

## DALLA PRIMA

S'infiamma la polemica sulla privacy. Gli editori: il problema non siamo noi sono i lettori che acquistano

# «Non compriamo Diana morente» I tabloid rifiutano l'ultimo scatto

Accordo a Londra fra i giornali scandalistici del Regno Unito

da non consentirci risposte e comportamenti troppo elementari. È sempre accaduto che un certo genere di personalità abbia occupato la scena, mentre i veri grandi restavano sullo sfondo (soprattutto se donne). Se ai primi del Cinquecento fossero esistiti i giornali e la televisione, l'ultimo dei cavalieri del cardinale Ippolito avrebbe avuto un necrologio più ampio di quello di Ludovico Ariosto.

Ma oggi questo circuito s'è fatto parossistico e distrugge davvero ogni valore. Lo so che esprimo un'opinione elitaria, ma che elite sono quelle che non difendono il loro carattere elitario dall'aggressione del senso e degli interessi comuni? Non posso perciò non dichiarare francamente che per me il lettore ideale è in questo caso quello che come me non leggerà neanche una riga della massa di notizie e di articoli dedicati alla scomparsa di Diana, riservando ad un altro aspetto della vicenda il proprio pensiero e la propria riflessione.

Il discorso però non finisce qui, perché, pur essendo come ho detto di gusti difficili, mi rendo ben conto che esiste un problema di ordine generale, sul quale sarebbe vano chiudere gli occhi: quello dell'informazione. Ora, io penso che la stampa e la televisione, il mondo dell'informazione, si collocano costitutivamente come intermediari tra l'universo dell'élite e quello delle masse. Hanno un'enorme responsabilità e fanno un lavoro straordinario, anche molto bello, dovrebbero mostrare all'élite il limite dei loro particolarismi, dovrebbero additare alle masse traguardi di valore che vadano al di là dei loro bisogni istintuali.

Ciò comporta, se mi è consentito un tono didascalico, una rigorosa selezione e un trattamento indefesso, sia sul piano qualitativo sia su quello quantitativo, della notizia. Direi che se i giornali dedicassero con maggiore serietà tanto per fare un esempio, due pagine intere al massacro dei tuffi e sette-otto righe alle avventure private del principe Carlo, questo potrebbe costituire l'esempio di un buon rapporto.

Più in generale direi che l'universo del privato non dovrebbe presentare alcun interesse per il cittadino intelligente, a meno che non ci sia un giornalista tanto bravo da farne materia di trattazione artistica. In ogni caso, meno se ne parla meglio è. Ognuno ha diritto al rispetto di una sua propria sfera. Mi si potrebbe obiettare che molti personaggi pubblici non fanno altro che esibirla, sia sul versante, diciamo così, negativo sia su quello positivo: i politici che ostentano mogli e bimbi per fare tanto famiglia non sono molto migliori di quelli che esibiscono squadre di calcio e vizi segreti. Ma il giornalista intelligente potrebbe snobbarli e ridicolizzarli nel loro sfrenato autolegittimarsi come personaggi reali della società dello spettacolo invece di prenderli maledettamente sul serio, come accade il più delle volte. Altrimenti la cultura di «Novella 2000» diventerà egemone su quella dei quotidiani più seri.

La prevalenza della realtà virtuale su quella reale è diventata tale che non ci riesce più di cogliere attraverso l'informazione neanche l'aspetto umano di quello che è accaduto. C'è molta necrofilia nella parte finale di questa vicenda, e assai poco senso della morte. Lady Diana aveva anche lei qualcosa di speciale e di unico, che è però al tempo stesso comunissimo e universale, e cioè la sua vita: quel complesso di esperienze, affetti, dolori, frustrazioni e gioie, che le appartenevano in quanto essere umano qualsiasi. La morte ha spezzato questa cosa, che era l'unica autentica in lei, ne ha impedito lo sviluppo, ne ha troncato la potenziale prosecuzione in altre esperienze, affetti, dolori, frustrazioni, gioie. La morte ha interrotto non per noi ma per lei la rappresentazione, ha messo fine al suo personaggio pubblico. Ha restituito alla sua comune identità umana. Mi rendo conto che questo si potrebbe dire di chiunque di noi. È vero, in questo non c'è differenza. È per questo che questa cosa è così importante così preziosa, così struggente: ha dovuto essere morta per sfuggire al travestimento in cui si era calata, in cui l'avevamo calata. Ma questa cosa così importante non si può esprimere né per Lady Diana né per altri con l'informazione, con la notizia, con il commento. Si può esprimere soltanto come una grande forza ormai quasi ignota e contraria ad ogni informazione e ad ogni commento: il silenzio. Se si facesse tacere ogni tanto questo fastidioso rumore di fondo, forse anche l'informazione sarebbe migliore.

[Alberto Asor Rosa]

LONDRA. Il popolarissimo News of the World che ha circa quindici milioni di lettori non pubblicherà le foto di Diana in agonia tra le lamie dell'auto. Lo ha reso noto l'editore del settimanale dopo le critiche mosse contro la stampa di carattere scandalistico. La testata ha reagito a seguito delle critiche che sono state articolate con rabbia dal pubblico dopo la tragica morte della principessa. Negli ultimi giorni diversi fotografi e cineoperatori sono stati violentemente respinti dalla gente, perfino davanti ai cancelli di Kensington Palace, la casa di Diana, e Buckingham Palace, residenza della famiglia reale. «L'avevo ammazzata, chiudete quell'arnese e se ne vada al diavolo», ha detto il cliente di un'edicola davanti alla quale un operatore della Bbc s'era fermato per filmare i titoli dei giornali di ieri mattina.

La decisione del News of the World è stata condivisa dagli altri tabloid scandalistici. Nessuna delle fotografie di Diana poste sul mercato dai paparazzi incriminati vedrà mai la luce in Inghilterra. Ma la questione del come regolare la pubblicazione di foto di carattere personale oltrepassa l'aspetto momentaneo. Rientra nel discorso più vasto della protezione della privacy ed apre la strada all'eventuale presentazione di una legge a questo riguardo che l'Inghilterra ancora non ha. Molti commentatori hanno detto che Diana era un caso unico, sia per la sua eccezionale bellezza che per il suo «speciale» rapporto con i fotografi, spesso corteggiati da lei stessa in maniera civettuola. Ma è stato lo stesso editore del News of the World a prefigurare un seguito allarmante: «Carlo e Camilla verranno lasciati in pace perché non hanno carisma e i loro volti non interessano a nessuno. Ma William è molto bello. Ha una straordinaria somiglianza con sua madre. Non ci vorrà molto per vederlo in compagnia delle prime amichette e tra qualche anno ce lo vedremo con belle ragazze in costume da bagno. E allora? Per i paparazzi si sta aprendo una nuova stagione. Anche se i giornali inglesi dovessero rifiutarsi di pubblicare quelle foto, nessuno potrà fermare quelli esteri. Se ci sono stati dei pericoli mortali per Diana, ce ne saranno anche per William».

Forse è stato proprio in previsione di salvare William, e poi suo fratello Harry, dagli avvoltoi del flash che Lord Wakeham, presidente della Press Complaints Commission (Pcc, la commissione sul regolamento della stampa), ieri ha promosso una riunione di tutti i direttori delle pubblicazioni del Regno Unito per «un'urgente revisione» dei regolamenti vigenti e trattare in particolare «i problemi causati dai paparazzi internazionali». La stampa inglese ha preso ad usare il termine «paparazzo» in lingua italiana ed ha spesso alluso negli ultimi giorni ai fotografi italiani. L'ex addetto stampa della regina Elisabetta ha raccontato come durante l'ultima visita in Italia, la sovrana fu costretta

a rimanere confinata in un edificio «a causa di fotografi italiani indisciplinati» e ieri il Times ha scritto che Diana e Dodi lasciarono la Sardegna perché erano diventati il bersaglio dei paparazzi italiani. Per respingere questa «contaminazione» dall'estero, Lord Wakeham ha alluso alla possibilità di preferire creare modifiche all'attuale sistema inglese che è basato non su delle leggi, ma sul principio dell'autoregolamentazione. Durante gli anni dei conservatori al governo fu esaminata la possibilità di legiferare sulla libertà di stampa in relazione alla privacy, ma venne deciso che la promulgazione di leggi avrebbe potuto interferire con la libertà di espressione e il diritto all'informazione per cui si preferì creare uno statuto di autoregolamentazione sotto la supervisione della Pcc.

Tra le prime reazioni alla decisione di Lord Wakeham di riesaminare lo statuto c'è stata quella del direttore del Guardian Alan Rusbridger, un quotidiano di qualità che non pubblica mai foto scandalistiche, ma che si interessa in modo particolare alla libertà di investigare casi anche molto delicati. Rusbridger ha dichiarato, paradossalmente, che gli attuali capitoli sull'autoregolamentazione sono già troppo restrittivi e che c'è bisogno di maggior libertà di manovra per i giornalisti. È noto che il premier Tony Blair preferisce continuare con l'attuale sistema di autoregolamentazione anziché far ricorso a nuove leggi sulla privacy. Il Regno Unito sta per incorporare tra le sue leggi la dichiarazione europea dei diritti umani che include capitoli sul rispetto della privacy e questo, secondo Blair, dovrebbe essere sufficiente. Molti commentatori hanno fatto notare che l'incidente è avvenuto in Francia dove esiste una legge molto rigorosa sulla privacy per dimostrare che intervenire sul piano legislativo non serve. Max Hastings, direttore dell'Evening Standard è stato tra coloro che hanno deprecato il processo troppo rapido che s'è tentato contro la stampa ed anche contro i fotografi: «Il fatto è che non è cosa saggia quella di lanciare una macchina a cento miglia all'ora di notte nel centro di Parigi», ha detto, distanziandosi tuttavia dai metodi usati dagli «orribili paparazzi». Hastings ha aggiunto: «Forse è possibile promuovere delle leggi che proteggano, per così dire, persone ordinarie dalle intrusioni nella loro vita privata, ma non credo che esistano possibilità di proteggere personaggi come Lady D. Ad ogni modo cosa può cambiare se noi promulghiamo delle leggi che altri paesi non sono tenuti ad osservare?».

Hastings ha concluso dicendo che in realtà bisogna riconoscere che c'è un mercato e che ci sono dei consumatori: «Mi sento un po' di appartenere a quest'industria, ma il fatto è che se esistono consumatori disposti a comprare certo materiale ci saranno dei paparazzi disposti a vendere».

Alfio Bernabei



Gaywood/Ansa

## L'intervista

Il calciatore sulla morte di Lady D.

## Roberto Baggio: «Io, braccato non potevo neanche andare al mare»

Anche lui un vip in fuga. «Ognuno, anche un personaggio pubblico, ha diritto a una vita privata. Ma non serve una legge, solo il buon senso»

BOLOGNA. La vita in un flash. Roberto Baggio commenta la morte di Lady Diana analizzando con amarezza le condizioni di disagio cui vivono tanti vip dello sport come lui, costantemente in fuga, sempre alle prese con slalom fra tifosi, fotografi e cronisti alla ricerca spesso assidua di autografi, immagini, interviste.

«Cos'ha provato alla notizia della morte di Lady Diana?»

«Un grande senso di sconcerto. Trovo sia assurdo che un personaggio, anche se pubblico, perda la vita per tutelare la propria privacy».

«Sul banco degli imputati in questo caso sono finiti i fotografi troppo aggressivi...»

Sinceramente non so come interpretare questo mestiere. Immagino sia complicatissimo anche per via della concorrenza. C'è chi riesce a svolgerlo bene, anche senza forzature. E chi invece esagera. E quando l'esagerazione viene portata al limite si arriva ai paradossi e a vere e proprie violenze. Io ritengo si debba partire da questo presupposto: ognuno, dunque anche un personaggio pubblico, ha il diritto ad avere un minimo di vita privata. E in questo bisognerebbe venisse tutelato».

Perciò viene avanti l'ipotesi di una vera e propria legge che tuteli meglio la privacy...»

Non so se possa bastare una legge. Secondo me dovrebbe esserci come base anzitutto il buonsenso. Ma è difficile parlar di buonsenso quando per una foto a volte sono in ballo miliardi. Ad ogni modo troppo assurdo che uno sia costretto a fuggire ai 2000 all'ora per salvarsi dai fotografi...»

A lei è successo?

M'è successo. 1990, dopo i mondiali: ero in vacanza a Montecatini. Sono dovuto scappare per via dei fotografi che mi braccavano».

E adesso?

Mi ritengo fortunato perché riesco ad estraniarmi. Mi faccio vedere il meno possibile in giro e mi dedico a tempo pieno alla famiglia. Non mi sento un recluso. E se poi vado in giro per Bologna, ovviamente incontro decine di persone che mi guardano e mi fermano per l'autografo o per qualche commento. Fortunatamente si parla di calcio. Insomma non ci sono rischi».

Eppure durante il ritiro della squadra a Sestola era costretto ad uscire dalla porta secondaria dell'albergo per evitare la ressa dei tifosi che l'aspettavano...»

A volte succedeva anche questo. Ma quando ero in ritardo per l'allenamento. Bisogna adattarsi anche a questi escamotage. Spero che i tifosi capiscano».

È vero che è andato per tre anni in Versilia in vacanza, senza mai riuscire a vedere il mare? È vero. C'era sempre un mucchio di gente davanti a casa ad aspettarmi. Non potevo proprio metter piede fuori. La cosa m'ha turbato. Ma ormai racconto quegli episodi col sorriso sulle labbra. Acqua passata».

Walter Guagnelli



## Sul Sunday Mirror ancora telefonate a luci rosse

Per i tabloid del Regno Unito la morte di Diana, oltre che un evento di grande rilievo, costituisce l'esaurimento di un filone d'oro sfruttato fino all'impossibile. Diana sapeva di essere una «gallina dalle uova d'oro» per certa stampa sempre alla ricerca di indiscrezioni da strillare in prima pagina, sottolineano i commentatori. La principessa infatti era diventata involontaria testimonial di quanto si circondava: auto, scarpe da tennis, acqua minerale, ogni cosa diventava automaticamente articolo di moda o status symbol. Qualche tempo fa Stuart Higgins, redattore del tabloid «Sun», fra i più accaniti e impietosi sfruttatori del filone Diana, spiegava che Lady Di era oggetto di «un'infatuazione totale che non tramonta mai». La principessa aveva un effetto fenomenale e unico sulle vendite dei giornali, conferma il commentatore tv Michael Leapman osservando che nemmeno personaggi come Liz Taylor o Grace Kelly hanno suscitato tanto interesse e soprattutto lo stesso livello di isteria. Non è quindi difficile credere che «non c'è davvero nessuno in grado di prendere il suo posto in termini iconici». Forse quando il figlio William crescerà e i giornali cominceranno a scrivere sulle sue fidanzate «potrebbe diventare una versione maschile della madre. Ma una figura come la sua non esiste». Eppure non bisogna pensare, rilevano altri commentatori, che morendo Diana abbia smesso di produrre rivelazioni e strilli da prima pagina. È il caso del Sunday Mirror che dava la copertina all'incidente ieri e due pagine intere a nuove rivelazioni su nastri con le conversazioni a luci rosse fra Lady Di e James Gilbey, l'amante di qualche anno fa.

La stampa saluta Diana. I giornali britannici rinunciano al loro aplomb. Il tedesco «Bild» esce con le foto proibite

## Il lutto del «grande circo» dei media mondiali

Si apre il dibattito sugli eccessi dei paparazzi. «Wall Street Journal» e «Financial Times» contrari all'adozione di misure restrittive.

ROMA. La Bbc e la Itv hanno sospeso la loro normale programmazione. Un grande lutto ha colpito la Gran Bretagna alla notizia della morte di Lady D, la «principessa nel cuore del popolo». È i giornali inglesi, normalmente pacati e severi, hanno captato la partecipazione popolare, il feeling dei loro lettori, trasferendolo nei titoli e dedicando pagine e pagine a questa, che molti di loro hanno definito una «triste storia di fate». Il progressista The Guardian esce con la prima pagina listata a lutto. Il titolo d'apertura, sopra un'enorme foto della bara della principessa portata a spalla dai soldati della Raf, è un'epigrafe tombale: «Diana: 1961-1997». L'editoriale, sotto la foto, parla del lutto, del sentimento di tristezza nazionale: «La vita della gente ordinaria non è cambiata, ma il panorama delle loro vite è cambiato, molti, che nemmeno la conoscevano, hanno provato una sensazione di amara desolazione». Un altro giornale

progressista, The Independent, dedica 11 pagine alla morte di Diana e concentra il resto in 6 pagine. Titolo: «L'inseguimento è finito, la principessa del popolo torna a casa», usando le minuscole riferite a Diana. Il conservatore The Times esce con due fascicoli riferite a Diana. Il conservatore The Times dedica un numero intero al giornale, uno dedicato a Diana e l'altro alle altre notizie. Il titolo è per Carlo: «Il Principe torna a casa con la Principessa del Popolo» (e usa le minuscole). Uno dei commenti, affidato a Joanna Bale, parla dell'«amore e odio» che lega Diana ai media. «Ha avuto - scrive - molti duri confronti con i fotografi che l'assillavano ogni momento, ma si è anche spesso avvantaggiata della pubblicità che le veniva dai giornali e dalle tv». L'austero e conservatore Financial Times non rinuncia al suo formato e dedica solo 2 pagine interne alla tragedia, mentre in prima pagina a 6 colonne: «Il mondo è addolorato per Diana». Il commento è asciutto, ma tocca un tema importante: «L'opinione

pubblica è in gran parte d'accordo col fratello di Diana secondo cui la stampa l'ha uccisa incoraggiando gli eccessi dei fotografi... Non c'è dubbio che i media abbiano la loro parte... Ma il mercato delle foto è internazionale e adottare misure restrittive in un solo paese potrebbe solo creare opportunità per gli altri... In Francia c'è una rigida legge sulla privacy ma questo non ha impedito ai paparazzi (questo termine, inventato da Fellini ne «La dolce vita», è stato usato da tutti i giornali del mondo, ndr) di scattare foto di Diana a beneficio di altri». In Francia Liberation riempie la prima con una grande foto di Diana e titola: «Una foto di troppo». L'editoriale di Laurent Joffrin è crudo: «È uno straordinario racconto moderno che vede i demigri dell'informazione provocare la morte della loro creatura e il pubblico che essi volevano soddisfare gridare all'assassino... I paparazzi non sono stati che la ruota di un meccanismo... Le famiglie reali,

sempre più rare in democrazie che non hanno più bisogno di loro, hanno costruito la loro popolarità grazie ad accorte strategie di comunicazione». In Germania, Bild Zeitung, il più diffuso quotidiano tedesco di chiaro stampo sensazionalistico, è il primo a infrangere la consegna di non pubblicare immagini dell'incidente e mette in prima una foto a colori in cui si vedono i pompieri che prestano i primi soccorsi e s'intravede una nuca dentro la Mercedes. «Ne abbiamo ancora una o due», dice un redattore del giornale - le abbiamo comprate da un'agenzia francese, pagandole un sacco di soldi». Il Frankfurter Allgemeine Zeitung, autorevole quotidiano conservatore, titola l'editoriale: «Caccia mortale», e punta il dito sui fotografi: «Se avessero mantenuto nei limiti della decenza il loro voyeurismo professionale tre persone probabilmente sarebbero ancora in vita». Negli Stati Uniti la notizia arriva alle dieci di sera, mentre in Francia

in Italia sono già le quattro del mattino. Tutti i giornali, dal prestigioso New York Times alle gazzette locali, le danno ampio risalto in prima. Il New York Post è quello che le dà più spazio. Esce listato a lutto e con un titolo a caratteri cubitali: «Diana è morta». Il New York Times usa parole dure: «Diana uccisa da uno sciame di spietati paparazzi alla ricerca di una foto da un milione di dollari. Muore un'amica». L'autorevole Wall Street Journal mantiene inalterato il suo solito formato e titola, in modo sferzante, su una sola colonna a sinistra: «La morte di Diana, una frustata in faccia alla stampa tabloid». Nel sottotitolo riprende il tema sollevato anche dai britannici Financial Times, con le cui conclusioni è sostanzialmente d'accordo: «La possibile responsabilità dei paparazzi nella vicenda rinnova la richiesta di misure restrittive per i media».

Alessandro Galliani

## Tg e speciali è record di ascolti

Dodici edizioni straordinarie dei Tg di Rai, Mediaset e Telemontecarlo, record d'ascolto assoluti in alcune fasce orarie e il cambiamento di molti programmi contenitori, questo in sintesi l'«effetto Lady Diana» sull'informazione televisiva di domenica. Il Tg1, che nella sola edizione delle 13.30 ha ottenuto il 50.14% di share, pari a 7.600.000 telespettatori, ha dedicato alla notizia della morte della Principessa Diana ben tre edizioni straordinarie: dalle 8.53 alle 9.06; dalle 10.36 alle 10.45 e dalle 12.12 alle 12.17; quest'ultima ha ottenuto il maggior ascolto: 3.228.000 telespettatori pari al 32.17% di share. Raiuno ha mandato in onda alle 20.50 un Tv7 dedicato interamente alla tragedia di Parigi, che ha vinto il prime time con 5.784.000 telespettatori, pari al 30.32% di share. Tre edizioni straordinarie anche per il Tg2: dalle 8.17 alle 8.20; dalle 9.03 alle 9.15 e dalle 14.52 alle 15.20, più un'edizione straordinaria di «Tg2 dossier» ha ottenuto il 36.97% di share.