

Mi metto in vetrina (Codeluppi 2015)

Ambivalenza della trasparenza

«[...] la trasparenza viene generalmente considerata uno strumento di miglioramento della qualità della vita democratica, ma in realtà, se spinta all'eccesso, può rivelarsi tutt'altra cosa. [...] La trasparenza infatti, se portata all'estremo, può determinare la nascita di nuove forme di controllo e coercizione nei confronti dell'individuo» (pp. 35-36).

Il processo di umanizzazione degli oggetti

La lettera «i» davanti al nome di molti prodotti Apple (iMac, iPod, iPhone, iPad) «dev'essere tradotta in italiano prima di tutto con “io”. Sembra dunque esserci una differenziazione rispetto ai prodotti dei concorrenti che passa attraverso una vera e propria “umanizzazione” di oggetti di natura tecnologica, i quali si presentano in questo modo: “Sono Mac, Pod, ecc.”. Inoltre, la lettera “i”, quando viene pronunciata all'inglese, sembra rimandare anche al saluto “hi”, un saluto amichevole e caldo come il nostro “ciao”» (p. 52).

Il consumismo

Il consumismo, come ha sostenuto Zygmunt Bauman, «associa la felicità non tanto alla soddisfazione dei bisogni [...], ma piuttosto alla costante crescita della quantità e dell'intensità dei desideri, il che implica a sua volta il rapido utilizzo e la rapida sostituzione degli oggetti con cui si pensa e si spera di soddisfare quei desideri [...]» (Bauman 2008, cit. in Codeluppi, p. 78).

Effetti della mediatizzazione della politica

Un effetto «che è stato determinato dal processo di “mediatizzazione” della politica è l'istituzione di una specie di “campagna elettorale permanente” perché l'obiettivo dei politici non è più quello di conquistare voti in occasione di eventi importanti ma unici come le consultazioni elettorali. È invece quello d'impegnarsi per coltivare un rapporto diretto e continuativo con i propri elettori attraverso un abile utilizzo degli strumenti di comunicazione» (p. 87).