podcast Pizza Kebab](#), più tempo in chiesa che al parco giochi e tutti i miei amici erano parte di famiglie molto numerose: chi sei, chi sette, chi otto, chi nove fratelli. Noi siamo "solo" tre ma questa è un'altra storia.

Una delle famiglie di miei amici, la più numerosa, ogni volta che si avvicinava il Natale entrava in quello che tecnicamente chiamiamo "sbattimento": immaginate di avere 9 figli, ciascuno di essi accoppiato e molti di questi con prole. Praticamente quando si ritrovano insieme a Natale, sono una tribù, più che una "famiglia tradizionale".

Quindi si aprivano due domande: la prima, come fare i regali a tutti senza accendere un mutuo? La

La Lampadina su Facebook



FLASH NEWS! Un po' qua, un po' là...



Stato di ebrezza - Per chi ha subito una condanna penale per questo reato, prende il via

l'obbligo, come pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* il decreto attuativo di installare - a proprie spese - l'Alcolock in auto.

Questo dispositivo funziona come un etilometro, soffiando all'interno dell'innovativo sistema posto vicino al volante dal lato del guidatore e blocca il motore di avviamento fino alla verifica del livello di alcol di chi si sta mettendo o rimettendo alla guida.

CV

*

Viva il caffè! - [Uno studio su JAMA](#) riporta i dati di un trial clinico effettuato per sei mesi su circa 200 pazienti con flutter o persistente fibrillazione atriale per i quali sia stata



seconda, ancora più importante per loro: come fare a fare un regalo pensato, di valore (non necessariamente economico), simbolo di amore a quasi 40 persone?

Per questo hanno inventato un loro rituale natalizio.

Alla fine del pranzo, dopo il caffè e prima del limoncello, tirano fuori una bowl di vetro. Dentro ci sono tutti i nomi. Ognuno ne pesca uno: quella è la persona a cui farai il regalo l'anno prossimo. Una sola. Niente più quaranta regali mediocri, non pensati, fatti per "non far rimanere male qualcuno". No. Un solo regalo, fatto con amore e fatto bene.

È così che tutti ricevono qualcosa di valore (nel senso più ampio del termine). Tutti si sentono inclusi. E per dodici mesi c'è una sana suspense su chi avrà pescato chi, mentre con gli occhi si scrutano a vicenda per capire davvero come far felice la persona al prossimo Natale.

Questo sistema è ciò che ora è più sdoganato e conosciuto come *Secret Santa*: in Italia è ancora considerato un'eccezione, una cosa fatta per "risolvere il regalo di gente di cui non mi interessa". Come se concentrare le risorse economiche ed emotive invece di spalmarle fosse un fallimento e non una scelta intelligente. Ed è esattamente nel ridisegnare le abitudini culturali e nella comunicazione del valore che il marketing potrebbe fare la differenza nel contesto economico in cui ci troviamo, per includere più persone possibili nell'esperienza natalizia (e anche per generare vendite incrementali da quelli che altrimenti avrebbero semplicemente fatto *opt-out* dalle spese natalizie).



I numeri che nessuno vuole guardare - Quest'anno, secondo McKinsey, il 17% degli italiani non farà acquisti per Natale.

È il dato che mi è saltato all'occhio quando ho letto il report *An update on European consumer sentiment*.

Se nei "big 5" europei (Italia, Francia, Germania, UK, Spagna) il livello di ottimismo resta stabile, in Italia quasi un italiano su sei dichiara che non parteciperà agli acquisti natalizi, contro una media europea del 14%. Solo la Germania fa peggio, col 18%*.

Un dato che non sorprende se lo leggiamo insieme alle statistiche ISTAT sulla povertà: 8,4% delle famiglie in povertà assoluta, 10,9% in povertà relativa**.

Ma il punto non è la percentuale. Il punto è che in un Paese dove i salari sono fermi e il costo della vita cresce a doppia cifra come il fatturato di una startup, l'aver di meno è diventato un tabù. Esiste, ma non se ne parla. E a Natale, quando il consumismo viene scambiato per affetto, questo tabù diventa insostenibile.

Perché non è solo una questione economica. È identitaria.



Nel podcast *Burn Out*, Selvaggia Lucarelli intervistava una psicologa che raccontava come la percezione di "avere meno" – oggettivamente ma anche rispetto ai propri pari, al proprio passato, alle aspettative sociali – influenzi tutto: le relazioni, la coppia, la fiducia nel futuro. Soprattutto se vissuta in giovane età.

Proviamo a immaginare un Natale fuori dalla narrazione dominante: niente cenone, regali assenti, bambini che vedono Babbo Natale passare solo in TV. È un'esclusione che si sente sulla pelle: psicologica, sociale, identitaria.

E il fatto che qualcuno nel mondo stia peggio non cambia nulla, perché la percezione di povertà e ricchezza sono sempre relative al contesto in cui viviamo - fatto salvo, ovviamente, per chi è in povertà assoluta.

Quando il marketing scambia il prezzo per il valore - Ed è qui che i brand possono fare la differenza.

Di fronte a un pubblico che ha meno disponibilità economica, la risposta di molti brand è sempre la stessa: abbassare il prezzo. E comunicarlo. Forte. Urlando. Ovunque.

"La nostra forza è il prezzo – oh oh oh."

Se avete riconosciuto il jingle, avete anche capito il problema.

Mondo Convenienza ha costruito anni di comunicazione su un'unica promessa: costa poco. E funziona, per carità. Vende. Ma ti fa sentire *povero*.

Ikea, invece, vende a prezzi comparabili, ma racconta altro. Racconta la casa. Le esperienze. La quotidianità che puoi vivere con i loro prodotti. Il prezzo c'è, è sempre ben visibile, ma non è mai l'unico argomento.

Ikea ti fa sentire smart. *Mondo Convenienza* ti fa sentire che non hai alternative.

La differenza è tutta lì: *il pricing decide chi entra alla festa. Il racconto del brand decide se ti senti il benvenuto.*

E non è un discorso teorico. È strategia applicata. Anzi, è *restituzione di dignità*.

Prendiamo *Vinted* e *Lidl*. Hanno fatto la stessa operazione su due categorie considerate di serie B: il second-hand e il discount [\[guarda il video\]](#).

Fino a qualche anno fa, comprare usato significava "non posso permettermi il nuovo". Comprare da *Lidl* significava "non posso permettermi cibo decente". *Vinted* ha trasformato il second-hand in una scelta furba, sostenibile, trendy. *Lidl* è passato dalle offerte a 0,99€ e dalle parodie della Gialappa's alle sneakers iconiche e allo storytelling sulla qualità, a raccontare tramite i suoi brand ad che "vale davvero".

Il risultato non è solo comunicazione. È un ribaltamento culturale: la "vergogna" è diventata orgoglio [\[guarda il video\]](#).



programmata una cardioversione. I 200 pazienti sono stati suddivisi in due gruppi, il primo bevitore di caffè e l'altro in totale astinenza. Al primo gruppo si è chiesto di bere almeno una tazza di caffè al giorno, all'altro di astenersi completamente. Ebbene, i risultati ribaltano la vecchia idea: il caffè non fa male alla fibrillazione atriale, anzi una tazzina al giorno riduce il rischio del 39%.
CV



Riqualificazione indiana - A Mumbai la famiglia Ambani regala un grande giardino, il

Coastal Road Garden, un polmone verde in una città che di verde ne ha sempre meno, e che coprirà 130 acri di terreno bonificato. Nel quartiere di Dharavi invece, Gautam Adani, altro plurimilionario indiano, ha lanciato il suo progetto di riqualificazione dell'enorme baraccopoli della città, per trasformarla in un comune, nell'ambito dell'espansione del suo impero immobiliare, certamente, ma anche perché in quasi trent'anni il governo ha inutilmente cercato di riqualificare l'area senza successo. I cittadini apprezzano ma temono speculazioni.
CV

APPUNTAMENTI DELL'ASSOCIAZIONE LA LAMPADINA::PERIODICHE ILLUMINAZIONI

Ecco i prossimi appuntamenti dedicati ai Soci de La Lampadina per l'inverno 2026.

Venerdì 09 gennaio 2026 doppio appuntamento ai Musei Capitolini - ore 11.10 CARTIER E IL MITO



Il Palazzo Nuovo ospita le creazioni della Maison Cartier, per lo più provenienti dall'heritage Cartier Collection, che sono in dialogo con le sculture in marmo della collezione del cardinale Alessandro Albani e con una selezione di preziosi reperti antichi provenienti dalla Sovrintendenza Capitolina, da prestigiose istituzioni italiane e

Non "compro qui perché non hai alternative", ma "compro qui perché sono abbastanza smart da vedere il valore".

Certo, entrambi i brand continuano a comunicare il vantaggio economico – Vinted ti dice che guadagni vendendo, Lidl fa ancora volantini e spot con prezzi giganti. Ma lo fanno dentro un contesto valoriale. L'offerta economica è il push finale per la conversion, non la value proposition.

E questa differenza trasforma l'esperienza da "non posso" a "ho scelto bene".

E se i brand normalizzassero nuovi rituali? Torniamo alla famiglia dei miei amici.



Quel rituale non è nato da un trend, da un influencer, da una campagna marketing. È nato dalla necessità. E funziona perché trasforma un problema – non ho abbastanza soldi/tempo/testa per fare regali pensati a tutti – in un'opportunità: posso fare un regalo vero a una persona che amo.

Il *Secret Santa* non è LA soluzione. È un esempio. I brand possono agire da agenti culturali: normalizzare e sistematizzare comportamenti che già esistono ma che magari vengono vissuti con disagio.

L'hanno già fatto infinite volte. Il food delivery durante Sanremo o una partita è diventato normale perché qualcuno l'ha reso tale. Il Black Friday, da un evento americano, è diventato un evento nazionale (sempre McKinsey dice che gli

italiani sono quelli che lo aspettano per iniziare lo shopping natalizio). L'aperitivo è stato ritualizzato con lo Spritz.

E quando il comportamento nasce da una necessità economica, il lavoro di sdoganamento è ancora più potente.

BlaBlaCar lo ha fatto con i viaggi condivisi. Prima di loro, chiedere un passaggio in macchina a uno sconosciuto era un ripiego imbarazzante: "Non posso permettermi il treno". BlaBlaCar ha ribaltato tutto. Ha trasformato il passaggio in auto in una scelta smart, sostenibile, social. Non viaggi low-cost, ma un'esperienza autentica. Non risparmi per necessità, sei furbo e responsabile.

Il comportamento esisteva già – le bacheche universitarie piene di annunci "cerco/offro passaggio" lo testimoniano. Ma, al di fuori dell'università, era vissuto con disagio. BlaBlaCar gli ha dato dignità, struttura, e soprattutto ha iniziato un nuovo racconto.

È lo stesso movimento che serve a Natale: *spostare un gesto da ripiego a scelta consapevole*, così la gente rientra nel gioco senza vergogna, generando vendite incremental, un senso di appartenenza al tessuto sociale e loyalty verso i brand che sono in grado di generare questa connessione emotiva.

Qualcuno potrebbe obiettare: "Ma così spingi chi compra di più, a comprare di meno". Io credo il contrario. Chi ha disponibilità, continuerà a spendere - lo dice McKinsey, lo dice il buon senso.

Ma chi oggi fa opt-out, rientrerebbe in gioco: vendite incremental in termini di marketing, appartenenza in termini di branding. E, soprattutto, umani.

Il lusso di sentirsi "abbastanza" - Sono lontani – per fortuna – gli anni di *Ricchezza*, quando Tommaso Zorzi ed Elettra Lamborghini dicevano "Si sboccia, poveri" o chiamavano il tram "trascinapoveri". Oggi le persone non sono solo più povere. Sono stanche, disilluse, spaventate. E i brand, se vogliono restare rilevanti, devono tornare a parlare di valore e di esperienze, non solo di prezzo. Non di quanto risparmi, ma di quanto guadagni. Non di cosa non puoi avere, ma di cosa scegli di avere. Non di un



rituale standardizzato, ma di diverse possibili esperienze, tutte valide da vivere.

Il lusso, oggi, non è spendere.

È potersi sentire "abbastanza".

Perché a Natale non desideriamo regali.

Desideriamo appartenenza.

* Già pubblicato sul sito <https://giovannizezza.substack.com/p/caro-babbo-natale>

[Vota e/o commenta questo articolo da qui](#)

[Fai leggere questo articolo ad un tuo amico...](#)

[Torna all'indice](#)

««Le persone non comprano prodotti e servizi, ma relazioni, storie e magia.»»

Seth Godin

internazionali e da collezioni private.

La mostra si focalizza sull'uso del repertorio antico in gioielleria, dai "pastiches" dei grandi collezionisti e orafi del XIX secolo, come i Castellani a Roma, stile Neoclassico Garland, fino alle opere successive ispirate a Jean Cocteau nel secondo dopoguerra, arrivando infine alle creazioni odierne e a un nuovo approccio all'Antichità.

A seguire, ore 12.30, sempre ai Musei Capitolini, Palazzo dei Conservatori ANTICHE CIVILTÀ DEL TURKMENISTAN



In mostra oltre 150 capolavori archeologici provenienti dalla Margiana protostorica (III-II millennio a.C.) — sud-est del Turkmenistan — e dall'antica Partia, in particolare dal sito di Nisa (II secolo a.C. – I secolo d.C.), un importante centro urbano e cerimoniale situato ai piedi della catena montuosa del Kopet-dagh nel Turkmenistan centro-meridionale. Questa esposizione rappresenta un'occasione unica per ammirare alcuni preziosi capolavori mai esposti fuori dal Turkmenistan, come le collane in oro e pietre semipreziose da Gonur (III-II millennio a.C.), i ritratti in argilla cruda di sovrani e guerrieri, e i rhyta (corni per bere e per versare) in avorio riccamente decorati (II secolo a.C. - I secolo d.C.) da Nisa.

Ci accompagna *Alessandra Mezzasalma*

**Lunedì 12 gennaio 2026
h 19.30 - Cinema Caravaggio
APPUNTAMENTO CON IL
CINEMA ILLUMINATO
BUTA**



La Lampadina sta programmando un viaggio in Azerbaijan per aprile, per questo motivo, nell'ambito della nostra rassegna di *Cinema Illuminato*, curata da Pucci Biffi Rastrelli, con il supporto del Centro Culturale dell'Azerbaijan in Italia abbiamo pensato di proiettare un film azero che potesse avvicinarci

PIANETA TERRA - Messaggio all'Universo

Articolo di Carlo Verga



Il Golden Record è un messaggio di amicizia universale, da ricordare proprio in questi momenti di festa come augurio di pace e amore per tutti noi e per i mondi che ci circondano. Fu inciso su una lamina d'oro nel 1977 e inserito nelle due sonde spaziali Voyager 1 e Voyager 2, che oggi viaggiano oltre i confini del Sistema Solare.

A firmarlo, tra gli altri, l'allora presidente americano Jimmy Carter e il Segretario Generale delle Nazioni Unite Kurt

Waldheim, con due messaggi da brivido:

Jimmy Carter

«Questo è un dono da un piccolo e lontano mondo, un segno dei nostri suoni, della nostra scienza, delle nostre immagini, della nostra musica, dei nostri pensieri e dei nostri sentimenti. Stiamo cercando di sopravvivere al nostro tempo affinché possiamo vivere nel vostro.

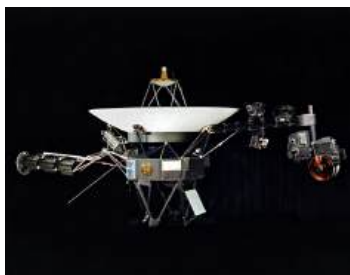
Speriamo che un giorno, avendo risolto i problemi che affrontiamo, potremo unirci a una comunità di civiltà galattiche. Questo disco rappresenta la nostra speranza e la nostra determinazione, e la nostra buona volontà in un universo vasto e meraviglioso».



Kurt Waldheim

«In qualità di Segretario Generale delle Nazioni Unite, un'organizzazione di 147 Stati membri che rappresenta quasi tutti gli abitanti del pianeta Terra, invio saluti a nome del popolo del nostro pianeta.

Usciamo dal nostro Sistema Solare verso l'Universo, cercando soltanto pace e amicizia, per insegnare se ci verrà chiesto, per imparare se saremo fortunati.»



Ho ritrovato questi messaggi e questa storia d'amore per il mondo nel libro di Tommaso Ghidini *Homo Celestis*. Ghidini racconta come tutto nacque dal lancio delle sonde Voyager nel 1977, che ancora oggi — dopo oltre 40 anni — continuano a inviare segnali, anche se, debolissimi, impiegando circa 15 ore per raggiungerci. Nel 2012 la Voyager 1 ha varcato i confini del nostro Sistema Solare: se fossimo a bordo, vedremmo ancora il Sole brillare, ma la Terra apparirebbe come un puntino blu evanescente. Le batterie di bordo si esauriranno nel 2030 lasciandoci ogni dubbio su cosa potrà accadere. Qualcuno le troverà?

Il loro viaggio interstellare potrebbe continuare per centinaia di anni. Se arrivassero nelle mani di popoli evoluti, sapranno almeno chi siamo o cosa siamo stati.

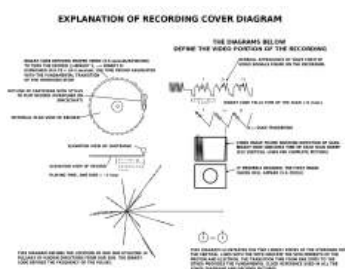
Il *Golden Record*, fu ideato dall'astrofisico Carl Sagan con un team di esperti, è di rame ricoperto d'oro e custodito in una capsula di alluminio.

Racconta la parte migliore di noi: [si apre con saluti in 55 lingue](#), dalle più antiche come il sumero alle moderne, prosegue con i messaggi di Carter e Waldheim, e continua con immagini della vita sulla Terra, perfino con la descrizione del bacio, poi [i suoni del nostro pianeta, il canto delle balene](#), la musica di ogni cultura, da Bach a Beethoven, da Mozart al blues e al rock di Chuck Berry, fino alle melodie tradizionali di Africa, Asia e Sud America. Africa, Asia e Sud America.

Troppo lungo descrivere di seguito ogni singola voce ma alcune veramente emozionanti.

Infine, sulla copertina del disco sono incise istruzioni tecniche e una mappa che indica la posizione della nostra amata Terra.

Il *Golden Record* ci ricorda la nostra civiltà, ci racconta di pace, amore e speranza. Un augurio per tutti noi e per le prossime feste.



[Vota e/o commenta questo articolo da qui](#)

[Fai leggere questo articolo ad un tuo amico...](#)

[Torna all'indice](#)

«Se fossimo soli l'immensità sarebbe davvero uno spreco.»

Isaac Asimov

al Paese che intendiamo visitare dal punto di vista paesaggistico e culturale. Si è scelto il film *Buta* che è il nome azeri di un motivo ornamentale, che viene ricamato sui tappeti, sui teli, sui tessuti in genere. È un simbolo a forma di goccia, che può indicare il sole, la pioggia, un germoglio, una lingua di fuoco, l'ovario di un fiore. In breve, rappresenta la vita che si rinnova... Il film azeri diretto dal regista Ilgar Najaf e uscito nelle sale cinematografiche nel 2011, è stato il candidato azerbaigiano come miglior film in lingua straniera all'85esima edizione degli Academy Awards e ha vinto l'Asia Pacific Screen Award Best Children's Feature Film nel 2011. Il film in lingua originale è sottotitolato in italiano.

**15/16 gennaio 2026
FIRENZE: ALLE ORIGINI DEL
RINASCIMENTO**



Si è scelto di approfondire la visita fiorentina, dedicare giovedì 15 gennaio al Beato Angelico e al Bargello, dove rivedere, tra le altre opere, il David e il San Giorgio di Donatello, dormire a Firenze in hotel centrale, e la mattina dopo passare dall'altra parte dell'Arno, per recarci alla Cappella Brancacci dove ammirare il ciclo delle storie di San Pietro, commissionato dal mercante Felice Brancacci a Masolino e Masaccio negli anni Venti del Quattrocento; ci recheremo poi a santo Spirito, progettata dal Brunelleschi, e nel pomeriggio basilica di san Lorenzo con le sue Cappelle Medicee e poi tutti verso Roma.

Ci accompagnano nella nostra scorribanda fiorentina Alessandra Mezzasalma e Paola Albiero.

**Giovedì 22 gennaio 2026
ore 19.00
Circolo degli Esteri
ARTE ITALIANA OGGI
Tra storia dell'arte e attualità
Incontro con Ludovico Pratesi**

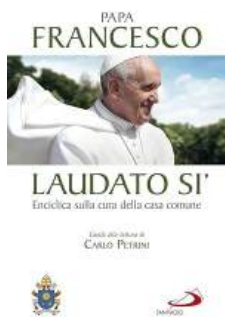


Dopo le lezioni relative relative all'arte moderna e contemporanea, al modo di collezionarle, ai più importanti artisti italiani e stranieri e molto altro ancora facciamo un

LIBRI/GLI AMICI CONSIGLIANO – Laudato si

Articolo di Isabella Confortini Hall

Premessa: il circolo di letture UMDL (Un Mercoledì Da Lettori) fa parte della mia vita da ormai 30 anni. Ci divertiamo a scegliere un libro al mese per poi dibatterne in riunioni festose. Questo è il mio commento.



La proposta di leggere un'enciclica di Papa Francesco è nata come provocazione, non mi aspettavo che fosse raccolta e forse lo è stata perché non se ne era capita la natura.

Era appena tornato alla casa del Signore, Francisco Bergoglio, papa amato e anche molto criticato e contrastato, dentro e fuori la Chiesa. Papa scomodo, perché, come si dice, non le mandava a dire, diplomazia molto relativa, un gesuita molto aperto al mondo, quasi laico a tratti, nelle sue encicliche come nel suo operare. Ovvio che alla sua partenza, la deriva dei commenti lambisce, forse un po' troppo, e soprattutto impropriamente, la ricerca del suo posizionamento, in vita, nell'arcobaleno della politica.

Ammetto che non ho apprezzato questo dirazzamento, e così, visto che Francisco Bergoglio, in qualità di papa, scrisse ben quattro encicliche, ho proposto che se proprio si doveva parlare di Lui, visto che siamo un

circolo di lettura, meglio parlare della sua scrittura. Ed ecco che, sorprendentemente, la provocazione ha attecchito e si è scelto di leggere *Laudato si', enciclica sulla cura della casa comune*.

Lineare, consequenziale, comprensibile a tutti, il Suo è un libro appassionato, nel quale non usa mezzi termini o metafore gentili, per descrivere lo status della nostra amata Terra e, strettamente e indissolubilmente collegato ad essa, quello in cui versa l'Uomo moderno.

Molto semplicemente, «il degrado della natura ad opera umana è intimamente connesso alla cultura che modella la convivenza degli uomini», ne è purtroppo lo specchio impietoso del quale però, paradossalmente, l'uomo non si cura, in preda ad una autoreferenzialità dominante su tutto e tutti, ambiente, animali, e suoi simili.

È la cultura dell'uso indiscriminato, dell'abuso e dello sfruttamento a fini egoistici, non solo di cose, ma di esseri viventi. Ciò che risulta evidente è la noncuranza e/o la superficialità che viene utilizzata nel (non) valutare come di pari gravità efferatezze imposte dall'uomo all'ambiente o all'animale in quel momento considerato *in utile*, temporalmente impediendo, inopportuno: esempi utili possono essere un cane abbandonato per strada, un neonato buttato nel cassonetto, una foresta sradicata: non posso andare in vacanza perché al resort non mi accettano Fido, non posso tenere il neonato, mi rovinerebbe la vita, e la foresta va tagliata perché devo arricchirmi con legname e speculazione edilizia.

Non abbiamo capito: il Creato ce lo hanno dato in affidamento, nemmeno in adozione.

Non siamo proprietari, ma custodi. Ma l'antropocentrismo dispotico questo non lo riesce a vedere, è anche miope l'uomo: la visione è: non ci può essere cura dell'altro al di fuori del sé.

Arriviamo ad una chiara realtà, paradossale in quanto esplicitata in un'enciclica: non è importante l'origine del mondo, essere connessi con il pianeta esula dalla Fede, parliamo di molecole che per il credente originano da Dio e per l'ateo non so, ma il destino è comune: possiamo pensare che l'ateo possa suicidarsi, danneggiando il pianeta? No certamente, tanto quanto non lo farebbe il credente, perciò tutto questo esula dai diversi credo religiosi.

Come poter anelare alla ricerca del bene comune se quello che viene ricercato è solo il proprio benessere, il proprio utile, il proprio tornaconto?

Un episodio illuminante: bar sotto casa, bevo il caffè seduta a un tavolino sulla strada. A fianco si siede Tizio, che mentre ordina, viene interpellato molto gentilmente da Caio, proprietario di un'auto elettrica che stava cercando di ricaricare in un posto a questo dedicato ma occupato da Tizio (che ovviamente non ha un'auto elettrica). Dopo un breve, pacato scambio di vedute, urlato da una parte all'altra della strada, Caio se ne va mestamente a cercare un altro posto per ricaricare la sua auto.

Commento di Tizio: «Certo, lui c'ha ragione, ma adesso deve aspetta', perché io ora devo magna'».

Fine dello sketch, peccato non ci sia niente da ridere.

E non è una questione di educazione, o di classe sociale, questo è un genere di comportamento che esula dal contesto, è trasversale.

Per i credenti, l'esistenza umana si basa su tre relazioni: con Dio, con il prossimo e con il Creato. Tali relazioni sono state «rotte dal peccato». L'uomo ha rifiutato di ritenersi una creatura limitata, la superbia porta spesso al delirio di onnipotenza, specialmente se sostenuto da una crescente, pervasiva tecnocrazia resa miope dall'utilizzo di un veloce processo di frammentazione del sapere «che spesso conduce a perdere il senso della totalità, delle relazioni che esistono tra le cose, dell'orizzonte ampio, senso che diventa irrilevante».

L'armonia tra uomo e creato si è trasformata in conflitto tra un dominatore/proprietario autoproclamatosi tale ed una Natura che, pur subendo oltraggi e sevizie, non risponde agli ordini impartiti, e reagisce, dalla notte dei tempi, in modi ora in parte anche prevedibili, (grazie alla scienza che l'uomo ha accumulato), ma quasi sempre ineluttabili e incontrastabili.

recap: focus sulla evoluzione dell'arte italiana contemporanea e sulle sue relazioni con la storia dell'arte, il sistema culturale e le dinamiche attuali.

Partecipazione su invito.

**Martedì 10 febbraio 2026
h. 11.50 - Villa Caffarelli
LA GRECIA A ROMA**



La mostra ripercorre l'arrivo dell'arte greca nell'Urbe secondo tre tappe fondamentali – le prime importazioni, il periodo delle conquiste mediterranee, l'età del collezionismo. Nella terza tappa i manufatti diventano strumenti di autorappresentazione e simboli di status. La mostra colpisce oltre che per i numerosi capolavori anche per il percorso che è infatti arricchito da contenuti multimediali che guidano il visitatore in un viaggio immersivo tra ricostruzioni architettoniche, contesti cerimoniali e apparati decorativi.

Ci accompagna *Alessandra Mezzasalma*

**14/18 febbraio 2026
SU CARRASEGARE - L'ALTRA
SARDEGNA**



Un giro tra le montagne della Barbagia e le coste occidentali, per immergerci in un'atmosfera di riti sacri e ancestrali: a Mamoiada per i mamuthones, a Oristano per Sa sartiglia, a Bosa per l'Osinku, a Lula per Su Battileddu, e anche i giganti di Mont'e Prama, il pozzo sacro di santa Cristina e altro.

E allora? Una sintesi della situazione:

«Appena un'energia, una materia, una struttura o una qualsiasi altra cosa emerge nel mondo dell'uomo, vi riceve un nuovo carattere. Non è più semplicemente natura, ma diviene elemento dell'ambiente umano, partecipa della libertà, ma anche della vulnerabilità, dell'uomo, ed acquista perciò molteplici possibilità, sia negative, sia positive». (R. Guardini).



Da ciò che scrive Guardini, si comprende come sia intrinseco e naturale che l'uomo, fin dalla sua comparsa, progetti, si evolva, scopra, comprenda: tutto ciò è insito nella sua natura, lo determina e lo differenzia rispetto agli altri esseri viventi ma il Pianeta che abitiamo deve essere ritenuto un potente alleato, e dobbiamo ricordare che non è un'entità statica, bensì dinamica. Il compito dell'umano allora è quello di programmare il futuro di entrambi seguendo i principi di *condivisione di beni e risorse* e di *corresponsabilità delle scelte* che significa rendere conto agli altri di azioni i cui effetti possano su di loro riverberarsi. Evitare perciò di cadere in quell'«inequità planetaria» di cui parla Papa Francesco, «sostenuta e promossa dalla sottomissione della politica alla tecnologia e alla finanza e dimostrata dal fallimento dei Vertici mondiali sull'ambiente».

E si ritorna al dolente e irrisolto punto di partenza: il degrado umano e quello sociale ed etico avanzano di pari passo. L'abuso e lo spreco di risorse sono generati da un atteggiamento sprezzante di valori umani fondanti; tali pratiche, sia direttamente che indirettamente, vanno a colpire miliardi di *esclusi* a favore di singoli individui, Stati, organizzazioni per i quali privazioni e sofferenze sono solo danni collaterali.

Soluzioni ci sono, e l'appello di Papa Francesco è forte, per questo consiglio a tutti di leggere l'enciclica, per comprenderne il messaggio *erga omnes*: apertura del dialogo tra tutte le confessioni, tra le scienze, tra i movimenti ecologisti, e prima di tutto, l'umanità deve ricercare la coscienza di un'origine comune, di una mutua appartenenza e di un futuro condiviso da tutti perché per Papa Francesco:

«gli esseri umani capaci di degradarsi fino all'estremo, possono anche superarsi, ritornare a scegliere il bene e rigenerarsi, al di là di qualsiasi condizionamento psicologico e sociale che venga loro imposto.

Sono capaci di guardare a se stessi con onestà, di far emergere il proprio disgusto e di intraprendere nuove strade verso la vera libertà. non esistono sistemi che annullino completamente l'apertura al bene, alla verità e alla bellezza, né la capacità di reagire, che Dio continua ad incoraggiare dal profondo dei nostri cuori.

Ad ogni persona di questo mondo chiedo di non dimenticare questa sua dignità che nessuno ha il diritto di toglierle».



[Vota e/o commenta questo articolo da qui](#)

[Fai leggere questo articolo ad un tuo amico...](#)

[Torna all'indice](#)

«Cominciate col fare il necessario, poi ciò che è possibile e all'improvviso vi sorprenderete a fare l'impossibile.»

San Francesco

COSTUME – Per Natale vorrei il partner virtuale

Articolo di Lalli Theodoli



Anche quest'anno...fatto!

Pacchetti pronti, albero e decorazioni luccicano e la casa ha assunto un aspetto di colorata festa.

Ho pensato a tutti? Figlio, nipoti, sorelle, parenti... fatto.

ED ora voglio pensare a me.

Prendo un bigliettino con la neve che luccica e un babbo Natale grasso e sorridente e comincio:

«Caro Babbo Natale,

quest'anno anche io vorrei avere un grande regalo da te. Non l'ho chiesto per tanti anni ma...ora è il momento.

Per gli anni che ancora vivrò vorrei:

che mio figlio non mi lasciasse in un mare di cose da fare soggiungendo: "Però non ti stancare!"

Che quando metto un vestito nuovo venisse notato, così come un rivoluzionario taglio di capelli.

Non una accorciatina.

**Lunedì 23 febbraio 2026
h 10.30
I SOTTERRANEI
DELL'OSPEDALE DI SAN
GIOVANNI**



Visita guidata con apertura straordinaria sotto l'ospedale San Giovanni, un quartiere sotterraneo dove passeremo tra resti di domus e cortili risalenti al I-IV secolo d.C.

**Lunedì 09 marzo 2026 h. 11.10
IMPRESSIONISMO ED OLTRE.
Capolavori del Detroit
Institute of Arts**



Roma accoglie un nucleo di opere che raramente lascia gli Stati Uniti, un viaggio attraverso cinquant'anni di creatività europea che riunisce i protagonisti della modernità. Una mostra che non solo restituisce la ricchezza delle collezioni americane, ma ricostruisce l'intreccio di visioni, sperimentazioni e rivoluzioni che hanno definito la pittura tra Ottocento e Novecento europeo. *Ci accompagna Alessandra Mezzasalma*

**Metà aprile 2026
BAKU E OLTRE**



Siamo desiderosi di addentrarci in una cultura e in una regione territorialmente non così lontana, e ancora non vittima di *overturism*, l'Azerbaijan, ex repubblica sovietica dal 1991. Visiteremo Baku, la riserva di Gobustan, sito patrimonio dell'Unesco, dove vedremo pittura rupestre e vulcani di fango, ci sposteremo verso Shamakhi,

Vorrei che si tenesse conto che se dichiaro stanchezza dopo un lungo faticoso fine settimana, divertente ma molto stancante, non mi si guardasse come se avessi fatto una dichiarazione pazzesca.

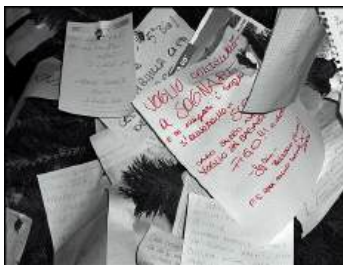
Vorrei essere trattata con più attenzione e delicatezza e rispetto per la mia età.

Vorrei non essere guardata con orrificato sbalordimento quando esco dalla doccia con i capelli da asciugare.

Vorrei essere ascoltata e seguita con maggiore attenzione.

Vorrei un piccolo commento di gentile apprezzamento quando ho riempito la casa di addobbi natalizi o quando provo a cucinare o a cucire.

Non chiedo cose impossibili, dato che, tu lo sai, ora esiste il "[partner virtuale](#)" che esegue esattamente quanto richiedo.



Corteggia, ascolta, apprezza. Un compagno ideale che vede in noi solo positività.
Ti prego
Ascolta il mio desiderio.»

Sto per chiudere la letterina che mi porterà un futuro diverso ma poi... prima ancora che venga impostata, ho un

ripensamento di nostalgia.

In effetti

Voglio che ancora mio figlio pensi che io sia un succedaneo di Rambo che affronta ogni fatica.

Voglio che ancora il mio consorte con un sorriso largo dica "Bello il vestito nuovo" ma è un capo con cui io sono praticamente nata da quanti anni abbiamo passato insieme.

Voglio ancora che dopo un fine settimana con sei ore di macchina, un giorno di navigazione e freddo d'inverno e caldo atroce d'estate, quando al mio approdo finalmente a casa io dichiaro "Stasera sono un po' stanca, ancora mi si risponda "Come mai?"

Vorrei ancora essere guardata come il mostro di Lochness quando esco con i capelli bagnati dalla doccia.

In effetti vorrebbe dire che, di solito la mia apparenza è migliore.

Vorrei che tutto questo, che oramai conosco, non mutasse con una smielata acquiescenza a quanto faccio o dico.

Per cui la letterina cambia:

«Caro Babbo Natale,

Ti prego... che tutto resti esattamente come prima.

Ho paura che non sarei a mio agio con il partner virtuale e forse non mi ci abituerai.

So che lo avresti fatto per me, grazie, ma

VAI AVANTI COSÌ!

Ci sentiamo per il prossimo Natale!

Buon lavoro»

Lalli

[Vota e/o commenta questo articolo da qui](#)

[Fai leggere questo articolo ad un tuo amico...](#)

[Torna all'indice](#)



«Tutta la realtà è virtuale.»

Michele Renzullo

misteriosa e antica capitale dell'Azerbaijan, e andremo a Lahij, centro nevralgico della Via della seta quando i mercanti viaggiavano da est a ovest attraverso la cittadina e altro ancora.

Per info sull'Associazione e/o prenotazioni, scrivetece a appuntamenti@lalampadina.net

MOSTRE

Ecco le segnalazioni di Marguerite de Merode

Milano

Palazzo Reale: Robert Mapplethorpe. Le forme del desiderio

La retrospettiva, curata da Denis Curti, è il secondo atto di una più ampia trilogia, che ha avuto inizio a Venezia



ne *Le Stanze della Fotografia* e proseguirà

poi a Roma. Ogni evento esplora un percorso di studio e ricerca volto ad approfondire un differente aspetto della figura di Mapplethorpe.

Un percorso tra armonia classica e sensualità contemporanea, dove la luce scolpisce il corpo come fosse materia antica.

Dal 29 gennaio al 17 maggio 2026

ANSELM KIEFER. Le alchimiste.

Palazzo Reale si prepara altresì ad accogliere nella Sala delle Cariatidi la grande mostra dedicata ad Anselm Kiefer, uno dei protagonisti assoluti dell'arte contemporanea internazionale.

Un artista che ha fatto della pittura un atto di conoscenza, intrecciando storia memoria e materia in opere di straordinaria intensità simbolica.

Tele monumentali e stratificate che custodiscono la forza del tempo, della parola, del mito.

Un linguaggio in cui la materia diventa pensiero e la memoria collettiva si trasforma in visione.

Dal 7 febbraio al 27 settembre 2026.

La Lampadina ::: Periodiche illuminazioni

Newsletter di fatti conosciuti ma non approfonditi, luoghi comuni da sfatare, semplici novità.

La Lampadina è una newsletter ideata da Carlo Verga, gestita da un Comitato di redazione composto da: Filippo Antonacci, Pucci Biffi Rastrelli, Isabella Confortini Hall, Lucilla Crainz Laureti, Marguerite de Merode Pratesi, Ranieri Ricci, Carlotta Staderini Chiatante, Lalli Theodoli, e redatta con la partecipazione di: Lorenzo Bartolini Salimbeni, Renata Ferrara Pignatelli. La sede in via Castiglione del Lago, 57, 00191, Roma.

La newsletter, di natura non politica, non ha scopo di lucro e si propone di fornire - con frequenza inizialmente mensile - "periodiche illuminazioni" su argomenti di vario genere, con spunti di riflessione e informazioni. L'invio viene effettuato su segnalazione degli stessi lettori, agli amici ed agli amici degli amici. Il presente numero inviato a circa duemila persone. Sono gradite da chiunque le collaborazioni e le segnalazioni di persone interessate a ricevere la newsletter.

Per informazioni scrivere a info@lalampadina.net

Ricevi questa mail in quanto in passato hai prestato il tuo consenso a riceverla. In ottemperanza all'art. 13 del Regolamento 2016/679 (GDPR) e ai sensi dell'art. 13 del d.lgs. n. 196/2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali) puoi da [qui verificare quali sono i dati conservati all'interno del nostro database](#) ed eventualmente aggiornarli, oppure decidere di [disiscriverti](#).

Se desideri segnalare "La Lampadina" ad un amico scrivi a iscrizioni@lalampadina.net.