



**Universitatea din București**  
**Facultatea de Teologie Romano-Catolică**

# **LUCRARE DE DISERTAȚIE**

## **Lourdes** **Între inițiativă divină și marketing**

**Masterand: Andreea Alecsandru (Dîscă)**

**Coordonator: Pr. lect. dr. Victor-Emilian Dumitrescu**

**Master: Patrimoniul creștin european**

**București**

**2019**

## Cuprins:

<b>Introducere .....</b>	<b>4</b>
<b>I. Pelerinajul .....</b>	<b>6</b>
I.1. Ce este pelerinajul?.....	6
I.2. Asceza și motivația călătoriei .....	9
I.3. Pelerinajul, ca manifestare sociologică.....	14
I.4. Aspecte istorice.....	17
I.5. Dimensiunea teologică. Generalități.....	21
<b>II. Miracolul.....</b>	<b>26</b>
II.1. Ce este Miracolul?.....	26
II.2. Dumnezeu și Miracolul .....	29
II.3. Miracole ale lumii .....	31
II.4. Conceptul miracolului și adversarul său. Dar totuși...miracol .....	32
II.5. Parcursul „miracolului” .....	34
<b>III. Marketingul .....</b>	<b>38</b>
III.1. Ce este marketing-ul? .....	38
III.2. Producția în capitalism. Funcțiile marketingului .....	41
III.3. Consumatorul și piața .....	45
<b>IV. Lourdes. Istoria unui miracol.....</b>	<b>47</b>
IV.1. Lourdes, așezare binecuvântată de Fecioara Maria .....	47
IV.2. Bernadeta Soubirous, cea care a vorbit cu Fecioara Maria.....	49
IV.3. Bernadeta văzută prin prisma contemporanilor săi. Familia și vremea încercărilor.....	49
IV.4. Mesajul de la Lourdes. Cronologia.....	51
IV.5. Semnele de la Lourdes.....	55
<b>V. Studiu de caz.....</b>	<b>57</b>
V.1. Lourdes după 150 de ani .....	57
V.2. Misterul Divin de la Lourdes .....	58
V.3. Miracolul de 1 miliard de euro.....	61
<b>Concluzii .....</b>	<b>66</b>
<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>69</b>

## Introducere

Lourdes în 2019. Oamenii caută secretul care să le permită să patrundă aici, ei vor să aprecieze arhitectura și să asiste la acest adevărat fenomen, așa cum este considerat orașul francez din vecinătatea Spaniei dar, în același timp, și să facă parte din energia cât un continent, concentrată într-un mic orașel tipic francezesc. Lourdes și, de fapt, locurile acestea reprezintă o cultură în sine și încă una care joacă un rol important în imensul patrimoniu cultural al Franței, dar care este parte esențială din patrimoniul creștin european. O privire asupra *orașului minunilor* din Franța va face din noi să decidem dacă viitoarea excursie, următorul itinerariu, va cuprinde și această locație încărcată de atâta sublim dumnezeiesc. Este punctul de referință de unde voi porni studiul acestei teme de disertație, ce se referă la Lourdes, privită ca inițiativă divină, și marketing - ca fundament actual al globalizării și producerii de valoare adăugată cuantificată financiar.

Titlul lucrării, „*Lourdes – Între inițiativa divină și marketing*”, izvorăște tocmai de la ipoteza unei legături între cele două „lumi”, una a miracolelor săvârșite de Dumnezeu prin intermediarii săi și care sunt direct dedicate oamenilor de pe pământ, pentru o mărturie și mai clară a existenței milenare a divinității supreme și o altă lume, a consumerismului actual, a nevoii de a mișca un capital dintr-un loc în altul pentru ca lucrurile să se întâmple, pentru ca profitul, înțeles ca rezultat al vânzărilor atribuite și locului din titlu, să finanțeze pe mai departe locația aceasta, Lourdes, pentru a fi accesibilă, să aibă puncta de atracție, să fie conectată prin rețele de comunicații, drumuri etc. Două lumi care, în ziua de azi, nu mai par a fi deloc antagonice dacă demersul este unul sincer, bazat pe reguli, legi și apreciere a cultului Bisericii Occidentale.

În *Capitolul I* voi trata conceptul pelerinajului, ce este și care este motivația unei călătorii, dacă e una inițiativă sau cu un argument puternic, cum este receptat din punct de vedere științific, și aici voi folosi argumente istorice și ale sociologiei pentru a arăta cât de firească era apariția lui și cum a evoluat, deasemenea voi vorbi și despre dimensiunea teologică a conceptului de pelerinaj și nevoia de a se organiza un spațiu al sacrului pentru a se repeta o lucrare aproximativ divină.

*Capitolul al II-lea* va trata tema miracolului și legătura divină directă cu acest concept, înțeles încă din cele mai vechi timpuri ca o transmitere directă a binelui pe cale dumnezeiască,

adevărurile de credință și demonstrațiile că Dumnezeu este sursa principală, prin intermediari sfinți, a trimiterii soluției salvatoare spre cel în nevoie sau spre o situație care cere o rezolvare imediată. Conceptul de miracol și adversarul miracolului, dar și exemple de miracole ale lumii, vor fi deasemenea parte a acestui capitol foarte captivant.

*Capitolul al III-lea* este cel care revendică oportunitatea marketingului încă din titlul tezei. Ce este, cum acționează, de ce este caracteristic perioadei actuale, beneficiile marketingului și funcțiile acestuia. Voi discuta de asemenea despre consumator și piață, care duc miracolul, și vom vedea pe parcursul studiului de caz, la un alt nivel, cel al producerii de valoare adăugată financiară care ulterior aduce beneficii economiei locale, regionale, naționale.

*Capitolul al IV-lea* va trata momentul istoric al Aparițiilor Mariane de la Lourdes din 1858, pas cu pas, cu toate detaliile istorice adunate într-o expunere clară și concisă, ușor de urmărit, datate cronologic și explicate, în funcție de întâmplările reale, relatate ulterior de Bernadetta Soubirou și ceilalți martori. Care este mesajul de la Lourdes, ce exprimă locurile unde Fecioara Maria a ales să apară și care sunt semnele ce și azi sunt mărturiile vindecărilor și existenței reale a unei arătări mesianice, sunt teme despre care voi discuta în paginile următoare.

*În Capitolul al V-lea* mă voi concentra pe existența firească a marketingului în locul cu aer divin, de pelerinaj, acolo unde se adună oameni în numele Domnului, iar alții, în același spirit – cel puțin, trimit vești prin suveniruri și nu numai, către cei, mai degrabă, care nu reușesc sau nu au apucat să vină în Lourdes să descopere aceste senzații cu ochii și sufletul lor. Dar pe lângă asta, miracolul finanțează afaceri, familii, studii, bugete locale și indirect, sistemul de pensii sau de asigurări sociale, pentru că banii ajung în toate ramurile economiei prin fiscalizare. În 2 cuvinte, banii vorbesc.

# I. Pelerinajul

## I.1. Ce este pelerinajul?

Analiza asupra pelerinajului de la Lourdes nu ar putea să înceapă altfel decât cu definirea clară a conceptului de *pelerinaj*. Vorbim, deci, despre *călătoria spre un altar sau alt loc sacru*, întreprinsă de credincioșii unui cult religios pentru a primi un ajutor divin ca act de omagiu adus Divinității în care cred, sau ca act de penitență pentru demonstrarea devotamentului.

Potrivit *Enciclopediei Britannica*, dacă este să urmărim pelerinii creștini din Evul Mediu, ei poposeau în hanuri special amenajate pentru ei, iar la întoarcere purtau la pălării semnul locului unde fuseseră. În această epocă, cele mai importante locuri de pelerinaj erau *Pământul Sfânt*, *Santiago de Compostela*, în Spania, și *Roma*. Pe lângă acestea existau și alte câteva sute de locuri de pelerinaj, printre care mormântul *Sfântului Francisc de Assisi* și cel al *Sfântului Thomas Becket* din *Cantebury*. Locurile recente de pelerinaj includ *Altarul Doamnei Noastre din Guadalupe*, în Mexic (1531), *Lourdes*, care este și subiectul acestei teze, din Franța (1858) și *Fatima* din Portugalia (1917).

În aceeași direcție, *Dicționarul Cambridge*, trasează aceeași direcție pentru pelerinul despre care pomenim. Acesta este o persoană care face o călătorie, adesea una lungă și dificilă, într-un loc special din motive religioase<sup>1</sup>.

Etimologic, termenul de *pelerin* provine din limba latină, *peregrinus*, asemenea *pelerinajului* – *peregrinatio*. *Peregrinus*, sau mai bine zis, „străin”, desemnează, deci, persoana care vizitează locuri ce pentru aceasta nu sunt de origine, în care locuiește. În cadrul limbilor europene s-au transmis mai multe variante – în limba italiană, *pellegrino* și corespondentul *pellegrinaggio*, în limba franceză, *pèlerin* și *pèlerinage*, în limba spaniolă – *peregrino* și *peregrinación*, în limba engleză *pilgrim* și *pilgrimage*, iar în germană, *pilger* și *pilgerfahrt*. Nu putem să nu observăm că toate versiunile lingvistice au la bază aceeași rădăcină din limba latină,

---

<sup>1</sup> Cf. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus Dicționarul Cambridge Online*, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pilgrim?q=Pilgrim>, accesat la 12 februarie 2019.

cea ce înseamnă că activitatea de pelerinaj s-a impus și pe linia culturală dominantă, care pe timpul acela era cea latină.

Din punct de vedere semantic, acest termen des folosit în ziua de astăzi, „pelerin”, se referă la cineva care s-a îndepărtat de ținutul de care aparține, de cel natal, de țara, regiunea sau localitatea lui, o persoană care se află pentru un moment definit, în trecere, sau care trăiește ca un străin, poate, într-un alt loc decât cel al său. Termenul de „pelerin” desemnează și o persoană care merge plină de evlavie, de sentimente religioase, către un loc sfânt<sup>2</sup>, așa cum pomeneam și la începutul acestui capitol.

Pelerinajul dobândește în ziua de astăzi noi semnificații și este reconsiderat în manifestările religioase și în consecință, cunoaște modificări ale componentelor sale: destinațiile religioase, circumstanțele, numărul și categoriile social-demografice ale pelerinilor, structurile și instrumentele de organizare, posibilitatea de găzduire a pelerinilor, desfășurarea propriu-zisă a pelerinajelor propuse, atitudinile interioare ale pelerinilor, manifestările lor spirituale. Trebuie, totuși, să distingem o diferență între activitatea de *pelerinaj* și *turismul religios*. „Nu este simplu să definim conceptul de *turism religios* prin intermediul unei interpretări univoce. În cadrul limbajului curent, termenul este asimilat sau cel puțin se află într-o strânsă analogie cu termenul de «pelerinaj», chiar dacă sunt diferite modalitățile de desfășurare a celor două activități. Turistul religios organizează, într-adevăr, o călătorie pentru a beneficia de o nouă stabilizare emoțională, în timp ce pelerinul consideră actul pelerinajului ca un cult, un act de cult, iar în parcurgerea până la destinație își găsește sensul profund al călătoriei sale. Astăzi, cel care pornește la drum motivat de credință sau de un sens profund de spiritualitate poate fi definit drept pelerin, iar cine, în schimb, pornește împins de motivații culturale și interesat de vizitarea unor locuri și realități religioase, poate fi numit turist religios”<sup>3</sup>. Dar despre aceste diferențe care sune evidente între activitatea strică de pelerinaj și ce legată de turismul religios vom descoperi mai mult pe parcursul acestei lucrări.

Fără îndoială, pelerinajul este una din modalitățile prin care se instaurează o relație specială între dimensiunea pământească și cea sacră. Efortul fizic necesar pentru a ajunge la destinație este

---

<sup>2</sup> Cf. CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES, <http://www.cnrtl.fr/etymologie/pelerin>, accesare 12 februarie 2019.

<sup>3</sup> Cf. MORENO ZAGO, *Pelegri o turisti religiosi*, interviu de Romea Strata, pe [http://www.romeastrata.it/UserFiles/files/LAVOCE\\_ROMEASTRATA%2036.pdf](http://www.romeastrata.it/UserFiles/files/LAVOCE_ROMEASTRATA%2036.pdf), accesat 12 februarie 2019.

o metaforă a călătoriei spirituale a omului pe acest pământ, constituit din renunțări și sacrificii, dar finalizat pentru reînnoirea spirituală, și are ca obiectiv ajungerea la slava cerească, la *paradis*, pentru mântuirea veșnică.

Pelerinajele au fost clasificate de cercetători după anumite criterii specifice. Există pelerinaje care pot fi întreprinse pe tot timpul anului, fără o dată specifică. De asemenea, există și pelerinaje care au loc la o dată fixă, ziua unui sfânt sau cu ocazia unui eveniment.

Din punct de vedere geografic, lungimea traseului poate să varieze: pot fi pelerinaje pe distanțe mici, de câțiva kilometri, sau pelerinaje pe distanțe foarte mari, de sute sau chiar de mii de kilometri. Dacă este să ne referim la o axă socială, pelerinajele pot fi făcute în grup sau de un singur pelerin; specialiștii consideră că există, pe axa sacralității, două tipuri de pelerinaje: sacre și laice. Cele sacre sunt călătoriile întreprinse în scopuri tradițional religioase, pelerinajele laice fiind cele cu ritualuri analogice celor sacre și care sunt practicate de turiști. Se consideră, de asemenea, că există ritualuri care implică un grad de risc diferit, în funcție de felul în care se practică: pelerinajul de tip arhaic, când pelerinul parcurge distanța pe jos și se expune riscurilor și pelerinajul modern, când riscul călătoriei este gestionat de instituții de specialitate, iar pericolul este unul minim<sup>4</sup>.

Alan Morinis propune o tipologie a motivelor pentru care pelerinii pleacă în călătorie, în funcție de scopul urmărit de aceștia. Astfel, unii pelerini pornesc la drum în scopuri devoționale, pentru a venera o divinitate, un spațiu sacru sau un simbol, iar alții pleacă urmărind o agendă proprie și doresc să se însănătoșească, să obțină împlinirea anumitor lucruri concrete, lumești. Există pelerinaje întreprinse în scopuri normative, acestea fiind întotdeauna asociate cu riturile de trecere și cu schimbările calendaristice. Există și alte cazuri, iar aici pelerinajele pot fi impuse de autoritatea religioasă sau laică, în scopul ispășirii unei penitențe. Însă, uneori, pelerinii nu au un scop precis atunci când pornesc în călătorie și întreprind traseul în speranța unei revelații sau a răspunsului așteptat<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Cf. MIHAI COMAN, *Introducere în antropologia culturală. Mitul și ritul*, Editura Polirom, Iași 2008, p. 195.

<sup>5</sup> Cf. ALAN MORINIS, *Sacred Journey, The Anthropology of Pilgrimage*, Editura Greenwood Press, Westport 1992, pp. 10-14.



## I.2. Asceza și motivația călătoriei

Tocmai de aceea, una dintre caracteristicile pelerinajului este asceza, *ἄσκησις*, adică exercițiul ca stil de viață caracterizat de abțință de la unele plăceri lumești. Este asemenea, în limbajul religios, un ansamblu de exerciții fizice și spirituale, considerate purificatoare, și sunt practicate de unii călugări. Motivațiile *ascezei* pot fi de tip religios sau filosofic, dar pot avea și alte origini, cum ar fi în cazul unui *protest social* sau *politic*, cum ar fi *greva foamei*. *Asceza* poate face uneori parte din anumite *antrenamente sportive*. O situație deosebită poate fi și asceza sexuală a celibatului, care este practică în Biserica Romano-Catolică, de ordinele călugărești, de pustnici sau de alte credințe, cum este și cazul preoților tibetani. Se poate face, totuși, diferența între *asceza individuală* și cea *colectivă*, un exemplu de asceză colectivă fiind *ramadanul* în *religia islamică*.

Este important, așadar, să avem câteva cunoștințe esențiale despre ce este asceza pentru a înțelege mai bine și utilitatea unui pelerinaj și prin prisma acestui concept de o spiritualitate maximă. Asceza este, deci, un exercițiu, este o angajare pentru disciplina sufletească și trupească, este o gimnastică a sufletului și a trupului. Biserica este prin ea însăși ascetică. „*Cere omului post, a fixat zile anume de post, zile în care nu se poate mânca orice. Or, faptul acesta de a alege o mâncare de post, de o mâncare care nu se poate mânca într-o zi de post, deja este o asceză, este o angajare în asceză. Bineînțeles că mai ales la început, după ce intră omul în rândul Bisericii și o are în vedere nu se mai pune problema. Cineva care este obișnuit cu postul, nu-și mai pune problema că ar putea și să nu postească. Cineva care știe de zilele de post nu ocolește zilele de post sau nu așteaptă alte zile, că ele vin și așa după zilele de post și atunci se poate mânca orice. Deci, asceza este o chestiune care îl angajează pe om într-o lucrare de disciplină sufletească și trupească*”.<sup>6</sup>

În general, asceza creștină condamnă excesul. Din timpul Sfântului Pavel Tebeul și al Sfântului Antonie cel Mare și până în zilele noastre virtutea fundamentală a ascetului creștin este discernământul, care permite evitarea oricărei extreme, oricărei exagerări, oricărei excentricități. Una dintre axiomele de bază ale tradiției creștine monastice și ascetice spune că tot ceea ce depășește măsura vine de la demoni, în timp ce moderația, armonia și cumpătarea (*sobrietas* la

---

<sup>6</sup> SABIN VODĂ, *Întâmpinări, Interviuuri cu Părintele Teofil Părăian*, realizate de Sabin Vodă, Editura Sophia, București 2000, pp. 32-33.

Sfântul Ioan Casian și *trezvia* la ceilalți) constituie un clar indiciu al vocației autentice și al prezenței incontestabile a Duhului Sfânt.

Așadar, scopul ascezei creștine, care este o lucrare atât a monahilor, dar în mod egal a oricărui creștin botezat, nu este să respingă sau să domine, ori să distrugă plenitudinea naturii umane. Scopul ascezei creștine, așa cum este ea înțeleasă în tradiția orientală și occidentală, presupune disciplinarea persoanei integrale, trup și suflet, pentru ca ea să învețe a trăi nu doar ca existență umană, ci ca fii ai lui Dumnezeu. Conform teologiei creștine, Dumnezeu a creat persoana umană nu doar ca un corp sau ca un suflet, ci ca pe o creatură constituită prin unitatea intimă dintre un suflet rațional și trup, așadar, o unire esențială, indivizibilă și inseparabilă de spirit și materie. În iubirea sa infinită pentru om, Dumnezeu a vrut ca el să meargă dincolo de constituția indivizibilă, inseparabilă de spirit și materie, până la a participa, ca om integral, trup și suflet, la firea dumnezeiască și la a o împărtăși ca să trăiască prin har, ca un dumnezeu. Dar chestiunea disciplinării persoanei umane nu este ceva simplu. Imediat după neascultarea lui Adam, mai mult decât faptul că a pierdut harul comuniunii și al participării la firea dumnezeiască, omul a fost rănit în natura sa umană, acum deformată, întoarsă în punctul de a nu mai putea să fie ființă integrală și completă.<sup>7</sup>

Literatura de specialitate, pornind de la Biblie, scrie despre asceză, considerând-o ca fond în această problemă spirituală. Ne putem opri la al doilea capitol al *Genezei* la versetul 19: „Domnul Dumnezeu care făcuse din pământ toate fiarele câmpului și toate păsările cerului le-a adus la Adam ca să vadă cum le va numi; așa ca toate ființele vii să se numească precum le va numi Adam” (Gen 2, 19). Omul decăzut, însă, nu mai este capabil să exercite această autoritate stăpânitoare, pentru că natura sa este coruptă și alterată: el privește lucrarea lui Dumnezeu nu așa cum este ea, ci așa cum egoismul și amorul lui propriu doresc să fie. De aceea, este trimis Cristos de către Tatăl, *Adamul Cel din urmă*, ca să înapoieze omului demnitatea împăratească pe care el a pierdut-o. Toată osteneala creștinului, și mai cu seamă a monahului, constă în a lupta zi și noapte, pentru a câștiga cu ajutorul harului lui Cristos acea stare paradisiacă în care omul era capabil de a recunoaște adevărata natură și valoare a fiecărei ființe și de a-i da numele ei adevărat. De aceea,

---

<sup>7</sup> Cf. DIMITRIOS KOUTROUBIS, „L’ascèse chrétienne”, în *Buisson Ardent* 14 (2008) 14-79, volumul cu titlul *Présence et absence de Dieu*, traducere și adaptare de Augustin Păunoiu, pe <http://www.saint-silouane.org/index.php/activites-de-l-association/buisson-ardent/51-buisson-ardent-n-14-presence-et-absence-de-dieu>, accesat pe 17 martie 2019.

monahii fac lumii cel mai mare serviciu posibil: pe de o parte, ei devin instrumente prin care Duhul lui Dumnezeu vine să reînnoiască fața pământului, pentru ca el să fie transformat din nou în paradis, pe de altă parte ei sunt flăcări vii, care luminează umanitatea în calea care o conduce spre scopul ei final. Prin prezența lor tăcută, dar elocventă, călugării răspund chemării spre condiția originară și finală a omului<sup>8</sup>.

Părintele ortodox *Arsenie Vliangoftis* spune că asceza o întâlnim încă din Vechiul Testament. Rodul acestei educații terapeutice este curățirea inimii și împlinirea fericirii Domnului: „*Fericiti cei curati cu inima ca aceia vor vedea pe Dumnezeu*” (Mt 5, 8). Locul patimilor din inimă este luat de virtuți, dintre care cele mai mari sunt *smerenia* și *dragostea*. Și pomenește în articolul său: „Foarte frumos descrie această rodire troparul pe care îl cântam la cuvioși: ...cu postul cu privegherea, cu rugăciunea cereștile daruri luând.... Aici se descriu și mijloacele ascetice (postul, privegherea, rugăciunea), dar și consecințele tămăduitoare (cereștile daruri). Sau, așa cum le descrie *Sfantul Apostol Pavel*: *Roada Duhului este dragostea, bucuria, pacea, îndelunga-răbdare, bunătatea, facerea de bine, credința, blândețea, înfrânarea*”.<sup>9</sup>

Deci, toate lucrurile acestea au legătură directă cu motivația pentru care cineva, cândva, va face o călătorie spirituală ce îl va transforma în *pelerin*, pentru a căuta ceva ce l-ar împlini ulterior ca om. O călătorie spre un ideal care duce la găsirea, parțială sau nu, a Divinității în forma percepută de acest subiect. Așadar, asceza poate fi o stare incipientă a dorinței de mântuire, dar prin legătura directă cu locul unor miracole, așa cum sunt ele descrise la locurile ce urmează a fi vizitate, legătura între dimensiunea pământească și cea sacră despre care vorbeam și la începutul acestui capitol.

Jean-Claude Larchet crede că pocăința este un leac pentru că prin ea omul dobândește de la Dumnezeu curățirea de păcate și vindecarea de patimi, care sunt adevărate boli ale sufletului. Urmată îndelung, spune el, și cu simțire vie și adâncă, pocăința îl duce pe om la nepătimire, starea în care el își recapătă deplina libertate și sănătatea desăvârșită, stare la care nu poate ajunge fără

---

<sup>8</sup> Cf. *ibidem*.

<sup>9</sup> ARSENIU VLIANGOFTIS, *Asceza în monahismul ortodox și practicile necreștine*, pe <https://www.crestinortodox.ro/editoriale/asceza-monahismul-ortodox-practicile-necrestine-70322.html>, accesat pe 23 martie 2019.

ajutorul pocăinței. Deci, prin iertarea păcatelor și tămăduirea de patimi, pe care le aduce pocăința odată cu ea, omul își poate găsi pacea lăuntrică<sup>10</sup>.

Deci, pelerinajul poate fi rezultatul unei astfel de trăiri: vindecarea de patimi, dorința de a duce o viață sănătoasă, firească, potrivită adevăratei sale naturi. *Sfântul Ioan Damaschin* spune că, în acest sens, „*pocăința este întoarcerea, prin asceză și osteneți, de la starea cea contra naturii la starea naturală*”<sup>11</sup>. Prin pocăință se descoperă singura cale prin care se poate întoarce la lucrarea virtuților, de aceea mulți *Sfinți Părinți* o consideră poate cea dintâi poruncă, fiind condiția îndeplinirii tuturor celorlalte. Pentru că îndepărtarea de la patimi și lepădarea de răutăți, cerând de la Dumnezeu iertarea păcatelor, și recunoscând răul lor, unde s-a ajuns prin îndepărtarea de la Dumnezeu, omul poate ajunge la a simți dorința de a se întoarce la El. Iată de ce *Sfinții Părinți* spun că pocăința și lacrimile sunt temeiuri ale împlinirii virtuților<sup>12</sup>.

Având în vedere cele de mai sus, putem găsi ca punct de plecare în dorința unui pelerinaj tocmai dorința de eliberare și renaștere spirituală, prin iertare, post și rugăciune, împăcare cu cei din jur, necesitatea de a alimenta un capitol nou al vieții sociale.

Revenind, însă, la definirea pelerinajului, preotul Alexandru Dan Nan, într-un articol de specialitate, spune că acesta este înțeles ca o călătorie colectivă sau individuală spre locul sacru, o formă de cult și devoțiune des răspândită în religiile antice, practică astăzi cu o intensitate de nedescris. Chiar dacă fiecare religie în parte prezintă diferențe importante în ceea ce privește timpul, modalitatea și semnificația pelerinajului, ideea de bază este comună și scoate în evidență necesitatea de a vizita considerate a fi fost locuite de divinitate sub diverse forme, obiecte sacre ale unor fondatori de religii, relicve ale sfinților și martirilor sau chiar unele locuri legate de evenimente particulare<sup>13</sup>. De asemenea, se pare că această practică a pelerinajului local, destul de răspândită în lumea antică, are ca motiv principal distanța dintre localitatea în care locuiește pelerinul și popasul final. Acest element ne amintește de originea latină a termenului peregrinus, despre care pomeneam la început.

---

<sup>10</sup> Cf. JEAN-CLAUDE LARCHET, *Terapeutică bolilor spirituale*, trad. de Marinela Bojin, Editura Sophia, București 2001, p. 298.

<sup>11</sup> SF. IOAN DAMASCHINUL, *Dogmatica*, II, 30, apud JEAN-CLAUDE LARCHET, *op.cit.*, p. 298.

<sup>12</sup> Cf. AVVA DOROTEL, *Învățăături de suflet folositoare*, I, 10, Apoftegme, serie alfabetică, apud JEAN-CLAUDE LARCHET, *op.cit.*, p. 299.

<sup>13</sup> Cf. ALEXANDRU DAN NAN, *Pelerinajul în Biserica primară*, pe [https://www.apostolia.eu/articol\\_269/pelerinajul-in-biserica-primara.html](https://www.apostolia.eu/articol_269/pelerinajul-in-biserica-primara.html), accesat pe 25 martie 2019.

Referitor la pelerinajul creștinismului primar, după opinia preotului, în comparație cu alte forme culturale și devoționale, acesta se fondează inițial pe tradiția ebraică și biblică și se îmbogățește de motivații ulterioare, dezvoltându-se după cerințe, modalități și forme noi, legate strâns de specificul creștin și de modul în care acest specific s-a implantat în diverse realități sociale. În consecință, în pelerinaj se întrunesc și conviețuiesc motive de natură diversă, de la cele religioase și culturale și până la cele spirituale, motive culturale, psihologice, sociologice, topografice și economice, care reușesc să mențină un fenomen mereu viu, într-o evoluție constantă și în gradul de a interpreta nevoia și impulsul interior al celor care-l practicau<sup>14</sup>.

Pelerinajul, după aceste câteva exemple, este o călătorie semnificativă către un loc sacru. Oferă posibilitatea de a ieși din ocupația obișnuită a vieții noastre, pentru a căuta un moment de liniște și de reflecție. Ne dă șansa să "umblăm" prin acele probleme pe care le avem în mintea noastră, indiferent de ce ar putea fi. Este un timp al pur și simplu concept "a fi", mai degrabă, decât obișnuitul, „*a face*”. Diferența este clară. Pelerinajul poate fi, de asemenea, o activitate sociabilă, permițându-ne să ne bucurăm de compania altora pe care îi întâlnim pe drum. Ne dă șansa de a ne energiza din punct de vedere mental, fizic și spiritual. Și ne permite să ne reconectăm împreună cu moștenirea noastră culturală și lumea naturală, precum și să ne reîmprospătăm credința sau să căutăm direcția spirituală.

De asemenea, pelerinajul este și un moment de trecere între două practici terapeutice creștine: *spovedania* și *descoperirea gândurilor*. Iar despre acestea scrie foarte mult același Jean-Claude Larchet, pe care l-am mai amintit în lucrare, de această dată în *Inconștientul spiritual*. Spovedania, știm cu toții, este o taină a Bisericii în care cel ce se socotește pe sine păcătos arată o părere de rău pentru greșelile săvârșite înaintea lui Dumnezeu, în prezența unui preot și primește de la Dumnezeu prin rugăciunea preotului, iertarea acestor greșeli. Primește sfaturile duhovnicești și dacă este nevoie chiar un canon, toate potrivite situației în care se află, pentru a se întoarce pe calea virtuților<sup>15</sup>. Deși seamănă cu spovedania, descoperirea gândurilor nu este o taină, pentru ea nu se cere neapărat un preot, ci un părinte duhovnicesc, simplu monah, vrednic de ea numai prin viața sa îmbunătățită, creștinul se spovedește de regulă, și își descoperă gândurile înaintea acestuia, dar poate merge și la altă persoană pentru descoperirea acestora. În vreme ce la spovedanie omul

---

<sup>14</sup> Cf. *ibidem*.

<sup>15</sup> Cf. JEAN-CLAUDE LARCHET, *Inconștientul spiritual – Adâncul neștiut al inimii*, trad. de Marinela Bojin, Editura Sophia, București 2009, p. 180.

vine să își mărturisească păcatele în fața lui Dumnezeu, preotul fiind martor, ca să primească de la Dumnezeu iertarea lor, când e vorba să își descopere gândurile el vine la părinte ca să îi arate cât de păcătoase sunt acestea pentru ca el să îi dea sfaturi despre cum să se tămăduiască și să se mântuiască; gândurile care se descoperă sunt cele de zi cu zi<sup>16</sup>.

Putem să tragem o scurtă concluzie și să spunem că pelerinajul poate fi puntea dintre aceste două practici terapeutice creștine. Pentru că descoperirea gândurilor se poate realiza pe parcursul acestui drum, aproape inițiativ, spre spiritualitatea supremă. Pentru că drumul pe care un pelerin l-ar face se aseamănă, de ce nu, în anumite ipostaze cu cel al lui Isus, către finalitatea pământească. Următorul, acest drum, de finalitatea iertării, prin spovedanie, deci un final reușit al căii pelerinajului.

### **I.3. Pelerinajul, ca manifestare sociologică**

Pelerinajul, potrivit lui *Mirel Bănică*, care scrie o lucrare despre pelerinajele românești, „trebuie înțeles și explicat”. El nu prezintă doar o evoluție pozitivă în sensul creșterii continue a numărului de oameni care participă, sigur în România trendul este ascendent, dacă este să ne referim de pelerinajele din Iași, Nicula sau București, Prislop, Suceava sau Curtea de Argeș<sup>17</sup>. Dar pelerinajul este în sine o manifestare sociologică clară. Un loc unde oamenii se adună, comunică, interacționează, se roagă, își adună energiile și transmit mesaje către Divinitate prin propriile modalități de abordare spirituală. Trebuie, de asemenea, menționat faptul că pelerinajul aduce odată cu menirea lui, sute, mii sau chiar zeci de mii de oameni în același timp, în același spațiu, cu interese dintre cele mai diverse, dar care urmăresc, preponderent, același lucru – rezolvarea unor probleme personale, sociale, de grup, mulțumiri sau diverse rugăciuni.

În *Miracolul în viața omului modern. O monografie sociologică a pelerinajului*, Valentin-Lucian Beloiu aduce în atenție miracolul ca șansă a restaurării omului modern și contemporan pe axa spiritualității. Pe domeniul pe care îl aduce în prim-plan și pe care îl controlează cu ușurință, autorul își canalizează cercetarea pe terenul unui pelerinaj internațional în parametrii spiritualității ortodoxe. El vorbește despre experiențe ce țin de zona sacrului, a imanenței religioase, a

---

<sup>16</sup> Cf. *ibidem*, p. 189.

<sup>17</sup> Cf. MIREL BĂNICĂ, *Nevoia de miracol: fenomenul pelerinajelor în România contemporană*, Editura Polirom, Iași 2014, p. 24.

miracolului într-o explorare admirabilă de cercetare. Se pune o întrebare aici. De ce trebuie studiat pelerinajul în context contemporan? Răspunsul îl dă însuși autorul: „*pentru că Biserica prin resursele ei poate deveni o supapă de siguranță a societății românești*” și pentru că „*pelerinajul este un tip de terapie colectivă, care are puterea de a vindeca atât la nivel uman, cât și social*”<sup>18</sup>. A fi sau a nu fi religios rămâne totuși o opțiune personală a fiecăreia dintre noi iar liantul pe care autorul a încercat să-l surprindă între miracol și pelerinaj e *credința*, factorul care urnește omul din loc sau „mută munții” (*Mt 17, 20*). Delimitările conceptuale aduse de el ne pun în fața unei evidențe teologice bine structurate: spațiul minunii este unul sacru, mântuirea este adevăratul motiv al căutării miracolului, călătoria spre locurile sacre revitalizează omul modern și-l pune în fața divinității. Prin asta pelerinajul modern reinstaurează religia „în diferite forme și configurații”. De la Iași la Santiago de Compostela, de la Prislop la muntele Athos, din București în Brazilia, sfinți, icoane făcătoare de minuni, moaște, oameni cu capacități spirituale neobișnuite omului de rând, toate constituie o impresionantă scenă umană în care ontologicul întâlnește patologicul, umanul cu divinul, sacrul cu profanul. Toate sunt în „căutarea unor experiențe și emoții puternice” ce experimentează permanenta căutare a pelerinajelor<sup>19</sup>. În pelerinaj, se întâlnește omul simplu cu cel complex, bogatul și săracul, învățatul și neînvățatul, scepticul sau credinciosul. Participanții, pelerinii, se întâlnesc pe „cărarea Împărăției” într-un singur pelerinaj, către același destinatar. În ciuda credinței că omul modern este incapabil de profunzimi religioase, în ciuda aserțiunilor care acreditează ideea că omul modern se află într-o criză totală a religiozității și a desacralizării sinelui, autorul este de partea antropologilor, sociologilor și teologilor că factorul decisiv al evoluției umane este cel religios, iar concluzia pe care acesta ne invită să o cunoaștem și să o experimentăm este că „*pelerinajul este traducerea socială a miracolului*”<sup>20</sup>.

Sociologul Gheorghe Teodorescu spune că familia, satul, cartierul sau orașul sunt tot atâtea universuri culturale specifice, care evoluează în timp și diferă între ele prin caracteristici socio-demografice, stiluri de viață sau ideologii și că oamenii au caracteristici comune, dar ca ființe sociale se diferențiază unii de alții și pot evolua ca personalitate în mod diferit în interiorul aceleiași culturi<sup>21</sup>. Totuși, ei sunt laolaltă în cazul participării la un pelerinaj, adică merg spre același ideal,

---

<sup>18</sup> VALENTIN-LUCIAN BELOIU, *Miracolul în viața omului modern, O monografie sociologică a pelerinajului*, Editura Christiana, București 2015, p. 17.

<sup>19</sup> Cf. *ibidem*, p. 37.

<sup>20</sup> *Ibidem*, p. 220.

<sup>21</sup> Cf. GHEORGHE TEODORESCU, *Sociologia mirabilis*, Editura Fundației Axis, Iași 2003, p. 31.

presupunem de mântuire, însă cu diferite particularități. Tot el amintește de faptul că oamenii nu se nasc membri ai unei societăți ci dispun de anumite predispoziții pentru socializare, care le dă șansa la viață, sub forma unui minim credit de integrare în universul vieții sociale, ei participând încă de la naștere la procesul de socializare, unul propriu, începând cu etapa interiorizării culturale a obiectelor lumii înconjurătoare; între ele subiectivitatea conduitelor celor mai apropiați, cum ar fi părinții, frații, rudele în general, și constituie cele dintâi obiecte semnificative din viața noului în societate. Dar, spune autorul, după J. P. Durand și R. Weil, procesele unei schimbări sociale pot fi analizate dintr-o perspectivă cantitativă și implică mai multe criterii, ca cele demografice, tehnologice sau economice, sau dintr-o perspectivă calitativă cuprinzând aici argumente legate de scop, motivație și interese<sup>22</sup>. Factorii aceștia pot fi decisivi, deci, pentru schimbări de structură ori de echilibru și pot genera etape de schimbare. De ce nu ar fi una dintre ele și această participare, în comun, la un drum al inițierii sau al mântuirii, pelerinajul.

În legătură cu norma și valoarea, statusul social, trebuie menționat că omul, încă de la primele momente ale vieții participă la însușirea unor astfel de norme și valori de conduită, repere sociale, în funcție de care își va ghida comportamentul, va suporta sau nu modificări substanțiale, se va integra total social, va structura relații și va avea capacitatea de a fi un adevărat actor ce învață un rol pentru a interpreta partitura aceasta cotidiană, interpretând diferit și eficient rolul social pe care l-a primit, alături de ceilalți actori ai scenei societății.<sup>23</sup> Deci, pe baza acestor reguli dobândite în timp, va acționa și cu privire la încrederea pe care o dă fenomenului pelerinajului, contextul fiind cât se poate de dinamic dar și provocator, de vreme ce există posibilitatea înaintării chiar în civilizație, odată cu mersul în comun la destinația religioasă, binefăcătoare spiritual, mai ales.

Trebuie spus că în zilele noastre există concepția că pelerinajul este mai mult un act secularist, și asta pentru că sunt mai mulți care consideră că nu există nici un fel de diferență între *turism* și *pelerinaj*. Pentru lumea secularistă turismul este într-un anume fel pelerinaj. Asta pentru că secularismul este o ideologie care nu are nevoie de pelerinaje, secularismul nefiind un lucru care să creadă în nevoia de pelerinaj a oamenilor. Se pot naște deci, întrebări de genul: De ce să se meargă în pelerinaje când se poate numi doar turist? Sunt atâtea locuri de vizitat. Nu sunt atât de

---

<sup>22</sup> Cf. *ibidem*, p. 231.

<sup>23</sup> Cf. *ibidem*, p. 113.



multe mari orașe frumoase ale lumii care merită să fie vizitate, oricând, nu doar la o dată anume? Nu sunt atât de multe stațiuni montane sau pe marginea litoralelor și nu sunt la fel de bine atât de multe mări pe care să te delectezi ca turist? Prin urmare, pentru mentalitatea seculară pare că nu este nevoie de pelerinaj, în sens direct. Cel puțin aceasta este părerea cercetătorului în teologie, Radu Teodorescu<sup>24</sup>.

#### I.4. Aspecte istorice

Conform dicționarilor de specialitate pe care le-am menționat la începutul capitolului, pelerinajul este, deci, o călătorie ritualică ce presupune existența unor locuri cu forțe și energii divine care ar fi mai ușor de implorat, accesat, decât în alte părți, ca locul în care locuiești. Pelerinajul cuprinde în afara călătoriei și ritualuri cum ar fi: băutul unei ape, considerate sfințite, atingerea unor relicve sau moaște, luare de obiecte sfințite, trecerea lor peste aceste relicve<sup>25</sup> cu o însemnătate spirituală, așteptarea în liniște și rugăciune după ceilalți pelerini, ș.a.m.d. Pelerinajul înseamnă să mergi individual sau colectiv pentru a împlini acte speciale de devoțiune, în scop de pietate sau penitențial, pentru a favoriza o experiență de viață comunitară, o cunoaștere mai bună a Bisericii din care faci parte sau creșterea virtuților creștine.

Pelerinajul este întâlnit în majoritatea religiilor de pe mapamond. Pentru păgâni, pelerinajul nu era doar un act de devoțiune, ci avea ca scop obținerea unor vindecări miraculoase sau dorința de a obține un răspuns clar de la un oracol. Vechii egipteni practicau pelerinajul în masă, mergând spre delta *Nilului* către piramidele faraonilor, către *Abido* pentru a-l venera pe zeul *Osiris*, spre oracolul lui *Ammon* de la *Theba* sau către sanctuarul lui *Sekket* de la *Bubastis*, conform scrierilor lui *Herodot*. Pentru venerarea divinităților, indienii mergeau, din timpuri străvechi dar și azi, spre râul *Gange*, considerat sacru, sau la *Benaris* și *Kashi*. Grecii mergeau în pelerinaj pentru a consulta *Oracolul de la Delfi* sau la sanctuarul lui *Apollo*, iar pentru vindecare îl venerau pe *Asclepios* mergând la *Epidaurus*. Centre de pelerinaj erau și templele și mormintele eroilor. Japonezii venerau *Templul lui Amaterasu*. Mexicanii se adunau la *Templul Quetzal*, peruvienii se închinau

---

<sup>24</sup> Cf. RADU TEODORESCU, *Pelerinajul ca faptă ascetică*, f.ed., Cugir 2017, p. 96.

<sup>25</sup> Cf. „Pelerinajul”, în *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, Institutul lingvistic „Iorgu Iordan”, ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura Univers Enciclopedic, București 2009.

la *Cuzco*, soarelui, iar bolivienii la *Titicaca*. În epoca romană, numeroși pelerini se îndreptau către temple închinatelor unor divinități ca *Zeus* sau *Diana*, cu scopul de a obține vindecarea sau predicții.

În etapa de început a pelerinajelor religioase, acestea se îndreptau cu precădere către *Templul din Ierusalim*, pentru evrei, *Roma* și *Ierusalim*, pentru creștini, *Mecca* și *Meddina*, pentru musulmani, *Lhasa*, *Bodth Gayā*, de asemenea sanctuare din India și Indochina, pentru budhiști, *Varanesi* și *Allahabad* și izvoarele fluviilor sfinte pentru hinduși și *muntele Fuji* pentru japonezi. Pelerinajele creștinilor din Biserica primară se fondează pe tradiția ebraică sau biblică, vizita la Ierusalim sau în alte locuri sfinte din Israel, reprezintă fundamentul cultural și istoric al pelerinajului creștin; ulterior formele de manifestare diversificându-se, în funcție, firesc, de realitățile istorice, sociale și culturale. Încă din primele secole ale Bisericii au fost individualizate locurile istorice ale vieții lui Isus, care au devenit centre de pelerinaj ale creștinătății. Într-o perioadă marcată de persecuții asupra creștinilor, atacuri ale păgânilor, destinațiile pelerinajelor erau constituite atât de locurile biblice cât și de mormintele martirilor.

Intensificarea pelerinajelor a început către sfârșitul perioadei persecuției creștinilor, iar pelerinii porneau din Asia Mică și din Siria, destinația pelerinajelor creștine fiind cu precădere locurile din Țara Sfântă și morminte ale martirilor. Un moment crucial în istoria pelerinajului este *Edictul de la Milano* din 313, prin care se acordă libertate de cult pentru creștini. *Sfânta Elena*, mama împăratului Constantin, face în 326 o vizită la *Locurile Sfinte*. Ascultând mărturiile creștinilor transmise prin viu grai de la o generație la alta, conform cărora *Împăratul Adrian*, după reprimarea celei de-a doua revolte iudaice în anul 135, dorind dispariția creștinismului, a construit peste mormântul lui Isus un templu dedicat zeiței *Venus*, *Afrodita*, dărâmă templul păgân și construiește marea biserică, numită *Anastasis*, adică „a Învierii”.

Perioada următoare este caracterizată de dezvoltarea și extinderea creștinismului precum și de construirea de noi biserici în Țara Sfântă, lucru care a impulsionat pelerinajele către *Locurile Sfinte*, putem aminti aici și *complexul religios Eleona*, pe *muntele Măslinilor*, construit de *Sfânta Elena*, care cuprindea *locul Înălțării Lui Isus*, precum și grota unde i-a învățat pe ucenicii săi rugăciunea *Tatăl Nostru*, ori *Basilica Nașterii Lui Isus* din Betleem. Ulterior, pelerinaje au loc și din același secol, al IV-lea, către Vatican sau Via Ostiense, unde au fost identificate mormintele *Sfinților Apostoli Petru* și *Paul*. Mormintele martirilor devin ocuri de pelerinaj, la Edessa este venerat mormântul *Apostolului Toma*, Efesul are mormântul lui *Ioan*, la Rusafa, pe Eufurat, *Sfântul*

*Sergiu*, la Calcedon este venerată *Sfânta Eufemia*, la Constantinopol sunt venerați *Sfinții medici Cosma și Damian*, la Salonic, *Sfântul Dumitru*, și un sanctuar deosebit, care poate fi numit *un Lourdes al antichității*, al *Sfântului Mena* din Egipt, la vest de Alexandria. Practica aceasta este foarte răspândită printre credincioșii orientali creștini și va avea un ecou deosebit și în Occident și va scădea considerabil odată cu invazia în această zonă a arabilor de religie musulmană<sup>26</sup>.

Dacă este să vorbim despre cea mai veche atestare sau relatare a unui pelerinaj creștin la *Locurile sfinte* atunci aceasta este cu referință la anul 333, *Itinerariul Burdigalense*, este a unui pelerin anonim din Bordeaux, Franța, în acea vreme cu o altă denumire, Burdigala, ce descrie o călătorie din Galia către Palestina, prin Italia, dus și întors. Urmează și alte însemnări despre pelerinaje în jurul lui 385, în *Peregrinatio Sanctae Silvae*, de către o călugăriță din Spania, *Egeria*. Se remarcă și *Descriptio Terre Sanctae*, scrisă de un călugăr dominican, *Burchard*, ce a petrecut în Palestina 10 ani, între 1274 și 1284<sup>27</sup>. Mărturii despre pelerinajele francezilor către mormintele apostolilor datează din secolul al VI-lea, precum și despre pietatea și religiozitatea populară, manifestată în venerarea sfinților, a martirilor și relicvelor<sup>28</sup>. Secolul al VIII-lea dezvoltă odată cu el pelerinajele popoarelor anglo-saxone, france și longobarde la mormântul Sfântului Petru, la Roma<sup>29</sup>. În secolul al XI-lea, pelerinajele iau o amploare deosebită la Santiago de Compostela, devenind acest loc unul la fel de celebru ca Ierusalimul sau Roma<sup>30</sup>. În Evul Mediu importanța particulară o deținea pelerinajul din Roma, la mormintele Sfinților Apostoli Petru și Paul și alți martiri. Cu precădere după proclamarea Jubileului din anul 1300, mulțimi de credincioși din toată lumea au luat drumul Romei. În secolele al XIV-lea și al XV-lea s-a răspândit cultul Fecioarei Maria, venerată ca mamă a lui Isus, mijlocitoare între Divinitate și om, creștin. Vizitarea sanctualelor mariane s-a dovedit a fi un substitut al pelerinajului la Ierusalim, dificil de realizat deoarece Ierusalimul căzuse în mâinile musulmanilor. Către finalul secolului al XV-lea, Bernadino Caimi, părinte franciscan, încearcă să reproducă pe Muntele Varallo din Valsesia, un loc asemănător Mormântului lui Isus, aproape de Milano, loc ce devine în scurtă vreme o destinație

---

<sup>26</sup> Cf. EMIL DUMEA, *Teme de istorie a Bisericii*, Editura Sapientia, Iași 2002, p. 137.

<sup>27</sup> Cf. *Medieval Christian Guide Books*, pe <http://newadvent.org/cathen/08254a.htm>, accesat la 28 februarie 2019.

<sup>28</sup> Cf. EMIL DUMEA, *op.cit.*, p. 119.

<sup>29</sup> Cf. *ibidem*, p. 186.

<sup>30</sup> Cf. *ibidem*, p. 242.

de pelerinaj a oamenilor vremii.<sup>31</sup> Secolul al XVIII-lea este marcat de o intensificare a devoțiunilor populare tradiționale. Pentru a-și înlătura frica de boli, de intervențiile periculoase ale forțelor oculte, de dușmanii văzuți și nevăzuți, numeroși creștini merg în pelerinaje pentru a primi indulgențe și pentru a-și asigura protecția familiei și a bunurilor, fiind venerați în această perioadă sfinții vindecători, protectori. Crește cultul relicvelor și suntenerate statui miraculoase<sup>32</sup>.

În perioada următoare practica pelerinajului continuă fără întrerupere, vorbim despre apariții miraculoase ale Fecioarei Maria care vor determina apariția unor sanctuare mariane și dezvoltarea lor, la *Lourdes*, *Fatima*, *Guadalupe*, *La Salette*, *Aparecida*, *Montevergine*, *Divino Amore*, *Banneaux* sau *Czestochowa*, și altele. Cât privește perioada contemporană, cele mai cunoscute sunt cele pe urmele Lui Isus și Mariei, pe urmele lui Moise, pe urmele Apostolilor și multe sanctuare închinat Preasfintei Fecioarei Maria, cum este cel de la Lourdes, cel de la Fatima sau Guadalupe, ale sfinților patroni Francisc de Assisi, Anton de Padova, Ecaterina de Siena, Iacob de Compostela, Rita de Cascia, Padre Pio de Pietrelcina etc. Se adaugă locuri moderne, de profunde experiențe spirituale și de o trăire religioasă intensă. Și mai aproape de noi, *Zilele Mondiale ale Tineretului*, un adevărat pelerinaj modern sub toiajul Suveranului Pontif.

În concluzie, pelerinajul nu trebuie confundat cu o excursie, pentru că este mai mult decât atât. Nu doar mergem să vizităm un loc oarecare pentru a admira tezaurul natural de artă sau istorie. A merge în pelerinaj înseamnă să ieșim din noi înșine pentru a merge în întâmpinarea lui Dumnezeu acolo unde s-a manifestat, acolo unde harul divin s-a arătat cu o splendoare particulară și a produs roade abundente de convertire și de sfințenie printre credincioși<sup>33</sup>. Pelerinajul este parte integrantă a experienței creștine din timpuri străvechi, creștinii au mers în locuri legate de pătımirea lui Isus, în Țara Sfântă, la Roma, unde sunt martirizați *Petru* și *Paul*, la Compostela, care unită cu memoria *Sfântul Iacob* a primit pelerini din toată lumea, doritori de a-și întări duhul lor prin mărturia de credință și iubire a apostolului despre care aminteam. Deci, pelerinajul este o mărturie a credinței față de Dumnezeu, o mărturie colectivă în fața restului lumii, poate dezinteresată de sentimentul creștin, acela de a-l descoperi pe Dumnezeu în locurile în care, prin

---

<sup>31</sup> Cf. Santuario del Sacro Monte di Varallo, pe <http://www.sacromontedivarallo.org/wp/ilsacromonte/>, accesat 12 aprilie 2019.

<sup>32</sup> Cf. EMIL DUMEA, *op.cit.*, p. 440.

<sup>33</sup> Cf. BENEDICT AL XVI-LEA, *Discurs cu ocazia vizitei la Catedrala din Santiago de Compostella*, 6 noiembrie 2010, pe [http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2010/november/documents/hf\\_ben-xvi\\_spe\\_20101106\\_cattedrale-compostela.html](http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2010/november/documents/hf_ben-xvi_spe_20101106_cattedrale-compostela.html), accesat pe 12 aprilie 2019.

Fiul său, spre exemplu, a pășit pe pământ, lasând mărturie și schimbând cursul istoric din acel moment. Dacă memoria colectivă și prezentul îl dă la o parte pe Dumnezeu pentru lucruri „lumești”, pelerinajul aduce pași spre îmbunătățirea lucrurilor actuale prin calitatea spirituală a Divinității pe urmele căreia se află mulțimile care bat drumul, de multe ori mii de kilometri, în aflarea mântuirii, fie că vorbim de destinații locale, regionale sau internaționale, cum este și pelerinajul de la Lourdes, tema acestei lucrări de disertație.

Firească, cercetarea academică preocupată de fenomenul religios în totalitatea sa a lărgit cadrul epistemologic al dezbaterii despre separarea domeniilor sacru-profan, al cărui principal exponent a fost Mircea Eliade, iar orientarea aceasta în cercetare s-a produs pentru că dimensiunea seculară a modernității nu a putut șterge moștenirea diferitelor mișcări religioase cu rădăcini în istoria și cultura europeană. Studiul pelerinajului, așa cum se prezintă el în acest moment istoric, constituie un caz exemplar de epistemologie aplicată, deoarece este deschis atât practicanților fervenți cât și celor ocazionali, persoane care în afara pelerinajului nu frecventează în mod regulat biserica<sup>34</sup>.

În fine, dacă există totuși întrebarea firească: „De ce să mergem în pelerinaj dacă Dumnezeu este peste tot?”, răspunsul este foarte simplu, iar enunțarea lui o face același Emerit Papă, *Benedict al VI-lea*, în vizita pe care a întreprins-o la Catedrala din Santiago de Compostela. Fiecare dintre noi este pelerin în interior, spune părintele, omul este mereu pe drum, în căutarea adevărului, și cu toate acestea el trebuie să se exprime și în exterior. Din moment ce experiența noastră nu este doar pur intelectuală, este cu adevărat necesar să ieșim doar pentru a fi realmente pe drumul către transcendență, a ne transcede pe noi înșine, a transcede cotidianul și a găsi în acest fel o nouă libertate, un timp de rugăciune interioară de identificare a sinelui nostru, de a-l vedea pe altul, pe Dumnezeu<sup>35</sup>.

## **I.5. Dimensiunea teologică. Generalități**

---

<sup>34</sup> Cf. MIREL BĂNICĂ, „Practica pelerinajului în România contemporană”, în *Buletin științific*, Fascicula Filologie, Seria A, vol. XX, 2011, p. 293.

<sup>35</sup> Cf. *ibidem*.

Este clar pentru oricine că dimensiunea teologică a pelerinajului este strâns legată de obiectul de atracție al acestuia, adică ceea ce oamenii caută, dacă vorbim despre o dimensiune spirituală, sacră sau de relaționarea cu Dumnezeu, însă trebuie ca nașterea pelerinajului să plece de undeva, concret, să fie motivată de un aspect clar. Stimularea unei călătorii religioase poate fi făcută prin:

- locurile deosebite unde sunt aceste teritorii sacre,
- persoane deosebite care sunt acum moaște sau sfinți,
- evenimente deosebite, cum e cazul unor apariții supranaturale – ca aparițiile Fecioarei Maria de la Lourdes, subiect pe care îl voi detalia într-unul din capitolele următoare,
- obiecte deosebite care provoacă miracole, ca icoane făcătoare de minuni, statui care plâng sau, cel mai simplu de direcționat, Giugiul din Torino.

Dar pentru ca un pelerinaj să aibă o alură autentică acesta trebuie să fie legat clar de o atitudine de credință pe care ar trebui ca pelerinul, călătorul religios, să o aibă, acest fiind un aspect care diferențiază activitatea de pelerinaj de cea de turist religios.

Alexandru Ojică, într-unul din articolele sale publicate în Ziarul Ortodox, *Lumina de Duminică*, pornește foarte profund în căutarea fondului spiritual al pelerinajului. Potrivit lui, începând cu epoca *Sfântului Constantin cel Mare* asistăm la o reală schimbare de paradigmă. *Edictul de la Milan* și-a găsit completarea firească și în ordinul spiritual pentru că prin găsierea și înălțarea Sfintei Cruci, Ierusalimul a început să fie căutat mai des de creștini. După ce a fost distrus în anul 70 de *Titus* și *Vespasian*, Ierusalimul, sau mai bine zis, Orașul păcii, nu reprezenta un punct de atracție pentru creștini, pentru că Locurile Sfinte nu mai existau în forma descrisă de autorii Noului Testament. Orașul, reconstruit ulterior după toponimia sacră creștină și beneficiind de o conjunctură istorică favorabilă, își recâștigă valoare de simbol la începutul secolului al IV-lea. *Ierusalimul ceresc* își găsește, iarăși, *un echivalent pământesc*, iar drumul la Locurile Sfinte, deci pelerinajul, începe să fie înțeles ca o formă de adorare a Mântuitorului Cristos, Sfânta Cruce fiind dovada prezenței sale alături de biserica ce era nou construită. Trebuie amintit și faptul că pentru *Sfântul Grigorie de Nyssa*, contemporan cu *Împăratul Constantin cel Mare*, drumul parcurs până la Ierusalim poate fi înțeles ca o formă de asceză din cauza condițiilor de călătorie din acea perioadă. Eusebiu de Cezareea nota despre construcția bisericii de la Sfântul Mormânt de către Împăratul Constantin: „Curând după aceea a mai înălțat iubitorul de Dumnezeu, *Constantin*, și un

magnific monument (mormânt) pe pământul Palestinei, iată despre ce este vorba: împăratul socotea că era de datoria lui ca atât de binecuvântatul loc al mântuitoarei Învieri de la Ierusalim să arate frumos și să fie venerat de lume. De aceea a dat poruncă nezăbavnic să se înalțe un sălaș al rugăciunii; iar gândul acesta nu i-a venit din uitarea de Dumnezeu, ci dintr-o pornire a duhului stârnită de Mântuitorul însuși”<sup>36</sup>.

Și clarifică, privind drumul la Locurile Sfinte, ca un contributor la răspândirea și uniformizarea cultului sfințelor moaște. Descoperirea moaștelor *Sfântului Arhidiacon Ștefan* în 415 este o mărturie în acest sens. Ca exemplu, pelerinajul făcut de *Egeria* este un bun argument în a demonstra legăturile între creștinii din partea de vest a *Imperiului Roman* și cei din *Răsărit*. *Egeria*, dacă este să ne întoarcem pentru scurt timp la dimensiunea istorică a pelerinajului – dar doar pentru a înțelege sensul teologic, confirmă o perspectivă apuseană asupra imperiului din vremea ei: trăia într-un imperiu mediteranean creștin văzut din marginile sale occidentale ca și cum ar gravita în jurul Ierusalimului și al Constantinopolului. *Pelerinul din Bordeaux* și *Egeria* au călătorit în principal pe uscat, însă cu toate acestea porturile din sudul Galiei - *Marseille* sau *Narbonne* - ar fi putut oferi un acces ușor și relativ rapid pe mare spre estul Mediteranei. Dacă din punct de vedere material pelerinajul oferea posibilitatea de a întâlni și a cunoaște diferite practici creștine, într-o vreme în care învățătura creștină se cristaliza ușor, cel mai bun exemplu fiind cel al cultului divin public, din punct de vedere spiritual folosul este unul imens<sup>37</sup>.

Pelerinajul este o memorie vizuală a locurilor unde s-a arătat în lume *iubirea și lucrarea minunată a Lui Dumnezeu* pentru oameni și „prin oameni”. Pelerinul atinge locul sfânt sau moaștele sfântului în care și prin care s-a arătat prezența sfințitoare a lui Dumnezeu într-un mod deosebit de intens, pentru ca el să-și intensifice credința și iubirea sa pentru Dumnezeu. De aceea, pelerinajul se face pentru a intensifica rugăciunea și viața spirituală în general, ca act spiritual de mulțumire adusă lui Dumnezeu pentru binefacerile primite de la El, deci este în sine un act de ofrandă de grațitudine, motivat de dorința puternică de a primi ajutorul de la Divinitate, pentru a realiza ceva deosebit, important, pentru a fi vindecat, de asemenea cuprinde actul de pocăință pentru păcatele comise și pentru mântuirea sufletului.

---

<sup>36</sup> ALEXANDRU OJICĂ, „Pelerinajul creștin, dimensiune a urcușului spiritual”, în ziarul *Lumina de Duminică*, 2 aprilie 2017, pe <http://ziarulumina.ro/pelerinajul-crestin-dimensiune-a-urcusului-spiritual-121307.html>, accesat la 3 martie 2019.

<sup>37</sup> Cf. *ibidem*.

Pelerinajul este un drum care își cunoaște finalitatea, își are bine stabilite obiectivele, el este o formă de prețuire a timpului avut la dispoziție și nu o pierdere în unele aspecte mărunte ale vieții spirituale. Pelerinajul nu este un drum făcut în singurătate, ci în compania altor creștini, care, cel mai probabil, urmează același drum. Este, așadar, o formă de comuniune între mădularele Trupului tainic al lui Cristos. În tradiția creștină pelerinajul, probabil o constantă a umanității, are de fiecare dată un sens al renașterii, chiar dacă este individual sau colectiv, un timp de rugăciune, penitență, de viață fraternală, organizat fie individual de un grup de oameni sau de o Biserică ce se ocupă de astfel de călătorii spirituale.

Creștinii, oricum, au fost pe un drum înțeles atât ca *peregrinare*, mai ales, dar este de dorit să fi fost în pelerinaj în drumul spre patria cerească. Pelerinaj trăit intens și înțeles corect. Pentru că, după cum spunea și celebrul filosof și teolog rus Alexei Homiakov, „*în iad fiecare merge pe cont propriu, în cer nu putem merge decât în unire unii cu ceilalți*”.

Revenind la natura actuală, putem spune că pelerinajul este un puternic instrument pastoral ce reușește să motiveze credincioșii, ce are puterea să capaciteze atenția și să transmită mesaje creștine. Pelerinajele pot să adune și să genereze în jurul lor o acțiune complexă de revigorare religioasă și să ofere locului de pelerinaj o identitate unică. În inimile credincioșilor, pelerinajele ocupă un loc deosebit, iar acest fapt nu este ceva nou. Pelerinajul fără doar și poate, de la începutul Bisericii Creștine, a fost folosit ca instrument pastoral, iar în ultimele secolele Biserica s-a folosit de forța pelerinajului ca să contrabalanseze presiunile detractorilor, manifestate prin tendințele seculariste, despre care am și amintit, discursurile iluministe, raționaliste sau modul de gândire ateist. Și ca să dăm un exemplu recent, atunci cel al Bisericii Ruse este potrivit, care, după coborârea Cortinei de Fier, s-a folosit de forța pelerinajelor și de obiceiul de a o venera pe Fecioara Maria pentru a recâștiga poziția de lider spiritual din dorința de a pune stavilă tendinței seculariste, manifestată de fostul regim comunist<sup>38</sup>.

Mihaela Apostol spune că pelerinajul nu este o călătorie obișnuită ci are un scop precis și un traseu bine determinat către locul sacru. Astfel, pelerinul nu rătăcește fără rost pe drum, în căutarea unei aventuri, ci călătorește spre un loc miraculos, care are forța să-l transforme, chiar. Pelerinajul presupune părăsirea realității cotidiene, a unei lumi cunoscute și plecarea într-o

---

<sup>38</sup> Cf. PETER JAN MAGRY, *Shrines and Pilgrimage in the Modern World New Itineraries into the Sacred*, Amsterdam University Press, 2008, pp. 15-16.



călătorie, spre o realitate nesigură și necunoscută, iar presiunea crește direct proporțional cu distanța dintre lumea cunoscută și lumea necunoscută. Iar, atingerea locului sacru – care este și trofeul râvnit - se face după parcurgerea traseului inițiativ printr-un teritoriu necunoscut. În aceeași idee, în general, față de alte tipuri de rituri, pelerinajele cer o perioadă mai îndelungată de timp pentru a le practica, însă nu toate pelerinajele sunt la fel de cronofage și nici nu presupun acțiuni ritualice identice<sup>39</sup>.

În devinitiv, locurile de pelerinaj sunt zone sacre, chiar spații privilegiate, unde se produce o ruptură în continuitatea firească a lumii. În spațiile acestea transcendente locuiește divinitatea, iar forța sacră ființează după alte reguli decât în realitatea cotidiană, cu care suntem noi obișnuiți. Mircea Eliade explică sacrul ca fiind o realitate de ordin complet, de care omul își dă seama doar prin opoziție cu profanul. Deci, manifestarea sacrului transformă acel obiect sau spațiu în altceva, însă fără a-și pierde materialitatea, ci doar realitatea ei imediată care devine o realitate supranaturală. Iar pendularea între sacru și profan este sinonimă cu pendularea între ireal și real<sup>40</sup>. Acesta afirmă că sacrul și profanul sunt cele două moduri de „a fi în lume”<sup>41</sup>; spațiul, în mintea omului credincios, nu are o structură uniformă, ci prezintă diferite calități: loc sfânt și loc fără valoare spirituală. Omul religios își dorește să trăiască în spațiul sacru, într-o lume sanctificată, eternă, neschimbătoare. Iar Eliade spune că acesta este motivul pentru care credinciosul simte nevoia să organizeze spațiul sacru și face gestul acesta repetând simbolic lucrarea exemplară a zeilor și consacrand spațiului o esență divină, transformându-l într-un arhetip ceresc<sup>42</sup>.

---

<sup>39</sup> Cf. MIHAELA SIMONA APOSTOL, *Pelerinajul și comunicarea mediatică*, Editura Pro Universitaria, București 2012, p. 10.

<sup>40</sup> Cf. MIRCEA ELIADE, *Sacrul și profanul*, trad. de Brîndușa Prelipceanu, Editura Humanitas, București 1995, p. 9.

<sup>41</sup> Cf. *ibidem*, p. 11.

<sup>42</sup> Cf. *ibidem*, p. 26.

## II. Miracolul

### II.1. Ce este Miracolul?

Prin termenul *miracol*, derivat din cuvântul din limba latină *miraculum*, ceea ce desemnează "ceva miraculos, ori ceva minunat", se înțelege luarea la cunoștință a unei presupuse *intervenții divine* în universul sensibil prin care cursul normal al evenimentelor și al legilor naturii este suspendat, schimbat, modificat sau refăcut. Deși multe texte religioase vorbesc despre miracole care s-au întâmplat și mulți oameni confirmă participarea la acestea sau propovăduiesc viitoarea lor existență, confirmările științifice ale miracolelor sunt subiectul de perpetuă dispută dintre diferite grupuri de "credincioși" și "necredincioși". Oamenii care împărtășesc diverse credințe religioase au definiții foarte diferite a ceea ce este sau nu un "miracol". Chiar și în cazul aceleiași religii există adesea mai multe definiții și utilizări ale termenului și de aici și confuzia referitoare la adevărata semnificație. În primă instanță, termenul "miracol" s-ar putea referi la acțiunea unei ființe supranaturale, care poate fi sau nu un zeu sau o zeitate, iar prin contrast, expresia "intervenție divină" definește implicit o participare directă a unei zeități. Folosit în cazuri obișnuite, termenul "miracol" se mai poate referi la orice ce ține de "învingerea" probabilității de întâmplare a unui eveniment dezastros, dar într-un mod care este în final pozitiv sau la orice ce este considerat ca "minunat", "miraculos" sau "magnific".

Întâmplător sau nu, potrivit *Enciclopediei Universale Britannica*, *miracolele* sunt piese medievale de teatru, în limba maternă, o prezentare reală sau ficțională a vieții, a minunilor și a pătimirilor unui sfânt. Acestea au evoluat din drama liturgică din secolele X–XI, ce marca sărbătorile religioase de peste an. Prin secolul al XIII-lea, miracolele erau separate de slujba religioasă și se jucau în afara Bisericii, la sărbători, cu actori amatori din breslele meșteșugărești și din afară. Cele mai multe miracole erau inspirate din viața Fecioarei Maria și a Sfântului Nicolae,

care era foarte popular în Evul Mediu<sup>43</sup>. Deci punctul de plecare, fără îndoială, este legat de o Divinitate și de ajutorul primit printr-un trimis – fie Fecioara Maria, Isus ori un sfânt anume.

Definirea termenului de *miracol*, astăzi, ne duce într-o zonă de credință, de religiozitate și am putea să spunem că *un miracol este un eveniment supranatural*. Miracolul este evenimentul care pare să depășească legile cunoscute ale naturii, ca rezultat direct al intervenției divine sau ca efect al unor legi pe care noi, oamenii, nu le putem înțelege. Dar, din moment ce toate legile Lui Dumnezeu sunt naturale, nimic nu se întâmplă accidental sau fără voința sau permisiunea divină, de aici rezultă că din punct de vedere religios, miracolul este un eveniment care ne arată puterea, prezența sau scopul lui Dumnezeu în legătură cu un grup de persoane, activitățile lor, interacțiunile lor sau pur și simplu, individual. Vechiul și Noul Testament relatează multe astfel de miracole, iar de-a lungul istoriei au fost relatate miracole în toate părțile lumii. Prezentul în care trăim ne oferă, de asemenea, o multitudine de situații pe care le putem încadra exact în acest context, cel al miracolelor.

Pentru a înțelege „poveștile” despre miracole, așa cum au fost ele percepute de cei care au crezut în ele imediat după ce s-au petrecut, trebuie întâi să facem abstracție de faptul de a privi lucrurile din punct de vedere științific. În timp ce un savant poate spune că „miracolele nu s-au întâmplat”, și să aibă dreptate – aducând o serie de explicații prin dovezi palpabile, din punctul său de vedere – această declarație nu are nicio legătură cu sensul religios al faptelor. Din punct de vedere spiritual, miracolele nu sunt dovedite doar din punct de vedere factual, ci și pentru că ele au un anumit înțeles pentru cei cărora li s-au întâmplat; oamenii cred în ele pur și simplu, sau, au văzut cu ochii lor acel miracol. Se poate, deci, să credem că anumite „miracole” s-au întâmplat, iar acest lucru devine un act de credință, fie personal, individual, fie de grup, ceea ce duce la o și mai mare creștere a garanției celor întâmplate.

Dar poate că pentru creștini, spre exemplu, cel mai important este tocmai miracolul Învierii, pentru că exact pe asta se bazează credința creștină. Rațiunii îi e greu să creadă acest lucru, că cineva poate învia, pentru că nu a mai văzut niciodată un om înviind. Dar în speranță se poate crede. Pentru că, prin definiție, speranța este acea perseverență în încredere care nu se bazează pe dovezi. Sf. Paul spune: „Dar speranța care se vede nu este speranță, deoarece cum ar putea spera

---

<sup>43</sup> Cf. „Miracle”, în *Enciclopedia Universală Britannica*, vol. 10, Editura Litera, București 2010, p. 247.

cineva ceea ce vede?” (Rom 8, 24). Ce se vede e dovedit, nu e sperat. Speranța înseamnă „să nu vezi, și să crezi”. Niciunul dintre noi nu a văzut ce a văzut Ezechiel. Niciunul dintre noi nu L-a văzut pe Cristos înviind și mormântul gol. Însă lucrul acesta ne face în stare să sperăm. Dacă am fi văzut totul, am fi fost doar unii care certifică starea de fapt. Însă fiindcă nu am văzut, creștinismul nostru înseamnă capacitatea de a spera, de a avea încredere. Este idealul către care ne împinge religia noastră: acela de a deveni ființe care, deși atunci când au văzut nu au crezut, spre exemplu Adam, în Paradis, să ajungă ca, chiar și atunci când nu văd, cum suntem noi astăzi, să spere, să creadă și să îl iubească pe Dumnezeu așa cum omul nu l-a mai iubit niciodată. Acesta este *miracolul* pe care Dumnezeu îl face prin Înviere, spune Alina Kartman, într-un articol pe care îl semnează în *Semnele Timpului*<sup>44</sup>.

Cert este că poveștile miraculoase trăiesc veșnic. Ele apar în toate tradițiile religioase și, deși tradițiile se schimbă foarte mult de-a lungul secolelor, poveștile miraculoase rămân aceleași. Krister Stendahl, profesor de studii biblice la *Harvard Divinity School* și episcop al Bisericii Lutherane din Suedia, îi scrie lui Anton Fridrichsen despre problema miracolului în creștinismul primitiv. Acesta aprobă convingerea teologică a lui Fridrichsen că adevărata credință și religia vitală este și va rămâne mitică, miraculoasă și rezistentă la reduționismul teologic – ortodox, conservator, liberal sau radical și indiferent de perspectiva pe care o are asupra tradiției credinței care știe să capete atenție, poveștile miraculoase rămân același tip de enigmă din generație în generație. Întrebările adresate astăzi de credincioși devotați și critici agnostici, de către oamenii de știință, teologi și oamenii de știință empirici, de către mitologi și raționaliști, sunt aceleași întrebări ca și ale grecilor antici și romanilor și creștinilor, în general, care întrebau despre miracole c-au petrecut cu 2.000 de ani în urmă. Numeroase explicații ale poveștilor miraculoase au umplut volume nenumărate de-a lungul secolelor. Nici unul, până în prezent, nu satisface foamea minții umane și a spiritului pentru un răspuns final la întrebarea, "sunt miracole reale, sau o himeră a imaginațiilor noastre? Ce s-a întâmplat cu adevărat și ce înseamnă?".<sup>45</sup>

Un miracol este, deci, un eveniment extraordinar care manifestă intervenția divină în relațiile umane. Această definiție este adesea contestată de cei care nu cred că există un Dumnezeu

---

<sup>44</sup> Cf. ALINA KARTMAN, *Ce înseamnă pentru creștini miracolul Învierii*, articol, <https://semneletimpului.ro/religie/paste/ce-inseamna-pentru-crestini-miracolul-invierii.html>, accesat la 13.03.2019.

<sup>45</sup> ELLENS J. HARROLD, „Miracles, God, Science and Psychology in the Paranormal”, în ELLENS J. HARROLD (ed.), *Religious and Spiritual Events*, vol. 1, Editura Greenwood Press, Praeger, USA, 2008, p. XIII, Introduction.

supranatural sau, dacă există, că El intervine în relațiile interumane. Majoritatea liderilor Israelului nu au acceptat miracolele lui Isus, chiar dacă erau dovezi empirice ale divinității sale. Pentru că El a fost Dumnezeu, Isus ar putea efectua miracole. Când a fost întrebat de către ucenicii lui Ioan Botezătorul dacă El este Mesia, Isus le-a spus că miracolele pe care le-a înfăptuit îl acreditează ca Mesia (cf. *Matei* 11, 4-6). Spune Isus: „Mergeți și spuneți lui Ioan cele ce auziți și vedeți. Orbii își capătă vederea și șchiopii umblă, leproșii se curățesc și surzii aud, morții înviază și săracilor și se binevestește. Și fericit este acela care nu se va sminti întru Mine” (*Mt* 11, 4-6). Miracolele au continuat să apară ulterior. Chiar și la sfârșitul secolului al V-lea de la moartea lui Isus, Sf. Augustin în lucrarea *Cetatea Lui Dumnezeu* spune despre 71 minuni care apar pe o perioadă de doi ani ca mărturie a existenței lui Dumnezeu. Cinci dintre acestea au fost de înviere a morților<sup>46</sup>.

## II.2. Dumnezeu și Miracolul

Schimbările pornesc tocmai din mintea, în continuă evoluție, și din sufletul, în directă proporționalitate, celor care sunt interesați de un anumit aspect, în cazul nostru, unul religios. Ceea ce este important pentru noi va căpăta semnificații profunde și va evolua înspre un studiu riguros dacă suntem preocupați intens de ceea ce ne macină, de aflarea unei părți de adevăr, de descoperirea cauzelor fundamentale ale aparițiilor misterioase ori de realitatea vindecărilor oricăror traume, după dezvelirea „miracolului”. De toate aceste lucruri îmi propun să mă ocup în acest capitol, pornind de la o întrebare: Dar nu cumva miracolul trebuie să plece de la cauza divină?

Cunoașterea existenței lui Dumnezeu dobândește o universalitate și o certitudine de neînvins. De altfel, chiar și cei care nu înțeleg dovezile filosofice ale existenței lui Dumnezeu sunt informați asupra acestui adevăr prin revelația divină. Filosofi sau nu, toți oamenii cărora le este comunicat cuvântul său prin predicarea Scripturii, și care-l acceptă ca provenind de la El, înțeleg prin chiar acest fapt că Dumnezeu există. Însă, nici filosofii înșiși nu trebuie să uite că Dumnezeu și-a revelat existența și să adere astfel la acest adevăr prin credință. Există demonstrații raționale care permit cunoașterea sigură a existenței lui Dumnezeu, dar certitudinea credinței, care se

---

<sup>46</sup> Cf. WILLIAM P. WILSON, „How Religious or spiritual miracle events happen today”, în ELLENS J. HARROLD (ed.), în *op.cit.*, p. 264.

întemeiază pe infailibilitatea Cuvântului lui Dumnezeu este infinit mai solidă decât orice fel de cunoaștere dobândită doar prin rațiunea naturală, oricât de temeinică ar fi aceasta.

În ceea ce privește revelația, eroarea este absolut imposibilă, deoarece izvorul cunoașterii credinței îl constituie însuși Dumnezeu, adică Adevărul. E adevărat însă că premisă este acceptarea acestei Revelații. De aici rezultă consecințe importante, dintre care prima este aceea că teologul, invocând la începutul reflecției sale Cuvântul lui Dumnezeu care îi revelează propria existență, afirmă în numele credinței existența obiectului științei teologice. În acest sens, toată teologia depinde de acest *adevăr prim*, asupra căruia trebuie să reflectăm<sup>47</sup>.

Realitatea unui Dumnezeu supus suferinței, care decide prin Întrupare să împărtășească întru totul natura muritorilor, are cel puțin două semnificații. Mai întâi, el afirmă credința într-o lege a justiției universale care acționează, figurat vorbind, ca un mecanism homeostatic: are nevoie de suferință spre a restabili echilibrul alterat de forța distructivă a răului. Nu numai debitorul real, dar și oricare altă persoană poate face față acestei exigențe, cu condiția să acționeze voluntar; cu alte cuvinte, în distribuirea datoriilor pot avea loc transferuri, dar numai dacă ele sunt liber acceptate. Jerta are sens în măsura în care umple golul lăsat de un act rău în masa Ființei. Același simbol e, în al doilea rând, o recunoaștere fățișă a slăbiciunii noastre; neamul omenesc are nevoie de o figură divină penru a plăti încă o dată uriașa datorie în care s-a înglodat; lipsită de capacitatea de a o achita singură, ea își mărturisește în felul acesta infirmitatea morală. Dar în același act de conștientizare a slăbiciunii sale, omenirea își afirmă grandoarea și demnitatea: omenirea e în ochii lui Dumnezeu o comoară suficient de valoroasă ca să determine coborârea Fiului dumnezeiesc în lumea trupului și a suferinței, precum și moartea umilitoare pe care o acceptă pentru tămăduirea omului<sup>48</sup>. Este, deci, lesne de înțeles că și în cazul nostru, necesitatea miracolului într-un pământ ales cu un anumit scop, la o anumită perioadă.

Cunoașterea existenței lui Dumnezeu, înțeleasă ca asentiment la revelația care ne este făcută, este cu totul diferită de cea pe care ne-o dă filosofia, datorită faptului că, pentru credincios, ea constituie un prim contact real cu Dumnezeu, primul său pas în drumul către scop, care este *viziunea beatifică*. Credința oferă credincioșilor o călătorie obscură, dar sigură, care nu duce spre

---

<sup>47</sup> Cf. ETIENNE GILSON, *Introducere în filosofia creștină*, Editura Galaxia Gutenberg, Târgu-Lăpuș 2006, p. 12.

<sup>48</sup> Cf. LESZEK KOLAKOWSKI, *Religia: dacă nu există Dumnezeu...: despre Dumnezeu, Diavol, Păcat și alte neazuri ale așa-numitei filozofii a religiei*, Editura Humanitas, București 1993, p. 54.

metafizică, ci spre mântuire. Dumnezeu ne-a revelat existența Sa, doar pentru faptul că începea - în această inițiativă gratuită - să ne dea, în obscuritate, un fel de garanție în ceea ce privește scopul nostru: *accidentem ad Deum oportet credere, quia est*. Nici o filosofie, nici o cunoaștere naturală a Lui Dumnezeu nu ne-ar putea garanta, în vreun fel, o cunoaștere a existenței lui Dumnezeu referitoare la economia mântuirii. [...] Raportul dintre credința în existența lui Dumnezeu și cunoașterea sigură pe care o conferă demonstrațiile filosofice nu ridică, astfel, nici o problemă insolubilă<sup>49</sup>.

### II.3. Miracole ale lumii

*Miracolul Soarelui.* În anul 1917, în Portugalia, lângă Fatima, trei frați au afirmat că Maica Domnului a apărut în fața lor și le-a spus că pe 13 octombrie în acel an va avea loc o minune. În acea zi, Soarele a apărut în mod neobișnuit pe cer, sub forma unui disc uriaș. Reporterii prezenți la eveniment au scris multe pagini despre acest fenomen. Biserica a adăugat acest miracol pe lista de minuni oficiale în anul 1930.

*Imaginea Fecioarei Maria.* În 1531, pe câmpurile de lângă Mexico City, un țăran pe nume Juan Diego a văzut o apariție a Fecioarei Maria, care a cerut ca o biserică să fie construită în onoarea ei. Fecioara i-a cerut omului să adune flori de pe un deal și să le pună în mantia lui. Ulterior, mantia avea imprimată imaginea Fecioarei Maria. Deși au fost câteva analize științifice ale așa-zisului miracol al Fecioarei din Guadalupe, nimeni nu a ajuns la o concluzie definitivă. La 31 iulie 2002, Sfântul Părinte Ioan Paul al II-lea l-a canonizat pe Juan Diego, în fața unei mulțimi de 12 milioane de oameni, incluzându-l în același an în calendarul general al ritului roman, putând fi comemorat opțional. Totodată au fost fixate celebrările liturgice ale Sfântului Juan Diego Cuauhtlatoatzin (9 decembrie) și ale Sfintei Fecioare Maria din Guadalupe (12 decembrie), care din anul 2002 pot fi comemorate la scară planetară.

*Sângele miraculos.* O catedrală din Neapole deține un flacon cu sângele unui martir din era crștină timpurie, Sântul Januarius. Sângele este „uscat” în mai tot timpul anului, dar se lichefiază în mod misterios de trei ori pe an.

---

<sup>49</sup> Cf. ETIENNE GILSON, *op.cit.*, p. 15.

*Levitația Sfântului Iosif.* În 1600, Sfântul Iosif din Copertino a intrat într-un extaz religios și, potrivit relatărilor, el a plutit peste mulțime. Se pare că a experimentat această levitație de mai multe ori, o dată chiar în fața Papei Urban al VIII-lea. Sfântul Iosif din Copertino, declarat mai apoi patronul aviatorilor și al cosmonauților, avea harul de a pluti deasupra pământului. Acesta a avut o viață plină de viziuni și de stări din domeniul supranaturalului. Aceste stări se declanșau la simpla vedere sau audiere a ceva sfânt: muzica bisericească, sunetul clopotelor, numele lui Dumnezeu sau al Fecioarei Maria.

*Statuia care plânge.* În 1973, sora Agnes Katsuko Sasagawa din Akita, Japonia, a avut o viziune cu Fecioara Maria. Pe 28 iunie, o rană în formă de cruce a apărut în podul palmei stângi a lui Agnes. Câteva zile mai târziu, maicile au observat cum din palma dreaptă a unei statui a Fecioarei Maria, aflată în biserica mănăstirii, au început să curgă picături de sânge. Acest lucru s-a întâmplat până pe 29 septembrie, când semnele au dispărut. Doi ani mai târziu, aceeași statuie a început să plângă. Un profesor al Institutului de Medicină Legală din Akita a confirmat că lacrimile și sângele sunt de natură umană. În iunie 1988, cardinalul Ratzinger (actualul papă Benedict al XVI-lea), prefect al Congregației pentru Doctrina Credinței, a declarat că minunile sunt autentice<sup>50</sup>. Conform **Anexa Miracole**.

#### **II.4. Conceptul miracolului și adversarul său. Dar totuși...miracol**

Unul dintre renumiții „demolatori” ai miracolelor a fost filosoful David Hume. Adept al empirismului, unul din cei mai importanți reprezentanți ai iluminismului scoțian, un critic al dogmatismului metafizic și religios, recunoscut și pentru modul curajos în care a abordat o serie de subiecte filozofice cum ar fi cauzalitatea, probabilitatea, identitatea personală sau originea virtuții, de pe poziții, mai degrabă, sceptice, el spune că miracolul este o „transgresie a legilor naturii datorată unei voințe divine sau a interpoziției unui agent invizibil” sau o violare a unor legi ale naturii. Este evident însă că, în prezent, noi oamenii folosim terminologia de „miracol” pentru a face referire la un eveniment ce prezintă foarte puține șanse de a se produce. David Hume era

---

<sup>50</sup> Cf. CĂTĂLINA BURLAN, pe <http://ortodoxia.rol.ro/cele-mai-mari-miracole-religioase-ale-lumii-935083.html>, accesat la 13.03.2019.



conștient de faptul că oricât de rațională va deveni o civilizație, credința în miracole nu are cum să fie eradicată. Noi, oamenii, pur și simplu suntem îndrăgostiți de fantastic. Tocmai, natura umană e cauza pentru care ne place să fim cei care răspândesc veștile fantastice, iar cu cât e vestea mai fantastică, cu atât meritul ei și al nostru crește. Hume vorbește despre vanitate, despre deziluzie și prozelitism al celor care au fost „martorii” unor miracole ce au stat la baza multor fraude pioase, care la rândul lor, au stat la baza unor cauze sfinte și merituoase. Ce spune Hume se adevărește de fiecare dată când are loc un dezastru în care se pierd mii de vieți, căci întotdeauna se găsește cineva care își consideră supraviețuirea un adevărat miracol, ignorând soarta miilor de oameni din jurul său, iar mass-media, încercând să ofere un pic de speranță celor afectați de cutremure sau inundații, promovează „poveștile miraculoase”.

Argumentul suprem al lui David Hume a fost modelat după unul care îi aparține lui John Tillotson, Arhiepiscop Anglican de Canterbury. Tillotson, dar și alții de dinaintea lui, încercau să argumenteze ceea ce ei numeau *o apărare a creștinismului prin bun-simț*. Argumentul Arhiepiscopului Tillotson era îndreptat împotriva doctrinei catolice a *transsubstanțierii*. Pâinea și vinul folosite la Sf. Liturghie se preschimbă prin cuvintele preotului în Trupul și Sângele lui Isus, păstrându-și caracteristicile pâinii și vinului. În schimb, realitatea substanțială este diferită, dar pe plan spiritual. Tillotson afirmă că dacă seamănă cu o pâine, miroase ca o pâine și are același gust ca o pâine, atunci e o pâine. Dacă vrem să credem altceva trebuie să renunțăm la toate experiențele care sunt bazate pe simțuri. Acest argument nu are nimic de-a face cu argumentul sceptic despre lipsa de certitudine a experiențelor senzoriale. Argumentul nu se adresează certitudinii, ci mai degrabă credinței rezonabile. Tillotson spune că dacă catolicii au dreptate în privința *transsubstanțierii*, atunci și o carte ar putea fi un episcop, ori un scaun ar putea fi catedrala Westminterster. Deci, proprietățile și atributele unui lucru nu ar mai avea nici o relevanță pentru substanța sa; tot ce percepem ar putea să nu aibă vreo legătură cu ceea ce pare să fie. Credința în transsubstanțiere ar însemna să abandonăm baza cunoștințelor noastre, adică, mai precis experiența senzorială. Așadar, David Hume își începe eseul despre miracole prin elogiul aduse argumentului lui Tillotson și spune că „este atât de elegant și puternic pe cât ar putea fi orice alt argument opus

unei doctrine ce nu se merita combătută serios” și are și un soi de mândrie ce se referă la faptul că a descoperit un argument asemănător care va combate orice fel de superstiție, din orice vreme.<sup>51</sup>

Revenind la ce spuneam la început, tot Hume spune că un miracol este, în general, definit a fi o încălcare sau o suspendare a unei legi a naturii și că legile naturii sunt expresia cea mai completă a experiențelor acumulate ale rasei umane. În acest context, Hume a fost de părere că nici o mărturie a omului nu ar putea dovedi un miracol.<sup>52</sup>

Să mergem pentru scurt moment către textul biblic, pentru aspectul teologic, la *Geneză*. Biblia începe cu unul dintre cele mai mari *miracole* ale lui Dumnezeu - crearea universului din nimic. *Geneza* afirmă suveranitatea completă, universală, a lui Dumnezeu. Toate celelalte sunt subordonate și nu se vor închina niciodată. Omenirea este categoric distinctă de restul creației, în virtutea faptului că a fost creată în chipul lui Dumnezeu (cf. *Gen* 1, 26-28). Căderea, urmată de o creștere a răului contracarează scopurile creatoare ale lui Dumnezeu.

Următorul miracol major, inundațiile, potopul, afirmă astfel atât judecata lui Dumnezeu despre răutatea extremă, cât și despre harul Său, promițând că nu va mai distruge umanitatea atât de complet (cf. *Gen* 6, 3; 9, 15-16). Dar acestea sunt doar două din multele exemple, fie din Vechiul sau Noul Testament, ce pot fi date, dacă o luăm de la Începuturi. Miracolul merge, deci, paralel cu creația și dezvoltarea umană de acolo înainte, trece apoi prin Noul Testament și apare că exprimă intervenția divină pe tot parcursul său. Însăși Nașterea Mântuitorului și jertfirea lui, alături de Înviere este un miracol care se întinde pe parcursul a 33 de ani. Poate rezulta de aici că și Cartea Sfântă este mai degrabă o culegere de miracole și texte pline de sens pentru oricine le citește cu atenție și credință, pentru un rezultat bun. Concluzia poate fi rezumată la un singur verset din evanghelii: „Privindu-i, Isus le-a spus: «Pentru oameni acest lucru este imposibil, dar pentru Dumnezeu toate sunt posibile»” (*Mt* 19, 26).

## II.5. Parcursul „miracolului”

---

<sup>51</sup> Cf. ALFRED RUSSEL WALLACE, *On miracles and modern spiritualism, Three essays*, Cambridge University Press, London, First published in 1875, Digital printed version 2009, p. 5.

<sup>52</sup> Cf. *ibidem*, p. 35.

Situația miraculoasă pe care o prezint pe parcursul acestei lucrări se referă la apariția Fecioarei Maria, iar acest gen de lucruri sunt numite în literatura științifică *apariții mariane*. Ele au o vechime istorică din punct de vedere al obișnuinței manifestărilor ei. Amploarea acestora și mai ales un grad de manifestare obiectiv obligă știința să accepte faptele. Astfel de apariții mariane nu pot fi clasate pe tărâmul iluziilor sau al halucinațiilor. În principiu aceste apariții sunt posibile: Dumnezeu dispune întotdeauna în deplină libertate și putere supremă de legile naturale ale creației sale, putând să dea mărturie despre Sine însuși și despre realitățile care transcend câmpul experienței<sup>53</sup>. Aparițiile pot fi fenomene sau experiențe prin care obiecte sau persoane în sine invizibile empiric ajung să fie văzute de om. Dar singurele apariții reale sunt cele voite de Dumnezeu care ca un stăpân al legilor naturale create de tocmai de El, poate arăta sau manifesta realități ce depășesc experiența senzorială. Un principiu sănătos legat de aceste fenomene este aceea de a nu le dori și a nu le cere, lăsându-le la atitudinea lui Dumnezeu, când acesta va considera. Cercetătorii empirici, inclusiv psihologul care nu pleacă de la credința religioasă, asociază apariția unui „mecanism halucinatoriu”, adică o percepție fără obiect, iar de aici este tentat să-i eticheteze și să-i diagnosticheze pe vizionari, iar trăirile lor (aparițiile) să fie puse în categoria bolilor psihice, produse de inconștient și care acționează asupra imaginației, făcând să fie perceput ca real obiectul unei dorințe. Însă, cu toate acestea, există o diferență între bolnavul psihic și adevăratul vizionar, care spre deosebire de primul, are simțul realității, liniște sufletească. În ciuda asemănării mecanismelor halucinatorii și de viziune, nu se poate accepta o asemănare și o identificare între fenomenele acestea. Pe de altă parte, teologul pleacă de la posibilitatea pe care Dumnezeu o are de a se arăta în istorie printr-o serie de semne obișnuite sau neobișnuite și definește aparițiile ca niște experiențe psihice spirituale, în care obiecte sau persoane care nu se văd, intră în mod supranatural în sfera simțurilor. Aparițiile sunt caracterizate de două elemente: o persoană care se află în afara câmpului normal al experienței noastre senzoriale și celălalt element îl constituie percepția acesteia de către vizionari prin cunoaștere sensibilă<sup>54</sup>.

În Biserica Catolică trebuie menționat faptul acesta: *Codul de drept canonic* nu cuprinde nici o legislație privitoare la apariții sau manifestări miraculoase, fapt pentru care nu există nicio procedură oficială canonică. Doar o practică a *Scaunului Apostolic* și a episcopilor funcționează în aceste cazuri, iar practica aceasta este foarte prudentă în a le accepta fără verificare, deoarece

---

<sup>53</sup> Cf. VLADIMIR TRUHLAR, *Lessico di spiritualità*, Editura Queriniana, Brescia 1973, p. 33.

<sup>54</sup> Cf. IOAN MITROFAN, *Mariologie*, Note de curs, Blaj 2004, p. 163.

Biserica vrea să procedeze cu seriozitate și precauție și să separe adevărul de eroare. Documentele *Congregației pentru Doctrina Credinței* stabilesc anumite criterii: informații suficiente, o examinare atentă a faptelor prin culegerea de mărturii serioase, realiste. Se caută apoi să se vadă dacă nu cumva conținutul aparițiilor ar contrasta cu revelația biblică interpretată de Biserică, în caz contrar fenomenul va fi reținut ca fiind neautentic, deoarece Dumnezeu nu s-ar putea contrazice. De asemenea, în privința transparenței, care privește funcția de utilitate a aparițiilor, se caută să se vadă dacă ele sunt orientate spre gloria lui Dumnezeu, spre binele credincioșilor, spre binele omenirii, și nu spre utilitatea exclusivă a persoanei vizionarului sau ca susținere a unei ideologii sau a unei idei bizare. Cât privește starea de sănătate sau boală a vizionarilor, este evident că asupra acestora trebuie un verdict din partea medicilor și psihiatrilor, tocmai pentru a separa net halucinațiile de posibile viziuni cu caracter supranatural.<sup>55</sup> De menționat că învățătura Bisericii face o distincție între *revelația publică* și *revelația privată*. Între cele două realități există o diferență de esență, nu doar de grad. Adică, termenul *revelație publică* desemnează acțiunea revelatoare a Lui Dumnezeu destinată întregii omeniri care și-a găsit expresia sa literară în Vechiul și Noul Testament.<sup>56</sup> *Cea privată* se referă la toate viziunile și revelațiile care se verifică după încheierea Noului Testament, iar *Catehismul Bisericii Catolice* spune că „pe parcursul istoriei au fost revelații zise «private», dintre care unele au fost recunoscute de autoritatea Bisericii... Rolul lor nu este de a «completa» revelația definitivă a lui Cristos, ci de a-i ajuta pe oameni să o trăiască mai viu într-o anumită perioadă a istoriei”.<sup>57</sup>

Revenind la tema noastră legată de apariții, recordul absolut îl deține Fecioara Maria și nu este ceva anormal. Ea este cea mai apropiată de Cristos, e cea mai apropiată și de trupului mistic al lui Isus, pentru că este mama Sa. Biserica Catolică este foarte reținută și prudentă față de aceste fenomene ale aparițiilor. Toate cazurile semnalate de apariții mariane sunt verificate extrem de riguros și după criterii foarte drastice de către comisii conduse de înalți prelați. Recunoașterea unor astfel de apariții și aprobarea pelerinajelor ulterioare sunt acte ale Magisteriului Bisericii, cum de curând s-a verificat acest lucru prin aprobarea cultului și a pelerinajelor la Medjugorje din partea

---

<sup>55</sup> Cf. *ibidem*, p. 164.

<sup>56</sup> Cf. CONGREGAȚIA PENTRU DOCTRINA CREDINȚEI, *Mesajul de la Fatima*, Editura Presa Bună, Colecția „Documente” nr. 15, Iași 2000, pp. 44-45.

<sup>57</sup> *Catehismul Bisericii Catolice*, nr. 67, Editura Arhiepiscopiei Romano-catolice, București 1993.

Sf. Scaun, dar fără să existe până în acest moment vreo pronunțare asupra caracterului supranatural legat de aparițiile de acolo. Prin urmare, Magisteriul este cel care verifică și se pronunță.

Termenul de „Magisteriu” intră în vocabularul teologic în secolul al XIX-lea, însă ca realitate pe care o exprimă acesta este de pe timpul lui Isus. De fapt, El instituie Magisteriul atunci când a dat apostolilor misiunea de a vesti Evanghelia pe tot pământul cu sprijinul Sfântului Duh care îi va face învățători, magisteri. Adevăruri dumnezeiești absolut adevărate, obiect al credinței teologice, un dat al Revelației Divine ce sunt conținute în Scriptură și Tradiție. Acest depozit de adevăruri Divine încredințat de Isus Magisteriului și constă într-un patrimoniu ce ține de doctrină ce trebuie să fie transmise, predate, păzite și interpretate corect, explicate pentru toată omenirea; Biserica învață pe ceilalți, poporul este intr-uit de succesorii Apostolilor, în cazul catolicilor, sub călăuzirea Papei în funcție.

Să enumerăm criteriile despre care pomeneam mai sus:

1. primul criteriu se referă la conformitatea mesajului transmis cu Revelația și tradiția doctrinală a Bisericii. Fecioara Maria nu poate dezminți nici pe Fiul săi, nici Biserica asistată de Spiritul Sfânt în exercițiul Magisteriului său.
2. al doilea, cel al veracității vizionarilor. Ancheta începe totdeauna prin examenul aprofundat al personalității lor, dacă au un echilibru psihic, care sunt condițiile de viață, gradul de maturitate. Fără îndoială că această anchetă este delicată și trebuie făcute multe investigații, se verifică să nu fie manipulați vizionarii de către adulți, atunci când vizionarii sunt copii sau adolescenți, sau chiar adulți ușor impresionabili, care pot fi sugestionați.
3. al treilea criteriu este proba timpului și a multiplicității semnelor pozitive. Sunt necesare numeroase semne pentru a stabili cu certitudine dacă este Dumnezeu cel despre care este vorba. Unul dintre semnele cele mai decisive este exact ceea ce analizăm noi, „miracolul”. Biserica este foarte prudentă pentru că există fapte extraordinare care nu vin în mod necesar de la Maria sau de la Dumnezeu. Chiar și Isus însuși ne avertizează: „Se vor ridica cristoși falși și profeți mincinoși și vor înfăptui semne mari și lucruri uimitoare, încât să-i înșele, de se poate și pe cei aleși” (*Mt 24, 24*).<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Cf. CEZARINA ADAMESCU, *Iată Mama ta!*, Editura Alma, Galați 1998, p. 399.

În încheierea acestui capitol trebuie spus că orice apariție mariană cu semne și caracteristici ce sunt credibile întăresc legătura noastră cu Mama lui Isus și că prin aceste apariții Fecioara își exercită misiunea de a-i ajuta pe toți, oriunde ar fi ei, să se regăsească în Fiul Său care este adevărata cale spre Tatăl.

### **III. Marketingul**

#### **III.1. Ce este marketing-ul?**

*Marketing-ul, copilul teribil al celei de-a doua jumătăți a secolului al XX-lea, a fost mereu în centrul atenției și nu a încetat niciodată să suscite pasiuni având mereu o tribună cu suporteri, dar și o bine dotată galerie adversă. Cu adevărat, unii văd în *marketing* un salvator al civilizației moderne, iar alții doar un instrument de manipulare, de corupere și chiar de dezumanizare a consumatorului anonim, pe care îl împinge în vârtejul unui supraconsum inutil. „Datorită marketingului, managerii din ziua de azi dispun de informații mai bune asupra pieței, de aici o mai bună satisfacere a nevoilor. Datorită marketingului putem cumpăra astăzi la prețuri relativ scăzute, bunuri altădată considerate de lux.”, spunea W. Stanton în *Foundamentals of Marketing*, în 1967. Așadar, ca să găsim o definiție cât se poate de comercială, marketingul *sporește nevoia de a trăi mai bine*. Ce face marketingul? El propune o locuință mai confortabilă, o haină mai frumoasă, o masă mai bună, este de părere chiar și Winston Churchill. Consumatorii de bună credință sunt împinși să cumpere produse de care nu au nevoie? Răspunsul imediat este acela că ulterior, prea târziu poate, ei descoperă că nu le-au fost utile și că nu le-au vrut cu adevărat. Socrate*

are o părere enunțată acum mai bine de 2000 de ani: „*Iată ce de multe lucruri de care nu am nevoie ca să fiu fericit!*”<sup>59</sup>.

Marketingul este, după cum vedem cu ochiul liber, o activitate economică universală prezentă în toate societățile umane. El reprezintă mecanismul prin care li se furnizează indivizilor ori organizațiilor, produse și servicii de care eu nevoie, prin urmare activitatea de marketing depășește granițele geografice și politice și desăvârșește piețele de peste tot. Unii comercianți pot să nu vândă niciodată în afara locului în care trăiesc, pe când alții se vor implica în afaceri mari, atunci când se ivește prilejul, departe de casă chiar și în alte țări ale lumii<sup>60</sup>.

În condiții de concurență și pe o piață suprasaturată de absolut orice afacerile nu pot supraviețui fără marketing. Acest concept are rolul de a „încălzi” și umaniza tranzacțiile comerciale, asigurând circulația de idei și informații, sentimente și emoții între producător și cumpărător sau vânzător și cumpărător, distribuitor, consumator și în final, utilizator.

Dacă ne referim la zilele noastre, marketingul încorporează tot ceea ce poate folosi la întreținerea, dar mai întâi inițierea și apoi promovarea unei afaceri, din momentul în care este concepută până când produsul ajunge la ultimul consumator care mai avea nevoie de el. Marketingul cuprinde numele firmei, numele marcii și numele produsului, imaginea produsului, imaginea publică a acestora, forma, culoarea, marimea sau performanțele produsului, ambalajul, eticheta, prețul și politicile care îl susțin, logistica și rețeaua de distribuție a produsului, forțele de vânzare, amplasarea firmei și a magazinului, publicitatea făcută pentru acest produs, relațiile publice, cercetarea de piață, deci sociologia implicată, invitațiile și participările la expoziții și târguri de profil etc. Marketingul sau *arta de a satisface* în cea mai mare măsură consumatorul a devenit o necesitate oriunde. Pe măsură ce oferta de bunuri și servicii de consum crește pe piață, atât firmele producătoare cât și firmele care desfac produse, întâlnesc pe piață consumatori tot mai pretențioși, care vor mai mult și al căror comportament a evoluat de la situația în care cumpărau orice, datorită ofertei reduse și a cererii mari, la a alege între diferite produse conform unor criterii

---

<sup>59</sup> Cf. C. MUNTEANU – E. MAXIM – C. SASU – ȘT. PRUTIANU – A. ZAIȚ – A. MANOLICĂ – T. JIJIE – A. MONORANU, *Marketing, principii, practici, orizonturi*, Editura Sedcom Libris, Iași 2006, p. 11.

<sup>60</sup> Cf. CONSTANTIN SASU, *Marketing Internațional*, Editura Polirom, Iași 1998, p. 11.

proprii, în prezent<sup>61</sup>. Evident, este vorba de calitate, cantitatea pe care o pot achiziționa cu o sumă clar definită și alte aspect ce provin de aici.

Ce înseamnă de fapt „marketing”? De fapt, o problemă de acum clasică pe seama căreia se probează spiritul marketingului și al potențialului întreprinzatori sună în felul următor: pentru a demara o afacere de ce anume ai nevoie în primul și în primul rand?

4 variante de răspuns: a) o idee; b) bani; c) clienți; d) relații.

Răspunsul corect este varianta: c) clienții.

Iată și de ce: în marketing ideea trebuie să existe pentru clienți. Ea nu se naște pe teren viran, de la zero. Ideea are ca punct de plecare, clientul, necesitatea lui. De multe ori, clientul însuși este cel care o și furnizează, prin ceea ce el cere. Multe companii cheltuiesc sume considerabile de bani cu brainstorming-uri, focus-group-uri, interviuri de profunzime sau alte tehnici de stoarcere a ideilor de la clienți. O idee bună pentru client poate convinge patronul, banca și chiar rudele apropiate să scoată banii din cont sau portofel, pentru a-i pune la lucru. O idee bună pentru client e capabilă să pună în mișcare un întreg angrenaj de relații în direcția materializării sale. Astfel, clientul este purtătorul de nevoi, el are banii pe care poate fi convins să-i cheltuiască pentru a cumpăra produsele de care are nevoie, pentru a-și completa aceste lipsuri. El constituie piața, cu el se negociază<sup>62</sup>. Dar nu neapărat dintr-o nevoie conștientă.

Fără marketing, aproape că nu ar mai exista succes. Varietatea politicilor, metodelor și instrumentelor sale se extinde mereu, mergând de la marketingul fastuos și ermetic oarecum, pe care îl folosesc companiile gigant, până la trucurile și acțiunile de guerrillă pe care le practică firmele ceva mai mici. Marketingul a depășit sfera afacerilor de multă vreme, el făcând parte deja din viața fiecăruia dintre noi. În drumul spre casa, în stația de autobuz, în cotidiene locale sau centrale, radio, televiziune, Biserică și bineînțeles în politică. Biserica este exact subiectul lucrării noastre. Cu siguranță că marketingul este la modă și acum și dintotdeauna, având în vedere că e vechi de când e lumea, dacă este să privim situația logic. Principiile marketingului sunt foarte simple și sănătoase referindu-se la relațiile interumane în exclusivitate.

---

<sup>61</sup> Cf. LUMINIȚA NICOLESCU, *Marketingul, premise succesului în afaceri*, Editura SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice David Ogilvy, București 2003, p. 7.

<sup>62</sup> Cf. CORNELIU MUNTEANU, *op.cit.*, p. 17.



Marketingul s-a dovedit a fi necesar și oportun oriunde și oricând s-au efectuat schimburi, de orice fel, de orice natură, între oameni și comunități de persoane. Încă din vremurile primitive în care nu se inventase încă moneda, ca și în era sistemelor de gestiune computerizată și monedă magnetică, contemporane, între producători și consumatori se stabilesc, inevitabil, relații de schimb. În toate lumile cunoscute există vânzători și cumpărători ce au dezvoltat canale și forme de comunicare între ei, au existat transportul, logistica și distribuția mărfurilor, precum și canalele de circulație și difuzare a informațiilor.

*Marketerii* s-au numit negustori, comercianți, traficanti, speculanți, vânzatori, comis-voiajori, agenți de schimb, agenți publicitari, negociatori, agenți de publicitate, relații publice, analiști de piață, purtători de cuvânt, animatori etc. În orice caz, ei au existat, de vreme ce au existat schimburi și piață pentru aceste schimburi. Acestea din urmă au marcat întreaga istorie cunoscută a omenirii. Într-un început străvechi, formarea primelor piețe locale și regionale a stimulat diviziunea muncii și a dat un prim impuls serios creșterii productivității. Producătorilor li s-a dat șansa de a produce peste necesarul propriei supraviețuiri. Circulația monedei mai apoi a înlesnit accesul la câștiguri durabile și a stimulat tendința către agoniseală. Chiar dacă procesul a durat câteva milenii, până la abundența piețelor și la marile averi contemporane mai rămăseseră câțiva pași. Aceștia pot fi priviți ca stadii oarecum distincte ale istoriei comerciale ale omenirii: începuturile capitalismului, producția de masă, societatea de consum și societatea viitorului sau dezvoltarea sustenabilă.

### **III.2. Producția în capitalism. Funcțiile marketingului**

Începuturile capitalismului pot fi plasate acolo unde a devenit posibilă capitalizarea muncii și acumularea pe orice căi a capitalului, și aici putem include agresiunile, jafurile și în cel mai rău caz războaie. Presupunem, așadar, că datorită talentului și hărniciei, inteligenței și forței, agresivității individuale, un anumit segment din membrii comunităților umane a dobândit produse și servicii excedentare. Avantajele schimbului le culeg producătorii, deoarece ei sunt totodată și consumatori ai serviciilor supuse schimbului. Produsele de primă necesitate deveneau, astfel, mărfuri. De-a lungul celei mai mari părți a istoriei comerciale a lumii, acestea au fost comercializate fără publicitate și relații publice, fără marcaje ori condiționări, fără etichete,

imagine publică în general, în sensul pe care îl au ele astăzi, dar cu ceva din toate acestea, în forma embrionară. Producătorii, care au devenit între timp și capitaliști, încep să formeze și să angajeze agenți specializați ce vor căuta noi comenzi, vor încheia acorduri comerciale și de aici înțelegem ca este vorba de contracte, negociază prețuri și condiții de livrare, și leagă contacte cu potențiali clienți și caută noi piețe de desfacere pentru produse. Astfel, un marketing incipient se conturează deja, în ideea de a orienta vânzările către cele mai bune piețe și câștiguri<sup>63</sup>.

Creșterea rapidă a populației mondiale, ameliorarea căilor de comunicații și dezvoltarea marilor aglomerări urbane au condus la abandonarea economiei de subzistență. Ea a fost înlocuită cu tipul de economie bazat pe supraconsum și acumulare de bogății. Progresul tehnic și științific rapid a înlesnit aceste evoluții. Este stimulată expansiunea marilor întreprinderi și sunt exploatare „la sânge” toate căile și mijloacele de creștere a productivității muncii.

Prin urmare în această etapă a istoriei comerciale a lumii sunt instituite principiile normalizării, tipizării și standardizării produselor și serviciilor. Nevoia de productivitate impune linia și banda de montaj; se studiază în detaliu structura timpului de muncă și mișcările executanților de la liniile de asamblare, totul este orientat către creșterea rapidă și masivă a producției, dar pentru ca producția să crească este nevoie să crească vânzările. Ele nu pot crește fără a spori consumul. Și iată că este nevoie de marketing. Multe din principiile și practicile marketingului își au originea în mecanismele producției de masă. Prin urmare:

- *Ambalajul și marca* încep să joace rol de instrumente de informare și presiune asupra celui care cumpără. Acestea încep să promoveze însușiri reale ori imaginare ale unui anumit produs sau fabricant.
- *Publicitatea și diverse forme de relații publice* dobândesc rapid statutul unor instrumente de persuasiune și manipulare și creează preferințe psihologice și predispoziții de consum pentru anumite produse sau mărci, forțând creșterea consumului și vânzătorilor.

Începe lupta pentru menținerea piețelor existente și cucerirea de piețe noi. Marketerii încep să intervină în sensul înnoirii și diversificării produselor ca și în sensul protejării ideilor, desenelor

---

<sup>63</sup> Cf. *ibidem*, pp. 12-13.

ori modelelor, mărcilor și imaginii publice. Când privește *politicile promoționale*, inițial, au fost utilizate pentru forțarea imediată a creșterii vânzărilor, atunci când stocurile deveneau inacceptabile, și pentru crearea unei atitudini de simpatie față de comerciant sau de ce nu, fabricant, atunci când publicul devenea ostil. De remarcat că noi, suntem deja în era producției de masă, produsele începând să semene între ele destul de mult, iar consumatorii, și îi putem numi utilizatori, de asemenea. Tendința de masificare a societății începe să fie respinsă, imediat ce sunt conștientizate aceste fenomene. Marketerii încep să caute diferențierea calitativă și avantajul diferențial față de concurență. Aceștia sunt nevoiți să recurgă la înnoirea produselor și la condiționarea acestora, bazându-se pe moda actuală, stilul nonconformist sau classic, depinde de alegere dar ce e mai important, poate, inovație. Practicile de marketing devin din ce în ce mai populare și larg utilizate. Ele își dovedesc marea putere de captare a atenției și preferințelor consumatorilor. Sunt evitate riscurile unor bătălii dure ale prețurilor iar războiul prețurilor devine secundar și de cele mai multe ori este pierdut de cel care îl declanșează.

Vom constata, că în economia bazată pe producția de masă rolul marketingului a fost acela de a orienta și împinge fluxul de produse și servicii de la producător la consumator. El stimulează și forțează creșterea consumului pentru a obține creșterea vânzărilor. La mijlocul secolului XX, în anii '50, o definiție a marketingului, inclusiv cea dată de *American marketing Association* la Chicago în 1960 care îl consideră sinonim cu: „*desfășurarea activității economice care orientează fluxul de bunuri și servicii de la producător către consumator sau utilizator*”, arată puterea acestui concept. Ca urmare, rezultatul de ansamblu al consumului de masă a fost o anumită masificare și omogenizare a societății<sup>64</sup>.

În marketing, noțiunea de produs semnifică orice ansamblu de elemente care poate declanșa cerere pe o piață. Produsul poate fi un obiect fizic tangibil sau un serviciu intangibil. El poate fi și un plasament, o persoană, o informație, o organizație, o idee, etc. Materialitatea și consistența fizică a produsului, dar și proprietățile sale mecanice, chimice sau de altă natură, nu constituie scop în sine și nici nu pot fi înțelese izolat de nevoile și dorințele consumatorului final sau ale utilizatorului industrial. Produsul trebuie conceput, executat și evaluat prin avantajele pe care le aduce el consumatorului, prin utilitatea pe care o așteată cumpărătorul de la el. Acesta oferă

---

<sup>64</sup> Cf. *ibidem*, p. 14.

soluții la problemele celui care cumpără. Avantajele pe care le are acest produs iau forma, mai mult sau mai puțin concretă, funcțiilor pe care el le poate îndeplini<sup>65</sup>.

Dacă în ceea ce privește definirea marketingului există încă o serie de păreri, în ceea ce privește funcțiile, pe care acesta le îndeplinește, remarcăm un consens concretizat în sistematizarea celor patru funcții, iată:

1. de investigare a pieții și a necesităților de consum;
2. de racordare a activității agentului economic la dinamica mediului ambiant;
3. de satisfacere a în condiții superioare a necesităților de consum;
4. de maximizare a eficienței economice.

Primele două dintre ele sunt considerate fundamentale pentru că definesc pur și simplu marketingul, celelalte două funcții sunt considerate ca derivate din primele, deși ele reflectă scopul final al întregii activități a oricărui agent economic. Să le luăm pe rând, pentru scurt timp.

1. *Funcția de investigare a pieții și a necesităților de consum*, a mediului economico-social în general, constituie funcția premisă prin a cărei exercitare se urmărește obținerea informațiilor cu privire la piețele efective și potențiale, la ansamblul necesităților de consum solvabile și insolubile, dar și la comportamentul consumatorului. Se consideră că este funcție de bază deoarece marketingul este de neconceput fără investigarea pieței și a nevoilor, ci atât mai mult cu cât acesta este un domeniu în care factorii inconfortabili, ca nevoile și fanteziile cumpărătorului, își pun serios amprenta.

2. *Funcția de racordare a activității organizației la dinamica mediului ambiant* este considerată funcție mijloc, prin care se asigură îndeplinirea obiectivelor strategice ale acesteia, deoarece prin creșterea capacității de antrenare a tuturor resurselor de care dispune în fiecare moment (resurse materiale, financiare și umane) se asigură adaptarea operativă a activității desfășurate la cerințele pieții, ale consumatorului.

3. *Funcția de satisfacere în condiții superioare a necesităților de consum* și utilizare reprezintă rațiunea de a fi a societății umane și existența organizației este determinată de nevoia

---

<sup>65</sup> Cf. *ibidem*, p. 111.

manifestată în societate, la un moment dat, de realizare a unor bunuri și servicii, în mod evident. De aceea este considerate *funcția obiectiv* sau *scop*, prin care se vizează producerea și oferirea numai a acelor produse și servicii necesare consumului productiv și personal, realizându-se astfel corelarea dintre nevoile membrilor societății și a resurselor de care aceasta dispune la un moment dat, înfăptuindu-se astfel recunoașterea socială a activității agentului economic. Funcția aceasta se concretizează în politica adoptată de organizație în domeniul produsului, prețului, distribuției și promovării pe piața, a activității desfășurate prin mixul de marketing. Prin ea se exprimă finalitatea socială a activității organizației și de aceea este denumită funcție obiectiv secundar, care în fapt constituie mijlocul de înfăptuire a funcției obiectiv fundamental.

4. *Funcția de maximizare a eficienței economice*, sau sociale pentru organizațiile non-profit, prin optimizarea profitului este de fapt funcția obiectiv fundamental, deoarece scopul final al activității economice a oricărei organizații este obținerea de profit, care-i asigură existența și dezvoltarea. De menționat că prin maximizarea eficienței nu trebuie să înțelegem maximizarea profitului cu risc, ci optimizarea lui care să țină seama de faptul că, pe termen lung, maximizarea profitului poate avea consecințe dezastruoase, care să deterioreze imaginea organizației<sup>66</sup>.

Astfel, toate aceste patru *funcții ale marketingului* se reflectă în activitatea practică de marketing a tuturor organizațiilor indiferent de domeniul în care activează ele constituind un tot organic care exprimă esența marketingului ca sistem, scopul și mijloacele de înfăptuire în cadrul activității concrete în care se integrează.

### **III.3. Consumatorul și piața**

Consumatorul este *agentul motor care pune piața în mișcare*, el fiind considerat consumator final; în teoria economică el a fost confundat cu homo economicus, capabil să acționeze logic și rational pe o piață liberă și transparentă. Omul acționează mathematic, ca un fel de robot ce își maximizează utilitatea și satisfacția personajă căutând un raport corect calitate/preț sau venit/preț. Deci, singura finalitate a produselor și serviciilor este ca acestea să fie consummate pentru a crea, în mod pur, utilitate, dar nu putem să trecem cu vederea un aspect foarte interesant

---

<sup>66</sup> Cf. SICĂ STANCIU, *Marketing*, (f. ed), București 2001, p. 21.

și cât se poate de real, dar mai degrabă unul ce ține de știința psihologiei, omul obișnuit este o ființă preponderant emoțională. Primii economiști care eu vorbit despre teoria consumului cu profunzime, cum este și K. J. Lancaster, au recunoscut că nu bunurile fizice aduc satisfacții ci mai degrabă atributele lor și funcțiile pe care le au, consumatorii fiind diferiți au satisfacții diferite la bunuri identice, în funcție de utilitatea pe care o consideră ca proprie și personală<sup>67</sup>.

Un scurt exemplu, psihologul Jean Stoetzel, care este unul dintre primii profesioniști ai marketingului în Franța primei jumătăți de secol trecut, a făcut estimări asupra indicelui psihologic al costului vieții iar concluziile lui au fost la fel de bune ca cele ale Institutului Național de Statistică din Franța, și asta doar cu concept psihologice, cu metode ale acestei științe, fără date fixe. Și au urmat mai mulți oameni de știință din țări civilizate care au dovedit valoarea predictive a intențiilor de cumpărare. Marketingul încearcă apropierea de omul real, respinge viziunea mecanizată asupra consumatorului și a pieței, oamenii sunt *oameni pur și simpli*, nu sunt raționali, nu sunt virtuosi, nevoile umane iau forma unor dorințe, acte reflexe, mofturi, modă sau imitație, iar comportamentul irrational este posibil chiar. Am putea spune, mai degrabă, că oamenii își caută satisfacția și plăcerea de a trăi frumos<sup>68</sup>.

Produsul sau serviciul de care suntem preocupați, la un moment, poate fi numit *produs de referință*, în mod generic. Piața produsului de referință este dată de întreaga populație de consumatori și utilizatori ai produselor de aceeași gen, indiferent de originea sau marca lor iar această piață poate fi caracterizată printr-o anumită situație geografică și de o structură demografică, socio-culturală de un anumit tip. Sunt produse la care se aplică un tip de marketing global, și aici e simplu să ne referim la mărci foarte cunoscute cum sunt Pepsi sau Coca-Cola, acolo unde amprenta culturală nu contează pentru că ei tind să fie identice cu ele însele oriunde în lume, dar când e vorba de un produs alimentar, ceai, cafea, amprenta culturală devine importantă, ceaiul e bea fierbinte în Europa iar în Statele Unite ale Americii se bea cu gheață, cafeaua în Europa este espresso sau lungo, în SUA, american coffee, și mai lungă și mai fără gust. Deci, capacitatea de absorbție pentru acest produs de referință se măsoară pornind de la volumul mediu al unei cumpărături, frecvența de cumpărare și numărul de consumatori potențiali ai aceluia produs, iar pe

---

<sup>67</sup> Cf. C. MUNTEANU – E. MAXIM – C. SASU – ȘT. PRUTIANU – A. ZAIȚ – A. MANOLICĂ – T. JIJIE – A. MONORANU, *Marketing, principii, practici, orizonturi*, Editura Sedcom Libris, Iași 2006, pp. 30-31.

<sup>68</sup> Cf. *ibidem*, p. 32.

piața produsului producătorii concurează unul împotriva celuilalt și își dispută un număr limitat de consumatori ai produsului<sup>69</sup>.

## **IV. Lourdes. Istoria unui miracol**

### **IV.1. Lourdes, așezare binecuvântată de Fecioara Maria**

Fecioara Maria ne ajută să rămânem tineri, spunând „nu” păcatului și să trăim o viață frumoasă, spunând „da” lui Dumnezeu. Sunt cuvintele Papei Francisc la rugăciunea „Angelus” recitată de la fereastra apartamentului pontifical din Palatul Apostolic vineri, 8 decembrie 2017, în solemnitatea liturgică a Neprihănitei Zămisliri. Totuși, ce ar însemna, de fapt, „plină de har”? Fecioara Maria este plină de prezența lui Dumnezeu. Și dacă Dumnezeu locuiește pe deplin în ea, nu este loc în ea pentru nici un păcat. Pentru că lumea întreagă, din păcate, este contaminată de rău, este un lucru extraordinar ce auzisem mai devreme. Fiecare dintre noi, privindu-se în sine,

---

<sup>69</sup> Cf. *ibidem*, p. 33.

vede laturile întunecoase. Chiar și cei mai mari sfinți erau păcătoși și toate realitățile, chiar și cele mai frumoase, sunt afectate de rău: toate, în afară de Maria. Fecioara este singura „oază verde” a omenirii, nepătată, creată *neprihănită* pentru a-l primi pe deplin, prin „da”-ul ei, pe Dumnezeu care venea în lume ca să înceapă astfel o istorie nouă.<sup>70</sup>

Există un singur lucru care te face cu adevărat să îmbătrânești, să îmbătrânești lăuntric, spunea Georges Bernanos, nu vârsta, ci păcatul. Păcatul ne face bătrâni pentru că face ca inima să ajungă una sclerotic, o închide, o face inertă și să se ofilească. Dar „cea plină de har” este fără de păcat. Atunci este mereu tânără, este „mai tânără decât păcatul”, este de fapt „cea mai tânără a neamului omenesc”.<sup>71</sup>

Lourdes este, în mod sigur, o destinație turistică unică din Franța, dacă nu pentru capitalul său istoric și religios, atunci pentru faptul că este singurul oraș din lume care a fost capabil să determine pe cei sceptici să vorbească despre așa numitul *efect Lourdes*, să îi spunem iarăși, miracol. Un oraș care lasă astfel de urme în conștiința credincioșilor și a necredincioșilor este în mod cert un loc care stimulează curiozitatea turistică. Și vorbim despre o așezare de doar 13.600 de locuitori, din Sud-Vestul Franței, în departamentul Hautes-Pyrénées, cu acces la râul Gave de Pau, care revoluționează aproape tot ce credem despre miracolele contemporane. Totuși, indiferent de întrebarea dacă orașul ar avea capacitatea de a-și menține reputația turistică în eventualitatea unei posibile dezvăluiri a adevărului care stă la baza vindecărilor miraculoase, Lourdes continuă să fie o alegere de top pentru turiștii din toată lumea, mai bine spus, milioane de oameni.

Istoria orașului Lourdes a fost marcată de conflicte între diferite părți care au încercat să câștige dominația asupra sa începând cu secolul al VIII-lea, când conducătorul local *Mirat*, ulterior numit *Lorus*, se lupta cu *Carol cel Mare* pentru supremație. Apoi, Lourdes a fost subiectul disputelor dintre Anglia și Franța, dar în cele din urmă a devenit parte a Regatului Franței în 1607. Faptele lui Napoleon au marcat, de asemenea, traseul istoric al locului, dar până în 1858, momentul primei apariții a Fecioarei Maria, a rămas un oraș liniștit, tipic francezesc, cu oameni obișnuiți și o panoramă superbă a locului<sup>72</sup>.

---

<sup>70</sup> Cf. PAPA FRANCISC, 8 decembrie 2017, *Rugăciune Angelus*, Sursa web: [https://w2.vatican.va/content/francesco/en/angelus/2017/documents/papa-francesco\\_angelus\\_20171208.html](https://w2.vatican.va/content/francesco/en/angelus/2017/documents/papa-francesco_angelus_20171208.html), accesat la 01.05.2019.

<sup>71</sup> GEORGES BERNANOS, *Jurnalul unui paroh de țară*, Editura Alfa, București 1999, p. 16.

<sup>72</sup> Cf. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Lourdes>



## **IV.2. Bernadeta Soubirous, cea care a vorbit cu Fecioara Maria**

Ne întoarcem în timp și ne situăm acum la jumătatea secolului al XIX-lea, când Lourdes este un centru cantonal de aproximativ 4000 de locuitori, la poalele aceluiași munți Pirinei, în zona *Bigorre*. Un orașel liniștit, ferit de agitația la modă a orașelor vecine. La acea vreme, când hrana de bază era pâinea, stăpâna teama de a nu mai avea făină în cămară și astfel, pentru a o produce, morile de apă s-au răspândit foarte mult, înșiruindu-se de-a lungul unui pârâu ce se vărsa în Gav, numit *Lapacca*. Într-una dintre aceste mori, moara *Boly*, *Bernadeta* se va naște pe 7 ianuarie 1844, la un an după căsătoria părinților ei.

Bernadeta va locui aici timp de 10 ani împreună cu părinții Francisc Soubirous și Luiza Casterot, morari ce-și câștigă pâinea cu demnitate. De atunci și până astăzi această clădire aproape că nu s-a schimbat prea mult; ca și cum familia Soubirous tocmai a plecat. Lipsește doar pârâul *Lapacca*, acoperit azi de strada *Grotei*, pentru a face să se învârtă roțile morii. Privind cu atenție locația fizică se remarcă faptul că această clădire nu este nicidecum sărăcăcioasă: are două șeminee și multe ferestre care o fac luminoasă și curată. Moara *Boly* este exploatată din 1786 de către familia din partea mamei a Bernadetei, Casterot.

Părinții Bernadetei vor avea 9 copii, dintre care 5 vor muri la o vârstă fragedă. Bernadeta chiar va numi această moară „moara fericirii”, pentru că va descoperi aici un lucru extrem de important în viața fiecăruia: iubirea umană. Această experiență va face din ea o persoană echilibrată, mai ales în momentele de încercare, de sărăcie și de boală.

## **IV.3. Bernadeta văzută prin prisma contemporanilor săi. Familia și vremea încercărilor**

Iată ce au relatat despre ea contemporanii Bernadetei. Maria Lagues, doica Bernadetei: „Deja pe când era încă prunc, Bernadeta era foarte grațioasă: vecinilor le plăcea să o vadă și să o țină în brațe”. „Nu puteai să nu o iubești, atât era de dulce și grațioasă”. „Bernadeta, în ciuda oboselii pricinuite de respirația scurtă și dificilă, se arăta mereu veselă și surâzătoare. Niciodată nu ne-a făcut probleme: accepta ceea ce i se oferea și era mereu mulțumită. De aceea o iubeam foarte mult”. Mătușa Bernarda Casterot, nașa Bernadetei: „Bernadeta avea un caracter bun; era foarte

docilă; dacă o certai, nu răspundea înapoi”. Părintele Pene, vicar la parohia din Lourdes în 1858: „Bernadeta era mică pentru vârsta ei, plăpândă, ușor astmatică; fața ei era rotundă, însă bine proporționată; ochi frumoși. Statura ei mică dădea impresia unei fetițe cu 2 sau 3 ani mai mică decât era în realitate”. „Totul în Bernadeta respira candoare, simplitate, bunătate”. Jean Barbet, învățător: „Bernadeta reține cu greu cuvintele din catehism pentru că nu le poate studia, neștiind să citească; însă își dă silința să înțeleagă bine sensul explicațiilor. În rest este foarte atentă, în special este foarte pioasă și foarte modestă”.<sup>73</sup>

Dar să revenim la istoria familiei. În noiembrie 1844, în urma unui accident casnic, Luiza se arde la piept și nu mai poate să o alăpteze pe Bernadeta, așa că o va trimite la o doică (Maria Lagues) nu departe de Lourdes, la Bartres. Bernadeta va rămâne aici un an și jumătate. În afară de separarea care îi este dificil de suportat, acest lucru costă și destul de scump: 5 franci pe lună. În aprilie 1845 prima nenorocire lovește familia Soubirous: moartea celui de-al doilea copil, micuțul Jean, în vârstă de doar două luni. Apoi afacerile încep să meargă prost la moară. Francisc Soubirous este un om de treabă și niciodată nu este grăbit să-și încaseze clienții, mai ales pe cei săraci.

Un nou accident se produce în 1850 când starea de sănătate a Bernadetei se deteriorează foarte mult: suferă de astm, dar și de stomac și de splină. Tatăl Bernadetei își scoate un ochi în timp ce lovea pietrele de moară care deveniseră prea netede. Ochiul stâng a fost lovit din plin de o așchie de piatră. În 1854, când Bernadeta împlinea 10 ani, familia Soubirous trebuie să se mute. Bernadeta părăsește astfel „moara fericirii”, locul copilăriei sale. Mobilierul este transportat în casa familiei Laborde, iar tatăl începe să-și caute de muncă pe ici pe colo, pentru a-și putea hrăni cei patru copii. Din morar, Francisc Soubirous devine zilier. Luiza de asemenea începe să lucreze: face menajul în case mai înstărite, spală rufe și lucrează cu ziua la câmp. În toamna anului 1855, o epidemie de holeră se năpustește asupra Lourdes-ului. Bernadeta scapă, însă sănătatea ei, care era deja fragilă de la vârsta de 6 ani, primește o nouă lovitură; astmul nu o va mai părăsi niciodată. Moartea bunicii Casterot reechilibrează situația financiară a familiei. Vor cumpăra câteva animale și iau în arendă moara din *Sarrabeyrouse*, satul *Arcizac-enAngles* de astăzi. Însă contractul pe care Francisc Soubirous îl încheie nu va fi în favoarea lui. În iarna 1856-1857, familia Soubirous este nevoită să se separe de o „gură de hrănit”, Bernadeta. Nașa ei, mătușa Bernarda, o ia la dânsa

---

<sup>73</sup> Cf. CHANTAL TOUVET, *Histoire des Santuaires de Lourdes 1858-1870, Les origines du pelerinage*, Editura Ndl Editions, 2008, p. 106.

ca servitoare (să facă menajul în casă și să servească la tejgheaua cârciumii pe care o ținea). Unul dintre aspectele vieții de fiecare zi a Bernadetei este religiozitatea sa. Nu știe nimic din catehism, însă primește o educație creștinească. Știe „Tatăl nostru” și „Bucură-te Marie” în franceză și poartă mereu cu ea un rozariu. La începutul anului 1857, din cauza șomajului, familia Soubirous este expulzată din casa Rives și se instalează la Cașot, fostă carceră întunecată și deloc spațioasă. Din anul 1856 sărăcia ocupa din ce în ce mai mult teren, iar foametea bătea la ușă.

Pe 27 martie 1857, jandarmii debarcă la Cașot și îl ridică pe Francisc Soubirous care este acuzat de furt. Doi saci de făină fuseseră furați de la brutarul *Maisongrosse* iar acesta îl acuză pe Francisc Soubirous, care lucrase la acesta ca zilier, iar sărăcia sa îl indica drept principalul suspect. Iată-l acum căzut în rândul hoților. După o săptămână de închisoare este eliberat, căci nu s-a putut dovedi că el ar fi fost făptașul. În septembrie 1857, Bernadeta se întoarce la doica sa, Maria Lagues, pentru a ușura povara familiei sale. Seara, doica îi dă câteva cursuri rudimentare de catehism. Bernadeta însă, nu vrea să stea departe de ai săi. Așa că, pe 17 ianuarie 1858, se întoarce la Cașot. Pentru a învăța catehismul ea se va duce la surorile ce țineau ospiciul din Lourdes<sup>74</sup>.

#### IV.4. Mesajul de la Lourdes. Cronologia

Gesturile și cuvintele pe care le-au schimbat Presfânta Fecioară și Bernadeta, la *Grota Massabielle* în timpul celor 18 apariții, între 11 februarie 1858 și 16 iulie 1858, constituie „Mesajul de la Lourdes”.

În 1858 familia ruinată, locuiește la Cașot. Pe 11 februarie 1858, Bernadeta, sora ei Toinette și prietena lor Jeanne Abadie, se duc după vreascuri. Se îndreaptă împreună spre „locul unde canalul se unește cu Gavul”. Ajung astfel în fața grotei Massabielle. Toinette și Jeanne traversează apa glacială a canalului. Bernadeta, din cauza astmului cronic de care suferea, nu îndrăznește să facă același lucru. În acel moment ea aude un zgomot ca o adiere de vânt, însă „nici un arbore nu freamătă”. Ridicându-și privirea, ea vede în scobitura stâncii o mică domnișoară, înfășurată de lumină, care o privește și îi surâde. Este prima apariție a *Preasfintei Fecioare Maria*. În timpul Bernadetei, Grota era un loc murdar, întunecat, umid și rece. Această grotă mai era

---

<sup>74</sup> Cf. *ibidem*, p. 117.

numită și „cloaca porcilor”, pentru că era locul unde cu plăcere se odihneau porcii comunei. Tocmai aici Maria, toată numai strălucire și puritate, semn al iubirii divine, altfel spus, semn a ceea ce Dumnezeu voiește să facă în fiecare dintre noi, a binevoit să apară. Există un imens contrast între această grotă întunecată și umidă și prezența Preasfintei Fecioare Maria, „Neprihănită Zămislire”. Acest lucru ne amintește Sfânta Evanghelie: întâlnirea dintre bogăția lui Dumnezeu și sărăcia omului. Isus Cristos a venit să caute ceea ce era pierdut<sup>75</sup>.

Iată cronologia celor întâmplate:

*1. Joi, 11 februarie 1858: întâlnirea.*

Însoțită de sora sa și de o prietenă, Bernadeta se duce la Massabielle, de-a lungul Gavului, pentru a strânge vreascuri și oase (se foloseau la confecționarea nasturilor). Oprindu-se să se descalțe pentru a traversa pârâul, aude un zgomot ca o adiere de vânt și privește spre Grotă: „Am zărit o Doamnă îmbrăcată în alb: avea o rochie albă, un voal alb de asemenea, o cingătoare albastră și un trandafir galben pe fiecare picior.” Face Semnul Sfintei Cruci și recită împreună cu Doamna Rozariul. Imediat după terminarea rugăciunii Doamna dispare.

*2. Duminică, 14 februarie: apa sfințită.*

Bernadeta simte o forță interioară care o împinge să se întoarcă la Grotă, în ciuda interdicției părinților. Insistă, iar mama ei îi permite să meargă; după primul mister de Rozariu o vede pe Doamna apărând. O stropește cu apă sfințită. Doamna îi surâde și înclină capul. La sfârșitul Rozariului dispare.

*3. Joi, 18 februarie: Doamna îi vorbește.*

Pentru prima oară Doamna îi vorbește. Bernadeta îi întinde o hârtie pentru a-și înscrie numele. Ea îi spune: „Nu este necesar”, și adaugă: „Eu nu vă promit să vă fac fericită în această lume, dar în cealaltă. Ați binevoi dumneavoastră să-mi faceți plăcerea de a veni aici timp de cincisprezece zile?”

*4. Vineri, 19 februarie: o apariție scurtă și silențioasă.*

---

<sup>75</sup> Cf. *ibidem*, p. 208.

Bernadeta vine la Grotă cu o lumânare sfințită aprinsă. De aici se trage obiceiul de a aduce lumânări și de a le aprinde la Grotă.

*5. Sâmbătă, 20 februarie: tăcere.*

„Doamna” a învățat-o o rugăciune personală. La sfârșitul apariției, Bernadeta este cuprinsă de o mare tristețe.

*6. Duminică, 21 februarie: „Aquero”.*

„Doamna” se prezintă dis-de-diminează Bernadetei, care este însoțită de aproape o sută de persoane. După aceea este interogată de către comisarul de poliție Jacomet. Vrea să o determine să spună ceea ce a văzut. Bernadeta nu îi vorbește decât de „Aquero” (aceea, în patoa).

*7. Marți, 23 februarie: secretul.*

Înconjurată de peste o sută cincizeci de persoane, Bernadeta se duce la Grotă. Apariția îi revelează un secret „doar pentru ea”.

*8. Miercuri, 24 februarie: Pocăință!*

Mesajul „Doamnei”: „Pocăință! Pocăință! Pocăință! Rugați-vă lui Dumnezeu pentru păcătoși! Mergeți și sărutați pământul ca pocăință pentru păcătoși!”

*9. Joi, 25 februarie: izvorul.*

Trei sute de persoane sunt deja prezente. „Ea îmi spune să merg să beau din izvor (...). Nu am găsit decât un pic de apă cu noroi. A patra oară am reușit să beau. Ea mi-a cerut de asemeni să mănânc o iarbă ce se află aproape de izvor, apoi apariția a dispărut, iar eu am plecat.” Mulțimii care o întrebă: „Îți dai seama că toți te cred nebună pentru că faci toate aceste lucruri?” Ea răspunde: „Este pentru păcătoși.”

*10. Sâmbătă, 27 februarie: tăcere.*

Opt sute de persoane sunt prezente. Apariția este silențioasă. Bernadeta bea apă de la izvor și face aceleași gesturi de pocăință.

*11. Duminică, 28 februarie: pocăință.*

Peste o mie de persoane asistă la exstaz. Bernadeta se roagă, sărută pământul și merge în genunchi în semn de pocăință. Apoi este dusă la judecătorul Ribes, care o amenință cu închisoarea.

*12. Luni, 1 martie: prima minune.*

Mai mult de cinci mii de persoane s-au adunat deja, iar printre ele, pentru prima dată, un preot. În timpul nopții, Catherine Latapie, o femeie din împrejurimi, se duce la Grotă, își înmoaie brațul beteag în apa izvorului: întreaga mână își redobândește suplețea.

*13. Marți, 2 martie: mesaj pentru preoți.*

Mulțimea sporește din ce în ce mai mult. „Doamna” îi spune: „Mergeți și spuneți preoților să se vină aici în procesiune și să se construiască o capelă”. Bernadeta îi spune acest lucru părintelui Peyramale, parohul de Lourdes. Acesta nu vrea să știe decât un singur lucru: numele „Doamnei”. Ba mai cere în plus un semn: să vadă înflorit trandafirul sălbatic de la Grotă în plină iarnă.

*14. Miercuri, 3 martie: un surâs.*

La ora șapte dimineața, în prezența a trei mii de persoane, Bernadeta se duce la Grotă, însă viziunea nu apare! După școală, ea simte invitația interioară din partea „Doamnei”. Se duce la Grotă și îi cere să-și spună numele. Răspunsul este un surâs. Părintele Peyramale îi spune: „Dacă Doamna vrea cu adevărat o capelă, atunci să-și spună numele și să facă să înflorească trandafirul de la Grotă”.

*15. Joi, 4 martie: ziua cea mai așteptată.*

Mulțimea tot mai numeroasă (aproape opt mii de persoane) așteaptă o minune la sfârșitul acestor cincisprezece zile. Apariția este silențioasă. Părintele Peyramale rămâne ferm pe poziție. Timp de douăzeci de zile Bernadeta nu se mai duce la Grotă, nu mai simte acea irezistibilă invitație.

*16. Joi, 25 martie: numele atât de așteptat.*

Apariția își revelează în sfârșit numele, însă trandafirul sălbatic, asupra căruia își așeza de fiecare dată picioarele, nu înflorește. Bernadeta povestește: „Își ridică ochii spre cer, împreunându-și mâinile, care erau întinse și deschise spre pământ, în semn de rugăciune și-mi spuse: „Eu sunt Neprihănită Zămislire.” Micuța vizionară plecă în fugă și repetând fără încetare pe drum cuvinte

pe care ea nu le înțelege deloc. Aceste cuvinte îl vor bulversa paroh. Bernadeta nu știa ce înseamnă această expresie teologică, expresie ce o desemnează pe Preasfânta Fecioară Maria. Cu patru ani înainte, pe 8 decembrie 1854, papa Pius al IX-lea o declarase ca adevăr de credință pentru toți catolicii, dogma de credință, că Fecioara nu a fost atinsă vreodată de păcat.

*17. Miercuri, 7 aprilie: minunea lumânării aprinse.*

În timpul acestei apariții, Bernadeta își ține lumânarea aprinsă în mâini. Lumânarea alunecă, iar flacăra îi atinge mâna minute în șir fără să o ardă. Acest fapt este imediat constatat de către un medic ce se afla în mulțime, doctorul Douzous. De atunci, zi și noapte lumânările ard la Grotă prelungind astfel rugăciunea pelerinilor.

*18. Joi, 16 iulie: ultima apariție.*

Bernadeta simte iarăși misteriosul apel al Grotei, însă o palisadă ridicată de autorități interzice accesul. Așa că se duce pe partea cealaltă a Gavului. „Aveam impresia că mă aflu în fața Grotei, la aceeași distanță ca și altă dată; o vedeam doar pe Preasfânta Fecioară și niciodată nu o mai văzusem atât de frumoasă!”<sup>76</sup>

## **IV.5. Semnele de la Lourdes**

*1. Apa - Joi, 25 februarie 1858* - Bernadeta spune: „Aqero (aceea, termen utilizat de Bernadeta pentru a o desemna pe Preasfânta Fecioară) mi-a spus să mă duc să beau și să mă spăl la izvor. Nevăzându-l, mă dusei să beau din Gav. Însă ea îmi făcu semn cu degetul să merg sub stâncă. Mă dusei într-acolo și găsi un pic de apă... mai mult noroi; atât de puțină că abia am reușit să iau în căușul palmei. De trei ori am aruncat-o, atât era de murdară. A patra oară am reușit.” Apa de la Lourdes este semnul „apei vii” pe care o dă Isus. Evanghelia ne relatează următoarea scenă: Isus, obosit din cauza drumului, se așezase lângă o fântână. O femeie veni să scoată apă. Isus îi spuse: „Oricui bea din apa aceasta îi va fi sete din nou, dar pentru cel care bea apa pe care i-o voi da eu va deveni în el.”

---

<sup>76</sup> Cf. *ibidem*, p. 211.

2. *Stânca* - În Grota Massabielle Bernadeta a văzut-o pe Preasfânta Fecioară de 18 ori. Sfânta Scriptură ne spune că Dumnezeu este stânca noastră. El este stânca pe care ne putem sprijini. „Te iubesc, Doamne, tăria mea, Doamne, stânca mea, fortăreața mea și eliberatorul meu; ...Viu este Domnul și binecuvântată este stânca mea!” (*Ps* 18, 3.47).

3. *Lumina* - Zi și noapte, vara ca și iarna, lumânările ard fără întrerupere la Grotă. Lumânarea este lumina credinței. Această lumină este Cristos Domnul. „Eu sunt lumina lumii. Cine mă urmează nu umblă în întuneric, ci va avea lumina vieții.” (*In* 8, 12).

4. *Mulțimile* - Sunt imense, de toate rasele, limbile și națiunile. Cei câțiva pelerini de la început au devenit astăzi 6 milioane. La Lourdes se trăiește deja Biserica, adunarea fiilor de pretutindeni ai lui Dumnezeu în aceeași unitate.

5. *Bolnavii* - După vindecarea Caterinei Latapie (1 martie 1858), bolnavii nu încetează să vină la Lourdes, căutând vindecare trupească, dar mai ales vindecare spirituală, curajul de a o lua de la capăt și bucuria de a trăi.

Pentru confirmarea faptului că Fecioara este zămislită, ca adevăr universal, Dumnezeu a hotărât ca ea însăși să se arate la Lourdes fericitei Bernadeta, să confirme cele hotărâte și să pună pecetea prin minunile pe care le-a săvârșit acolo. Cu această ocazie ea a chemat la Massabielle credincioși iar aceștia au răspuns chemării. Dovadă că an de an, numărul lor a crescut, mânați de suferințe trupești, sufletești sau de o evlavie deosebită ce o au față de Fecioară, să îi mulțumească. Și că minunile săvârșite în acest loc și constatate apoi medical, ca afecțiuni tratate, se pot număra cu miile, de zeci de ani încoace.<sup>77</sup> Curiozitatea și fascinația au crescut constant, un altar a fost ridicat la grotă în care Bernadette a experimentat aceste viziuni, iar Lourdes a devenit o atracție la nivel mondial. Astăzi, mai multe milioane de persoane vizitează altarul în fiecare an. Mulți vin din speranță și nenumărate "miracole" și vindecări, cum spuneam, au fost revendicate de vizitatori în timpul secolului trecut<sup>78</sup>.

---

<sup>77</sup> Cf. ALFRED HOPPE, *Lourdes în strălucirea minunilor sale*, Editura Presa Bună, Iași 2009, ediția a III-a, revizuită după cea din 1931, Institutul de arte grafice Presa Bună, Iași, p. 5.

<sup>78</sup> Cf. PATRICK MARNHAM, *Lourdes: A Modern Pilgrimage*, Editura Heinemann, London 1982.



Ce se află în spatele creșterii fenomenale a orașului Lourdes? Cine sunt, de fapt, pelerinii care vizitează Lourdes în astfel de număr? Ce se întâmplă cu adevărat acolo? Sunt doar câteva dintre întrebările la care voi răspunde pe parcursul capitolului următor, studiul de caz al lucrării.

## **V. Studiu de caz**

### **V.1. Lourdes după 150 de ani**

Papa Benedict al XVI-lea a vizitat această „citadelă a speranțe și a vieții”, în timpul pontificatului său și asta pentru a marca cei 150 de ani de la primele Apariții Mariane, lucru care amintește că „puterea dragostei este mai puternică decât răul care ne amenință”, iar la Lourdes oamenii sunt primiți cu dragoste și devotament, mai ales pe aceia care din cauza neputinței ori dizabilităților pe care le au, sunt oarecum marginalizați social. De bunăseamă, acum 150 de ani, Sfânta Fecioară Maria a ales tot o ființă problematică medical, marginalizată, o adolescentă bolnăvicioasă, una care putea să vadă și să audă simțul Divin, deși efectele prezenței Lui Dumnezeu acolo, alături de Maria, au fost simțite și de cei care au însoțit-o pe Bernadette la întâlnirile cu Frumoasa Doamnă în Alb. Un mesaj care amintește că dumnezeirea poate fi găsită în cele mai mici, întunecate și părăsite locuri cu puțință, ce pot lumina de la o grotă banală la un suflet, de la circumstanțe teribile și nevindecabile la unele care țin mase de oameni, mii și mii, în tăcere, pe drumul mântuirii. Nu cumva despre mântuire este toată această povăț trimisă de Dumnezeu?

Nu este despre vindecarea de păcat, despre renunțarea la el, despre meditația supremă și accesarea spre infailibilul Dumnezeu? Sanctuarul catolic este vizitat, la 150 de ani, nu doar de reprezentanți ai Bisericii Catolice. Pe lângă credincioșii de zi cu zi, episcopi ai altor confesiuni fac

o plecăciune la Catedrala franceză în semn de respect și devoțiune. Primul lider al Bisericii Anglicane a vizitat la rândul său acest sanctuar și a evocat aparițiile Fecioarei Maria, atrăgându-și critici ale unei părți de credinșioși care spune că Biserica Protestantă nu poate să accepte aceste viziuni. Obiecția este una puternică pentru că la a 16-a apariție a Fecioarei, Doamna spune: „Eu sunt Neprihănită Zămislire”, deci confirmă o dogmă stabilită cu doar 4 ani înainte de Biserica Catolică și neacceptată de protestanți. Arhiepiscopul Canterbury își asumă „riscul”.

La 150 de ani de la primele semne supranaturale, Lourdes este un oraș viu unde pelerinii vin să caute o voce avizată, o Doamnă care poate să le dea răspunsuri la întrebări fundamentale, idei, soluții și direcții. Caută un Dumnezeu care este acolo și vede tot, simte orice senzație umană și răspunde prin ce știe mai bine să facă, să contureze vindecarea de orice fel, să aducă liniștea atât de necesară pelerinului, să curme suferința prin starea de bine.

Fie că este un pelerinaj individual sau colectiv, la 150 de ani, Lourdes este locul binelui din Franța, unde se regăsesc toate națiile Europei, poate chiar ale lumii, unde aeroportul este plin în sezon, nu de amețiți după escale, ci după oameni care vor să ajungă într-un singur loc, de la Tarbes la Lourdes, orașelul cu minuni divine.

Și cum bine spun multi, cei care deplâng pierderea credinței din Occident ar trebui să meargă la Lourdes. Forța rugăciunilor a zeci, sute de mii de oameni este de-a dreptul copleșitoare, un aspect rar întâlnit fiind acela că în mulțimea care urmează aceleași ritualuri, de aproape 150 de ani, sunt respectate individualitatea și intimitatea fiecăruia participant la ceea ce se numește Calea Crucii și slăvirea Fecioarei Maria.

## **V.2. Misterul supranatural de la Lourdes**

Lourdes e un miracol în sine. Spui „Lourdes” și e de ajuns să îți creezi o imagine, un scenariu, al vindecării cuiva cu probleme, chiar dacă nu ai văzut cu ochii tăi micul orașel francezesc, nu departe de Toulouse. Lourdes e o minune veche, cu o istorie nepătată de peste un secol. Cu o însemnătate deosebită pentru lumea catolică și nu numai. Pentru creștinii deschiși spre ecumenism, în general. Dacă grota de la Lourdes ar putea vorbi, atunci milioane de glasuri ar spune că este locul care le-a schimbat radical viața. Fiecare a avut o întâlnire personală cu Dumnezeu,

fiind călăuzit de Fecioara Maria. Fie că merg pe picioarele lor sau în scaunul cu roțile, pelerini sau bolnavi, fiecare își aduce în acest loc fragilitățile, rănile și rugăciunile personale. Dacă grota de la Lourdes ar putea vorbi ne-ar spune că acest loc aparține de fapt lumii întregi, indiferent de naționalitatea pe care o au sau de religie. Dacă grota de la Lourdes ar putea vorbi ne-ar spune că este un tărâm al fraternității unde orice întâlnire divină este posibilă, pentru că aici se pot construi poduri între confesiuni, deoarece domnește o atmosferă precum cea de la Rusalii: fiecare cântă în graiul matern, fără ca rugăciunile semenului să-l deranjeze. Această universalitate a rugăciunii colective traversează pietrele grotei, iar oamenii ajung să trăiască pe deplin sentimentul profund al sacralului.

Trebuie spus că dintre miile de vindecări miraculoase comisiile medicale au confirmat științific 1.200 iar autoritățile bisericești au recunoscut oficial aproape 7.000 de vindecări de-a dreptul inexplicabile, dintre care 67 au fost considerate adevărate miracole. Conform **Anexa Vindecări Recunoscute**. Dintre cele 67 de miracole, 49 s-au petrecut datorită apei din grota Massabielle, care a fost folosită pentru comprese, pentru toaletare sau pentru a fi băută, altele în timpul slujbelor religioase de acolo, în timpul binecuvântării bolnavilor și în timpul sau în urma unor rugăciuni de moment. Dar toți cei vindecați la Lourdes au făcut parte din pelerinajul la locul apariției Sfintei Fecioare, iar dintre pelerini nu toți au ajuns să atingă sanctuarul, propriu-zis. Pentru ca fenomenele acestea să se producă nu este, așadar, obligatoriu ca bolnavul să se roage pentru că s-au vindecat inclusiv copii mult prea mici pentru a ști să se roage ca la Biserică ori persoane prea bolnave pentru care s-au rugat alții sau chiar oameni necredincioși, care poate erau doar spectatori și nu știau realmente cum se face o rugăciune. Totuși, vindecările miraculoase reprezintă un subiect de dispută între credincioși și sceptici dar nu se poate nega că aceste vindecări există și uneori sunt de-a dreptul spectaculoase. Putem să menționăm cazul *Lydiei Brosse*, care suferea de abcese tuberculoase și după ce sa luat contact cu apa de la Lourdes în octombrie 1930 s-a vindecat imediat, fără ca boala să mai revină vreodată. Recent, cea mai recentă recunoaștere oficială a unui miracol a avut loc pe 21 septembrie 2005 când o italiancă, *Anna Santaniello* a fost declarată a 67-a persoană vindecată în mod miraculos în Lourdes. Aceasta s-a vindecat în contactului cu apa de la Lourdes pe 19 august 1952, la vârsta de 41 de ani, după ce suferise de artrită reumatică acută precum și alte câteva probleme grave de sănătate: dispnee, dificultăți de vorbire, imposibilitate de a se deplasa, crize de astm, cianoza feței și a buzelor și edem al limbii, iar pentru că se afla în imposibilitatea de a se deplasa a fost adusă pe o targă la Lourdes și tot pe targă a fost transportată să facă baie în apa

de acolo. Evident că pare halucinant, dar de acolo s-a întors fără să mai aibă nevoie de vreun ajutor și a participat pe picioarele ei la procesiunea tradițională cu lumânări cu care se încheie fiecare zi la Lourdes. Există și un raport medical oficial: puls 90 cu ritm regulat, cianoza și dispneea au dispărut, edemul s-a retras, pacienta poate să se deplaseze fără dificultăți, poate să doarmă normal și și-a recăpătat apetitul normal. Vindecarea a fost declarată oficial miracol, după examinări și dezbateri care au avut loc de-a lungul anilor<sup>79</sup>. Conform **Anexa Vindecări Anna Santaniello**.

În privința vindecărilor spontane, o contribuție la recunoașterea acestora avut-o savantul Blaise Pascal, în 1656. Nepoata sa Marguerite care suferea de mult timp de un abces cronic, care îi afecta nasul și ochiul stâng. Infecția îi putea fi fatală. Ei bine, aceasta a avut șansa de a atinge un fragment din coroana de spini a lui Isus, de la Catedrala Notre-Dame din Paris. După acest eveniment evoluția maladiei s-a întrerupt de la sine, ulterior a survenit vindecarea, spre uimirea tuturor. În acea perioadă, recunoașterea unui miracol presupunea îndeplinirea a trei condiții: demonstrarea faptului că vindecarea a avut loc, stabilirea faptului că aceasta nu putea fi obținută prin mijloace, să le spunem... naturale, arătarea faptului că împrejurările în care s-a petrecut miracolul lasă clar să se vadă că el a avut loc. Evident, greutatea cuvântului unui savant de talia lui Blaise Pascal nu lăsa loc pentru niciun fel de îndoială în aceste privințe. Dar, ceea ce reiese cu claritate este că fenomenul vindecărilor miraculoase nu se referă la vindecarea anumitor boli, în general, ci doar la cazuri particulare, ori am putea spune că se vindecă omul și nu boala, iar dintre maladiile vindecate spontan ar fi: tuberculoza, afecțiuni organice, reumatism vertebral, cancer de col uterin, scleroză în plăci, boala lui Hodgkin, paralizii ale membrelor, blefarită cu ectropion bilateral (boală oculară considerată nevindecabilă), hemiplegie (paralizie a unei jumătăți a corpului), surditate, probleme renale, cardiace etc., deci niște probleme pe care medicina nu le poate rezolva în totalitate, ci doar să le trateze pentru a nu mai evolua spre maxim. Încă un aspect, de pe lista întocmită de medici și teologi, doar bolile mintale lipsesc cu o singură rezervă legată de vindecarea depresiei, deci o paletă foarte largă de „oportunități de vindecare”.

O întrebare esențială se impune încă de la începutul acestui studiu de caz: de ce vin oamenii la Lourdes? Răspunsul poate fi găsit destul de simplu, după o analiză atentă a ceea ce se petrece în această localitate. Vin pentru că aici, la Lourdes, pentru că se resimte o extraordinară fertilitate de ordin spiritual și pentru că este un loc unde domnește pacea, care s-a concretizat într-un sentiment

---

<sup>79</sup> Cf. <https://www.pellegrinaggisanti.com/anna-santaniello-guarisce-a-lourdes/>, accesat la 18 mai 2019.

colectiv de reconciliere, fiecare se arată semenului său așa cum este, fără măștile sociale pe care le afișăm atunci când societatea obligă să ne apărăm, fără convenții mondene, fără prejudecăți și, mai ales, fără accese de mândrie deșănțată. Și pentru că aici s-a conturat un teritoriu simbolic al pacificării, ceea ce este o minune pentru o Franță care, devenită peste noapte pământ multicultural și aproape atee, mustește de conflicte sociale și antagonisme de clasă. Și pentru că aici, contrar mitului trupului perfect și parfumat promovat de publicitatea modernă, corpul suferind și diform, sănătos sau bolnav terminal este acceptat, fiind vizibil la tot pasul, fără a fi judecat sau ridiculizat de ceilalți care iau parte de acest marș al speranței. Aici, la Lourdes, primești o lecție de viață care te ajută să vezi splendoarea corpului uman în tot ceea ce are el mai imperfect, un fel de lecție asemenea unui vaccin contra răului din actuala societate, care exclude tot mai mult fragilitatea umană și caută perfecțiunea plastificată, retușată. Lucruri care, aici, doar dacă vezi în profunzime miracolul din Grota Sfântă, sunt de o naturalețe ce rivalizează doar cu un alt miracol ce nu poate fi decât divin și își are originea în aceeași rânduire, a binelui Lui Dumnezeu pe pământ. Sanctuarul de la Lourdes este locul în care merită să ajungi cel puțin o dată în viață. Conform **Anexa 1.1, 1.2, 1.3.**

### **V.3. Miracolul de 1 miliard de euro**

De fapt, ceea ce se întâmplă la Lourdes, loc sfânt al catolicismului european și nu numai, este o minune la fiecare pas, fie spiritual, fie financiar. Și as vrea să luăm toate argumentele pe rând, în cele ce urmează.

În primul rând, să menționăm că Lourdes este o localitate din sudul Franței cu o populație de nici măcar 14.000 de locuitori. Și un loc vizitat anual de circa 6 milioane de turiști spirituali, cel mai mare pelerinaj catholic, în at moment, din Europa. Loc în care orice om care vizitează mica localitate de la baza Pirineilor are nevoie de transport, cazare, mâncare, servicii de tot felul care țin de necesități omenesti și suveniruri. Iar aceasta este doar o privire general asupra fenomenului de management al localității. Pentru că, mai degrabă, un ateu să zicem, ar privi localitatea aceasta ca o oportunitate de afaceri, sau nu neapărat un ateu cât un om de business, care vrea să aducă valoare adăugată unei companii, să facă profit.

Comerțul care a înflorit în jurul sanctuarului, ca de altfel în orice loc care atrage mari mulțimi de oameni, se oprește la intrarea în Piața Rozarului și pe esplanada din jurul catedralei, astfel că nimic nu împiedică și nu îi deranjează pe credincioșii devotați. Însă în afara acestui spațiu este evident că afluxul de pelerini este principala sursă de venit pentru întregul oraș. Dar, fără discuție, nu este un lucru condamnabil să faci valoare adăugată din ceva ce se cere, pe piață.

Ce înseamnă o călătorie în Lourdes, din punct de vedere financiar?

1. *Transport* către poarta aeriană din orașul Tarbes, Aeroportul Tarbes Lourdes Pyrénées din oraș cu 40 de mii de locuitori, care nu și-ar găsi utilitatea dacă nu ar exista acest flux imens de turiști către locul Sfânt, situat la 25 de km de Lourdes. Mari companii de linie sau firme low cost poartă zecile de mii de oameni din toate colțurile Europei către Lourdes, direct sau cu escale în alte orașe importante, care au de câștigat, firește, și ele de pe urma călătoria aceasta<sup>80</sup>. Conform **Anexa 2**

Transportul cu autocare charter sau trenuri rivalizează ca prețuri cu cel aerian, nu este neapărat o oportunitate, doar dacă e vorba de o formă mai apropiată de socializare, grupuri organizate de parohii din Europa, ce merg în pelerinaj organizat și nu individual, imposibilitatea de a găsi o linie aeriană cu destinație direct spre Aeroportul Tarbes sau cel mult o escală în Franța sau Spania, distanțe mai reduse de parcurs sau persoane cu rău de avion, etc.

2. *Cazarea* într-un hotel, hostel, pensiune, fiscalizat de autoritățile franceze, conform Booking, se situează în jurul valorii de 50 eur/noapte<sup>81</sup>, condiții decente, fără mic dejun. Alte costuri ce se adaugă în cazul achiziționării acestui serviciu de masă, cca.10 eur/persoană. Conform **Anexa 3.1 și Anexa 3.2**
3. *Transport local sau închiriere autoturism* de la aeroportul Tarbes, cca.63 eur/zi, în sezonul de vară, plus alte taxe, garanție și combustibil<sup>82</sup>. Transport de la și spre aeroport în cazul în care nu sunt utilizate mașini închiriate. Conform **Anexa 4**.
4. *Cheltuieli cu servicii de restaurant, alimentație publică și magazine locale*
5. *Cheltuieli cu achiziționarea de suveniruri, cărți și alte articole personalizate.*

---

<sup>80</sup> Cf. <https://www.tlp.aeroport.fr/en>, accesat la 18 mai 2019.

<sup>81</sup> Cf. [www.booking.com](http://www.booking.com), accesat la 18 mai 2019, destinația Lourdes, Franța.

<sup>82</sup> Cf. <https://www.avis.com/en/home>, accesat la 18 mai 2019, cu preluare din Aeroportul Tarbes, în sezonul de vară.

Vorbim deci despre o adevărată industrie în acest loc binecuvântat de Dumnezeu cu o minune care a salvat, economic, acest colț de Franță, la mijlocul secolului al XIX-lea, cu o finalitate concretă în secolul XX și XXI. Din 1860 până în prezent, presa vorbește despre aproximativ 200 de milioane de pelerini care au vizitat Lourdes. Oameni, care indiferent de starea de sănătate au investit o sumă de bani pentru a ajunge aici și pentru a lua parte la ceea ce înseamnă turismul spiritual, pe care aş îndrăzni să îl numesc *turism cu speranța vindecării*. 200 de milioane de oameni care au vărsat indirect bani în bugetul acestor 2 localități, Tarbes și Lourdes, poate și a altora din zonă, Franței, Europei. Oameni care au finanțat un curs firesc al economiei de piață, una liberă, unde capitalismul și creștinismul trăiesc în cele mai bune condiții. Loc în care cei care desfășoară activități economice pot să nu trăiască cu frica zilei de mâine, deoarece locul acesta vinde orice este pus spre comercializare și este inscripționat cu matricola *Lourdes*. Lucruri care, de cele mai multe ori, nu sunt produse de manufacturi locale dar care au o valoare adăugată mare deoarece sunt comandate direct din China și prețul lor este, per set, foarte ofertant pentru cei care desfășoară comerț în apropierea Grotei Sfinte de la Lourdes, conform *Anexelor 5 și 6*. De menționat că nu am căutat, totuși, cea mai ieftină variantă de suveniruri en-gross, cu livrare direct din Republica Populară Chineză, dar care, prin vânzarea lor ca volum, aduc un profit generos, adaosul comercial fiind de multe ori de 2000-3000 %, fără frica unui termen de garanție care ar duce la scoaterea produsului de pe piață, ca expirat, și ceva esențial, un produs atemporal. O marfă cumpărată în urmă cu 2 ani poate fi vândută oricând, aici nefiind vorba de o modă în achiziționarea unui souvenir, care oricum este destul de avantajos, ca imagine și amintire a vizitei la Lourdes. Iar fiecare din cei prezenți o să cumpere cel puțin pentru ei, dacă nu și pentru toți membrii familiei extinse câte o amintire ce le va aduce mulțumiri, desi, în realitate, fabrica din Shenzhen, unde a fost topit plasticul pentru rozariile de 5 eur/buc, e disponibilă să îl creeze cu 0.10 eur. Business în adevăratul sens al cuvântului<sup>83</sup>.

Francezii știu să facă bani iar acest lucru nu este unul de condamnat. Spiritual antreprenorial, transmis acolo cel mai probabil din tată în fiu, menține această localitate economic cu un grad ridicat de cash-flow. La un simplu calcul, dacă cheltuiala per fiecare pelerin ar fi de 150 eur (cazare, transport, suveniruri, servicii locale de mâncare, cumpărături din magazine, etc.) și fără donații către Biserica din preajma Grotei, suma care se rotește fizic în jurul ei este de cca.

---

<sup>83</sup> Cf. [www.aliexpress.com](http://www.aliexpress.com), accesat la 18 mai 2019, căutare după articole cu Fecioara Maria, Lourdes.

***1 miliard de Euro/an.*** Ce înseamnă 1 miliard de euro în economia unei localități cu cel mult 14.000 de locuitori? Înseamnă mai mult decât ar fi putut accesa această localitate prin programe de finanțare ale Uniunii Europene. La un simplu calcul, dacă fiecare cetățean al localității ar avea o afacere sau ar trăi direct de pe urma ei, ceea ce este puțin probabil, ar duce la o cifră de afaceri de cca 65 000 eur/an/persoană. Ceea ce ar face traiul în Franța anului 2019, rezonabil. Este clar că lucrurile nu stau așa iar profiturile individuale sunt cu mult peste cele pe care le-am enunțat mai sus. De zeci de mii de euro lunar, în unele cazuri. La urma urmei, nimic condamabil, capitalismul vine și ne demonstrează că din bine și frumos rezultă confort financiar, mai degrabă specific protestanților, dar pus foarte bine în practică și de catolicii francezi. Un demers lăudabil câtă vreme sunt regulile economiei respectate iar comerțul se realizează fiscalizat. Fiscalizare de pe urma căreia și economie Franței are de câștigat prin impozite locale, impozit pe profit, taxă pe valoare adăugată, etc. Așa apar locuri de muncă, atunci când economia funcționează iar intervenționismul statului este restrâns doar de niște reguli clare și care nu se modifică frecvent.

Lourdes este un loc în care economia locală s-a dezvoltat fantastic iar miracolul vinde atât de bine încât marketingul și promovarea sunt necesare dacă vrei o expansiune a afacerii de acolo. Spre exemplu, un hotel al unui dezvoltator local care trebuie neapărat să existe pe platforme digitate de rezervare, Booking, Hotels.com, review-uri pe TripAdvisor și alte modalități de a arăta că ceea ce vor găsi la fața locului este exact ceea ce vedem în fotografiile din timpul rezervării. Iar investiția este foarte mică, câtă vreme aceste platforme percep un comision rezonabil, neglijabil de către contractant, pentru că oricum acesta este inclus în preț iar garanția pe care o ai în cazul unei rezervări online este una maximă, de restituire a banilor în caz de anulare a rezervării ori de ocupare a camerelor peste ceea ce este disponibil pe site.

Bani, miracole, milioane de oameni. Cum reușesc toate acestea împreună să mențină însă atât de viu acest loc, din punct de vedere spiritual. Este o forță care mână pe toți, care fac cunoștință cu acest loc, să convingă și pe alții de veridicitatea a ceea ce se întâmplă în Lourdes, a stării de fapt? Care sunt pârgھیile prin care, fără reclamă plătită, așa cum se procedează în turism, în general, acest loc să aibă parte de un marketing gratuit doar prin bunăvoința Domnului? Cine sunt cei responsabili de succesul localității cu doar 14 mii de locuitori? Autoritățile, Guvernul Franței, Biserica Catolică, Papa? Nicidecum. Răspunsul este evident, puterea exemplului. Acesta aduce milioane de oameni anual aici, într-un spirit de necesitate, de responsabilitate liturgică, de auto-



convingere că asta trebuie făcut pentru o reușită de o anumită natură, etc. Iar dacă nu există o posibilitate financiară imediată, soluțiile lumii actuale, digitale, ne duc mai aproape de miracolul de acolo și prin imaginile televiziunii Lourdes Tv care difuzează neîncetat ceea ce se întâmplă în locul binecuvântat<sup>84</sup>. Conform **Anexa 7.1, 7.2**. Deci, tehnologia nu împiedică cu nimic ceea ce se întâmplă la fața locului, ci mai degrabă ajută, deopotrivă Biserca Catolică, prin oamenii de acolo, enoriașii, prin informații clare și concise, calendare de evenimente și imagini în direct cu cea mai obiectivă privire asupra unui fenomen, *No Comment*.

---

<sup>84</sup> Cf. <https://www.lourdes-france.org/tv-lourdes/>, accesat la 18 mai 2019, Streaming Live Lourdes TV.

## Concluzii

**Banii.** Adună oameni deopotrivă în interesele lor sociale, cresc, ridică oameni, personalități, decad valori, urcă în ierarhii și te fac să supraviețuiești dacă nu cu o grijă zilnică, atunci sigur cu proiecții mari spre viitor. Adică banii dictează și influențează, se înmulțesc prin investiții și la rândul lor finanțează economii, acoperă probleme, construiesc spitale și școli, cu ei se cumpără alte valori, se investesc bugete, se spală unul pe altul, se pun deoparte și își cresc sau pierd valoarea. Banii se învârt, nu doar vicios, ci și logic, spre construcția unei comunități, țări. Banii nu sunt doar răi, ci și fondatori, în sensul pozitiv. Așa sunt banii, necesari, utili, contrari învățăturilor divine, dar magnetici. Banii aduc oamenii laolaltă și interesele lor. Este argumentul pentru care îmi propun realizarea unui studiu de caz care să arate cât de bine merg, de fapt, mână în mână cele două concepte: cel divin și cel financiar. Într-o locație vizitată de milioane de oameni anual, a specula o oportunitate și a oferi ceea ce se caută nu este un păcat. Este un drept fundamental al omului, este o regulă a capitalismului, și nu unul sălbatic, nimic nu este băgat cu de-a sila în buzunar și banii luați cu forța. Lucruri sunt vândute și cumpărate sub marca creștinismului, sub sigla Fecioarei Maria care s-a arătat acum 150 de ani într-un loc săcar, umil, întunecat, unei fete care ar fi putut să nu aibă nici o șansă de a merge în viață spre tainele Lui Dumnezeu. Banii, despre care vorbeam mai devreme, finanțează existența acestui loc, banii promovează vizite ulterioare, grupuri de oameni care vin cu zecile de mii au nevoie de bani aici. Pentru o apă, un scaun, o cazare, o cruciuliță, un calendar, o jucărie sau un alt suvenir religios. Orice. Totul costă. Marketingul funcționează, societatea evoluează firesc, în spiritul unei piețe care exact așa trebuie să existe, doar cu limite ale calității lucrurilor comercializate și cu posibilitatea ca ele să fie cumpărate de oricine trece pragul Franței și face un drum spre Lourdes. Avantajos.

**Credința.** Strânge suflete în grupuri imense, adună probleme de tot felul pentru a fi prezentate Domnului Dumnezeu, prin mijlocitori pământești, cum este Sf. Bernadette Soubirou, pentru rezolvare cât mai grabnică. Aceeași credință ne face să alegem locurile de pelerinaj cu dorința mântuirii, a renunțării, măcar pentru o scurtă perioadă de timp, la păcatele zilnice, la ocară și negativism. Credința înseamnă o stare care este dar al lui Dumnezeu, direct. Este produsul final al certitudinii că Dumnezeu, Isus, Fecioara Maria, Sfinții Apostoli, cei vindecați din Noul

Testament, cei care l-au biciuit și răstignit pe Fiul Domnului, au existat și au influențat din acel moment toate societățile care au fost creștinate, este finalitatea drumului spiritual, pentru unii noi în creștinism. Credința este peste tot în peisajul Sanctuarului de la Lourdes, în doze mari sau mai mici, dar sigur nimic nu te-ar mâna să faci drumul spre „locul marian” mai mult ca o certitudine minimală că lucrurile grele pot să își găsească rezolvare, în centrul catolic al Franței. Dar nu neapărat catolică, cât ecumenică, locul acesta binecuvântat fiind văzut și simțit de reprezentanți, așa cum am văzut pe parcursul studiului de caz, de nenumărați turiști spirituali de alte religii creștine.

**Credința și banii** nu sunt două concepte paralele. Nu se exclud unul pe celălalt. În capitalism sunt dependente mai degrabă, unul de celălalt. Pentru că, în realitate, credința se finanțează pentru a ajunge la o plajă cât mai largă și pentru excluderea radicalizării atât de nocive în societățile dezvoltate sau emergente. Aceste concepte sunt pe atât de moderne pe cât de deschiși sunt liderii spirituali, conducători de Biserici, de milioane sau miliarde de enoriași, care văd prin oportunitatea banilor, soluția mântuirii, pentru că banii deschid căi în societățile normale, occidentale, duc oamenii spre finalitate – în acest caz tocmai locul acesta minunat al Franței, miraculosul oraș Lourdes. Cum ar fi să mergi pe jos tocmai din România spre Franța? E aproape imposibil, nu? Deci depindem de calea financiară pentru a ajunge acolo. Dar unde locuim? Ce mâncăm? Ce suveniruri aducem oamenilor de acasă? Și pot porni de aici zeci de întrebări care ar putea, la prima vedere, să ne demonstreze că banii nu sunt un păcat în relația cu credința sinceră, atâta vreme cât sunt utilizați doar cu un scop clar și curat. Repet, banii fundamentează ziduri noi la cetăți vechi, pun acoperiș peste lăcașuri pe care a plouat cu ignoranța autorităților sau incapacitatea lor de a atrage fonduri, repară drumuri spre sanctuare deschise de trimișii Lui Dumnezeu pe pământ, vizitei religioase. Banii duc trenuri, automobile, aeronave și dau energie prin hrană și hidratare, sunt o parte din esența în tot ce înseamnă astăzi un pelerinaj pentru creștinătate și nu numai.

Dar, cu toate acestea, credința ajunge să primeze, dacă este suportul acestui drum, poate pentru unii inițiativ în descoperirea Divinității la Lourdes, pentru alții este deja o certitudine și o dovadă în plus nu face altceva decât să fundamenteze ceea ce oricum știa deja, că Dumnezeu este peste tot dar harul său trece prin persoana Bernadettei și o lasă peste timp ca dovadă a interesului său pentru oamenii care trec pe aici să își plece capul, sau rămâne doar un loc de peregrinare ca

simplic turist, spectator, care urmărește doar bifarea a încă unui loc văzut în viața de colindător a continentului european.

Lucrurile sunt clare, la Lourdes se înfăptuiesc minuni, dar nimic nu ne împiedică să ne legăm de tot ce este lumesc și omenesc pentru a beneficia la întreg potențialul de această zonă binecuvântată de Dumnezeu cu mărturia miracolului dar și marketingul local, fără de care, astăzi, probabil nu am fi știut atât de mult pe cât se poate descoperi de la mii de kilometri, despre locul minunat de la granița sudică a Franței. Și aș vrea să mai adaug că un păcat mai mare, în opinia mea, l-ar reprezenta furtul identității locale ca element de spiritualitate și nu transferul banilor cu atât de multă rapiditate și în asemenea cantitate, purtați de 6 milioane de călători și vărsați într-un buget ulterior, care finanțează existența și pe mai târziu a acestui sanctuar minunat de la Lourdes.

## BIBLIOGRAFIE

### Documente ale Bisericii

*Catehismul Bisericii Catolice*, Editura Arhiepiscopiei Romano-catolice, București 1993.

CONGREGAȚIA PENTRU DOCTRINA CREDINȚEI, *Mesajul de la Fatima*, Editura Presa Bună, Colecția „Documente” nr. 15, Iași 2000.

### Volume și lucrări

ADAMESCU, CEZARINA, *Iată Mama ta!*, Editura Alma, Galați 1998.

APOSTOL, MIHAELA SIMONA, *Pelerinajul și comunicarea mediatică*, Editura Pro Universitaria, București 2012.

BĂNICĂ, MIREL, *Nevoia de miracol: fenomenul pelerinajelor în România contemporană*, Editura Polirom, Iași 2014.

BĂNICĂ, MIREL, „Practica pelerinajului în România contemporană”, în *Buletin științific*, Fascicula Filologie, Seria A, Vol. XX, 2011.

BELOIU, VALENTIN-LUCIAN, *Miracolul în viața omului modern, O monografie sociologică a pelerinajului*, Editura Christiana, București 2015.

BERNANOS, GEORGES, *Jurnalul unui paroh de țară*, Editura Alfa, București 1999.

COMAN, MIHAI, *Introducere în antropologia culturală. Mitul și ritul*, Editura Polirom, Iași 2008.

*Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, Institutul lingvistic „Iorgu Iordan”, ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura Univers Enciclopedic, București 2009.

DUMEA, EMIL, *Teme de istorie a Bisericii*, Editura Sapiientia, Iași 2002.

ELIADE, MIRCEA, *Sacrul și profanul*, trad. de Brîndușa Prelipceanu, Editura Humanitas, București 1995.

*Enciclopedia Universală Britannica*, vol. 10, Editura Litera, București 2010

- GILSON, ETIENNE, *Introducere în filosofia creștină*, Editura Galaxia Gutenberg, Târgu-Lăpuș 2006.
- HOPPE, ALFRED, *Lourdes în strălucirea minunilor sale*, Editura Presa Bună, Iași 2009, ediția a III-a, revizuită după cea din 1931.
- KOLAKOWSKI, LESZEK, *Religia: dacă nu există Dumnezeu...: despre Dumnezeu, Diavol, Păcat și alte necazuri ale așa-numitei filozofii a religiei*, Editura Humanitas, București 1993.
- LARCHET, JEAN-CLAUDE, *Terapeutica bolilor spirituale*, trad. de Marinela Bojin, Editura Sophia, București 2001.
- LARCHET, JEAN-CLAUDE, *Inconștientul spiritual – Adâncul neștiut al inimii*, trad. de Marinela Bojin, Editura Sophia, București 2009.
- HARROLD, ELLENS J., „Miracles, God, Science and Psychology in the Paranormal”, în ELLENS J. HARROLD (ed.), *Religious and Spiritual Events*, vol. 1, Editura Greenwood Press, Praeger (USA) 2008, p. I-XIII, Introduction.
- MAGRY, PETER JAN, *Shrines and Pilgrimage in the Modern World New Itineraries into the Sacred*, Amsterdam University Press, 2008.
- MARNHAM, PATRICK, *Lourdes: A Modern Pilgrimage*, Editura Heinemann, London 1982.
- MITROFAN, IOAN, *Mariologie*, Note de curs, Blaj 2004.
- MORINIS, ALAN, *Sacred Journey, The Anthropology of Pilgrimage*, Editura Greenwood Press, Westport 1992.
- MUNTEANU, C. ET ALL., *Marketing, principii, practici, orizonturi*, Editura Sedcom Libris, Iași 2006.
- NICOLESCU, LUMINIȚA, *Marketingul, premise succesului în afaceri*, Editura SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice David Ogilvy, București 2003.
- SASU, CONSTANTIN, *Marketing Internațional*, Editura Polirom, Iași 1998.
- STANCIU, SICĂ, *Marketing*, (f. ed), București 2001.
- SWINBURNE, RICHARD, *The concept of miracle*, Macmillan, London 1970.
- TEODORESCU, GHEORGHE, *Sociologia mirabilis*, Editura Fundației Axis, Iași 2003.
- TEODORESCU, RADU, *Pelerinajul ca faptă ascetică*, f.ed., Cugir 2017.

TOUVET, CHANTAL, *Histoire des Santuaires de Lourdes 1858-1870, Les origines du pelerinage*, Editura Ndl Editions, 2008.

TRUHLAR, VLADIMIR, *Lessico di spiritualità*, Editura Queriniana, Brescia 1973.

VODĂ, SABIN, *Întâmpinări, Interviuri cu Părintele Teofil Părăian*, realizate de Sabin Vodă, Editura Sophia, București 2000.

WALLACE, ALFRED RUSSEL, *On miracles and modern spiritualism, Three essays*, Cambridge University Press, London, First published in 1875, Digital printed version 2009.

WILSON, WILLIAM P., „How Religious or spiritual miracle events happen today”, în ELLENS J. HARROLD (ed.), *Religious and Spiritual Events*, vol. 1, Editura Greenwood Press, Praeger (USA) 2008, pp. 264-279.

#### Website-uri:

BENEDICT AL XVI-LEA, *Discurs cu ocazia vizitei la Catedrala din Santiago de Compostella*, 6 noiembrie 2010, pe [http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2010/november/documents/hf\\_ben-xvi\\_spe\\_20101106\\_cattedrale-compostela.html](http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2010/november/documents/hf_ben-xvi_spe_20101106_cattedrale-compostela.html), accesat pe 12 aprilie 2019.

BURLAN, CĂTĂLINA, <http://ortodoxia.rol.ro/cele-mai-mari-miracole-religioase-ale-lumii-935083.html>, accesat la 13.03.2019.

FRANCISC, PAPA, 8 decembrie 2017, *Rugăciune Angelus*, Sursa web: [https://w2.vatican.va/content/francesco/en/angelus/2017/documents/papa-francesco\\_angelus\\_20171208.html](https://w2.vatican.va/content/francesco/en/angelus/2017/documents/papa-francesco_angelus_20171208.html), accesat la 01.05.2019.

KARTMAN, ALINA, *Ce înseamnă pentru creștini miracolul Învierii*, articol, <https://semneletimpului.ro/religie/paste/ce-inseamna-pentru-crestini-miracolul-invierii.html>, accesat la 13.03.2019.

KOUTROUBIS, DIMITRIOS, „L'ascèse chrétienne”, în *Buisson Ardent* 14 (2008) 14-79, volumul cu titlul *Présence et absence de Dieu*, traducere și adaptare de Augustin Păunoiu, pe <http://www.saint-silouane.org/index.php/activites-de-l-association/buisson-ardent/51-buisson-ardent-n-14-presence-et-absence-de-dieu>, accesat pe 17 martie 2019.

NAN, ALEXANDRU DAN, *Pelerinajul în Biserica primară*, pe [https://www.apostolia.eu/articol\\_269/pelerinajul-in-biserica-primara.html](https://www.apostolia.eu/articol_269/pelerinajul-in-biserica-primara.html), accesat pe 25 martie 2019.

OJICĂ, ALEXANDRU, „Pelerinajul creștin, dimensiune a urcușului spiritual”, în ziarul *Lumina de Duminică*, 2 aprilie 2017, pe <http://ziarullumina.ro/pelerinajul-crestin-dimensiune-a-urcusului-spiritual-121307.html>, accesat la 3 martie 2019.

VLIANGOFTIS, ARSENIE, *Asceza în monahismul ortodox și practicile necreștine*, pe <https://www.crestinortodox.ro/editoriale/asceza-monahismul-ortodox-practicile-necrestine-70322.html>, accesat pe 23 martie 2019

ZAGO, MORENO, *Pelegriini o turisti religiosi*, interviu de Romea Strata, pe [http://www.romeastrata.it/UserFiles/files/LAVOCE\\_ROMEASTRATA%2036.pdf](http://www.romeastrata.it/UserFiles/files/LAVOCE_ROMEASTRATA%2036.pdf), accesat 12 februarie 2019.

*Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus Dicționarul Cambridge Online*, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pilgrim?q=Pilgrim>, accesat la 12 februarie 2019.

CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES,  
<http://www.cnrtl.fr/etymologie/pelerin>, accesare 12 februarie 2019.

*Medieval Christian Guide Books*, <http://newadvent.org/cathen/08254a.htm>, accesat la 28 februarie 2019.

SANTUARIO DEL SACRO MONTE DI VARALLO, pe <http://www.sacromontedivarallo.org/wp/ilsacromonte/>, accesat la 12 aprilie 2019.

PELLEGRINAGGI SANTI website:  
<https://www.pellegrinaggisanti.com/anna-santaniello-guarisce-a-lourdes/>, accesat la 18 mai 2019

TARBES LOURDES Pyrinees Airport  
<https://www.tlp.aeroport.fr/en>, accesat la 18 mai 2019.

BOOKING  
[www.booking.com](http://www.booking.com), accesat la 18 mai 2019.

AVIS închirieri auto  
<https://www.avis.com/en/home>, accesat la 18 mai 2019.

ALIEXPRESS, site de cumpărături din China  
[www.aliexpress.com](http://www.aliexpress.com), accesat la 18 mai 2019.

TV LOURDES  
<https://www.lourdes-france.org/tv-lourdes>, accesat la 18 mai 2019.