



Società e consumo. Una lettura contemporanea dell'Apocalisse di Giovanni*

Ney de Souza^a

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC SP, Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-7866-8041>

Ricardo Toledo

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC SP, Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-8546-5840>

RECIBIDO: 18-12-23. APROBADO: 20-08-24

RIEPILOGO: A partire dalla rivoluzione industriale, la popolazione mondiale ha dedicato sempre più energia al consumo. L'attuale comportamento sociale, incoraggiato da un sistema che promuove l'idea del possesso eccessivo come elemento distintivo, che attua il lusso sfrenato come obiettivo di vita e ragione di felicità, che non risparmia sforzi né danni per mantenere in rotazione il proprio ciclo di interessi, ignora qualsiasi valore o principio. La società dei consumi che si è formata è allo stesso tempo vittima e causa di innumerevoli condizioni che affliggono i rapporti umani, l'ambiente e mettono a rischio la vita sul pianeta.

Pertanto, questo studio analizza questo comportamento alla luce dell'Apocalisse e rileva che, nonostante la distanza temporale e sociale esistente, la società continua a vivere sotto un sistema che manipola, controlla e opprime. Giovanni certamente non ha scritto pensando alle persone del XXI secolo, ma la sua sintonia con il comportamento umano ha dato vita a un'opera senza tempo, adatta ai momenti più diversi della storia umana.

La ricerca si è concentrata su esperti della materia, utilizzando libri e articoli scientifici. Tutti gli autori sono partiti dalla stessa premessa, il consumo eccessivo praticato dalla società odierna. La ricerca ritrae interpretazioni e opinioni convergenti, tranne quando si tratta di prospettive future. Alcuni autori sono pessimisti, altri mantengono ancora qualche speranza. Solo la sussistenza umana, che dipende dai comportamenti consumistici, è un punto pacifico, anche per l'apostolo Giovanni. È altrettanto comune comprendere che il problema ruota attorno agli eccessi e al lusso sfrenato, elementi capaci di corrompere i comportamenti e di rendere l'essere umano prigioniero di una prodotto, intrappolato in un atteggiamento di adorazione e privato del suo pieno potenziale. Se il sistema riduce le donne e gli uomini e li trasforma in merce, l'Apocalisse si oppone, rivelando la grandezza e la pienezza dell'essere umano.

PAROLE CHIAVE: Apocalisse; Giovanni; consumo; consumismo; sistema imperiale; società dei consumi; manipolazione.

* Articolo di riflessione.

^a Autore corrispondente. E-mail: nsouza@pucsp.br

RESUMEN: Desde la revolución industrial, la población mundial ha dedicado cada vez más energía al consumo. El comportamiento social actual, alentado por un sistema que promueve la idea de la posesión excesiva como elemento distintivo, que implementa el lujo desenfrenado como objetivo de vida y razón de felicidad, que no escatima esfuerzos ni daños para mantener su ciclo de intereses en marcha, hace caso omiso de cualquier valor o principio. La sociedad de consumo formada es al mismo tiempo víctima y causa de innumerables condiciones que aquejan las relaciones humanas y el medio ambiente, y que ponen en riesgo la vida en el planeta.

Por tanto, el presente estudio analiza ese comportamiento a la luz del Apocalipsis y encuentra que, a pesar de la distancia temporal y social existente, la sociedad continúa viviendo bajo un sistema que manipula, controla y oprime. Ciertamente, Juan no escribió pensando en las personas del siglo XXI, pero su fina sintonía con el comportamiento humano dio como resultado una obra atemporal y adecuada para los momentos más diversos de la historia de la humanidad.

La investigación se centró en expertos en el tema, utilizando libros y artículos científicos. Todos los autores partieron de una misma premisa: el consumo excesivo que practica la sociedad actual. Las investigaciones reflejan interpretaciones y opiniones convergentes, excepto cuando se trata de perspectivas futuras. Algunos autores son pesimistas; otros aún mantienen alguna esperanza. Solo la subsistencia humana, que depende del comportamiento del consumo, es un punto de paz, incluso para el apóstol Juan. También es común entender que el problema gira en torno de los excesos y el lujo desenfrenado, elementos capaces de corromper el comportamiento y hacer del ser humano presa de un producto, al quedar atrapado en una actitud de adoración y privado de todo su potencial. Si el sistema reduce a mujeres y hombres y los convierte en mercancías, el Apocalipsis se opone, revelando la grandeza y plenitud del ser humano.

PALABRAS CLAVE: Apocalipsis; Juan; consumo; consumismo; sistema imperial; sociedad de consumo; manipulación.

CÓMO CITAR:

De Souza, Ney, y Ricardo Toledo. "Società e consumo. Una lettura contemporanea dell'Apocalisse di Giovanni". *Theologica Xaveriana* vol. 75 (2025): 1-21. <https://doi.org/10.11144/javeriana.tx75.sclcag>

Introduzione

Il mondo e le società hanno subito profondi cambiamenti in tutti i segmenti, soprattutto negli ultimi tre secoli. Cambiamenti presentati in modo sottile, proprio perché le donne e gli uomini non riescono a interpretarli correttamente e, trascinati nel movimento, ne diventano ostaggi, incapaci di opporsi. Sono stati messi in luce comportamenti e sentimenti da sempre esistiti, portando alla luce pregiudizi di ogni tipo. La negligenza e l'omissione permettono alle persone di essere umiliate e persino di morire nei modi più disumani possibili. La polarizzazione ha posto fratelli, amici e figli della stessa terra su fronti opposti, con le armi in mano, spesso indotti da informazioni false e menzognere. In definitiva, ci sono molti segnali che indicano una mancanza di sanità mentale nella società.

Nonostante l'importanza di ciascuno di questi problemi e l'attenzione con cui meritano di essere trattati, questo studio si interessa a uno di questi comportamenti che, come gli altri, colpisce e ha un impatto sull'intera società, il consumo. Evidentemente le cause di questa attività che colpisce tutti indistintamente sono innumerevoli, anche se per alcuni è vantaggiosa, per la stragrande maggioranza è disastrosa. Un'analisi superficiale identificherà diversi responsabili di questo comportamento sociale, ma sicuramente porrà il sistema capitalista al centro della discussione.

Il capitalismo è responsabile di numerosi progressi nei segmenti più diversi: industriale, immobiliare, commerciale, sanitario, turistico, tra gli altri. Anche se tutto questo sviluppo porta frutti per tutti i soggetti coinvolti e migliora la qualità della vita offrendo lavoro e reddito, la maggior parte delle entrate resta nelle mani dei potenti, dei grandi investitori. Ciò che viene offerto ai bambini in cambio del loro lavoro ha, in linea di principio, due obiettivi importanti. Uno di questi è mantenere gli ingranaggi in grado di funzionare e, l'altro, mantenere l'illusione di un futuro promettente e abbondante.

Diversi filosofi e sociologi hanno discusso il tema del consumo e del suo superlativo, quindi in pratica oggi, il consumismo. Esplorano le varie sfaccettature di questo recente fenomeno nella storia umana, discutono le sue origini e la formazione della società dei consumi e congetturano previsioni che vanno dal cupo allo spaventoso.

Ma quanto è recente questo evento nella storia dell'umanità? Le Sacre Scritture avrebbero qualche contributo a questa questione sociale? L'Apocalisse di Giovanni, intesa come grande condensazione di tutti gli altri libri della Bibbia, potrebbe avere qualcosa da aggiungere a questa valutazione del comportamento umano e, soprattutto, socioeconomico nel XXI secolo? Queste sono alcune delle domande a cui questa ricerca si propone di rispondere.

Il viaggio tra consumismo e Apocalisse

Uno sguardo meno attento a questi due temi sembra rivelare un abisso insormontabile che impedisce qualsiasi tipo di rapporto tra loro. In effetti, la prima impressione è che una domanda sociale contemporanea non sarebbe legata a un libro scritto quasi venti secoli fa da uno dei seguaci di una religione nascente. Tuttavia, la sottile sintonia tra l'autore e l'umanità permette alla sua opera di raggiungere, sempre in modo valido, i momenti più diversi della storia e di rappresentare le inquietudini che affliggono la realtà umana di ogni epoca. L'Apocalisse, come il resto delle Sacre Scritture, è un libro sempre attuale, strettamente legato alle esperienze quotidiane di ogni donna e uomo.

Consumo e consumismo, pennellate concettuali e storiche

Fondamentalmente, in ogni società, il consumo è caratterizzato dall'acquisizione di una certa offerta, originata da un bisogno di ogni donna e di ogni uomo nella ricerca della sopravvivenza, della propria sicurezza e dignità. Nella vita quotidiana, l'atto di consumare, quando è dovuto a bisogni naturali inerenti all'esistenza umana, può essere qualificato come un diritto alla conservazione. Il consumo, insomma, deve essere inteso e, soprattutto, praticato come acquisizione di beni essenziali e nella quantità essenziale per garantire la qualità della vita¹.

Nell'universo capitalista, il consumo è una delle fasi dell'attività economica. Preceduto dalle fasi di produzione e distribuzione, è a questo punto della catena produttiva che il prodotto o servizio è già nelle mani del suo consumatore finale e pronto per essere utilizzato. È inoltre importante sottolineare che il consumo è responsabile di numerosi benefici, tra i quali si possono evidenziare la circolazione del denaro e la generazione di occupazione e reddito.

Per molti secoli, la società che ha preceduto la rivoluzione industriale ha mantenuto un sistema artigianale, in cui la produzione e la commercializzazione avvenivano su piccola scala. La realtà di questi produttori era limitata dalla distanza che i loro prodotti potevano percorrere, il che li rendeva direttamente collegati ai modesti bisogni di una cultura locale il cui consumo era finalizzato alla sussistenza.

Il corso della storia dimostra che le abitudini di consumo sono lentamente cambiate nel corso dei secoli. Le difficoltà di produzione, di flusso e, evidentemente, i limiti finanziari dei potenziali clienti hanno mantenuto il ritmo. Tuttavia, a partire dalla metà del XIX secolo, i cambiamenti cominciarono a verificarsi bruscamente e ad un ritmo molto accelerato. In questo movimento, la seconda rivoluzione industriale è

¹ Vedere Pereira, *Relações de consumo e meio ambiente*.

emersa nel continente europeo con l'obiettivo di superare condizioni che non soddisfacevano più gli interessi e i bisogni sociali. In linea con questi obiettivi, l'utilizzo di nuove materie prime, la comparsa di attrezzature varie e moderne e il miglioramento dei processi promuovono lo sviluppo di vari prodotti. A questo processo di espansione contribuiscono anche gli accordi commerciali siglati tra più Paesi, che garantiscono tariffe commerciali convenienti e favoriscono il transito dei prodotti oltre i confini nazionali. Il capitalismo, evidenziato dall'aumento dei consumi e della produzione, favorisce un miglioramento della qualità della vita di gran parte degli abitanti dei paesi coinvolti². Contemporaneamente a questo sviluppo, si verifica un grande esodo rurale, quando una parte considerevole della popolazione rurale abbandona le proprie attività per vivere in città alla ricerca di migliori condizioni di vita³.

La rivoluzione industriale incrementa il ciclo produttivo artigianale e aumenta i consumi, situazione in cui al bisogno di acquisto fa seguito l'emergere di ogni nuova merce. Il passo successivo nella scala evolutiva dei consumi ha come principale motore la Seconda Guerra Mondiale. La necessità di migliorare e migliorare la produzione, cercando di aumentare il volume prodotto e di controllare i costi, ha reso il sistema di produzione sviluppato da Ford e l'organizzazione del lavoro sviluppata da Taylor un modello⁴.

Dopo la fine dei combattimenti, tra gli anni Cinquanta e Sessanta si verificò un aumento dei consumi, generato dall'ascesa della classe media e dall'emergere di consumatori più giovani. Tuttavia, questo nuovo gruppo di consumatori formatosi non è sufficiente a mantenere in movimento l'industria e la sua capacità produttiva. Di fronte all'esigenza di ritmi di acquisto più frequenti e regolari e alla disponibilità di mezzi di comunicazione collettivi, entra in scena il marketing con l'obiettivo di propagare e incoraggiare il consumo e l'ostentazione.

La postmodernità, emersa contemporaneamente alla Seconda Guerra Mondiale, porta con sé una serie di cambiamenti sociali. Tra questi, la compulsione causata dalle campagne pubblicitarie ha portato i consumatori ad una costante ricerca di novità e all'acquisizione di nuovi prodotti. Bombardati dall'idea trasmessa di potere e piacere che il consumo offre, i consumatori hanno cominciato a vedere l'ottenimento di beni e servizi come la realizzazione delle loro fantasie. La società è stata incoraggiata

² Colombo, Favoto e Carmo, "A evolução da sociedade de consumo", 144.

³ Sebbene diverso dagli obiettivi di questo studio, vale la pena sottolineare che questo processo migratorio ha messo in gioco il lato perverso del capitalismo. Con la grande concentrazione urbana e la conseguente disponibilità di manodopera, i salari offerti diventano bassi e le condizioni di vita diventano sempre più precarie per la stragrande maggioranza.

⁴ Colombo, Favoto e Carmo, "A evolução da sociedade de consumo", 145-146.

a consumare di più ogni giorno e la vita quotidiana assume una dinamica in cui, a poco a poco, diventa uno spazio obsoleto incentrato sul consumo, sull'abbondanza e sulla banalità⁵.

L'industria del dopoguerra, con la sua vasta gamma di prodotti, unita alle campagne di marketing, portò i consumi a livelli mai visti prima. Gli anni '80 hanno dato inizio ad un nuovo movimento nella storia del consumo. Questo periodo è segnato dalla crescente urbanizzazione della società e dal crescente accesso all'informazione e di conseguenza alle notizie. Poiché le informazioni sono veloci e aggiornate in ogni momento, i prodotti vengono sostituiti con la stessa velocità e le esigenze del momento lasciano il posto a nuove richieste con la stessa urgenza⁶. I nuovi prodotti inducono in modo naturale e immediato il bisogno di consumo, del resto rappresentano una forma di adesione allo stile emergente o addirittura l'accesso a un certo gruppo.

La società formata ha una peculiare caratteristica nella ricerca del piacere e, per soddisfare il proprio desiderio di una vita migliore e più felice, non si priva, nonostante le implicazioni, del consumo eccessivo e del superfluo – intesi come due modi di vivere raggiungimento del piacere. Tornando a evidenziare l'importanza della pubblicità in questo ciclo, le campagne elaborate hanno il compito di generare nel consumatore il bisogno di acquistare un determinato prodotto con l'aspettativa di sentirsi bene, più bello, di essere accettato e riconosciuto in un determinato gruppo sociale, tra molti altri difetti tipici del comportamento umano. È evidente che il sentimento che ne deriva, così lontano dall'essere e strettamente legato all'avere, è effimero e svanisce con la stessa rapidità del processo di qualsiasi acquisto.

Questa dinamica di consumo, che si basa sull'emozione e sul bisogno di appartenenza, va a perpetuare la logica dell'effimero. Nel desiderio di appartenenza, l'uomo ha finito per perdere se stesso e, da allora, ha riposto la speranza di personalizzarsi e identificarsi nel consumo⁷. Tuttavia, essendo entrambi così sfuggenti, in momenti diversi, consumatore e prodotto sembrano mescolarsi e confondersi.

Nessun altro momento storico ha presentato un cambiamento così significativo nel comportamento dei consumatori come quello avvenuto a partire dagli anni 80. Il coinvolgimento personale nelle relazioni dei consumatori, finalizzato alla soddisfazione dei desideri, ha reso il processo emotivo.

⁵ Ibidem, 146.

⁶ Ibidem, 147.

⁷ Ibidem.

Dal consumo al consumismo

A metà del XX secolo si è verificato un processo di transizione in cui una società fortemente caratterizzata dalla sicurezza e dalla durabilità è stata spostata ed emarginata, cedendo il protagonismo a un'altra, le cui caratteristiche principali sono la brevità e l'immediatezza. In questo nuovo assetto sociale, dato il piacere che provoca l'acquisizione di un nuovo bene, i bisogni primari, generalmente comunitari, perdono importanza rispetto ai desideri personali più soggettivi. Allo stesso modo, il lavoro viene spostato dalla sua posizione centrale alla periferia e l'attività fondatrice della società diventa il consumo⁸. È in questo contesto di appropriazione impulsiva di molto più del necessario, di acquisizione di prodotti superflui e di accumulazione di beni, indipendentemente da ciò che questo rappresenta per il resto della società e per l'ambiente che li circonda, che le donne e gli uomini superano la linea del consumo e assumono un nuovo comportamento, consumismo.

Il sistema sociale che si va formando è fortemente segnato dalla produzione di massa di beni, dall'offerta variegata di prodotti e servizi, e dal mercato di consumo sempre desideroso di opportunità per acquisire nuovi prodotti. È formato da individui che hanno nella loro natura il consumo eccessivo, il superfluo e l'accumulazione. La sua proposta è quella di garantire agli esseri umani la soddisfazione di tutti i loro desideri in un modo che prima non era possibile. A tal fine, tutta la sua struttura promuove e incoraggia ogni donna e ogni uomo a consumare sempre di più. La pena per tutti coloro che non si adattano a questo stile di vita è l'esclusione.

Nonostante tutte le promesse offerte dal sistema consumistico, si stabiliscono delle contraddizioni. È prerogativa del sistema mantenere gli individui insoddisfatti, dopo tutto questo sentimento motiva l'acquisizione di nuovi prodotti. Al momento dell'acquisto, la soddisfazione generata deve essere momentanea; il bene deve perdere rapidamente il suo valore ed essere scartato per poi essere sostituito da uno nuovo che riprenderà questa catena⁹ in base alla soddisfazione momentanea che dovrà generare.

Per Bauman¹⁰, questa azione volta a garantire l'insoddisfazione del consumatore provoca anche la riduzione delle alternative e, soprattutto, la limitazione degli orizzonti. Una volta ridotti alla loro ricerca ansiosa, sono portati a cercare con più decisione di inserirsi nella società, agire, comportarsi, vestirsi come tale e diventare così attraenti per il consumo. Solo quelli in linea con gli standard stabiliti hanno valore agli occhi del mercato. Questo processo di mercificazione dell'essere umano, accentuato da principi

⁸ Bauman, *Vida líquida*, 44.

⁹ *Ibidem*, 107.

¹⁰ Bauman, *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*, 64.

etici sempre più in disuso, porta l'autore a comprendere che la società si sta avviando verso la decadenza.

Il consumismo e i suoi impatti

L'evoluzione dei consumi e il consumismo che ne deriva creano uno scenario a dir poco preoccupante. Le scelte compiute quotidianamente non riguardano solo il consumatore individualmente, ma influenzano la sua intera vita, la società, l'economia e, soprattutto, l'ambiente – fonte primaria di tutte le risorse necessarie.

Pereira¹¹ elenca sei implicazioni legate al consumismo: la pubblicità distorta, la condizione di massa nel trattamento delle persone, la civiltà assente, l'usa e getta come condotta standard, gli esclusi dal processo di produzione del consumo e il crescente depauperamento delle risorse¹² naturali. Così,

L'annunciata apocalisse ambientale pone l'umanità contemporanea in una posizione ambigua. Da un lato essa deve muoversi attorno alla complessità del fenomeno cercando di elaborare nuovi strumenti conoscitivi globali, dall'altro deve fare i conti con dei processi di responsabilizzazione che hanno a che fare con la strutturazione materiale ed economica della società.¹³

Seguendo gli stessi percorsi che segue in generale il flusso delle informazioni, la pubblicità non conosce più né tempo né distanza, avviene online. Le nuove tecnologie combinate con la divulgazione delle apparecchiature elettroniche e il conseguente accesso ai social network e *all'e-commerce* che queste forniscono, hanno portato all'immediata portata di tutte le novità che il mercato può offrire.

Gestite da grandi aziende che hanno bisogno di commercializzare i propri prodotti, le campagne pubblicitarie, se distorte, hanno il potenziale di influenzare i modelli di consumo della società e creare consumatori compulsivi generando un falso senso di bisogno di un prodotto. Le campagne pubblicitarie mirano a incoraggiare il pubblico verso il consumismo, uno dei grandi protagonisti della logica capitalista.

Il ruolo delle società pubblicitarie è dinamico ed estremamente importante, perché non solo fanno funzionare il sistema, ma lo alimentano anche con ogni nuovo prodotto offerto dal mercato. In questo processo i nuovi prodotti vengono presentati ai consumatori con tale competenza che la sensazione trasmessa è quella di un'urgente necessità di acquisto.

¹¹ Pereira e Horn, *Relações de consumo e consumismo*, 9-19.

¹² Considerando gli obiettivi di questo studio, la sequenza presentata dall'autore nel suo lavoro è stata riorganizzata, tuttavia sono state rispettate le considerazioni e il contenuto di ciascuno degli item.

¹³ Armano, Barbalace e Marzo, "Editorial Board", 14.

Uno dei grandi dilemmi posti da questa situazione è che l'eccesso di informazione porta alla disinformazione e alla mancanza di significato, trasformando i consumatori, di tutte le classi sociali, in una massa di manovra. I consumatori raramente si rendono conto di essere portati all'acquisto, indipendentemente dalla loro reale esigenza.

A scapito della realizzazione umana, che privilegia l'essere e l'interazione con gli altri, è l'aver il concetto di base fortemente diffuso dai grandi brand. In questo percorso imposto, consumatore e merce diventano una cosa sola¹⁴.

Un altro effetto dannoso del consumismo è l'assenza di civiltà, caratterizzata dalle diverse possibilità di accesso alle notizie, caratteristiche di strati sociali così diversi e dalla mancanza di interazione e solidarietà tra loro. Solo coloro che hanno il potere finanziario di consumare sono considerati nella contabilità capitalista; il resto sono zeri economici. La curva del reddito in crescita è importante per il sistema, anche se la razza umana e la natura chiedono aiuto.

L'indifferenza sociale, continua Pereira¹⁵, si riflette nella superficialità delle relazioni sviluppate, nelle amicizie digitali promosse dai social network e nella marcata assenza di valori sociali. Il collettivo ha cessato di esistere e l'altro è diventato usa e getta. Potrebbe morire aspettando le cure in coda all'ospedale, in una rissa stradale o anche in una fredda mattina d'inverno, non importa.

Lo smaltimento è una cultura standard nella società dei consumi, che attribuisce valore al nuovo e allo stesso tempo inizia a svalutare il vecchio. Sempre attaccato al nuovo, a ciò che sta per essere lanciato, giustifica la sua azione attribuendo ai prodotti, diventati usa e getta, una scarsa durabilità o addirittura un layout obsoleto. C'è infatti una sopravvalutazione e un desiderio smisurato per ciò che non abbiamo. La promozione stabilita rafforza il consumo fino a renderlo indispensabile. All'interno di questa concezione, il mercato è interessato a garantire che i beni durino davvero poco e diventino obsoleti e scartati rapidamente per fare spazio a nuovi prodotti sempre in arrivo.

Un'osservazione evidente delle società capitaliste è l'abisso sociale che esiste tra le diverse classi. I più poveri, gli esclusi dal processo di produzione e consumo, sono completamente impossibilitati a seguire lo sviluppo globale, vivono ai margini e riescono a malapena a mantenersi. Socialmente parlando sono vulnerabili, il loro peso sulla bilancia economica non può nemmeno essere considerato e la possibilità di acquisire prodotti e di partecipare all'universo dei consumi è nulla.

¹⁴ Bauman, *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*, 76.

¹⁵ Pereira e Horn, *Relações de consumo e consumismo*, 9-19.

Questo gruppo costituisce la maggioranza della popolazione e, anche se molti hanno un lavoro, il reddito permette a malapena a loro e alle loro famiglie di sopravvivere. Sono loro che ne hanno più bisogno e, nonostante ciò, non vengono nemmeno ricordati di fronte ai desideri privati e alla ricerca di soddisfazione dei propri desideri di una piccola maggioranza¹⁶. La collettività e il concetto di società vengono invalidati nello stesso atto in cui si abbandonano i rapporti personali. La disuguaglianza sociale è sorprendente.

Infine, ma altrettanto importante quanto gli altri impatti del consumismo, Pereira¹⁷ caratterizza l'esaurimento delle risorse naturali a un ritmo sempre crescente come un problema globale che minaccia la casa comune e tutti i suoi abitanti. Lo sfruttamento delle risorse necessarie alla produzione di beni di consumo da parte della società è in aumento e, per la maggior parte, non avviene in modo sostenibile.

Il risultato di questa azione senza alcuna responsabilità nei confronti dell'ambiente è visibile quotidianamente sui media: inquinamento, degrado dei biomi, inondazioni e siccità, tra gli altri, mettono a rischio la futura esistenza degli esseri viventi.

L'ambiente umano vanta, tecnicamente e simbolicamente, più che in ogni altro momento della sua storia, una vasta gamma di alternative di esistenza ben distanti e distinte dai processi e dai cicli naturali terrestri. Non stupisce che, di fronte a questo dominio del diurno, del delirio razionale, della capacità predittiva e dell'effero esercizio del controllo, l'umanità finisca per rimuginare sul proprio destino e si ritrovi drammaticamente a far parte del destino della Terra che ci ha visti fiorire come specie. È dunque della Natura che ci stiamo preoccupando? O le preoccupazioni per le sue rivolte, i suoi cataclismi, e le conseguenze di questi sulla nostra incolumità, non tradiscono invece dei timori più profondi, notturni affetti di quella corporeità che si ritrae smarrita, minacciata da sé stessa, ma alla quale tuttavia non possiamo rinunciare? C'è la concreta possibilità che il rischio ambientale che percepiamo sia, in realtà, una sorta di metafora del fallimento che ci attanaglia rispetto all'occasione, offerta dall'evoluzione della tecnica odierna, di portare finalmente a compimento quel mondo sognato per non estinguerci.¹⁸

Incuranti della gravità dello scenario attuale, i comportamenti umani non si fermano e mantengono il ritmo dei consumi su una scala sempre più ascendente. Considerando che il panorama attuale è, in larga misura, il risultato di azioni

¹⁶ È evidente che il sistema capitalista non può fare a meno di sfruttare le grandi masse sociali, anche se il loro potere d'acquisto è molto minore. Le grandi aziende segmentano le proprie attività per servire anche il mercato al dettaglio.

¹⁷ Pereira e Horn, *Relações de consumo e consumismo*, 9-19.

¹⁸ Mininno e La Fauci, "Eppur si muove", 85.

intraprese nel passato, la prospettiva sul pianeta che erediteranno le generazioni future è allarmante.

L'idolatria presente nel consumismo

Certamente, in un modo o nell'altro, tutti gli impatti causati dal consumismo ricadono sugli stessi esseri umani; è il centro focale delle relazioni con i consumatori. In questo coinvolgente universo capitalista, l'orizzonte della pienezza viene distrutto e le donne e gli uomini sono ridotti a semplici consumatori. Illuminati dallo splendore di grandi pubblicità e guidati da elaborate strategie di vendita, rompono i legami emotivi con i loro coetanei. Coinvolti in una situazione che la stragrande maggioranza non riesce nemmeno a riconoscere, vengono gradualmente privati dei loro valori e dei loro principi fino a diventare una massa di manovra, alla mercé del sistema. Senza indugio cominciano ad essere apprezzati per quello che hanno, per quello che indossano, per quello che sfoggiano¹⁹. Cosa siano, cosa dovrebbe realmente importare, non viene nemmeno considerato.

In un movimento esattamente opposto, i prodotti e le merci, in una parola, tutto ciò che può essere acquistato, comincia ad essere valutato. L'umano cessa di essere il centro delle relazioni umane, cessa di avere valore ed è costretto a cedere il suo spazio alla materia, agli oggetti del desiderio. Tutta la bellezza e la ricchezza del mondo possono essere create dalle mani dell'uomo e acquistate. Il valore di una persona si misura da ciò che possiede. I gruppi sociali iniziano a svilupparsi attorno a un bene di consumo e, essendo estremamente esclusivisti, rifiutano tutti coloro che non rientrano nelle loro regole e standard²⁰.

È una perniciosa inversione di ruolo: il consumatore viene dominato da ciò che dovrebbe avere. In questo circolo vizioso si instaura un processo di divinizzazione, in cui le donne e gli uomini concentrano tutta la loro ricerca e il potenziale di gioia, felicità e realizzazione sui prodotti che il loro denaro può acquistare. Sfortunatamente, il momento successivo è di delusione e tristezza, presto sostituite dall'ansia di un nuovo acquisto, certi che questo soddisferà le vostre aspettative e ansie. Il dio consumatore è sempre pronto, nella prossima acquisizione, ad elevare l'essere umano alla sua pienezza.

Dietro questo complotto ci sono grandi multinazionali, che hanno anche un dio da adorare. Dallo stesso pantheon a cui appartiene il consumo, il profitto è l'unico obiettivo e traguardo da raggiungere per queste aziende. La pienezza o la realizzazione

¹⁹ Bauman, *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*, 82.

²⁰ Macedo, "A moderna sociedade de consumo como instrumento de estigmatização da sociedade", 2-11.

umana conta poco, al contrario, quanto più la società e, per estensione, ogni persona è destrutturata, tanto meglio è. Quanto più l'essere umano è ridotto, tanto più diventa "cosa", tanto maggiore è la facilità di controllo.

Questa sacralizzazione del consumo porta alla creazione di innumerevoli idoli. Questi, avendo soggiogato l'essere umano, impongono uno stile in cui la ricerca della verità, di ciò che è bello e buono, è inesistente; uno stile in cui l'integrazione sociale ed ecologica vengono ignorate. Gli idoli generati sono esigenti e richiedono un comportamento fedele, il che si traduce nell'idea che più siamo, meglio è.

Tale allineamento con l'idolo del consumismo e tutte le sue implicazioni pratiche porta donne e uomini a sviluppare comportamenti idolatrici. In breve, l'idolatria è l'atto umano di sostituire Dio con qualcosa, come serpenti, tori, sole, luna; o qualcuno, re, imperatori, ecc., e adorarli e adorarli. Tuttavia, data la realtà contemporanea, in cui denaro, potere, possesso, beni materiali, tra gli altri, riassumono la ricerca di molti; e le star del cinema, della musica e dello sport sono venerate da migliaia di seguaci, il magistero della Chiesa Cattolica romana, consapevole della capacità che le alternative secolarizzate hanno di ridurre gli esseri umani e allontanarli dal loro cammino spirituale, ha ampliato la comprensione e reso questa visione più ampia concetto. Secondo il documento *L'idolatria non concerne soltanto i falsi culti del paganesimo*. Rimane una costante tentazione della fede. Consiste nel divinizzare ciò che non è Dio. C'è idolatria quando l'uomo onora e riverisce una creatura al posto di Dio, si tratti degli dèi o dei demoni (per esempio il satanismo), del potere, del piacere, della razza, degli antenati, dello Stato, del denaro, ecc²¹.

Ogni giorno, quindi, donne e uomini, la maggior parte dei quali senza consapevolezza critica dei propri passi, cadono nell'errore dell'idolatria. Un comportamento che trasforma il consumo eccessivo, l'idea massima e prima del possesso e dell'accumulazione, nel dio onnipotente a cui devorsi.

L'Apocalisse di Giovanni come chiave di lettura

Anche se esistono innumerevoli abissi tra la realtà vissuta all'inizio dell'era cristiana e il momento attuale, i dilemmi e le difficoltà affrontate sono fondamentalmente le stesse. Detto questo, il cristianesimo nascente e i suoi concetti accattivanti sull'amore e sulla fraternità trovarono nell'Apocalisse giovannea una voce che si levò a favore dei più piccoli e oppressi dal sistema imperiale imposto dai romani, che continua a riverberare ancora oggi. L'attore in entrambi i momenti storici è un sistema escludente in cui il

²¹ Chiesa Cattolica, "Catechismo della Chiesa Cattolica" 2113.

lusso e la ricchezza sono concentrati nelle mani di pochi potenti, mentre la stragrande maggioranza della popolazione soffre ogni tipo di privazione.

Giovanni è un compagno della gente nella sofferenza, conosce in prima persona tutte le difficoltà. Con diligenza, il discepolo amato propone una realtà circondata dalla certezza che tutti i mali sono stati superati dalla croce di Cristo e, in questo modo, l'esistenza presente, con tutti i suoi dolori, è già parte della vittoria²². Sempre in vigore, a prescindere dal tempo, la proposta giovannea è lungi dall'essere alienata. Il suo testo evidenzia alcune difficoltà che ogni cristiano incontra nella convivenza quotidiana con il sistema, esorta a che le strade scelte siano quelle giuste e sottolinea il risultato di questo sforzo.

La critica giovannea al sistema imperiale

Alla fine del I secolo, le chiese fondate dall'apostolo Giovanni, in Asia Minore, attraversarono un periodo di forti turbolenze legate a circostanze sociopolitiche. Ci furono difficoltà interne legate alla seconda generazione di cristiani che vide affievolirsi l'entusiasmo originario degli apostoli ed emergere tra i più giovani un forte sentimento di indifferenza. Molti di loro, vivendo quotidianamente nel mondo romano, *abbandonano il primo amore* (cfr. Ap 2,4) e quando cominciano a circolare tra i mercanti, a svolgere affari e a stabilire rapporti sociali, cominciano a sentirsi a proprio agio in mezzo corruzione e idolatria pagana²³.

Le difficoltà esterne erano legate alla convivenza con gli ebrei che pagavano le tasse a Roma, destinate alla ricostruzione del tempio. Il pagamento di questi tributi li esentava anche dal culto dell'imperatore, che intendeva essere venerato come *Kyrios*. Quando i cristiani, identificati con il crocifisso, si rifiutarono di pagare, furono denunciati, dagli stessi ebrei, come falsi ebrei e disgregatori della *Pax Romana*²⁴.

Oltre ai disaccordi con gli ebrei e al venir meno del fervore, la vita sotto l'egida romana pose al cristianesimo anche una serie di sfide che l'autore affronta apertamente nel suo testo²⁵.

²² Una delle possibili letture del libro dell'Apocalisse, come di ogni altro libro delle Sacre Scritture, invita a ripensare il concetto di tempo. Il tempo cronologico deve cedere il passo al tempo opportuno di Dio e in esso tutte le realtà devono essere intese come anticipazione degli elementi della croce di Cristo, nel senso che, dal momento attuale, l'uomo vive come (già) risorto. Un ottimo materiale su questo argomento è lo studio *Metamorfosis de la finitud. Ensayo filosófico sobre el nacimiento y la resurrección* preparato da Emmanuel Falque.

²³ Kraybill, *Culto e comércio imperiais no Apocalipse de João*, 19.

²⁴ Osborne, *Apocalipse. Comentário exegetico*, 12.

²⁵ Araújo, "Apocalipse de João como chave de leitura da realidade", 102.

A partire dalle diverse strategie e politiche statali mirate alla stabilità e alla crescita portate avanti dall'impero romano. Non era nell'interesse imperiale assumere l'amministrazione di ciascuna colonia conquistata. In questo modo, le cariche governative furono mantenute nelle mani dell'élite regionale e ad esse furono aggiunti fidati cittadini romani. Tra le poche ingerenze c'è la proposta di sostituire il consiglio democratico con un consiglio sociale familiare, favorendo i nobili, i ricchi e i grandi proprietari terrieri. A questa élite l'impero offriva la doppia cittadinanza, titolo che conferiva numerosi benefici, tra cui la riduzione delle tasse.

Vi era una crescente competizione tra le città per dimostrare la propria fedeltà a Roma e ottenere così onori e privilegi. A tal fine furono costruiti o ristrutturati templi in onore di imperatori e dei, furono costruiti grandi edifici e monumenti pubblici come teatri, palestre, terme, tra gli altri. Oltre a feste e giochi vari²⁶.

Se le élite di tutta l'Asia Minore videro aumentare le proprie fortune e ricevettero numerosi privilegi con l'arrivo dei romani, la popolazione della provincia risentì gli effetti opposti di queste politiche. Sfruttati, diventavano sempre più poveri e sofferenti. Sebbene la popolazione urbana si sviluppò notevolmente negli ultimi decenni del I secolo, la popolazione rurale era più numerosa e l'agricoltura era la principale attività economica dell'impero. Oltre alle pesanti tasse imposte, tutta la produzione veniva inviata ai centri urbani per soddisfare la crescente domanda. Per coloro che producevano rimaneva poco, il più delle volte, insufficiente per i bisogni primari. La situazione degli agricoltori era miserabile.

Di fronte all'indigenza generata, l'esodo dalle campagne verso le città aumentò, favorendo la concentrazione delle terre produttive nelle mani di pochi facoltosi cittadini. Il latifondo formatosi, interessato al profitto, riduce la produzione di cereali, generando penuria di frumento e orzo e aumenta le superfici coltivate per la produzione di olio d'oliva e vino. Il trasporto, nazionale o internazionale, della produzione dalle campagne alle città, caratterizzò un'altra importante e redditizia attività economica imperiale.

Le famose infrastrutture romane esistenti non furono in grado di assorbire l'incremento demografico, determinando la comparsa di problemi idraulici e sanitari. Poiché la popolazione non aveva accesso quotidiano ai bagni e le acque reflue venivano scaricate all'aperto, comparvero e si diffusero varie malattie e morti. L'aspettativa di vita era bassa.

L'Impero Romano era l'incarnazione del potere e della grandezza. Aveva nella *Pax Romana* un imponente strumento di organizzazione e armonia che proteggeva tutti

²⁶ Ibidem, 106-107.

i suoi fedeli sudditi dal caos e dalle continue vessazioni degli eserciti rivali. A sua volta, Roma era il pantheon stesso degli dei, un luogo dove le divinità vivevano e garantivano pace, sicurezza e progresso a tutta la popolazione. Questa potente immagine si diffuse in tutti gli angoli del vasto territorio attraverso riti pubblici, discorsi, immagini e opere che celebravano l'imperatore e gli dei. Oltre a questi, i valori culturali romani, il culto imperiale e locale, furono diffusi tra la popolazione, creando coesione e sentimento di patriottismo. Questa efficace propaganda era capace di instillare nella testa di ogni cittadino la vittoria, la fede e l'eternità come realtà fornite dall'impero²⁷.

Politica, economia e cultura erano alcuni degli elementi utilizzati per mantenere l'unità nel vasto impero romano. Tuttavia l'elemento che unì tutte le precedenti e permise la coesione e l'armonia di tutte le colonie fu il culto dell'imperatore. Nell'antichità la vita religiosa non era separata dagli altri aspetti della vita quotidiana, soprattutto dalla politica; erano correlati. Ciò denota l'assenza del necessario confine tra culto, politica, economia, corte, tempio, ecc., ed evidenzia la rilevanza che il culto dell'imperatore aveva nella società dell'epoca.

Araújo afferma che alla fine del I secolo, tutte le città menzionate da Giovanni nella sua Apocalisse mantenevano un culto dell'imperatore²⁸. Queste festività avevano un duplice ruolo. Oltre all'evidente funzione di favorire il culto e incentivare il culto dell'imperatore, avevano anche l'obiettivo di favorire l'interazione sociale e creare vincoli e legami tra gli abitanti di una stessa città. Servivano anche per collegare le persone alle divinità, creando ponti tra cielo e terra. La partecipazione a questi eventi ha generato tra i partecipanti un forte sentimento di appartenenza sociale e anche spirituale.

Come affermato sopra, la lealtà delle élite dominanti fu onorata da Roma con privilegi e benefici. Questo fatto portò ad una disputa tra le città dell'Asia Minore per dimostrare, attraverso la costruzione o la ristrutturazione di templi dedicati all'imperatore, chi meritasse i più alti riconoscimenti.

Poiché la religione era interconnessa con le altre esigenze della vita quotidiana, si moltiplicarono anche le funzioni del tempio e si svolgevano attività legate all'economia. Commercianti e associazioni commerciali utilizzavano le strutture disponibili per esporre i propri prodotti e condurre affari, rendendo il tempio un grande mercato. Nel tempio venivano svolte anche attività bancarie, in particolare transazioni finanziarie

²⁷ Ibidem, 103-104.

²⁸ Ibidem, 106.

di grandi dimensioni. In generale, il tempio era la casa dove si svolgeva la stragrande maggioranza delle transazioni commerciali e finanziarie²⁹.

L'impero romano, infatti, poteva offrire pace e armonia a tutte le colonie conquistate. Il possibile accesso dei potenti al lusso e alla ricchezza, unito alle leggi e ai costumi necessari alla vita delle popolazioni più povere, hanno unito negli anni le regioni conquistate. Propaganda imperiale, vividamente diffusa durante feste, giochi, preghiere e nei templi; e, presenti sui monumenti, iscrizioni e monete rivelavano questa capacità altamente seduttiva.

Tutto questo però veniva offerto a un prezzo relativamente alto, soprattutto per coloro che, guidati dalla fede e dalla fedeltà al proprio Dio, non si lasciavano piegare dal sistema.

La critica giovannea all'idolatria

Il tema dell'idolatria è ampiamente attaccato da Giovanni in tutto il suo libro. Il personaggio utilizzato nella narrazione per questa critica è la Grande Meretrice (Ap 17-18)³⁰. Attraverso di esso, l'autore sottolinea i tratti più rilevanti della sua disapprovazione. Descritta come una regina, la Grande Prostituta è una figura ricorrente in tutta la Sacra Scrittura e conosciuta nelle comunità fondate da Giovanni: anche se la sua identità e le sue caratteristiche si sono aggiornate nel corso dei secoli, la sua avidità, potere e idolatria sono rimaste immutate. Un'altra caratteristica del sistema imperiale che rappresenta, e che è rimasta immutata nel tempo, è l'oppressione imposta a coloro che si schierano a favore della libertà e si rifiutano di seguire i suoi precetti di morte.

La formazione della figura della Grande Meretrice, ritratto dell'infedeltà a Yahweh, risale al periodo dell'Antico Testamento. Alcune caratteristiche specifiche della maggior parte delle società dell'epoca aiutano a spiegare la formazione e lo sviluppo del simbolo. Erano essenzialmente matriarcali, con donne profondamente libere e che ricoprivano posizioni di rilievo nella società; la sessualità femminile, anch'essa libera, era strettamente legata alla vita religiosa; gran parte delle funzioni e degli incarichi del tempio erano svolti da donne; Erano cantanti, ballerini, strumentisti, tra gli altri.

²⁹ Ibidem.

³⁰ L'immagine della Grande Meretrice presente nel Capitolo 17 è utilizzata in modo corrispondente all'immagine della Grande Città, Babilonia, descritta nel Capitolo 18. Sebbene ciascuna delle figure si riferisca a diversi personaggi storici dell'Antico Testamento, ampiamente conosciuti dagli popolo d'Israele, entrambi rappresentano Roma, capitale dello stesso ed unico sistema imperiale combattuto da Giovanni in tutto il testo (cfr. Ap 17,18).

Uno dei ruoli più importanti, quello di sacerdotessa, veniva svolto durante i culti dedicati alla dea Ishtar³¹.

Poiché molte donne erano prostitute, il concetto di prostituta settaria o sacra si sviluppò e guadagnò notorietà a partire dai grandi centri urbani della Mesopotamia e dell'Egitto³², verso il XX secolo a. C. Presenti in varie località, il loro prestigio era maggiore o minore a seconda delle condizioni socio-economiche. contesto religioso della regione.

Il suo declino iniziò intorno al 1300 a. C., quando la tribù ebraica conquistò le terre di Canaan e osservò che una delle cerimonie locali, il culto di Astartea, dea della fertilità, con tutti i suoi riti sessuali, era condotto da prostitute sacre. I sacerdoti ebrei interpretarono la pratica come un affronto al Dio unico che professavano e presto associarono quella celebrazione alla prostituzione. In questo modo le sacerdotesse furono considerate peccatrici e le prostitute, fino ad allora eminenti celebranti, divennero la personificazione del male che cercava di indurre il popolo al peccato e all'idolatria. Su di loro rimaneva ancora il pesante giogo del Signore.

In particolare, nella sua critica, l'autore utilizza la figura della prostituta settaria³³, che con il suo comportamento deliberato, induce donne e uomini a seguire altri dei e ad amarli (cfr. Ap 18,23). L'idolatria che promuove usando il suo fascino distrugge molti e permette solo a una piccola parte della popolazione, quella allineata al suo progetto, di soddisfare i propri bisogni.

I dettagli che ritraggono la Grande Meretrice riflettono il lusso sfrenato che la circonda e la sua immoralità³⁴. I loro vestiti, realizzati con tessuti molto costosi preparati con coloranti dai prezzi esorbitanti, sono accessibili solo alle fasce più ricche della comunità. I colori viola e rosso, simboli di regalità e ricchezza, sono presenti solo in circoli ristretti reali, politici o di élite sociale. Gli ornamenti in oro, perle e pietre preziose furono conquistati ai re attraverso lo sfruttamento economico di chi non aveva quasi nulla da offrire. La sua ossessione per l'accumulo e lo splendore non ha limiti, anche se tante persone devono soffrire e morire per farlo. La sua immoralità

³¹ Roberts, *As prostitutas na história*, 21.

³² Ibidem.

³³ È importante evidenziare che la prostituzione secolare, presente nelle società fin dall'antichità, non viene utilizzata come riferimento nella critica giovannea. Al contrario, consapevole dell'oppressione e del peso sociale imposto a queste persone, Giovanni riflette la dimensione e la portata dell'amore dimostrato da Cristo (cfr. Lc 7,36-50).

³⁴ Nell'universo biblico, espressioni come immoralità, seduzione, corruzione e prostituzione contribuiscono, per la maggior parte, a comporre il campo semantico dell'idolatria (Osborne, *Apocalipse. Comentário exegetico*, 736).

seduce e ha con sé i re di molti popoli e nazioni (cfr. Ap 17,15), che si ubriacarono con lei e si prostituirono, inducendo i loro sudditi a partecipare all'idolatria. Giovanni afferma che l'idolatria è come il vino che inebria, oscura i sensi e conduce l'uomo alla corruzione, al consumo illimitato, al lusso sfrenato, alla lontananza da Dio e dai simili.

L'elenco stesso dei prodotti venduti è espressione del potere dell'impero romano. Tra gli altri pezzi forti, oro, argento e pietre preziose, tessuti pregiati, legni profumati e articoli in avorio, profumi, vino, olio, cibi vari, animali, schiavi e vite umane (cfr. Ap 18,12ss.). Uno scritto del II secolo considera Roma una vetrina sul mondo e afferma che ciò che non si trova nella capitale non dovrebbe esistere in nessuna parte del mondo³⁵. La capitale dell'impero è una potenza economica e tale opulenza esercita un dominio su tutti coloro che vi si avvicinano.

I mercanti accumulano ricchezze negoziando con Roma e con tutto il vasto impero (cfr. Ap 18,3) attraverso un sistema perverso in cui i potenti, grandi proprietari terrieri e uomini d'affari, controllano la maggioranza dei prodotti agricoli e commerciali, mirando a soddisfare le richieste del mercato. L'élite residente nelle città, sostiene la burocrazia costituita e garantisce il mantenimento della struttura di potere costituita. Il commercio è certamente necessario in ogni economia capitalista, tuttavia a Giovanni risaltano due importanti problemi legati all'imperialismo: il primo è legato all'influenza che il culto dell'imperatore assume sulle transazioni commerciali: chiunque volesse negoziare con l'impero dovrebbe essere segnato (cfr. Ap 13,17). La seconda è a favore di chi si trova all'estremità opposta, il cittadino comune, che senza alcuna distinzione riesce a malapena a mantenere la propria famiglia.

Tale grandezza ha il suo lato dannoso: tutta la ricchezza proviene da un rigido sistema di controllo sociale, che impone pesanti tasse su tutte le attività svolte. È chiaro che il peso maggiore ricade sulle spalle del pescatore, del piccolo agricoltore e del commerciante locale; chiunque, non avendo più nulla da offrire, non ha privilegi davanti al governo imperiale. Un sistema che impone il culto dell'imperatore come condizione per lo sviluppo delle attività commerciali e incoraggia il disprezzo della vita umana, favorendo la commercializzazione di donne e uomini, prigionieri e schiavi per soddisfare il bisogno di lavoro, di prostituzione, di giochi nelle arene e nel Colosseo. Questi, tra gli altri esempi, rivelano l'arroganza di un'organizzazione disumana che concepisce il mondo come una merce destinata al proprio benessere. Giovanni condanna il sistema corrotto e idolatrico che sostiene l'impero romano. La loro sete di potere e avidità è la ragione del loro successo e anche la causa della loro distruzione.

³⁵ Arens e Mateos, *O Apocalipse, a força da esperança. Estudo, leitura e comentário*, 243-244.

Ma soprattutto, il sistema non è autonomo, ma alimentato da donne e uomini sedotti dal lusso, dal potere e dalle opportunità. L'autore riesce a individuare diverse cose buone; conosce le persone e ne comprende la fragilità e le mette in guardia a modificare i propri comportamenti, alterando il corso del proprio destino. La Grande Prostituta, con tutto il suo lusso e la sua capacità di sedurre, corrompe molti. La sua rovina e quella di tutti coloro che le si avvicinano è certa.

Conclusione

Sulla base delle argomentazioni presentate, sembra innegabile che la società abbia assunto uno stato di declino molto marcato. I valori morali, etici, civici e molti altri possono dire poco sulla condotta del cittadino. La vita umana in sé non ha alcuna importanza ed è diventata un oggetto usa e getta, come qualsiasi altro prodotto disponibile sullo scaffale. La forma vuota che hanno assunto le relazioni, l'assenza di legami affettivi e la mancanza di impegno verso gli altri e verso se stessi rivelano, in modo inquietante, una società decadente. In questo contesto instabile, poche cose sembrano avere un senso di esistenza. Il consumo, oggetto di questo studio, non fa eccezione a questa affermazione.

In sostanza, il consumo è importante per la continuità della vita in tutti gli ambiti, è un processo naturale. Il problema sorge nel momento esatto in cui il consumo prende il controllo e la vita perde ogni suo riferimento. Le donne e gli uomini diventano così limitati nel loro orizzonte di pienezza che finiscono per diventare anche loro dei prodotti. In questa posizione di assoluta insoddisfazione, spinti dal potere dei media, trascorrono i loro momenti nella vuota ricerca di appartenenza ad un mondo che non li supporta, anzi, non supporta altro che il desiderio di perpetuarsi nel controllo. e potere. Da questa realtà emerge un essere consumista, plasmato dalle folli implicazioni dell'aver, ignaro della piena realtà dell'essere.

L'immersione effettuata da questo studio in un universo distante venti secoli ha rivelato che i problemi affrontati dalla società di allora sono molto simili a quelli vissuti oggi. Il sistema si è reinventato, ha adottato nuovi meccanismi e alternative ed è riuscito a mantenere il controllo. L'imperialismo, vestito con i costumi contemporanei delle potenze mondiali, continua la sua imposizione culturale, commerciale e sociale. Massacra i paesi in via di sviluppo, succhia via la loro ricchezza grezza e restituisce prodotti molto costosi, resi indispensabili da efficaci campagne pubblicitarie. Tutto il lusso di cui vantava la Grande Prostituta è ancora disponibile nei centri commerciali più grandi e costosi delle metropoli, accessibili solo ai più facoltosi. L'idolatria tanto combattuta da Giovanni si è ampliata e il numero dei falsi dei oscura la visione e trascina i fedeli. L'imperatore romano con la sua presunta aspirazione alla divinità non esiste

più, ma il numero di artisti, divi dello sport e del cinema, i prodotti e le condizioni di vita che cercano di assumere questa posizione, hanno trasformato il mondo in un vero tempio, pieno di dei in attesa di essere adorato.

La rivelazione di Giovanni mira a rimuovere il velo che nasconde e dissimula quanto sia oppressivo e tragico il sistema capitalista/imperialista, che trattiene donne e uomini nei loro possedimenti temporanei e ne impedisce la crescita, creando un'illusoria bolla di soddisfazione. L'autore fa di tutto perché le persone possano vedere e comprendere che le illusioni offerte dal sistema non sono in grado di accogliere e tranquillizzare i loro cuori.

Il testo giovanneo attraversa i secoli come un libro da comprendere, ma soprattutto da vivere. Le sue pagine permettono all'uomo, nel percorso della vita, di vedere se stesso come una figura più grande, alla ricerca della propria pienezza. L'essere umano è un essere potenziale, pronto a risvegliarsi e ad assumere un nuovo modo di vivere. Comunque,

L'uomo è sempre dentro l'esistenza del trascendere, e nei modi distinti di questo trascendere, e solo per entro l'oltrepassare valorizzante l'esistenza umana si costituisce e si trova come presenza al mondo, esperisce situazioni e compiti, fonda l'ordine culturale, ne partecipa e lo modifica.³⁶

Quando l'universo rischia di andare al di là, significa che l'energia del trascendimento sta venendo meno. [...] Per combattere questo rischio la vita religiosa configura l'al di là orizzonte, cioè un piano socializzato per evocare, provocare e configurare l'al di là, e per riappropriarsi sotto forma di destini, di compiti, di valori positivi ciò che nella crisi sta soltanto come annientamento della presenza.³⁷

Riferimenti bibliografici

Araújo, Gilvan L. de. "Apocalypse de João como chave de leitura da realidade". In *Teologia e cultura. A fé cristã no mundo atual*, organizzato da Matthias Grenzer e Pedro K. Iwashita, 98-113. São Paulo: Paulinas, 2012.

Arens, Eduardo; y Miguel D. Mateos. *O Apocalipse, a força da esperança. Estudo, leitura e comentário*. São Paulo: Loyola, 2004.

Armano, Linda; Francesco Barbalace; e Pier Luka Marzo. "Editorial Board". *Imago Journal* 22 (2023): 11-17. Disponibile in: <chrome-extension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/https://iris.unive.it/retrieve/6f325161->

³⁶ De Martino, *La fine del mondo*, 186.

³⁷ *Ibidem*, 214.

- [dab7-489f-9223-38bb94471866/Im%40go%20n.%2022.pdf](#) (acesso in 06/02/25).
- Bauman, Zygmunt. *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- Bauman, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- Chiesa Cattolica. “Catechismo dela Chiesa Cattolica”. *Vatican*, https://www.vatican.va/archive/catechism_it/index_it.htm (acesso in 01/12/2023).
- Colombo, Luciane O. R.; Thais B. Favoto; e Sidney N. do Carmo. “A evolução da sociedade de consumo”. *Akrópolis. Revista de Ciências Humanas da Unipar* 16/3 (2008): 143-149. Disponível in: <https://revistas.unipar.br/index.php/akropolis/article/view/2462> (acesso in 06/02/25).
- De Martino, Ernesto. *La fine del mondo*. Torino: Einaudi, 2019.
- Falque, Emmanuel. *Metamorfosis de la finitud. Ensayo filosófico sobre el nacimiento y la resurrección*. Salamanca: Sígueme, 2017.
- Kraybill, J. Nelson. *Culto e comércio imperiais no Apocalipse de João*. São Paulo: Paulinas, 2004.
- Macedo, Fernanda. “A moderna sociedade de consumo como instrumento de estigmatização da humanidade”. Disponível in: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=e634932bdcf89870#:~:text=Assim%2C%20a%20moderna%20sociedade%20de,das%20empresas%20que%20colocam%20seus> (acesso in 15/05/2022).
- Mininno, Lucilla e Giovanni La Fauci. “Eppur si muove”. *Imago Journal* (2023): 81-102. Disponível in: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefind-mkaj/https://iris.unive.it/retrieve/6f325161-dab7-489f-9223-38bb94471866/Im%40go%20n.%2022.pdf> (acesso in 06/02/25).
- Osborne, Grant R. *Apocalipse. Comentário exegético*. São Paulo: Vida Nova, 2014.
- Pereira, Agostinho, e Luiz F. Horn. *Relações de consumo e consumismo*. Caxias do Sul: Edwards, 2010.
- Pereira, A.; e L. Horn. *Relações de consumo e meio ambiente*. Caxias do sul: Edwards, 2009.
- Roberts, Nickie. *As prostitutas na história*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1998.