

TEMPI MODERNI

Paradosso privacy: vuoi essere noto, ma pretendi discrezione

CULTURA

24_12_2020

**Rino
Cammilleri**



Il 20 gennaio u.s. la signora Meghan Markle in Windsor, più nota come moglie di Harry duca del Sussex, a sua volta più noto come figlio di Lady Diana Spencer, ex moglie di Charles duca di Edimburgo e a sua volta più noto come figlio della regina Elisabetta II

d'Inghilterra, la signora, dicevamo, è stata paparazzata in un parco canadese insieme al figlioletto Archie. La signora si è risentita e, di concerto col marito, ha citato in giudizio i datori di lavoro dei paparazzi in questione, l'agenzia *Splash News and Pictures*.

Dato il rango dei personaggi immortalati si è scomodata l'Alta Corte di Londra

che ha dato torto all'agenzia. Colpevole di violazione della *privacy*, essa non potrà mai più scattare foto alla famigliola di Meghan vita natural durante. La duchessa acquisita ha in corso, per gli stessi motivi, altre cause: una contro la *Splash US*, costola americana della precedente, una contro la *Associated Newspapers* che pubblica due testate di *gossip* molto seguite nel Regno Unito, e una contro un fotografo non meglio identificato di Los Angeles che aveva tentato di usare un drone per scattare foto ai Windsor-Markle.

Voi direte: e a noi che ce ne frega? E avreste ragione, visto che condivido il medesimo sentimento. Ma una riflessione si impone, perché viviamo in tempi realmente contraddittori. Ho già avuto modo di far osservare come nei secoli cristiani i modelli da additare alla gioventù era due: il cavaliere e il monaco. Non a caso, due figure che facevano del sacrificio personale a pro del prossimo un'attività organizzata e ingabbiata da regole dure, fitte e precise liberamente assunte. Il mondo contemporaneo, plasmato dalle cultura e mentalità americane, ha come modello il *self-made man*, colui che è riuscito a diventare ricco e famoso. E' sotto gli occhi di tutti come questo modello abbia scatenato una corsa al successo senza se e senza ma: basta guardare i c.d. *reality-show* per vedere quanto siano disposti a tutto gli arrampicatori.

Ora, come detto, il cavaliere e il monaco vivevano per il servizio al prossimo;

l'«arrivato» no, nessuno glielo chiede, il suo successo se lo gode da solo. Tutt'al più fa il filantropo, cioè dona parte di quel che gli eccede a iniziative che, però, non offuschino la sua «immagine». Tanto per dire, Soros è un filantropo. Ora, è noto proprio alle riviste di *gossip* tutto quello che gli «arrivati» hanno dovuto fare per ottenere il successo, cioè la fama, cioè l'essere ammirati e invidiati. Ebbene, la domanda è: perché hai fatto di tutto per finire sotto ai riflettori e ora che ci sei invochi la *privacy*? Come fai ad essere ammirato e invidiato se poi ti nascondi? A meno che al tuo egocentrismo aggiunga anche questo: vuoi essere sotto ai riflettori ma solo quando dici tu, solo quando sei ben vestito e truccato, in salute e sorridente.

Un giudice che applicasse il buonsenso salomonico anziché le note del codice dovrebbe dire al ricorrente: caro signore, lei dovrebbe sapere che la fama e la gloria hanno un prezzo; ha voluto fare il divo (cioè, l'idolo), non può sottrarsi ai suoi adoratori. Basta leggere il classico *Hollywood Babylon* di Kenneth Anger (1959) per sapere di che cosa siano intrise certe strepitose carriere mediatiche, e apprendere quanti e quali

sacrifici (soprattutto in dignità) siano costate. Oh, certo non è questo il caso di Megan Markle, ci mancherebbe. Ma, la sua defunta suocera, di *privacy* c'è morta: se avesse accettato di pagare il prezzo della sua notorietà (in fondo, poca cosa: lasciarsi fotografare) sarebbe ancora tra noi. Morale: quando eri *quidam de populo* avevi tutta la *privacy* che volevi, hai sgomitato per diventare famoso, cioè per uscire dall'anonimato, be', adesso che vuoi?