

Federica Gatti, Lady Diana e il rapporto con la stampa negli anni '80

La vita pubblica di Diana Spencer è legata fortemente al suo **matrimonio** con l'erede al trono d'Inghilterra che l'ha resa una celebrità, una principessa che sarebbe diventata regina, e che, nei diciassette anni intercorsi fino alla sua morte, le ha fatto vivere una vita davanti alla stampa e ai media visivi in qualità di **jet-setter** e personaggio umanitario favolosamente acconciato.

A causa della natura spettacolare della sua presentazione al pubblico, Diana ha accumulato sulla sua figura una grande **curiosità**; attraversando le classi della stratificazione sociale ha fatto in modo che gli eventi della sua vita fossero seguiti con impazienza da un pubblico che ha dato inizio ad un discorso parzialmente immaginario su una Diana ontologica che alla fine divenne "*Diana Queen of Hearts*" e "*The People's Princess*" come personaggio.

La **narrativa** della figura della Principessa di Galles ha comportato la creazione di un'immagine di donna unica che è prodotta e commercializzata a livello globale; il mito di Diana è creato e divulgato in un periodo in cui il sensazionalismo e l'**invasività dei media** non conoscono confini formali trasformandola nella donna più fotografata al mondo, ancor più di Jacqueline Kennedy Onassis e Marilyn Monroe.

La **pressione** nei suoi confronti è serrata. Non appena si diffonde la notizia che possa essere la futura principessa del Galles, comincia ad essere assediata ovunque da giornalisti e fotografi. Seguita sotto casa, nel tragitto verso la sua auto. All'inizio queste attenzioni possono essere estremamente lusinghiere per una giovane diciannovenne ma dopo il matrimonio il rapporto con i media si complicherà notevolmente.

Nessun membro della famiglia reale aveva mai ricevuto tutta questa **copertura mediatica** e ciò accadde soprattutto perché Lady Di era concepita a tutti gli effetti come una moderna celebrità.

La natura precisa del rapporto spesso contraddittorio, a volte collaborativo, della principessa con i mass media può essere difficile da definire poiché le fonti principali sono i media stessi. Sono le fotografie e più in generale i mezzi di comunicazione, direi, che permettono al pubblico di sentirsi come se la conoscessero intimamente e quegli stessi materiali contribuiranno poi all'enorme sfogo di dolore in tutto il mondo per la sua morte.

Gli elementi della **fiaba** ascritti alla vita della principessa di Galles, il fatto che lei, come Cenerentola, è una ragazza di campagna sconosciuta, una semplice maestra d'asilo che vive

a Londra e che , grazie al degno background familiare, è scelta per sposare il principe dei reali, ci precludono la possibilità di conoscere la **vera** Diana, perché quella che conosciamo è “*The People’s Princess*” e arriva al grande pubblico tramite molteplici **rappresentazioni mediate** da film, video, giornali, riviste e più avanti da Internet e serie TV come *The Crown*.

Ciò che è costruito da questa massa di rappresentazioni è un **simulacro**, sempre mutevole e mai del tutto conoscibile a causa della sua dimensione oggi a portata di mouse.

La creazione di questo “doppio” rompe la distanza tra chi Diana rappresenta, cioè la **Monarchia**, e le persone; è proprio questa sua **accessibilità** a farle guadagnare l’appellativo principessa del popolo.

La narrativa sulla figura di Lady Diana portata avanti dai mezzi di comunicazione di massa negli anni dal 1980 al 1989 può essere suddivisa in **3 categorie**: donna come oggetto di bellezza, vergine dolce e premurosa, vittima isterica.

Diana è bionda, è estremamente fotogenica e la sua eleganza suscita commenti e ammirazione da parte di coloro che vedono le sue fotografie. Le riviste di moda propongono continuamente articoli e guide per gli acquisti di almeno otto pagine sulle sue scelte di look e, secondo quanto riportato dai giornali, mantiene la sua fotogenica figura ballando e nuotando spesso. Fra gli anni ’80 e ’90, il taglio di capelli di Lady Di è il più apprezzato e copiato in assoluto; quando Diana Spencer si fa fotografare in una brughiera con indosso un *Bedale* con cappuccio, ovvero il *Barbour* per eccellenza, la storica azienda ha una crescita esponenziale delle vendite.

La **sessualità** di Diana fa notizia fin dall’inizio della sua relazione con Carlo. La stampa scova fonti per attestare la sua **verginità** e i media riflettono persino sul suo nome, Diana, per il mitico legame con la dea della verginità. I biografi hanno sempre trattato con delicatezza la sua presunta **inesperienza sessuale** e sembrano pensare persino di dover spiegare come una giovane donna contemporanea possa essere ancora vergine.

Le narrazioni sulla verginità prima del matrimonio non sono cambiate durante la sua intera vita, forse per **rassicurare** il pubblico sul fatto che i suoi figli sono legittimi eredi al trono, nonostante gli scandali che scoppiano alla fine degli anni ’80 sulle telefonate affettuose tra **Squidgy** e un altro uomo.

Un’altra opportunità fotografica molto in voga è Lady Di con i **bambini**. Il mondo sa che *The Queen of Hearts* ama i bambini: è stata ritratta con i bimbi dell’asilo in cui lavora e, prima di avere i suoi figli, viene spesso fotografata con i visitatori più piccoli mentre conduce i suoi

tour reali. I giornali mostrano spesso Diana con gli **anziani** e gli ammalati: persone bisognose di attenzioni e compassione. In effetti, Diana è la prima reale a stringere le mani nude a un malato di **AIDS** nel 1987 e i tabloid approvano questa decisione definendolo come il gesto più commovente e innovativo degli ultimi decenni. Dopotutto, che cos'è una principessa di questi tempi se non una dolce e premurosa **infermiera** per l'intero Paese? Spogliate di ogni potere politico, le famiglie reali sono figure di spicco, simboli per promuovere l'unità e per rappresentare la nazione all'estero e la principessa Diana dichiara che spera di non essere la regina d'Inghilterra, ma di essere la regina dei cuori delle persone.

La stampa fa di Diana anche una **vittima** portando il mondo a sospirare di compassione mentre compra i tabloid con le sue foto in lacrime a causa dello zelo dei giornalisti o a **indignarsi** per lo scandalo scaturito dalla pubblicazione delle immagini della principessa incinta che indossa un bikini considerato **sessuale** e allusivo.

Mentre la maggior parte dei giornali ignora un tentativo della fine degli anni '80 del *National Enquirer* di mettere in dubbio la perdita di peso di Diana, improvvisamente alla fine del 1991-92 diventa conoscenza comune. In un tono adeguatamente **serio**, il *Sun* e sia i biografi del Principe che quelli della Principessa raccontano degli attacchi di **bulimia** e/o **anoressia** iniziati durante il fidanzamento come risposta allo stress, di come siano riapparsi dopo la nascita di William e mietuti nel 1987. Gli articoli sono accompagnati da varie immagini di Diana con una figura più piena e due immagini ricorrenti di Di in due vestiti diversi che espongono alla telecamera una spalla ossuta e un braccio lungo e sottile.

Il presunto medico della Principessa di Galles è descritto come un "medico alla moda" piuttosto che un efficiente e rispettato professionista, sminuendo la **gravità** dei suoi ormai conosciuti problemi di salute. Con un così piccolo tentativo di accuratezza giornalistica e un tono così frivolo, il testo minimizza la gravità della malattia suggerendo, inoltre, che anche se Diana è in una situazione difficile, non deve dimenticare di prendersi cura degli altri rinnovando l'immagine di "*People's Princess*" tanto cara al grande pubblico.

Quella inglese è una delle famiglie reali più conosciute e anche più amate, non solo in Inghilterra, ma anche nel resto del mondo ed è interessante vedere come, nonostante i tempi siano cambiati, questa istituzione continui ad affascinare e ad essere apprezzata dai sudditi e dal pubblico internazionale; ovunque Diana va la gente è lì per lei, per vederla, parlarle, stringerle le mani o regalarle dei fiori; la fame di nuove informazioni, di avere un aneddoto su Diana da raccontare, continua ancora oggi, anche dopo la morte della donna in carne e ossa, trasformandola in un' **industria dell'immagine multimiliardaria**.

Le fotografie e i video che sono infinitamente riproducibili, continuano a funzionare come

prove per i mass media e l'*audience* diventando il mezzo di trasmissione dell'immagine di Diana che conosciamo e riconosciamo.

La frequenza con cui il *glamour* della stampa analizza anche i momenti isterici dimostra che i mezzi di comunicazione si aspettano che i lettori rispondano bene anche a questi problemi; nel pacchetto Diana, come la presentano i giornali, essere bella, premurosa, ingioiellata e amata non esime dal preoccuparsi del proprio peso e dal detestarsi proprio come, secondo la retorica, fanno tutte le donne dell'universo.

I giornalisti, i paparazzi e i tabloid fanno ricerche e seguono la principessa ovunque per giorni e giorni. Per un direttore di giornale, quelli devono essere stati momenti gloriosi: dove oggi ci si occupa delle minuzie di movimenti - sospetti e attentamente **coreografati** da legioni di agenti e PR - di star dei reality TV istantaneamente dimenticabili, negli anni '80 c'era una vera principessa a fornire le redazioni di sensazionali titoli da prima pagina!

Riferimenti Bibliografici:

Krull, K. K. *The Princess Phenomenon: Diana, Princess of Wales (1961-1997), the Fairy Tale, the Frenzy, the Funeral, and Feminism*. 2002.

Jephson, P. D. *Shadows of a Princess: Diana, Princess of Wales, 1987-1996 : an Intimate Account by Her Private Secretary*. 2017.

Brown, T. *Remembering Diana: A Life in Photographs*. 2017.

Owen, N. *Diana: The People's Princess*. 2020.