



È trascorso un anno ma nessun principe è arrivato a risvegliare con un bacio la principessa addormentata. Diana non dorme, è morta in quella calda notte di tarda estate. La sua vita da favola, se tale è stata, non ha potuto avere il lieto fine che milioni di persone irrazionalmente almeno una volta hanno continuato a desiderare anche in questi mesi. I conti con l'ineluttabilità della morte li devono fare tutti. Diana riposa per sempre nel mausoleo kitsch al centro del laghetto della sua casa natale che l'avidio fratello ha trasformato in una sorta di macabra Disneyland. E, per sempre, sarà oggetto di culto e di curiosità morbosa. Com'è stata in vita. Com'è stata nei giorni del lutto. Com'è stata per tutto l'anno appena trascorso in cui la principessa morta ha continuato paradossalmente ad essere al centro di una cronaca di cui lei, di fatto, non poteva più essere protagonista. Il mondo dei media non ha rinunciato nemmeno per un attimo ad un soggetto che ha consentito a televisioni e giornali exploit senza precedenti. Soggetti della comunicazione che, d'altra parte, la stessa principessa ha usato ogni volta che ha avuto bisogno di lanciare messaggi e avvertimenti come avvenne, giusto per fare un paio di esempi, con la lunga chiacchierata che Morton nel 1992 trasformò in una biografia solo ufficialmente non autorizzata (e poco dopo arrivò il divorzio) o con la famosa intervista alla Bbc di tre anni dopo in cui la principessa entrò in ogni piega della sua vita privata ed anche in conflitto aperto con la casa reale.

Diana non dorme, è morta. Ma c'è da scavare ancora sul suo passato, sul suo ultimo amore, sulla possibilità che la sua tragica fine sia il risultato di un complotto. E poi ci sono le vicende del giovane William che è l'erede al trono ma anche il ritratto di quella giovane donna bionda che alla Corte ha dato non pochi fastidi. Da viva e da morta. C'è da aspettare la fine della telenovela di cui sono protagonisti da venticinque anni, poi con qualche interruzione, gli

ormai attempati Carlo e Camilla.

## Due libri italiani ne analizzano il mito

# La sua tristezza tanto amata da popolo e media

Il popolo di Diana, quella massa sterminata di persone che per una settimana si è trovata a vivere in ogni continente, allo stesso modo, un dolore comune continua a chiedere di lei. L'elaborazione del lutto sembra ancora lontana anche se, come già avvenne in vita, la vicenda della principessa che non dorme ma è morta continua ad essere vissuta in modo contraddittorio. Un amore quasi totale, l'enorme disperazione, ma anche l'imbarazzo della casa reale che la forza del dolore collettivo ed il richiamo alla realtà del giovane primo ministro Tony Blair che ha consegnato alla storia «la principessa del popolo», costrinse ad un repentino recupero e ad abbandonare il castello di Balmoral così inutilmente lontano da un evento che qualche centinaio di miglia non potevano cancellare. Tanto più che dall'altra parte del pianeta c'era chi piangeva per la principessa. E forse, come ricorda il sociologo Paolo Ceri nel suo «Il popolo di Lady Diana» in cui analizza quell'emozione vissuta tutti insieme, una sorta di passaggio «dalla fase individualistica iniziata nei primi anni ottanta, alla fase collettiva del ciclo morale», nel tempo si comprenderà che sono forse nel giusto gli autorevoli osservatori di cose britanniche che sostengono che il giorno della morte di una giovane donna ha segnato anche la fine della vecchia Inghilterra, che «la

settimana dei fiori» ha avuto effetti culturali e sociali al momento non valutabili appieno, che la spontanea partecipazione globale non è stata solo tale. Bisognerebbe, infatti, poter quantificare l'influenza e la capacità di condizionamento che su essa ha avuto la forza dei media il cui operato è stato analizzato dal sociologo Paolo Mancini nel suo «La principessa nel paese dei media».

Carta stampata e televisione hanno accompagnato gran parte della vita di Diana Spencer. I fotografi e i giornalisti le sono stati compagni di vita forse più dell'uomo che aveva sposato e di quelli che l'hanno poi amata. Spesso invadenti, a volte usati. Diana faceva vendere. E ha fatto la fortuna di editori come Rupert Murdoch che con Sun e il Times ha indicato la rotta a tutti i suoi diretti concorrenti. D'altra parte davanti ai televisori di tutto il mondo il giorno dei funerali della principessa c'erano due miliardi e mezzo di persone, la metà degli abitanti del pianeta che non ha esitato ad interrompere ogni attività pur di esserci, anche a migliaia di chilometri di distanza da quel carro trainato da cavalli i cui zoccoli producevano sul selciato un rumore amplificato volutamente dal sonoro della Bbc, come fosse il ritmo del dolore. Nessun evento al mondo ha mai prodotto tanti centimetri di articoli di giornale. Da un certo punto di vista quella settimana di set-

tembre ha evidenziato un cambiamento che già era in atto nella carta stampata. Sotto la spinta del «minuto per minuto» della televisione i quotidiani sono stati costretti a comportarsi come settimanali, sono diventati degli ibridi. Ed anche i paludati giornali d'informazione sono stati costretti alla rincorsa dei tabloid. Cosa è realmente accaduto? Scrive Mancini: «Sarei tentato di usare un'espressione piuttosto forte: morte del giornalismo. La storia di Diana è stata anche una metafora di questa ulteriore scomparsa. Di questo mutamento radicale della professione. L'attenzione esasperata verso il pettegolezzo, verso il sentimentalismo delle sue visite agli ospedali, ma soprattutto la ricerca affannosa degli aspetti più intriganti e pruriginosi della sua vita privata, gli ammiccamenti verso i minimi accenni della dimensione erotica e sessuale hanno caratterizzato gli ultimi anni del giornalismo britannico, del giornalismo dei tabloid e dei quotidiani d'élite che sono andati loro dietro. Hanno fatto parte della necessità di settimanalizzazione». E di fronte all'evento imprevisto non c'è stata capacità di trovare un equilibrio che forse pure sarebbe stato necessario.

D'altra parte come era possibile immaginare quanto è accaduto dopo la morte di Diana. Come prevedere quei cinquanta milioni di fiori che sono stati depositi in suo nome, la quantità di biglietti, ninnoi, orsacchiotti, ceramiche per un totale di quindicimila tonnellate, le cinquecentomila lettere arrivate a Buckingham Palace fino al 15 settembre ed, in contemporanea, i cinquecentomila messaggi di posta elettronica, la quantità incommensurabile di gadget con l'immagine della principessa che sono già diventati oggetti di modernariato? Può capitare che la realtà superi l'immaginazione. Questa favola imprevedibile ha avuto due miliardi e mezzo di protagonisti e una principessa.

Marcella Ciarnelli

rosa stampata, costa 5 sterline (circa 15.000 lire), e il più caro, un calice intagliato, ne costa 70 (200.000). E neppure comprende gli incassi della caffetteria con annesso self service per un pasto veloce, e carissimo, preparato e impacchettato da un catering londinese. E neppure la vendita di un volume illustrato con foto della principessa e della dimora di Althorp che ogni visitatore finisce per acquistare al prezzo di 10 sterline (29.000 lire) o gli incassi del carrello dei gelati strategicamente piazzato all'uscita, verso il parcheggio dove si trova anche la Croce Rossa e dove saranno installati diversi sportelli bancomat. Il sole brilla per tutti, anche nel più nuvoloso dei regni d'Europa e questo significa che la «vittima morale di un'aggressione sessuale sublimata», come Salman Rushdie ha definito la sventurata principessa, non solo è un bene richiestissimo sui mercati sentimentali e dell'immaginario, ma anche un punto di riferimento per milioni di donne in tutto il mondo.

Nel suo libro intitolato *Diana, how sexual politics shook the monar-*

*chy*, la scrittrice Beatrix Campbell fa un bilancio della duplice e insostituibile funzione assolta dalla principessa del Galles nel suo contrapporsi alla casa reale. Ricorda anche un precedente storico nel secolo scorso, una principessa del Galles, Carolina, ripudiata perché, stufa della corte e del consorte, mandò a quel paese il futuro re Giorgio, tipo bilioso e vendicativo, che la perseguitò, le tolse i gioielli e le proprietà e non le concesse neppure di assistere alle nozze della figlia Carlotta, morta poi prematuramente.

I tempi sono cambiati e gli usi della corte risultano ormai ristretti e antiquati. Quando Carolina morì nel suo esilio forzato, il re non rispettò il suo desiderio di essere seppellita a Windsor con sua figlia. Ciò nonostante, il popolo rese omaggio a questa principessa progressista e intelligente, e vi furono scontri con la polizia nelle strade di Londra. L'unica donna di alto rango che sembrava sapersi sintonizzare con la massa fu ripudiata dal monarca e

**Sopra e a destra margarine e porcellane con l'immagine di Lady D. Due esempi di marketing applicato alla morte della principessa Diana**

accusata di essere libertina e infedele. E neppure poté salvare il suo patrimonio, cosa che Diana riuscì a fare usando l'argomentazione che era sposata «con il figlio di una delle donne più ricche del mondo», come scrisse all'epoca il *Guardian*. Il memorabile *annus horribilis* della regina Elisabetta cominciò proprio con l'inventario dei beni della Corona, l'inquietante dossier Royal Fortune scandalo dell'opinione pubblica. La ricchezza degli Windsor era un affronto per i cittadini affogati dalle imposte. Se la prima famiglia della nazione non pagava tasse di nessun tipo e si ostinava a mantenere privilegi medievali, il detonatore Diana adesso, o qualche altro in seguito, poteva mettere l'istituzione in serie difficoltà.

Carlo d'Inghilterra ha mangiato la foglia: lo scorso 12 luglio ha annunciato il proposito di fare una generosa donazione al popolo scozzese (attraverso il National Trust) del Castello di Balmoral, uno dei bastioni della famiglia o meglio della «ditta». Questa donazione non sarà ufficializzata prima della sua ascesa

al trono, il che induce ad avanzare seri dubbi al riguardo. Carlo dovrà faticare per conquistarsi un ruolo di cui non solo Diana lo credeva incapace ma anche, come lei, molti altri sudditi.

L'ex marito di Diana, comunque, segue i dettami della principessa che gli arrivano dal profondo della sua tomba: rinnovarsi o morire. I responsabili della sua immagine, freschi di nomina, si sono impegnati a non permettere che la popolarità della «ditta» cada più in basso di così. Ha già toccato il fondo nei giorni del funerale, quando Elisabetta II a malapena sbatteva le ciglia mentre un popolo intero si struggeva dal dolore. Come potrà conquistare il favore della gioventù un futuro monarca che ha dimostrato in modo tanto plateale la sua avarizia e la sua lussuria?

I 50 milioni di sterline (150 miliardi di lire circa) che il popolo ha dilapidato in fiori depositi davanti alle inferriate del Palazzo di Kensington, residenza della principessa, nei giorni successivi alla sua morte, erano già un buon segnale della do-

manda del prodotto Diana in qualsiasi varietà disponibile. La Principessa del Popolo, che già in vita eclissava tutta la famiglia reale, minacciava di affondarla una volta morta, soprattutto via via che sono venuti fuori gli altari dei Windsor e le meschinità di alcuni membri invidiosi del casato. Chi ne è uscito meglio è il duca di Edimburgo, forse perché resta sempre due passi dietro la sua sposa, la regina. Un uomo che ha confessato sinceramente di non essere che un'ameba.

Il Regno Unito ha sempre offerto al mondo un campionario di stravaganze e anacronismi. Lo scorso 22 giugno il *Times* titolava così una notizia: «Course to offer Diana therapy». Si tratta di un corso terapeutico per curare la dolce malinconia provocata dalla morte della principessa. In un luogo isolato del Galles, assistenti sociali, insegnanti e altri responsabili della comunità riceveranno istruzioni per superare la tristezza prodotta dalla morte di Diana e i suoi effetti negativi nella vita di tutti i giorni. I partecipanti potranno trasmettere le tecniche te-