

# La influencia social y mediática de Diana de Gales y su relación con los medios de comunicación

**Ana Alcaide Valcárcel**

**RESUMEN:** Diana de Gales, también conocida como Lady Di, es uno de los mayores mitos mediáticos de la historia siendo la persona que más portadas de revistas ha acaparado, por este motivo, el presente trabajo se centra en analizar la relación de los medios de comunicación con la figura de Diana de Gales. Durante la vida de Diana, los medios de comunicación jugaron un importante papel en la construcción de su figura mediática y social, por tanto, también se llevará a cabo una reflexión acerca de la ética y los límites periodísticos.

**DESCRIPTORES:** Diana de Gales, Lady Di, medios de comunicación, ética periodística, figura mediática.

Trabajo de Fin de Grado - Curso 2022-2023  
Convocatoria: Julio  
Tutora: Prof<sup>a</sup>. María Eugenia Lozano López  
Doble Grado en Periodismo, Ciencia Política y Gestión Pública  
Campus de Fuenlabrada  
Universidad Rey Juan Carlos, URJC

A mi familia, por acompañarme en este viaje tan bonito,  
en especial a mi hermana, Sonsoles, y a mi madre, Carmen, por estar siempre a mi vera,  
apoyándome en cada paso.

A Mae, mi tutora, por ser mi faro en este proyecto y hacer realidad el trabajo que tanto  
soñé.

Y a mis abuelos, ojalá estuvierais aquí, espero que estéis muy orgullosos de vuestra  
nieta, os recuerdo siempre.

## ÍNDICE

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO .....   | 4  |
| 2. | OBJETIVOS E HIPÓTESIS .....  | 5  |
| 3. | METODOLOGÍA .....  | 6  |
| 4. | MARCO TEÓRICO.....   | 9  |
| 5. | DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN: LA FIGURA MEDIÁTICA DE<br>DIANA DE GALES .....                           | 13 |
|    | <b>5.1. De Diana Spencer a Diana de Gales</b> .....  | 13 |
|    | <b>5.2. Diana de Gales y el trato de los medios de comunicación: la ética<br/>    periodística</b> ..... | 15 |
|    | <b>5.3. El mito mediático</b> .....  | 28 |
| 6. | CONCLUSIONES .....   | 35 |
|    | <b>6.1. Consecuencias de la sobreexposición mediática en la vida de Diana de<br/>    Gales</b> .....     | 35 |
|    | <b>6.2. La muerte de Diana de Gales: derecho a informar y derecho a la intimidad</b><br>.....            | 40 |

## 1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La motivación detrás de la elaboración de este trabajo es principalmente personal debido a mi admiración por Diana de Gales. Considero que es uno de los personajes más icónicos y relevantes de la historia reciente del Reino Unido y del mundo entero. Su personalidad carismática y su compromiso con causas humanitarias hicieron de Diana una de las figuras más importantes para los medios de comunicación y la sociedad de la época.

Debido también a la enorme mediatización que sufrió por parte de los medios de comunicación y como estudiante de periodismo, resulta sumamente interesante examinar este tratamiento mediático hacia Diana de Gales desde una perspectiva ética.

Este análisis se centrará en los medios de comunicación británicos, los cuales, desde el anuncio de su compromiso con Carlos de Inglaterra, Diana Spencer se convirtió en el principal objetivo de su persecución mediática. Estos medios desempeñaron un papel crucial convirtiéndola en uno de los personajes históricos más destacados de los últimos tiempos. Por lo tanto, este trabajo se centrará, en parte, en la influencia de los medios de comunicación británicos para contribuir a la comprensión de la relevancia histórica y cultural de esta figura.

Diana fue la mujer más perseguida y fotografiada por los medios de comunicación, de hecho, ostenta el récord *Guinness* de ser la persona que más portadas de revistas ha acaparado, (Mallada, 2016) incluso en la actualidad continúa protagonizando numerosos artículos y portadas de revistas. El caso de Diana es digno de ser estudiado ya que incluso veinte años después de su fallecimiento, sigue siendo una figura mediática y popular en todo el mundo, cualquier información relacionada con ella sigue generando un especial interés por parte de la sociedad actual.

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el impacto del tratamiento mediático de la figura de Diana de Gales y cómo esto ha influido en su imagen pública y privada. También se estudiará el proceso de construcción mediático de Diana de Gales y su función sociopolítica, prestando especial atención a la fascinación por parte de los

medios de comunicación y la sociedad por los personajes de la realeza. Se analizará la cobertura mediática de su vida y fallecimiento, cómo fue el trato dado por parte de los medios de comunicación, así como las prácticas periodísticas que se llevaron a cabo. De igual modo, se estudiará cómo Diana de Gales utilizó la cobertura de los medios de comunicación para promover sus propias causas y labores sociales. Abordaremos la importancia de comprender la influencia de figuras públicas como Diana de Gales y cómo los medios de comunicación pueden contribuir en las percepciones públicas sobre ellas.

En definitiva, realizaremos un análisis riguroso y crítico acerca del tratamiento mediático recibido por parte de Diana de Gales con el fin de entender cómo los medios de comunicación pueden influir en la imagen pública y privada de una figura pública.

## **2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

### **2.1. Objetivos generales y específicos**

Este trabajo tiene como objetivo general analizar el tratamiento mediático de la figura de Diana de Gales y cómo influyó en su vida personal y en el papel sociopolítico de la Familia Real británica en la sociedad de finales del siglo XX. Diana fue objeto de una intensa mediatización frecuentemente invasiva y cuestionable, por tanto, este trabajo pretende también examinar el tratamiento de los medios de comunicación hacia su figura desde una perspectiva ética.

Respecto a los objetivos específicos destacamos los siguientes: Analizar cómo la influencia mediática y social de Diana de Gales ha contribuido en la cultura y la sociedad británica y evaluar el impacto y legado de Diana de Gales en la sociedad y medios de comunicación actuales.

También se llevará a cabo un análisis de las prácticas empleadas por los medios de comunicación para examinar la forma en la que se percibe la privacidad de las figuras públicas y si este tratamiento influyó negativamente en su vida privada. Además, se podría considerar si la presión mediática y la persecución de los periodistas contribuyeron en la trágica muerte de Diana.

## 2.2. Hipótesis de partida

A partir de la revisión bibliográfica existente y de los datos disponibles sobre nuestro objeto de estudio, se plantean las siguientes hipótesis.

La figura de Diana de Gales ha sido objeto de un tratamiento mediático que, en algunos casos, ha traspasado los límites éticos afectando profundamente en su imagen pública y privada. A lo largo de esta investigación se estudiará el tratamiento por parte de los medios de comunicación hacia Diana de Gales y si estos han contribuido a la creación de una cultura de la fama, donde la atención de los medios y la imagen pública son fundamentales para el éxito y la relevancia.

## 3. METODOLOGÍA

Para este trabajo se ha realizado un análisis de contenido sobre la vida de Diana de Gales y se ha examinado cómo su figura y relación con los medios de comunicación contribuyeron a su influencia social y mediática, generando un impacto significativo en la sociedad de la época. También se han estudiado los aspectos más relevantes como el papel de la monarquía británica y su relación con la prensa sensacionalista, la ética periodística y el derecho a informar basándonos en el caso de Diana de Gales.

Es clave en este trabajo contextualizar la prensa sensacionalista en Gran Bretaña y para esta tarea nos hemos basado en el estudio de Aurora Labio Bernal publicado en 2002 y titulado: *La prensa sensacionalista británica: la estructura narrativa en la historia de la Familia Real (1990-1997)*. En este trabajo, Labio Bernal realiza un análisis de la estructura narrativa que sobre la monarquía británica ha presentado la prensa sensacionalista desde 1990 a 1997, año en que fallece Diana de Gales. Este análisis se completa además con el estudio del origen y la repercusión que estos tabloides han tenido en la sociedad de Gran Bretaña.

Para el estudio del impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y como Diana de Gales influyó en ella, nos hemos basado en el trabajo de Teun van Dijk, *Discurso de las élites y racismo institucional* publicado en 2003. Van Dijk es profesor en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y sus áreas de investigación se

basan en los estudios de la teoría literaria, la pragmática del discurso, la psicología del procesamiento del discurso, las noticias, la ideología, etc.

La muerte de la princesa Diana a los 36 años no hizo más que elevar a la categoría de mito la figura de Lady Di. Para comprender la mitificación de la princesa ha sido de gran ayuda el estudio realizado en 2016 por Lucio Blanco Mallada, doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Su estudio, *Lady Di: una Diosa mediática*, “observa todas las facetas del mito, desde la magia de su personalidad y su compromiso con las causas más nobles hasta la fragilidad y frivolidad que a veces parecía mostrar, sin soslayar las dudas sobre su muerte” (Mallada, 2016).

Además de estos materiales, en cuanto al campo del periodismo y la comunicación ética ha sido clave el artículo de Manuel Cuyàs i Matas: Más allá de la muerte de Diana de Gales derecho a la intimidad y derecho a informar, publicado en 1997 en la revista *Bioètica & debat: Tribuna abierta del Institut Borja de Bioètica*, N.º. 10.

Para conocer mejor la historia de Diana Spencer, la investigación se ha complementado con el libro de Jazmín Sáenz *Lady Di: la bella “princesa del pueblo” que desafió a la Corona británica y se eternizó tras su muerte*. Este libro, publicado en 2010 evoca en su esencia, la apasionante historia de Diana de Gales.

Los artículos periodísticos y las portadas publicados en los tabloides durante la vida y el fallecimiento de Diana de Gales también han sido fundamentales para escribir y recordar su historia, estudiar su legado y analizar el tratamiento mediático. Destacamos las publicaciones de los periódicos *The Sun*, *Daily Mirror*, *Daily Star* y las revistas *Lecturas*, *Hello!* y *¡Hola!* En televisión destacamos la *BBC* con la polémica entrevista a Diana de Gales en 1995, la retransmisión en directo de la boda de los príncipes de Gales y el funeral de Lady Di el 6 de septiembre de 1997.

Además, se realiza un análisis crítico de estas fuentes para extraer información relevante sobre el tratamiento mediático que recibió Diana de Gales, la ética periodística y el derecho a la intimidad. Este análisis permitirá establecer una argumentación coherente y fundamentada acerca del tema de estudio.

En cuanto a formato audiovisual para este trabajo nos hemos basado en los siguientes documentales: *Lady Di* (2021) de Movistar Plus y dirigido por Jemma Chisnall. *El Hombre detrás de la corona* (2022) producido por BBC News y que se posemos encontrar también en Movistar Plus. *Los Windsor: 70 años tras los focos* dirigido por Kate Quine y Ella Wright. *Diana la entrevista que impactó al mundo* (2020) del director Edward McGown y el documental *Carlos y diana la verdad sobre su boda* (2019) de Movistar Plus.

Para conocer con mejor exactitud el punto de vista de los hijos de la princesa Diana, Guillermo y Enrique acerca de la vida y muerte de su madre, nos basamos en el documental *Diana, nuestra madre: su vida y legado*, de 2017. En este documental encontramos una visión reveladora de la princesa Diana a través de las reflexiones personales de sus hijos, familiares y amigos.

Gracias a todos los materiales mencionados anteriormente, hemos podido realizar un estudio minucioso y crítico del tratamiento mediático y la influencia social de Diana de Gales con el objetivo de analizar mejor los acontecimientos que tuvieron lugar en el contexto político y social durante esos años. Por tanto, esperamos que este estudio ayude a comprender y a reflexionar acerca de los límites y la ética periodística a la hora de informar y el derecho a la intimidad de todas las personas con independencia de su estatus social.

#### 4. MARCO TEÓRICO

En un mundo cada vez más conectado e informatizado, los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la forma en que percibimos y comprendemos los acontecimientos que nos rodean. Sin embargo, este poder conlleva una gran responsabilidad: la de mantener altos estándares éticos y defender el derecho fundamental a la información imparcial y veraz, sin caer en sensacionalismos ni exageraciones.

Los medios de comunicación además tienen la capacidad de influir en la opinión pública. A través de la elección de noticias, el enfoque editorial y el tono utilizado, los medios pueden influir en cómo las personas perciben y entienden los eventos y problemas actuales. Esta influencia puede ser positiva fomentando el debate, la participación ciudadana y construyendo una sociedad informada y crítica. Sin embargo, también puede ser negativo cuando se manipula la información, se promueve el sesgo o se difunden noticias falsas, lo que puede conducir a la desinformación y la polarización.

En etapas de crisis donde se dibujan horizontes de dudas e interrogantes, el periodismo debe asumir plenamente una misión ética. La ética de la comunicación social es lo que debe caracterizar al periodismo. Así, “la ética de la comunicación es un compromiso con la verdad, la libertad, la solidaridad, el rigor y el respeto a la integridad moral y material de la vida humana” (Cuyàs i Matas, 1997). La ejemplaridad de los periodistas en el uso ético de los medios de comunicación tiene que compensar la lógica del espectáculo y la banalización que tratan de imponer desde el sensacionalismo promovido por la comercialización de la información.

La ética periodística, que busca promover la veracidad, imparcialidad y responsabilidad en la labor informativa choca con la prensa sensacionalista que se caracteriza por la exageración, la manipulación y la búsqueda del impacto emocional con el único objetivo de incrementar la audiencia. Estas dos corrientes del periodismo tienen un impacto significativo en la sociedad y en la formación de la opinión pública.

Pero, en primer lugar, sería adecuado mencionar como nace la prensa sensacionalista y analizar su impacto en el Reino Unido. Cuando se habla del origen de la prensa sensacionalista debemos mencionar a Pulitzer y Hearst, que a finales del siglo XIX cambiaron radicalmente el concepto de periodismo. “Estos dos magnates de la comunicación, interesados en la venta multitudinaria de periódicos, no dudaron en lanzar a la opinión pública noticias de gran impacto social, que, en algunos casos, poco tenían que ver con la realidad. En este sentido, la mayoría de los estudiosos no pueden pasar por alto la influencia que tuvo este tipo de prensa en la guerra hispano-cubana. De esta forma, y aunque podemos decir que existía en los Estados Unidos un clima favorable a la contienda, es innegable que este tipo de periódicos, y en especial el *New York Herald*, fomentaron en la opinión pública una actitud reacia hacia los intereses de España” (Labio Bernal, 2002:510).

De esta forma, se alude a la llamada prensa sensacionalista que durante el siglo XX, gana terreno en Reino Unido, sobre todo a partir de 1903, cuando Lord Northcliffe pone en marcha el *Daily Mirror*. En principio, este proceso afectó al medio escrito y creó los periódicos tabloides como *The Sun*, *Sunday Times* o *Daily Star*.

En clave mediática y comunicativa, la ética periodística y el derecho a informar están estrechamente relacionados y vinculados con el objetivo de preservar la confianza y credibilidad de los medios de comunicación. Por tanto, se presenta la disyuntiva entre las fronteras de lo público y lo privado ¿Existe una frontera entre aquello que es personal y aquello que es público? Existe, aunque siempre es difícil separar la vida pública de la privada en el caso de los personajes mediáticos. En este sentido, “la intimidad es el derecho a proteger del acceso y de la perfección ajenas la subjetividad, es decir, proteger todo aquello que uno considere identificado consigo mismo, aquello en que se reconoce y se reafirma ante los demás” (Cuyàs i Matas, 1997:10).

Al mencionar el concepto de intimidad debemos hablar del derecho a informar. Hay que distinguir entre el derecho a informar y el derecho a ser informado. “El derecho a informar consiste en el derecho a comunicar los conocimientos adquiridos legítimamente a otros, siempre que no perjudique injustamente a nadie” (Cuyàs i Matas, 1997:10). El derecho a ser informado “se hace extensible a todo lo que puede afectar la

racionalidad de la propia decisión y también a no saber lo que no se quiera saber, siempre que no se esté obligado” (Cuyàs i Matas, 1997:10).

En este sentido y a diferencia de España y varios países occidentales, Reino Unido no tiene una Constitución escrita ni una Declaración de Derechos oficial que codifique o especifique los derechos fundamentales. Es por ello, que en el caso del derecho a la libertad de expresión se ha especificado que es meramente residual, es decir, que existe en tanto las reglas de las leyes o las del *common law* no la restrinjan o limiten su ejercicio (Gargó, 1999). Y esto “no implica que no exista el mismo, porque tal existencia se viene respaldando por el *common law* y sobre todo porque los tribunales vienen admitiendo expresamente su existencia, aplicando de manera muy restrictiva las limitaciones a las libertades de expresión e información. Asimismo, la importancia que se les da a estas libertades es tan relevante que explica el rechazo por parte de los tribunales y de los órganos legislativos a reconocer un derecho a la intimidad” (Gargó, 1999:6).

Aunque no existe una declaración oficial que confirme la existencia del derecho a la libertad de expresión y, en particular, el derecho a la información, en general, se acepta que ambos derechos están consagrados en la ley del Reino Unido como principio general. En lo que se refiere a prensa, en términos generales, “encontramos una notable ausencia de normativa que regule o impida el ejercicio informativo. Así desde el año 1694 no hay ningún tipo de licencia previa exigible a ninguna empresa informativa o a un particular para fundar y llevar un periódico. Tan sólo cabría aplicar aquí el régimen legal antimonopolios, de acuerdo con las directrices expresadas por la Unión Europea y la *Monopolies and Mergers Commission*” (Gargó, 1999:8).

Los medios de comunicación siempre han sido claves e imprescindibles en el desarrollo de la opinión pública. Las investigaciones en el campo de la comunicación de masas confirman que los medios de comunicación tienen una influencia significativa en la sociedad, aunque no existe un consenso sobre la naturaleza y el alcance de esta influencia.

El término de opinión pública es ambiguo, complicado de delimitar. José María Rubio profesor de la Universidad de Granada, define el concepto de opinión pública como: “un fenómeno comunicativo y psicosocial que depende del contexto histórico y sociocultural. Depende del tipo de sociedad y de los intereses políticos del momento; al mismo tiempo que es producto de varios factores: de la personalidad de los individuos, de los estratos sociales, de la forma de gobierno, etc.” (Rubio, 2009:1).

En su obra *Opinión pública*, Walter Lippmann demostró que los medios de comunicación, esas ventanas abiertas al mundo que queda más allá de nuestra experiencia directa, determinan los mapas cognitivos que nos hacemos de él. La opinión pública, argumenta Lippmann, responde a un seudoentorno definido por los medios de comunicación. Según Lippmann, los medios, por tanto, son “una fuente primaria, aunque no única, de las imágenes y de las ficciones que tenemos en nuestras mentes y con las que se llega a formar opinión pública” (Rubio, 2009:4)

A modo de cierre, podemos concluir que los medios de comunicación son una poderosa herramienta para moldear la mentalidad dominante en las sociedades contemporáneas y tienen un papel predominante en el proceso de producción del consentimiento colectivo. Pero estos, como actores clave en la transmisión de información, deben actuar de manera honesta y equilibrada para servir al interés público.

## **5. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN: LA FIGURA MEDIÁTICA DE DIANA DE GALES**

### **5.1. De Diana Spencer a Diana de Gales**

Diana Frances Spencer, más conocida como la princesa Diana o Lady Di, nació el 1 de julio de 1961 en Sandringham, Norfolk, Inglaterra. Era la tercera hija del matrimonio formado por de John Spencer, octavo conde de Althorp, y de Frances Ruth Roche. Creció en una familia de la pequeña nobleza junto a sus dos hermanas, Jane y Sarah, y su hermano menor, Carlos. En 1968, después del “amargo divorcio de sus padres” (Sáenz, 2010:19), la pequeña Diana quedó al cuidado de su padre y fue matriculada en King's Lynn School, un prestigioso internado inglés. Después ingresó en el internado femenino de Riddlesworth Hall, donde, según varios amigos de Diana, se sentía fuera de lugar al extrañar su casa (Chisnall, 2021).

El príncipe Carlos y Diana se conocieron cuando ella tenía solo 16 años y Carlos tenía 29. El padre de Diana, John Spencer, era amigo y compañero de caza de Felipe de Edimburgo, el esposo de la reina Isabel II. Fue en 1977, en una cacería en la finca de Sandringham, en Norfolk, donde coincidieron por primera vez. En ese momento, Carlos estaba saliendo con la hermana mayor de Diana, Sarah, pero tras coincidir nuevamente en varios eventos con Diana, Carlos la invitó a salir. Tras varios encuentros camuflados con el príncipe Carlos, Diana, se mudó a Londres. En julio de 1980, Diana recibió una invitación para asistir a un partido de polo donde jugaría el equipo del príncipe Carlos. Fue en ese evento donde Carlos y Diana volvieron a coincidir.

El 24 de febrero de 1981, el portavoz del Palacio de Buckingham anunció el compromiso oficial de Diana y el príncipe Carlos. Medios de comunicación de todo el mundo, centenares de cámaras de televisión y numerosos curiosos se reunieron en los jardines externos del Palacio a la espera de la primera aparición pública de la pareja. (Sáenz, 2010).

El 29 de julio de 1981 el príncipe Carlos y Diana Spencer contrajeron matrimonio en la Catedral de San Pablo de Londres. La boda fue oficiada por el arzobispo de Canterbury. Fue un evento de gran repercusión internacional y televisado

ante 750 millones de espectadores (El País, 2021). Londres reunió a más de un millón de personas, y a la ceremonia no faltaron los más importantes representantes de la aristocracia europea y jefes de Estado.

El 21 de junio de 1982, Diana dio a luz a un niño, Guillermo. El nacimiento del primer hijo de los príncipes de Gales produjo un sentimiento de euforia nacional. En 1983, el príncipe Carlos, Diana y el pequeño Guillermo comenzaron su gira por Australia. Esta gira fue un punto de inflexión en su matrimonio. Durante las seis semanas que duró el viaje, Carlos se dio cuenta de que el público prefería a Diana. (Chisnall, 2021). Cerca de 80.000 personas siguieron la gira por Australia, Diana generaba mucho interés y todos los periódicos publicaron la noticia de su visita al país (Chisnall, 2021). El 21 de diciembre de 1984 nació el segundo hijo de la pareja, Harry. Diana quería para sus hijos una infancia normal y transmitir al pueblo una imagen de monarquía más moderna y cercana con la sociedad británica del momento (Chisnall, 2021).

Diana no solo se había convertido en princesa de Gales también se estaba convirtiendo en una figura mediática mundial (Chisnall, 2021). Con apenas apoyo familiar, Diana se centró en su papel público. El pueblo británico la adoraba, poseía una capacidad extraordinaria para conectar con la gente. Se encargaba de asuntos relacionados con la infancia, los enfermos de SIDA y de cáncer y con el tiempo llegó a representar más de 500 instituciones que promovían la protección y el amparo de aquellos sectores sociales de menos recursos (Mallada, 2016).

Finalmente, y, tras numerosas polémicas y rumores de infidelidad, la pareja puso fin a su matrimonio. El 9 de diciembre de 1992 el Primer Ministro John Major comunicó a la Cámara de los Comunes que Diana y Carlos habían decidido separarse (Sáenz, 2010).

## **5.2. Diana de Gales y el trato de los medios de comunicación: la ética periodística**

La Familia Real británica siempre ha acaparado el foco de atención de los medios de comunicación documentando la vida de los miembros reales y cubriendo todos los aspectos de sus vidas, desde sus viajes hasta sus compromisos oficiales. Diana de Gales no fue la primera en acaparar el foco de los medios de comunicación británicos, la princesa Margarita, hermana menor de la reina Isabel, ya había protagonizado algún escándalo amoroso acaparando numerosas portadas. La princesa Margarita se convirtió en el gran objetivo de la prensa tras su aventura con Roddy Llewellyn, un jardinero paisajista 18 años menor que ella (Vanityfair, 2020).

Los tabloides ganaron terreno en Gran Bretaña durante el siglo XX y es a partir de la década de 1950 cuando comienzan a tratar a la monarquía británica de manera diferente, acercando el modelo de la Familia Real al pueblo en sintonía con los tiempos modernos (Labi-Bernal, 2002). Este tratamiento se va reforzando con el tiempo y se van añadiendo otros elementos, convirtiendo a la ciudadanía en partícipe de la historia de la Familia Real británica. Periódicos como *The Sun*, *Daily Mirror* y *Daily Star* se sitúan como los tabloides de mayor éxito (Labi Bernal, 2002). Estos títulos muestran un fuerte interés por temas controvertidos en los que la Familia Real juega un destacado papel.

La Familia Real británica también mantiene una estrecha relación con la BBC<sup>1</sup>. La BBC es el medio de comunicación oficial de la Familia Real británica y se encarga de transmitir todos los eventos familiares destacables. La BBC también es responsable de la producción de programas de radio y televisión sobre la Familia Real, además se encarga de informar sobre los viajes oficiales, así como de los discursos y mensajes de los monarcas (BBC, s.f.).

---

<sup>1</sup> La British Broadcasting Corporation (BBC; en español: «Corporación Británica de Radiodifusión») es el servicio público de radio y televisión del Reino Unido.

Diana de Gales ha sido objeto de mucha atención mediática desde que se hizo pública su amistad con el príncipe Carlos. Su relación se convirtió en objeto de gran interés para la prensa y el pueblo británico. La cobertura informativa fue exagerada, Diana sufría persecuciones constantes por parte de los periodistas que incluso llegaron a alquilar pisos cercanos al de la princesa para fotografiar el interior de su apartamento (Chisnall, 2021).

Nadie del entorno de la Familia Real asesoraba a la joven Diana respecto a cómo debía actuar ante los medios de comunicación. La desesperación de Diana llegó a ser insostenible, y con tal de esquivar a los *paparazzi* se prestó a unas fotografías voluntarias a la salida de la guardería en la que trabajaba (Sáenz, 2010). Fue el 18 de septiembre de 1980 cuando salieron a la luz. Era la primera vez que se publicaba en prensa fotografías de Diana Spencer (Chisnall, 2021).

Fue portada del periódico británico *The Sun* y tomada por Arthur Edwards, fotógrafo de la Familia Real de este periódico. Bajo el titular “*Charlie’s girl!*” aparece una fotografía en blanco y negro de Diana junto a dos niños de la guardería (Chisnall, 2021). “Hice la primera foto de Diana. Mis editores tuvieron lo que querían y di por finalizado mi trabajo. Por supuesto, aquello fue solo el principio” contó años más tarde Edwards (El País , 2023).



**Imagen I:** Primera portada del periódico británico *The Sun* dedicada a Diana de Gales del 18 de septiembre de 1980.

Fuente: Pinterest.

El 24 de febrero de 1981, el príncipe Carlos y Diana Spencer anunciaron oficialmente su compromiso. La noticia fue ampliamente difundida en el Reino Unido y en los medios internacionales. El 29 de julio los Príncipes de Gales se dieron el sí quiero en la Catedral de San Pablo frente a 2.5000 invitados y 750 millones de espectadores de todo el mundo (El País , 2021).

Antes de la llegada de Diana de Gales, la Familia Real británica rara vez hablaba con la prensa, excepto en recepciones y actos esporádicos. Cuando Diana se convirtió en princesa de Gales surgió un mercado lucrativo de la fotografía que buscaba comercializar la obsesión de la opinión pública con Diana (Stuff, 2023).

*The Sun* gastaba grandes cantidades de dinero en enviar a su fotógrafo Edwards a los lugares donde viajan los príncipes: “Fui a la luna de miel de Carlos y Diana. Cuando ellos fueron a esquiar, yo fui a esquiar. No fui el primer o segundo día, fui durante las dos semanas completas. Era un circo. Cuando Diana subió a un avión, 30 de nosotros subimos al avión con ella. Esos fueron los años codiciosos, los años de 'Ve, ve, ve, consigue, consigue, consigue'" (Stuff, 2023) confesó Edwards en una entrevista para el diario *Stuff*.

Cuando la joven princesa se embarcó en una gira de seis semanas por Australia y Nueva Zelanda con el príncipe Carlos y el príncipe Guillermo, en 1983, el mito mediático de Lady Di ya empezaba a extenderse por todo el mundo. Miles de personas acudieron a Brisbane y Sídney para recibir al matrimonio, un periódico local escribió: “Nunca hemos visto eso en giras reales” (Chisnall, 2021).

En varias ocasiones la prensa sobrepasó la delgada línea entre información y provocación. Pero fue una en especial, la que marcó un punto de inflexión. En 1982, *The Sun* publicó varias fotografías de Diana en bikini que provocaron una gran polémica en Gran Bretaña. (Vanitatis, 2020). Incluso, el Palacio de Buckingham presionó para evitar que se publicaran más imágenes, sin embargo, al día siguiente el periódico hacía públicas más fotografías bajo el titular “*The Sun, la reina y estas fotografías*” con nuevas instantáneas de Diana de Gales (Vanitatis , 2020).

El escándalo, titulado “*Bahama Mama!*” (*The Sun*, 1982) provocó un debate nacional entorno a los límites periodísticos y llegó a ser tema de debate en la Cámara de los Comunes. Las imágenes mostraban a la princesa Diana en bikini y embarazada de su primer hijo, Guillermo. Roy Greenslade, el director adjunto de *The Sun* durante esos años, recuerda cómo los periodistas viajaban a todos los lugares a los que iban los Príncipes de Gales para obtener las mejores fotografías (Vanitatis, 2020). Las fotografías fueron tomadas por Arthur Edwards. “¿Se arrepiente de las fotos?”, le preguntaron a Edwards en una entrevista, a lo que él contestó: “No, en absoluto, fue un encargo, me mandaron para que las hiciese.” (Vanitatis, 2020).

**Imagen II:** Portada del periódico británico *The Sun* del 19 de febrero de 1982.



Fuente: Vanitatis.

Guillermo y Enrique, hijos de los Príncipes de Gales, también eran objetivo de la prensa y los *paparazzi*. Los fotógrafos esperaban a los menores a la salida de la escuela o les perseguían en sus vacaciones. “Era un estilo agresivo. Muy agresivo” reconoce Arthur Edwards (El País, 2023). “Fotografíe a Guillermo saliendo de una obra de teatro escolar cuando tenía seis o siete años, y la niña que estaba detrás se subió el vestido. Es una imagen que simplemente no publicarías hoy, y el titular era: ‘*Prince William’s first panty-mime*’ (Stuff, 2023).

En uno de los viajes del príncipe Guillermo, Edwards fue enviado por su periódico para cubrir el viaje: “Fui a uno de sus viajes de esquí en Suiza, y él tenía unos nueve o diez años. Recuerdo que dijo: 'Por favor, Arthur, no más fotos'. Simplemente estaba mortificado” (Stuff, 2023).

El derecho a la intimidad y dignidad de Guillermo y Enrique, por entonces menores de edad, no se respetó. Los periodistas buscaban las mejores fotografías impulsados exclusivamente por la ambición comercial prevaleciendo sus intereses sobre cualquier consideración de los menores.

En 1983, el Príncipe Guillermo jugaba junto a sus padres en la Casa de Gobierno de Auckland y fue noticia mundial. “Era la primera vez que veíamos a Charles, Diana y William juntos en una situación familiar”, dice el fotógrafo real Arthur Edwards (Stuff, 2023) “Fue increíble. William tenía nueve meses y se sostenía sobre sus propios pies. Diana estaba tan orgullosa” (Stuff, 2023).

Edwards sabía que las fotos iban a generar un gran revuelo mediático y no dudó en hacerlas y publicarlas en la portada de *The Sun*. “Tenía un taxi esperando. Corrí a la oficina del Auckland Star. Amablemente me hicieron media docena de copias. Estaba sudando mientras ponía esas fotos en el cable, pero logré hacer la última edición de *The Sun*. Nunca lo olvidaré” (Stuff, 2023).

El periódico *The Sun*, no dudaba en informar sobre los conflictos matrimoniales del príncipe Carlos y Diana con todo lujo de detalles, llegando incluso a transcribir las conversaciones entre Lady Di y un supuesto amante, y entre Carlos y Camila Parker Bowles (Labio Bernal, 2002). De esta manera, se va conformando la opinión pública a favor o en contra de cada uno de estos personajes. Se conjetura que “los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la conformación de las cogniciones sociales del público general” (Van Dijk, 2003: 232). Entonces, independientemente del efecto directo ciertos mensajes de los medios, en algunos lectores y bajo ciertas circunstancias, el procesamiento de los medios y las noticias tendrá alguna influencia e impacto en la conciencia social del grupo que no se puede excluir, ya que se convierten

en una fuente de opiniones e interpretaciones relevantes para los temas y el discurso público.

A comienzos de 1990 el *Daily Star* publicaba una encuesta sobre la popularidad de los miembros de la Familia Real británica. El Príncipe Carlos se posicionaba en primer lugar, mientras que Diana de Gales ocupaba el cuarto puesto (Labio Bernal, 2002). La encuesta ofrecía, además, datos sobre la opinión pública británica sobre la Corona, a la que percibían como un objeto atractivo clave para la estabilidad de la democracia (Labio Bernal, 2002). De esta forma, la realeza formaba parte del universo de informaciones sensacionalistas que ocupaban páginas en los tabloides ofreciendo sus vicisitudes.

En los primeros años la década de 1990 la prensa sensacionalista empezó a publicar las primeras desavenencias del matrimonio, algo que se convirtió en una crisis para la pareja. En 1991, *The Sun* hizo público el nombre de Camilla Parker Bowles como una amiga especial del príncipe, entrando así en el panorama de la Familia Real (Labio Bernal, 2002). La crisis definitiva se producirá a partir de 1992, cuando *The Sun* publica diversas noticias con titulares impactantes y que reproducen frases atribuidas de forma sucesiva al Príncipe Carlos y Diana: “Creo que Carlos nunca me amó” (The Sun, 1992), “Diana me ha traicionado” (The Sun, 1992), “No nos divorciaremos” (The Sun, 1992), etc.



Imagen III: Portada del periódico británico *The Sun* del 24 de agosto de 1992.

Fuente: TIME

Todo esto ocasionó que los medios de comunicación proporcionaran a la opinión pública la capacidad de participar de forma activa en el conflicto con una polarización de la sociedad y una institucionalización del caso, además del aprovechamiento de los medios en su lucha por el liderazgo. La prensa dio un tratamiento sensacionalista a los actores y éstos se comportaron como estrellas mediáticas.

Sobre estos titulares la prensa iba alimentando la historia de un marido infiel, el Príncipe Carlos y una esposa dolida y víctima del desamor, Diana. En 1993 sale a la luz la actitud de la reina Isabel II y de su esposo Felipe de Edimburgo hacia Lady Di. Esto contribuyó a reforzar el papel de víctima de la princesa (Labio Bernal, 2002). Cuando la prensa sensacionalista transmite estos mensajes simples, emotivos y llamativos, el espacio informativo no puede escapar a estas influencias.

En 1992 se publica la biografía de Diana de Gales bajo el título *Diana: Her True History*. Aunque el libro fue escrito por Andrew Morton, no era ningún secreto que la princesa había sido, como se conoce en la jerga periodística, su "fuente fidedigna" (INFOBAE, 2022). El controvertido libro menciona sus dos embarazos y los difíciles momentos que atravesó el matrimonio. El libro causó tal revuelo en la opinión pública que la primera edición de 100.000 ejemplares (INFOBAE, 2022) se agotó en un día.

El príncipe Carlos, con el objetivo de acercarse al pueblo británico, decide dar su versión de los hechos a través de un documental televisivo. *The private man, the public role* se emitió en junio de 1994 para celebrar el 25 aniversario de su investidura. En este documental el príncipe Carlos confesó, entre otras muchas cosas, su romance con Camilla Parker Bowles. Estas declaraciones provocaron tan escándalo en la opinión pública que *The Sun* cuestionó la sucesión al trono de Carlos de Inglaterra (The Sun, 1994). A partir de ese momento, la opinión pública se vuelca con Lady Di.

En octubre de 1994, *The Sun* publica una edición especial bajo el titular *El divorcio ahora pasa por salvar la monarquía* (Labio Bernal, 2002). El tema se convirtió en una cuestión de estado, desde que el primer ministro, Jhon Major, aconseja al Príncipe que se divorcie lo antes posible para evitar más escándalos y conflictos que puedan desestabilizar a la Familia Real (Labio Bernal, 2002). Los tabloides seguían

novelando el divorcio inminente de los príncipes con fotos y declaraciones del Príncipe Carlos, Diana y Camilla Parker Bowles. De esta forma, se iba creando un universo narrativo que cautivaba a la sociedad británica del momento.

En España, los medios de comunicación también informaron sobre la crisis que atravesaban los príncipes de Gales y la relación extramatrimonial del Príncipe con Camilla Parker Bowles. La revista *Lecturas* publicó la siguiente portada el 26 de junio de 1992 con el siguiente titular: *El doloroso calvario de Diana*.

Imagen IV: Portada de la revista Lecturas del 26 de junio de 1992.



Fuente: Lecturas

Tras el fin del matrimonio, los escándalos continuaron con la participación voluntaria en medios de los Príncipes de Gales, quienes en los años siguientes dieron entrevistas televisivas revelando detalles íntimos de su vida en común. Esto provocó los medios sensacionalistas reforzaran la imagen indigna del Príncipe Carlos y de una madre entregada a sus hijos y a la obra de caridad en la persona de la princesa Diana (Labio Bernal, 2002).

En varias ocasiones, Diana de Gales proveía a los medios de comunicación de fotografías que la mostraban comprometida con varias causas benéficas. A través de los medios de comunicación, la opinión pública era testigo de su compasión hacia las personas desfavorecidas. Después de la separación del matrimonio, la princesa se volcó en actividades humanitarias, para algunos miembros de la familia real consideraban que se trataba de un refugio para llenar su vacío. Diana de Gales se encargaba casi a diario de ayudar a personas desfavorecidas, enfermos de SIDA y de cáncer, y a personas sin hogar. Llegó a representar a más de 500 instituciones que promovían la protección de sectores con menos recursos (Mallada, 2016).

La princesa Diana abrazaba y agarraba de la mano a pacientes enfermos de SIDA que sufrían el rechazo social debido al estigma por su enfermedad. Se sentaba junto a ellos y conversaba con naturalidad preocupándose por sus vidas y por su estado de salud. También luchó contra el abandono global del tratamiento de enfermedades mentales, apoyó a madres jóvenes solteras y ayudó a proteger a sus hijos, viajó innumerables veces a África (de donde Harry heredó su amor por el continente africano) y trabajó con la Cruz Roja Internacional y en obras de caridad con la Madre Teresa y Nelson Mandela (CNN, 2022).

**Imagen V:** Portada de un periódico británico del 9 de abril de 1987.

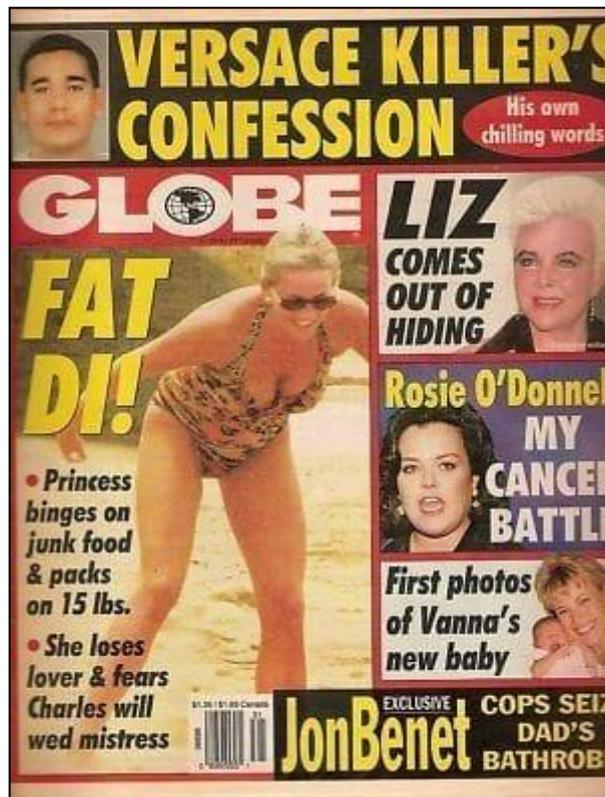


Fuente: Revista Shangay

Cuando se trata de informar sobre mujeres, los medios de comunicación a menudo comentan y analizan su apariencia. Diana de Gales fue objeto de un acoso mediático constante en términos de su ropa, peso e imagen. Algunos medios han influido negativamente en su apariencia, criticando su físico o buscando signos de imperfección.

Esta atención desmesurada y poco ética por parte de los medios, que no respetaron su derecho a la intimidad, pudo haber influido negativamente en su autoestima y bienestar emocional. Son muchos los testigos que narran los episodios bulímicos que sufría la princesa y la delgadez como consecuencia de esto (Sáenz, 2010). El periódico británico *Globe* publicó en portada una fotografía de Diana de Gales en bañador acompañada del titular: *Fat Di!*. El periodista escribió, además: *'Princess binges on junk food and packs on 15 lbs.'*

Imagen V: Portada del periódico *Globe* del 8 de agosto de 1988.



Fuente: Pinterest.

Tras unos años complicados para los príncipes de Gales, en 1995 tuvo lugar un hecho que cambiaría por completo la relación de los medios de comunicación con la Familia Real británica. Este hecho fue la entrevista de Diana de Gales con el periodista de la *BBC* Martin Bashir que causó una enorme controversia. La entrevista fue una de las más vistas en la historia de la televisión y provocó mucho debate y discusión.

Emitida en noviembre de 1995, fue vista por más de 20 millones de británicos y fue considerada la “primicia del siglo” (BBC, 2020), ya que muchos periodistas habían intentado sin éxito entrevistar a Diana de Gales. Era la primera vez que una miembro de la Corona concedía una entrevista en televisión.

En esta entrevista, Diana de Gales habló sobre su matrimonio con el príncipe Carlos, su relación con la Familia Real británica y su vida personal. La entrevista fue una revelación para la opinión pública, ya que era la primera vez que Diana de Gales contaba su versión de los hechos (Harpers Bazaar, 2022).

La princesa reveló que su matrimonio con el príncipe Carlos estaba condenado al fracaso desde el principio, que sufría depresión y trastornos alimenticios y que la Familia Real la trataba con frialdad y distancia. Estas revelaciones conmocionaron a la opinión pública y provocaron un importante debate y discusión (Vanitatis, 2020).

Pero lo más destacable de la entrevista fue una frase de la princesa cuando fue preguntada por los rumores de infidelidad en su matrimonio: “Éramos tres en ese matrimonio”, (Vanitatis, 2020) dijo Diana frente a las cámaras, haciendo referencia a la relación del príncipe Carlos con Camilla Parker Bowles. Lady Di reconoció también que había tenido un amante durante su matrimonio.

La entrevista también generó mucha controversia en torno al periodista Martin Bashir. Se descubrió que Bashir había utilizado tácticas poco éticas para obtener la entrevista, incluida la falsificación de documentos y la fabricación de historias. Esto ha suscitado muchas críticas y cuestionamientos sobre la ética periodística. Hoy, más de 25 años después de la entrevista, la polémica sigue siendo objeto de debate (BBC, 2020).

Recientemente se realizó una investigación independiente sobre la entrevista con Diana de Gales y la conducta de Martin Bashir. El informe alega que Bashir utilizó estrategias poco éticas para conseguir la entrevista y que la *BBC* no hizo lo suficiente para investigar los hechos. Esto ha generado muchas críticas y preguntas sobre la ética y responsabilidad periodística de la *BBC* (Harper's BAZAAR, 2022)

El diario británico *Daily Mail* publicó una entrevista con el hermano de Diana, Charles Spencer, quien presentó a su hermana al periodista Martin Bashir, lo que facilitó que tuviera lugar la polémica entrevista (BBC, 2020). El hermano de la princesa asegura que el periodista Bashir logró su confianza y la de Diana al hacerles creer que existía una conspiración de la Familia Real contra ella. "Me mintieron" (BBC, 2020), revela Charles Spencer. El príncipe Guillermo, aseguró que la investigación de la BBC es "un paso en la buena dirección" (BBC, 2020). En 2022, la BBC anunció que donará más de 1,6 millones de euros a organizaciones benéficas con las que colaboraba Diana de Gales como disculpa por su polémica entrevista (El País, 2022).

Todo este panorama mediático reforzó la imagen de Diana de Gales como una mujer herida y víctima de un trágico matrimonio, pero volcada con sus hijos y con las obras de caridad. Se dio una manipulación mediática de la princesa Diana de Gales mediante una declaración pública en un canal de televisión sobre su matrimonio y la infidelidad de su marido. Muchos programas de televisión crean formatos para el dictado de sentencias televisivas. No importa si el veredicto es justo, lo que importa es que el espectáculo se desarrolle y la audiencia crezca.

No sabemos hacia donde hubiera derivado la imagen pública de Diana de Gales, ya que, en agosto de ese mismo año, fallece en un accidente automovilístico en París. Tras su muerte, la popularidad de la princesa se incrementa por el suceso y los medios de comunicación de todo el mundo supieron aprovechar la ocasión (Labio Bernal, 2002).

Incluso en la actualidad, Diana de Gales sigue siendo objeto de noticias sensacionalistas y poco éticas. El diario *Globe* recoge la historia de una supuesta hija de Lady Di. ‘*You killed my mother!*’ es el titular de una de las portadas del medio: “Sarah, la supuesta hija secreta, habría nacido producto de uno de los estudios a los que Carlos y Diana se sometieron (por órdenes de Isabel II) para probar su fertilidad” (Vanitatis, 2020). Los medios se han dado cuenta de los beneficios económicos de informar sobre noticias del corazón con rasgos llamativos en forma de personajes que se desnudan metafórica o literalmente para crear una sociedad edulcorada para evitar reflexionen sobre lo esencial. Se logra así, que figuras públicas como Diana de Gales calen en la opinión pública creando una identificación entre los personajes y la sociedad.

Imagen VI: portadas del periódico *Globe*.



Fuente: ABC

### 5.3. El mito mediático

Como se ha dicho anteriormente, Diana de Gales ostenta el récord Guinness de ser la persona que más portadas de revistas ha acaparado (Mallada, 2016). Durante su vida, Lady Di fue una figura mediática de gran influencia. Su matrimonio con el Príncipe Carlos, su compromiso con obras humanitarias y su estilo de vida la convirtieron en un gran objetivo para los medios de comunicación. Además, su muerte intensificó su fama, convirtiéndola en una figura mítica.

El 7 de junio de 1992 el *Sunday Times* publicó varios capítulos del libro de Andrew Morton, el periódico incrementó sus ventas en un 21% sobre los 1.143.000 (Mallada, 2016) de ejemplares que vendía de media. En Estados Unidos, *People*, que siguió la misma estrategia que el *Sunday Times*, alcanzó una difusión récord de 4.001.000 ejemplares. *The Sun* incrementó, también, sus ventas en 209.000 ejemplares respecto a la semana anterior. *News of the World*, *Sunday Mirror*, *The People*, *Mail on Sunday* y *Sunday Express* también vivieron un incremento similar (Mallada, 2016).

Según las cifras del British Audience Research Bureau (organismo encargado de controlar la audiencia en Reino Unido), 19,29 millones siguieron por la BBC (British Audience Research Bureau, s.f.) el funeral de la princesa el 6 de septiembre de 1997. En el resto del mundo, 2.500 millones de telespectadores siguieron el funeral desde sus casas (Vanitatis, 2022). En España casi 23 millones de telespectadores vieron en algún momento el último adiós a Lady Di (Mallada, 2016). Esta fue la emisión que acumuló más espectadores en 1997 (Mallada, 2016). En cuanto a la prensa, también se realizaron amplios tratamientos del tema durante la semana que transcurrió del fallecimiento al funeral de Diana de Gales.

La figura mediática de Lady Di ha sido retroalimentada por muchas obras audiovisuales y literarias. Entre las películas más destacadas encontramos: *Diana de Gales* protagonizada por Naomi Watts y dirigida por Oliver Hirschbiegel. Y *Spencer* con Kristen Stewart como protagonista y dirigida por Pablo Larraín. Con esta película Stewart consiguió su primera nominación a los Premios Oscar. Debemos mencionar, también, numerosos documentales como *Escribiendo la historia: Diana, accidente o asesinato*, *Diana, a model princess*, *Diana: story of a princess* o *Lady Di*.

En cuanto a libros escritos sobre Diana de Gales destacan los siguientes títulos: *Diana: su verdadera historia* de Andrew Morton, cuya publicación en prensa de varios capítulos produjo un notable aumento en las ventas de estos, *Diana de Gales: me van a asesinar* de Concha Calleja, *The Diana Chronicles* de Tina Brown y *Princess in love* escrito por Anna Pasternak. Lady Di, además, protagoniza uno de los capítulos de *Cien grandes mujeres de la historia* (Mallada, 2016), este narra breves biografías de cien de las mujeres más notables desde el siglo XIV a.C. hasta la actualidad. Entre las mujeres que se incluyen en el libro hay figuras como Nefertiti, escritoras como Jane Austen y Virginia Woolf, artistas y actrices como Frida Kahlo y Katherine Hepburn y activistas como la Madre Teresa (Mallada, 2016).

En el londinense Hyde Park hay una fuente en memoria de Diana de Gales muy cerca del parque infantil creado también en su memoria. Más conocido es el monumeto dedicado a Lady Di que se encuentra en el sótano de los almacenes Harrod, que fue propiedad de Mohamed Al Fayed, el padre de Dodi Al Fayed, con quien Diana de Gales mantuvo una relación sentimental, además falleció junto a ella en el accidente automovilístico de 1997. En París, se levantó un monumento a Lady Di llamado *La Llama de la Libertad*, que en cada aniversario de su fallecimiento se llena de flores y retratos de la princesa (Mallada, 2016). Pero el más llamativo es un monumento que se localiza en la Habana y se conoce como *El Jardín de Diana* (Mallada, 2016).

**Imagen VII:** los hijos de Diana de Gales, Guillermo y Enrique, inaugurando una estatua en honor a su madre.



Fuente: ¡HOLA!

Diana de Gales es un icono de la moda, su elegancia y su estilo personal la convirtieron en una princesa única. Lady Di usaba la moda para lanzar mensajes a la prensa y a la opinión pública y son muchos los vestidos de Diana que han pasado a la historia.

Cabe mencionar el icónico vestido de Diana de Gales popularmente conocido como el “vestido de la venganza” (Harper’s BAZAAR, 2023). Fue en 1994 cuando la princesa impactó a la prensa internacional en la fiesta de la Serpentine Gallery con un vestido negro de terciopleo y escote pronunciado.

El título fue acuñado por la prensa estadounidense y el periódico *The Telegraph* lo calificó como “posiblemente el vestido más estratégico jamás usado por una mujer en tiempos modernos” (Harper’s BAZAAR, 2023). Se bautizó así debido a su carácter atrevido y a que lo lució la misma noche en que se hizo pública la infidelidad del Príncipe Carlos con Camilla Parker Bowles. Gracias a este vestido, Diana hizo patente el poder de la moda para enviar mensajes y forjó, a través de su vestimenta, su figura mediática. Tras su fallecimiento el vestido ha sido exhibido en público en menos de una docena de ocasiones recaudando más de 39.000 libras para causas benéficas (Harper’s BAZAAR, 2023). La figura mediática de Lady Di se fortaleció tras su muerte. Las incógnitas, las conspiraciones y el tratamiento de los medios de comunicación provocaron que el mito de Lady Di alcanzara su dimensión histórica.

Las múltiples investigaciones llevadas a cabo en Francia y Reino Unido no han podido acallar los rumores, que continúan 20 años después. Las investigaciones oficiales y los juicios en los años 2000 concluyeron que la princesa de Gales, su novio Dodi Al Fayed y el conductor del vehículo murieron en un accidente causado principalmente por un exceso de velocidad y el estado de embriaguez del conductor, Henri Paul (Mallada, 2016).

Pero Mohamed Fayed, padre de Dodi, no aceptó las conclusiones de las investigaciones e insistía en que las muertes de Lady Di y su hijo fueron el resultado de un complot de la inteligencia británica por orden del príncipe Felipe, esposo de la reina Isabel II. Según Al Fayed, Diana de Gales estaba embarazada de su

hijo Dodi y el anuncio de su compromiso matrimonial era cercano. Para la monarquía británica sería impensable que el padrastro del futuro rey de Inglaterra fuese musulma (Mallada, 2016). No es la única hipótesis en torno a la muerte de Lady Di. También afirman que Diana fue asesinada por traficantes de armas internacionales a causa de su apoyo a la prohibición de las minas antipersona (Mallada, 2016).

Todas estas conspiraciones fueron aprovechadas por los medios de comunicación que cubrieron el suceso con gran intensidad. El tratamiento mediático del fallecimiento de la princesa de Gales fue exagerado, se realizaron numerosos programas especiales y se publicaron miles de artículos sobre Diana. Todos estos factores convirtieron la muerte de Diana en una narrativa que enganchó a la opinión pública y que los medios supieron aprovechar (Mallada, 2016).

Los medios de comunicación también fueron acusados de exagerar el suceso y de explotar la tragedia para obtener audiencia. Algunos críticos argumentaron que los medios de comunicación habían perdido la perspectiva de la tragedia. Sin embargo, el tratamiento mediático de la muerte de Lady Di también fue una forma de homenaje a la princesa. Los medios de comunicación ayudaron a honrar la memoria de Diana y a fortalecer el mito en torno a su figura (Mallada, 2016).



**Imagen VIII:** Portada de la revista Lecturas del 15 de julio de 1994.

Fuente: Revista Lecturas.

En el Reino Unido, la *BBC* y la cadena comercial *International Television* (ITN) retransmitieron en directo el funeral de Lady Di. Según *El País*, 1.000 millones de personas siguieron la ceremonia desde sus hogares en todo el mundo (El País, 1997). En el Reino Unido, unos 32 millones de telespectadores vieron el funeral, es decir, más del 59% de la población (El País, 1997). Los dos momentos más vistos fueron la interpretación del cantante Elton John y el discurso del conde Spencer, hermano de Diana de Gales (El País, 1997).

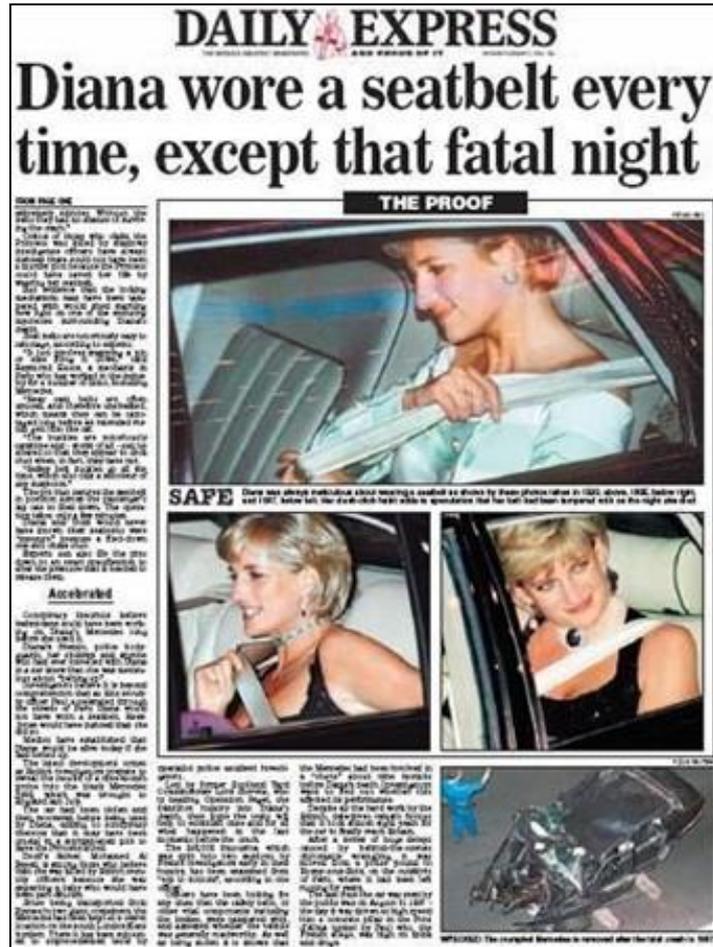
El fallecimiento de la princesa Diana se convirtió en un espectáculo informativo en el que participaron todos los medios de comunicación, en especial, la prensa sensacionalista británica. Publicaron las últimas fotografías de la princesa con Dodi Al Fayed y todos los tabloides recogieron en portada las fotografías del coche destruido tras el accidente. *The Sun* ensalzaba la figura de la princesa Diana con titulares como: *Diana, una santa para muchos, ahora un ángel para todos nosotros se* (Labio Bernal, 2002).

Durante los días posteriores al fallecimiento, *The Sun* dirige la opinión pública mediante titulares y documentos gráficos con el objetivo final de mitificar a Diana, y contraponerla a la maldad de la Familia Real británica (Labio Bernal, 2002). Por ejemplo, el jueves 4 de septiembre, *The Sun* publica en portada el siguiente titular: *¿Dónde está nuestra princesa? ¿Dónde está su bandera?* (Ídem), este titular viene acompañado de una fotografía del palacio de Buckingham en el que no ondea ninguna bandera a media asta en señal de luto (Ídem).

El discurso de los medios de comunicación sobre la muerte de la princesa, en especial, de los tabloides como *The Sun*, encumbraron a Lady Di como la heroína del relato a la que la opinión pública admira y venera. El interés de la sociedad se encuentra en el despliegue periodístico y en el tratamiento que llevaron a cabo los medios de comunicación del suceso, comercializando además con su muerte.

Esto es la globalización de lo banal para los intereses comerciales. Cabe preguntarse si la responsabilidad de esto debe ser compartida entre los medios y la sociedad. Es necesario afirmar el evidente fin económico de las empresas periodísticas que responden con sus productos a los requerimientos establecidos.

Imagen IX: Portada del periódico *Daily Express* de septiembre de 1997.



Fuente: Pinterest.

Imagen X: Reportaje de la revista Vanityfair del 1 de octubre de 2004.



Fuente: Revista Vanityfair.

## 6. CONCLUSIONES

### 6.1. Consecuencias de la sobreexposición mediática en la vida de Diana de Gales

¿Existe una frontera entre aquello que es personal y aquello que es público? ¿entre el derecho a la información y el derecho a la privacidad? Existe, aunque en ocasiones y para los medios de comunicación no queda del todo claro. La definición de estas fronteras está determinada por muchos factores que varían según las circunstancias del personaje público.

Se entiende por privacidad al “derecho a vivir la vida como propia, preservando para nosotros un espacio particular, libre de intromisiones e interferencias, en el que cada uno pueda mostrarse ante uno mismo. La intimidad es el derecho a proteger del acceso y de la perfección ajenas a la subjetividad, es decir, proteger todo aquello que uno considera identificado consigo mismo, aquello en que se reconoce y se reafirma ante los demás” (Institut Borja de Bioètica, 1997:10).

Siempre es complicado separar la vida privada de la pública en personas con cierta relevancia social que actúan desde el escaparate del mundo. Por eso, es imprescindible distinguir entre el derecho a informar y el derecho a ser informado. “El derecho a informar consiste en el derecho de uno a comunicar los conocimientos adquiridos legítimamente a otros, siempre que no perjudique injustamente a nadie. El derecho a ser informado se hace extensible a todo lo que puede afectar a la racionalidad de la propia decisión y también a no saber lo que no se quiera saber, siempre que no esté obligado” (Cuyàs i Matas, 1997:10).

El fallecimiento de Diana de Gales en 1997 mientras huía de los *paparazzi* dio lugar a un debate sobre los límites del derecho a informar. Los personajes públicos también tienen derecho a preservar la intimidad y consolidar su propia individualidad. Este respeto a la intimidad hacia figuras públicas hace posible la convivencia social. La privacidad es necesaria para disfrutar de la calidad de vida aunque la persona tenga ciertas repercusiones sociales o políticas. Todos tenemos derecho a limitar nuestro espacio personal.

Cuando una persona, como en este caso Diana de Gales, se proyecta a la sociedad y recibe cierta fama, pierde la posibilidad de conservar su derecho a la intimidad. En este punto, los medios de comunicación se consideran legítimos para adquirir el derecho a disponer y a saber todo de la vida personal de la figura mediática. Pero cualquier persona pública tiene derecho a la intimidad y privacidad para disfrutar de una esfera de normalidad.

Los medios de comunicación siempre han sido fundamentales a la hora de mantener el derecho a la privacidad. Los abusos mediáticos pueden darse por la curiosidad insaciable de los lectores, espectadores u oyentes o por el interés de incrementar la fama de los personajes públicos. En el caso de Diana de Gales, los medios de comunicación desde el principio sobrepasaron todos los límites éticos establecidos y violaron el derecho a la intimidad y privacidad de la princesa.

Los medios, en especial los tabloides como *The Sun*, llegan de esta forma a la exaltación en la utilización de titulares, frases e imágenes con el fin de buscar la emoción del público, y para ello, no dudan en hacer uso de los aspectos más melodramáticos. Son muchas las fotos en las que encontramos a la princesa Diana llorando que han sido publicadas en prensa. En España, la revista *¡Hola!* publicó en portada una fotografía de Lady Di aparentemente emocionada junto al siguiente titular: *Diana no puede más* (*¡Hola!*, 2021).

Incluso tras su fallecimiento, se siguen publicando reportajes y fotografías de supuestos escenarios en los que Diana de Gales aparece llorando. Por ejemplo, la revista *Vanitatis* publicó el siguiente artículo en el año 2022: “*¿Qué pasó para no poder reprimir su tristeza? Lady Di y la escena de una decepción: las lágrimas en público días antes de su boda. La princesa asistió a un partido de polo en Hampshire que tuvo que abandonar, acompañada de un escolta, al no poder disimular su tristeza*” (*Vanitatis*, 2022).

Además, la revista *Vanitatis* tampoco duda en informar sobre aspectos privados relacionados con la vida sexual de la princesa de Gales: “*El consejo que dieron a Lady Di para poder tener sexo con Carlos (y que implica a Camilla)*” (*Vanitatis*, 2021). Ni

tras su fallecimiento, los medios de comunicación han respetado los derechos a la intimidad y privacidad de Diana de Gales.

Asistimos así a un melodrama capaz de enganchar a una opinión pública sedienta de noticias sobre la Familia Real británica y en especial sobre Lady Di. En este objetivo de captar audiencia y lectores, todo está dirigido a seguir mitificando la figura de Diana de Gales para obtener el mejor rendimiento económico.

Arthur Edwards, fotógrafo de la Familia Real del periódico *The Sun*, afirma en una entrevista concedida a *Stuff* que: “No me siento mal por lo que hice. Estaba haciendo lo que hacían los periódicos en ese entonces, ya fuera con miembros de la realeza, políticos o estrellas de cine. Vendíamos 4 millones de periódicos al día. *The Mirror* vendía 3 millones de periódicos al día. Estábamos compitiendo por las ventas. Simplemente no podías ser el último. No me arrepiento de nada” (Stuff, 2023).

En este sentido, el derecho a la intimidad y privacidad de la princesa no fueron respetados. La persecución mediática fue contante y exagerada, así lo cuenta Arthur Edwards: “Ese estilo agresivo de *paparazzi*... Yo era agresivo. Yo era uno de los peores. Nunca paré. Fue simplemente, 'Obtén la imagen, obtén la imagen'. [...] Lo que pasó esa pobre mujer con los *paparazzi* fue terrible. Algunos días, terminaba llorando siendo perseguida por ellos por las calles. Pero siento, mirando hacia atrás, que tenemos mucho por lo que responder” (Stuff, 2023).

Diana de Gales nunca pudo disfrutar de una vida normal, siempre estaba rodeada de una nube de fotógrafos que la perseguía allá donde fuera. Existen unas fotografías que dieron la vuelta al mundo en las que aparece Diana de Gales entrenando en un gimnasio. En este caso, el dueño del local, que a menudo acompañaba a Lady Di, colocó una cámara que ocultó en su local para tomar fotos durante varios días (Redondo García, 2011).

La primera foto se publicó en la portada del *Sunday Mirror* en noviembre de 1993. El periódico pagó 100.444.000 libras esterlinas por las fotos (Redondo García, 2011). Finalmente, el juez prohibió la distribución de nuevas imágenes, a pesar de que

periódico había incrementado sus ventas notoriamente como resultado de las fotos publicadas (Redondo García, 2011).

Existen unas fotografías no publicadas de Lady Di en la playa haciendo *topless*. El paparazzi español Diego Arrabal fue quien tomó las instantáneas: “Estaban hechas a 20 metros y tenían mucha más calidad [...] Vinieron medios de varios países europeos y se abrió una subasta. La revista *¡Hola!* se hizo con las fotos pagando 1.200.000 euros, convirtiéndolas en las mejor pagadas de la historia de la profesión” (La Razón, 2012), afirma Arrabal.

“Su entonces director, Eduardo Sánchez Junco, compró los derechos mundiales de por vida y nos reunió en su despacho. Allí mismo cogió un cuenco de barro, metió las fotos y las quemó” (La Razón, 2012). Como consecuencia de esto, Diana de Gales acudió a la inauguración de la revista *Hello!* y la publicidad que obtuvo resultó más rentable que publicar las fotografías (La Razón, 2012).

El acoso mediático que sufría la princesa Diana condicionó su vida personal y la de sus hijos Guillermo de Gales y Enrique de Sussex. Siendo aún menores de edad, la prensa británica publicaba sus fotografías a la entrada y salida de la escuela, cuando estaban de vacaciones o disfrutando de una velada con amigos. Al igual que su madre, Guillermo y Enrique también han experimentado este acoso mediático a lo largo de sus vidas.

En la actualidad, Enrique, duque de Sussex, se encuentra en un proceso de litigio por el caso de las escuchas ilegales por parte del periódico *Daily Mirror*. Su abogado, David Sherborne, en una vista celebrada en el Tribunal Superior de Londres en mayo de este año, afirmó que la intrusión constante de la prensa británica en la vida del duque de Sussex, le provocó brotes de depresión y boicoteó sus relaciones sociales (20 minutos, 2023).

Enrique de Sussex ha demandado al grupo Mirror Group Newspapers alegando que sus periodistas, pertenecientes a medios de comunicación como el *Sunday Mirror*, el *Daily Mirror* y el *Sunday People*, incurrieron en métodos dudosos y poco éticos para

obtener información. Entre estos métodos se encuentran las interceptaciones de teléfonos privados y el empleo de detectives privados para desempeñar actividades ilegales y obtener información exclusiva (20 minutos, 2023).

Según expuso el abogado del duque de Sussex, el hijo menor de Carlos y Diana de Gales, fue sometido a esos métodos ilegales desde que era menor de edad, algo que se prolongó tras la muerte de su madre en el año 1997, durante su etapa en el ejército y en su vida adulta, incrementando este acoso tras su matrimonio con la actriz Meghan Markle (20 minutos, 2023).

La predisposición mediática a la información escandalosa, las habladurías, la curiosidad por lo extraordinario o lo insólito siempre ha estado ahí. Tendríamos que profundizar en la psicología humana para explicar ese morbo por lo llamativo, ruidoso y espectacular que rodea la vida de los personajes públicos. Y en el centro de este interés, está la vida de los demás, especialmente la intimidad ajena, para compararse con ella y poder enjuiciarla.

Si el sensacionalismo se ha convertido en el principal recurso utilizado por los medios para aumentar y diversificar su público objetivo, un aumento de esta oferta sería una señal de la necesidad de ganarse a los lectores y arrebatárselos a la competencia ofreciendo un producto más llamativo y más morboso. Puede que el valor de las noticias está sesgado y se prefieran las noticias sensacionalistas y, cuando se carecen de ellas, se ofrecen noticias más comunes pero se venden como atípicas con un estilo llamativo.

La violencia y los desastres en sus diversas formas tienen un gran poder para fascinar a la opinión pública. Satisfacen su necesidad de excitación, de experimentar emociones fuertes y apelan a la curiosidad del lector. El dramatismo y el dolor que generan, conmueven a las personas. En este sentido, la publicación de las fotografías del accidente mortal de Diana de Gales se tradujo en un aumento del morbo por parte de la sociedad y en un incremento en las ventas de los tabloides. Sin respetar el dolor de los familiares y de la memoria de la princesa Diana, el coche, que quedó destrozado, apareció en las portadas de todos los periódicos del mundo.

## 6.2. La muerte de Diana de Gales: derecho a informar y derecho a la intimidad

Diana de Gales se convirtió en imagen de consumo, en una imagen sobreexpuesta, sin interioridad ni intimidad. Era una figura enteramente pública, un producto de consumo para los medios de comunicación. Tras el fin del matrimonio con el príncipe Carlos, Lady Di había dejado atrás el título y rol de princesa de Gales para dedicarse a causas humanitarias y a la vez, disfrutar de su nueva relación con Dodi Al Fayed. Pero la persecución mediática no cesó y la figura mediática de Lady Di se fortaleció tras su muerte. Vender emoción e incrementar los beneficios son los principales objetivos de los medios sensacionalistas.

Pasaban seis minutos de las doce del 31 de agosto de 1997, hace 25 años, cuando Diana de Gales y Dodi Al Fayed, abandonaron la *suite* del hotel Ritz de París. Se montaron en el coche rumbo a los Campos Elíseos cuando el conductor, Henri Paul, perdió el control cuando intentaba huir de los *paparazzi*. Se produjo así el mortal accidente en el Pont d'Alma de París. Dodi murió inmediatamente. Diana de Gales sobrevivió inicialmente, pero falleció horas más tarde en el hospital. Mohamed al Fayed, esa misma noche, intentó convencer a su hijo de que pasaran la noche en la *suite* preocupado por la extensa guardia periodística, unos 30 reporteros se encontraban en la entrada principal del hotel Ritz de París (Sáenz, 2010).

Varios fotógrafos que habían seguido al vehículo y otros tantos transeúntes llegaron al lugar del accidente. Los reporteros que sí conocían la identidad de los heridos colocan la lente y disparan. Los fotógrafos toman alrededor de 80 fotografías, pero cuando la policía llega a Pont d'Alma, siete de ellos son detenidos y trasladados a comisaría y sus cámaras son incautadas (Sáenz, 2010).

Horas antes de su muerte, Diana de Gales estaba hablando por teléfono con su amigo y confidente Richard Kay, cronista real del *Daily Mail*. Ese día, desde el Hotel Ritz de París, ella le confesó cómo la presión de los *paparazzi* se estaba volviendo insoportable y cómo se sentía “violada a diario” por la prensa (El Mundo, 2021).

Su muerte originó un debate en torno a los límites del derecho a la intimidad y el teórico derecho a informar, así como sobre las responsabilidades de los fotógrafos, periodistas y demás profesionales de la comunicación. La muerte de Diana de Gales supuso un aluvión de artículos y reportajes y provocó, además, una oleada de dolor y atención mediática en todo el mundo. Su fallecimiento puede considerarse como el ejemplo “más excesivo en el tratamiento de una información sensacionalista” (Labio Bernal, 2002:512).

El 1 de septiembre de 1997, *The Sun* publica una edición especial sobre la muerte de la princesa Diana. La portada estaba formada por una fotografía en la que aparecían miembros de la guardia británica cargando con el féretro de Lady Di junto al titular *Buenas noches, nuestra dulce princesa* (Labio Bernal, 2002). La portada daba paso al reportaje, que recogía la imagen del príncipe Carlos y los hermanos de Diana en el hospital parisino, desde dónde salieron los restos mortales de la princesa con destino a Londres. El titular decía: *De vuelta a casa con Carlos*. El pie de la foto resultaba también muy significativo: “*El féretro de la princesa Diana es repatriado a una afligida Gran Bretaña la noche pasada después de uno de los días más tristes de nuestra historia. Lady Di, con 36 años, murió 16 horas antes tras un horrible accidente de coche en París*” (Labio Bernal, 2002:518).

En el resto de las páginas que conforman el reportaje se muestran detalles de cómo se produjo el accidente, todo esto acompañado de varias fotografías en las que aparece el coche donde viajaban tras el impacto (Labio Bernal, 2002). Se continúa así la creación de la figura bondadosa de Diana de Gales con una serie de fotografías en las que aparece con enfermos, y en general, con causas humanitarias. *The Sun* ratifica el estereotipo de lo malo frente a lo bueno, cumpliendo así con las expectativas de la opinión pública y aumentando sus ventas. La presión social desmedida que provocó la muerte de Diana de Gales provocó que la reina Isabel ofreciera un discurso televisivo en el que apelaba a la emotividad del público.

La muerte de Diana de Gales se convirtió así en un espectáculo en el que participaron todos los medios de comunicación, en especial los tabloides británicos como *The Sun* o el *Daily Mirror*. Todo esto provocó la necesidad de examinar el

comportamiento de los periodistas, revisar la normativa legal de su actuación y repensar el contenido y utilidad de sus pautas deontológicas. La evolución del comportamiento ético de los medios de comunicación en relación con la difusión de ciertos acontecimientos vuelve a poner en duda la validez del comportamiento periodístico.

Los tres *paparazzi* Christian Martínez, Jacques Langevin y Fabrice Chassery, fueron acusados por Mohamed Al Fayed, padre de Dodi, de violar la privacidad de su hijo y la princesa Diana al fotografiar a la pareja antes y después del accidente. Sin embargo, en 2003, el Tribunal Correccional de París absuelve a los tres fotógrafos del cargo de violación de la intimidad. En este sentido, el Ministerio Público acusó a los *paparazzi* de retratar la muerte y el dolor de las víctimas y solicitó que la Corte fijara “penas de prisión exentas de cumplimiento para dejar claro que la libertad de expresión no es un derecho ilimitado” (El País, 2003).

El hermano de Diana de Gales, Charles Spencer, también fue muy crítico con la persecución que sufría su hermana y el papel de los medios de comunicación: “Siempre creí que la prensa al final la mataría. Parecería que cada dueño y cada editor de cada publicación que ha pagado por fotos intrusivas que explotan su imagen, alentando a individuos avaros y despiadados que arriesgan todo para conseguir una fotografía de Diana, tienen hoy las manos manchadas de sangre” (The Objective, 2017).

Jacques Langevin, reportero de la agencia Sygma, de acuerdo con sus declaraciones, se encontraba en el Puente del Alma por azar, porque estaba de guardia. “Si tuviera que volver a hacer la foto de Diana en ese automóvil que era su ataúd, la volvería a hacer en nombre de la idea que tengo de mi oficio. Fui testigo de un acontecimiento cuyas resonancias podía adivinar cualquier profesional. La muerte de la princesa Diana, se quiera o no, es información. He registrado muchas otras imágenes macabras. [...] ¿Por qué iba a tener Diana derecho a un estatus particular? [...] Yo soy un testigo, enseño la vida y la muerte de los hombres” (Le Monde, 2020).

La defensa del oficio, la profesionalidad y la situación testimonial en nombre de la ética no justifica el trato mediático que recibió la muerte de la princesa Diana. La negación a la intimidad de las personas, incluso tras su muerte y la extensión, hasta el

extremo, de la noción de información son prácticas que superan todos los límites de la responsabilidad periodística y moral.

La revista italiana *Chi* sobrepasó aún más los límites y publicó las fotografías en las que los sanitarios le suministraban oxígeno a la princesa para intentar reanimarla (La Razón, 2012). Sus hijos, Guillermo de Gales y Enrique de Sussex, aún menores de edad, tuvieron que soportar que esas imágenes se publicaran y aparecieran, además, en televisión.

En el documental *Diana, nuestra madre: su vida y su legado*, sus hijos comparten sus más íntimos recuerdos y también expresan lo que piensan respecto al acoso que vivió Diana. Guillermo y Enrique lamentan las continuas persecuciones que sufrió su madre por parte de los *paparazzi*, que incluso siguieron el coche el día de su fallecimiento y todo por conseguir una imagen. “Si eres la Princesa de Gales y eres madre, no creo que sea apropiado que te persigan 30 hombres en moto que bloquean tu camino, que te escupen para hacer que reacciones y que quieren hacer que esta mujer lllore en público para conseguir una fotografía” expresa Guillermo de Gales (Gething, 2017).

Son muchos los periódicos que publicaron las fotos del estado del coche tras el accidente en el que perdió la vida la princesa Diana. En la actualidad, esas fotos circulan por internet y los medios de comunicación siguen dedicando numerosos espacios para informar sobre la muerte de Lady Di y todas las conspiraciones que rodean este acontecimiento. El periódico *El Español* publicó un artículo en 2022 sobre el fallecimiento de Lady Di titulado *Las teorías conspirativas 25 años después de la muerte de Diana de Gales: de los sicarios al "lo hizo la Reina"* (El Español, 2022). Junto a este titular el medio adjuntó la siguiente fotografía del accidente:

**Imagen XI:** foto del coche en el que viajaba Diana de Gales tras el accidente.



Fuente: El Español

El periódico *El Mundo* hizo lo mismo en el año 2017 y publicó un artículo narrando las últimas horas de vida de la princesa. El titular *Así fueron las últimas horas de Lady Di* fue acompañado de las siguientes imágenes:

**Imagen XII:** Lady Di sale del Hotel Ritz de París junto a Dodi Al Fayed, instantes previos a perder la vida.



Fuente: El Mundo.

**Imagen XIII:** Estado del coche en que murió la princesa Diana de Gales y su acompañante Dodi Al Fayed tras el accidente de tráfico en el puente del Alma de París.



Fuente: El Mundo.

El funeral de Diana de Gales no tuvo carácter oficial ya que tras divorciarse del príncipe Carlos nada unía a la corona británica con Diana. Pero la presión de la prensa sobre la opinión pública obligó a la reina Isabel a organizar un funeral de Estado, que se convirtió en un espectáculo mediático que atrajo a millones de personas en todo el mundo a través de la televisión. 2.500 millones de telespectadores de todo el mundo siguieron el funeral televisado de Lady Di (Vanitatis, 2022). Además, más de un millón de personas salieron a las calles de Londres para presenciar el cortejo fúnebre (Vanitatis, 2022). Diana de Gales fue enterrada en un mausoleo que se ha convertido en un monumento turístico para muchos fanáticos de la princesa.

Los ecos de la muerte de Diana de Gales perduraron muchos años. Después del accidente, se suscitó un debate en torno a los límites de la prensa y el derecho a la privacidad. Aunque las investigaciones de la policía francesa determinaron que los fotógrafos no provocaron de manera directa la muerte de la princesa, es evidente que el asedio periodístico hacia Lady Di había alcanzado proporciones anómalas. 25 años después de su fallecimiento, la llama que Diana de Gales encendió en la sociedad no se ha apagado y son muchos los que aún la recordamos.

## REFERENCIAS

- 17 portadas que Lecturas ha dedicado a Diana de Gales. (2014, 1 septiembre). *Lecturas*.  
[https://www.lecturas.com/actualidad/17-portadas-que-lecturas-ha-dedicado-a-diana-de-gales\\_13614](https://www.lecturas.com/actualidad/17-portadas-que-lecturas-ha-dedicado-a-diana-de-gales_13614)
- Absueltos los tres «paparazzi» que fotografiaron a Diana el día de su muerte. (2003, 28 noviembre). *El País*.  
[https://elpais.com/elpais/2003/11/28/actualidad/1070005729\\_850215.html?event=go&event\\_log=go&prod=REGCRART&o=cerrado](https://elpais.com/elpais/2003/11/28/actualidad/1070005729_850215.html?event=go&event_log=go&prod=REGCRART&o=cerrado)
- Álvarez, E. (2017, 31 agosto). *Así fueron las últimas horas de Lady Di*. El Mundo.  
<https://www.elmundo.es/loc/casa-real/2017/08/31/59a70b5a268e3ebd108b45ca.html>
- Arias, E. (2001). *Prensa sensacionalista británica: la estructura narrativa en la historia de la familia real (1990 - 1997)*. idUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/29965>
- B, E. (2018, agosto 31). La hija secreta de Diana de Gales y otros rumores absurdos sobre la «princesa del pueblo». *Diario ABC*.  
[https://www.abc.es/estilo/gente/abci-hija-secreta-diana-gales-y-otros-rumores-absurdos-sobre-princesa-pueblo-201808310036\\_noticia.html](https://www.abc.es/estilo/gente/abci-hija-secreta-diana-gales-y-otros-rumores-absurdos-sobre-princesa-pueblo-201808310036_noticia.html)
- Bianchi, M. (2022, 15 junio). 30 años del día en que Lady Di incendió Buckingham con un libro: infidelidades, intentos de suicidio, bulimia y depresión. *El País*.  
<https://elpais.com/gente/2022-06-15/30-anos-del-dia-en-que-lady-di-incendio-buckingham-con-un-libro-infidelidades-intentos-de-suicidio-bulimia-y-depresion.html>
- Buenrostro, A. (2022, 14 noviembre). El día que Carlos III habló en televisión sobre su infidelidad y separación de Lady Di: *Heraldo USA*.  
<https://www.heraldousa.com/entretenimiento/2022/11/14/el-dia-que-carlos-iii-hablo-en-televison-sobre-su-infidelidad-separacion-de-lady-di-lo-intentamos-31588.html>
- Carlos III: el hombre detrás de la corona*. (2022). [Vídeo]. Movistar Plus.  
<https://ver.movistarplus.es/ficha/carlos-iii-el-hombre-detras-de-la-corona/?id=2129829&mediaType=FOTOV&profile=OTT&mode=VODRU7D&version=8&tlsStream=true&mdrm=true&demarcation=19&filterQuality=HD>

&id\_perfil=OTT&suscripcion=UT-UD2LX%2CUT-UTE0H%2CUT-UTX92%2CUT-UTXC0%2CUT-UTXIG%2CUT-UTXIH%2CUT-UTXIJ&network=movistarplus&ui=ESENCI

*Carlos y Diana: la verdad sobre su boda.* (2021).

[https://ver.movistarplus.es/ficha/carlos-y-diana-la-verdad-sobre-su-boda/?filterQuality=HD&id=1778320&id\\_perfil=OTT&mdrm=true&mediaType=FOTOV&mode=VOD&profile=OTT&suscripcion=UT-UD2LX,UT-UTE0H,UT-UTX92,UT-UTXC0,UT-UTXIG,UT-UTXIH,UT-UTXIJ&tlsStream=true&version=8&ui=ESENCI&demarcation=19](https://ver.movistarplus.es/ficha/carlos-y-diana-la-verdad-sobre-su-boda/?filterQuality=HD&id=1778320&id_perfil=OTT&mdrm=true&mediaType=FOTOV&mode=VOD&profile=OTT&suscripcion=UT-UD2LX,UT-UTE0H,UT-UTX92,UT-UTXC0,UT-UTXIG,UT-UTXIH,UT-UTXIJ&tlsStream=true&version=8&ui=ESENCI&demarcation=19)

Casinader, J. (2023, 11 marzo). *How an «aggressive» royal photographer became mates with the King*. Stuff. <https://www.stuff.co.nz/life-style/royals/300824183/how-an-aggressive-royal-photographer-became-mates-with-the-king>

Cope, R. (2021, 16 diciembre). Los 5 libros imprescindibles sobre Diana de Gales para leer (o regalar) estas Navidades. *Vanity Fair*.

<https://www.revistavanityfair.es/realeza/galerias/mejores-libros-sobre-la-princesa-diana-biografias/13017>

Diana fue la princesa del pueblo. (2022). *CNN*.

<https://cnnespanol.cnn.com/2022/09/01/opinion-diana-fue-la-princesa-del-pueblo/>

*Diana: La entrevista que impactó al mundo.* (2022, 9 enero). [Vídeo]. RTVE.es.

<https://www.rtve.es/play/videos/documaster/diana-entrevista-impacto-mundo/5852471/>

*Diana, nuestra madre: su vida y legado.* (2022). <https://www.rtve.es/play/videos/el-documental/documental-diana-nuestra-madre-su-vida-legado/4193918/>

Díaz, J. (2020, 20 noviembre). Lady Di en la BBC: transcripción completa de la entrevista que hizo historia hace 25 años. *vanitatis.elconfidencial.com*.

[https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2020-11-15/lady-di-diana-bbc-entrevista-panorama-transcripcion-completa\\_2831084/](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2020-11-15/lady-di-diana-bbc-entrevista-panorama-transcripcion-completa_2831084/)

El acoso mediático a los personajes públicos desde la perspectiva ética de los periodistas madrileños. (2009). *Revista Latina de Comunicación Social*, 64.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81911786069>

- El día que Lady Di no pudo más: la portada histórica en la que ¡HOLA! anunció su crisis con el príncipe Carlos. (2021, 29 noviembre). *¡Hola!*  
<https://www.hola.com/hemeroteca/20211129306898/diana-de-gales-tesis-principe-carlos-portada-revista/>
- Enrique de Inglaterra tuvo brotes de depresión por el acoso mediático que sufrió, según su abogado. (2023, 5 junio). *20 minutos*.  
<https://www.20minutos.es/noticia/5134907/0/enrique-de-inglaterra-sufrio-brotos-de-depresion-por-el-acoso-mediatico-que-vivio-segun-su-abogado/>
- Fernández-Costa, R. (2022, 26 agosto). Lady Di: por qué un mito del siglo XX sigue inspirando a las mujeres en la era de Google. *El Español*.  
[https://www.elespanol.com/mujer/protagonistas/20220827/lady-di-siglo-xx-inspirando-mujeres-google/697930532\\_0.html](https://www.elespanol.com/mujer/protagonistas/20220827/lady-di-siglo-xx-inspirando-mujeres-google/697930532_0.html)
- Ferrer, I. (1997, 7 septiembre). El funeral de Diana, el mayor despliegue de la cadena BBC. *El País*.  
[https://elpais.com/diario/1997/09/08/radiotv/873669602\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1997/09/08/radiotv/873669602_850215.html)
- Gardó, A. F. (1999). El derecho al honor en el Reino Unido: un estudio sobre la libertad de expresión y la nueva legislación civil sobre difamación. *Boletín del Ministerio de Justicia*, (1843), 967-1003.
- Gómez, P. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting.
- Jiménez, A. (2022, 5 septiembre). La BBC dona 1,6 millones a las fundaciones de Diana de Gales como disculpa por su polémica entrevista en ‘Panorama’. *El País*. <https://elpais.com/gente/2022-09-05/las-caras-disculpas-de-la-bbc-por-la-entrevista-de-panorama-dona-16-millones-a-las-fundaciones-de-diana-de-gales.html>
- Labio Bernal, A. (2002). *La prensa sensacionalista*. Universidad de Sevilla.
- Lady Di*. (2021). [https://ver.movistarplus.es/ficha/lady-di/?id=1886580&mediaType=FOTOV&profile=OTT&mode=VODRU7D&version=8&tlsStream=true&mdrm=true&demarcation=19&filterQuality=HD&id\\_perfil=OTT&suscripcion=UT-UD2LX%2CUT-UTE0H%2CUT-UTX92%2CUT-UTXC0%2CUT-UTXIG%2CUT-UTXIH%2CUT-UTXIJ&network=movistarplus&ui=ESENCI](https://ver.movistarplus.es/ficha/lady-di/?id=1886580&mediaType=FOTOV&profile=OTT&mode=VODRU7D&version=8&tlsStream=true&mdrm=true&demarcation=19&filterQuality=HD&id_perfil=OTT&suscripcion=UT-UD2LX%2CUT-UTE0H%2CUT-UTX92%2CUT-UTXC0%2CUT-UTXIG%2CUT-UTXIH%2CUT-UTXIJ&network=movistarplus&ui=ESENCI)

- Las teorías conspirativas 25 años después de la muerte de Diana de Gales: de los sicarios al «lo hizo la Reina». (2022, 29 agosto). *El Español*.  
[https://www.elespanol.com/corazon/casas-reales/20220829/teorias-conspirativas-muerte-diana-gales-sicarios-reina/699180230\\_0.html](https://www.elespanol.com/corazon/casas-reales/20220829/teorias-conspirativas-muerte-diana-gales-sicarios-reina/699180230_0.html)
- Levy, T. (2022, 19 enero). La princesa Diana: el juguete de los medios que logró lo impensable. *The Objective*. <https://theobjective.com/further/cultura/2017-08-11/la-princesa-diana-el-juguete-de-los-medios-que-logro-lo-impensable/>
- L.F.S. (2021, 1 julio). ¿Por qué aparece con tres niños? Todos los mensajes de la estatua de Diana de Gales. *HOLA*.  
[https://www.hola.com/realeza/casa\\_inglesa/20210701192437/estatua-diana-gales-significado/](https://www.hola.com/realeza/casa_inglesa/20210701192437/estatua-diana-gales-significado/)
- Los Windsor: 70 años bajo los focos*. (2023). [https://ver.movistarplus.es/ficha/los-windsor-70-anyos-bajo-los-focos/?id=2179516&mediaType=FOTOV&profile=OTT&mode=VODRU7D&version=8&tlsStream=true&mdrm=true&demarcation=19&filterQuality=HD&id\\_perfil=OTT&suscripcion=UT-UD2LX%2CUT-UTE0H%2CUT-UTX92%2CUT-UTXC0%2CUT-UTXIG%2CUT-UTXIH%2CUT-UTXIJ&network=movistarplus&ui=ESENCI](https://ver.movistarplus.es/ficha/los-windsor-70-anyos-bajo-los-focos/?id=2179516&mediaType=FOTOV&profile=OTT&mode=VODRU7D&version=8&tlsStream=true&mdrm=true&demarcation=19&filterQuality=HD&id_perfil=OTT&suscripcion=UT-UD2LX%2CUT-UTE0H%2CUT-UTX92%2CUT-UTXC0%2CUT-UTXIG%2CUT-UTXIH%2CUT-UTXIJ&network=movistarplus&ui=ESENCI)
- Mallada, L. B. (2016). Lady Di: una Diosa mediática. *Trama y fondo: revista de cultura*, 40, 155-166. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6095637.pdf>
- Martínez, A. (2022, 28 agosto). El sonado divorcio del príncipe Carlos y Lady Di. *La Razón*. <https://www.larazon.es/gente/casa-real/20220828/32bepd612rhwxawxku4qplbcm.html>
- Martínez, L. (2012, 21 septiembre). El «topless» de los 1200000 euros. *La Razón*. [https://www.larazon.es/historico/6328-el-topless-de-los-1-200-000-euros-ILLA\\_RAZON\\_489191/](https://www.larazon.es/historico/6328-el-topless-de-los-1-200-000-euros-ILLA_RAZON_489191/)
- Miller, J. (2020, 15 noviembre). The Crown: Why Princess Diana Burst Into Tears During 1983 Australian Tour. *Vanity Fair*.  
<https://www.vanityfair.com/hollywood/2020/11/princess-diana-australian-tour-the-crown>
- Mora, Á. (2021, 12 enero). El consejo que dieron a Lady Di para poder tener sexo con Carlos (y que implica a Camilla). *vanitatis.elconfidencial.com*.

- [https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2021-01-12/consejos-lady-di-sexo-carlos-disfrazarse-de-camilla\\_2903535/](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2021-01-12/consejos-lady-di-sexo-carlos-disfrazarse-de-camilla_2903535/)
- Princesa Diana: la polémica sobre la manera en que la BBC obtuvo «la entrevista del siglo» hace 25 años. (2020, 19 noviembre). *BBC News Mundo*.  
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-54910839>
- Riaño, R. (2020, 25 mayo). La hija secreta de Lady Di: así se fraguó el bulo más loco de la historia de la realeza. *vanitatis.elconfidencial.com*.  
[https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2020-05-25/lady-di-hija-secreta\\_2605420/](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2020-05-25/lady-di-hija-secreta_2605420/)
- Rouillé, A. (2020, diciembre). *Lady Di, una muerte por sobreexposición*. Le Monde diplomatique en español. <https://mondiplo.com/lady-di-una-muerte-por-sobreexposicion#nb4>
- S, B. (2023, 23 marzo). Arthur Edwards, el fotógrafo que guarda las intimidades de la familia real británica. *El País*. <https://elpais.com/gente/2023-03-23/arthur-edwards-el-fotografo-real-que-guarda-las-intimidades-de-la-familia-real-britanica.html>
- Saenz, J. (2010). *Lady Di: La Bella Princesa Del Pueblo Que Desafió a La Corona Británica Y Se Eternizó Tras Su Muerte*. CreateSpace.
- Sancton, T. (2004, 1 octubre). The Diana Mysteries. *Vanity Fair*.  
<https://www.vanityfair.com/style/2004/10/princess-diana-death-investigations>
- Scofield, M. (2023, 27 marzo). La historia del vestido de la venganza de Lady Di: iba a ser blanco y Diana lo compró tres años antes. *Harper's BAZAAR*.  
<https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a43424995/lady-di-vestido-de-la-venganza-historia-real-color-blanco/>
- The Private Man, the Public Role*. (1994, 29 junio).  
<https://www.youtube.com/watch?v=heNuI0iQKl0>
- TV since 1981*. (s. f.). Barb. Recuperado 5 de junio de 2023, de  
<https://www.barb.co.uk/tv-since-1981/1997/top10/>
- Van Dijk, T. A. (2003). Racismo y discurso de las élites. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=74886>

