

Simona Nati*

Royal Tourism: *il caso della dinastia Tudor*

This chapter aims at highlighting the importance of the Tudor dynasty in a specific field of tourism known as royal tourism. The Tudor dynasty has become an icon of the British culture and their history has been revisited in many ways and through many different media (see the television series *The Tudors*). The traces of the Tudor dynasty are evident in London, and these sites are visited by millions of people every year; the final goal of this chapter is to show how London's ordinary routes are reconfigured through a new wave of royal tourism devoted to the Tudors.

Keywords: Tudor dynasty, royal tourism, Elizabeth I, ordinary routes

Il contributo mira a evidenziare l'importanza della dinastia Tudor in uno specifico campo turistico noto come Turismo Regale. La dinastia Tudor ha assunto un valore iconico per la cultura britannica e la sua storia è stata studiata e riproposta in molti modi, attraverso diversi media (v. ad es. la serie televisiva *I Tudor*). Le tracce della dinastia sono presenti nella città di Londra e i luoghi che le conservano vengono visitati da milioni di persone ogni anno; scopo del capitolo è mostrare come il Turismo Regale Tudor stia riconfigurando i percorsi turistici tradizionali della città di Londra.

Parole chiave: dinastia Tudor, turismo regale, Elisabetta I, percorsi turistici tradizionali

I Tudor hanno certamente lasciato una traccia indelebile nella storia dell'Inghilterra. Il ricordo di questi regnanti – alcuni amati alla follia, altri disprezzati con la stessa intensità – è vivo nella mente dei sudditi e lo è anche nelle strade di Londra, che conservano gelosamente le tracce di questa dinastia, durata poco più di un secolo (1485-1603) ma immortale nella memoria degli inglesi.

Quando la motivazione che spinge un turista a visitare una città straniera è riconducibile all'interesse che costui prova per una dinastia che vi ha regnato o vi regna si può parlare di *Royal Tourism*. Il suddito, e non solo, ha sempre mostrato curiosità per le famiglie reali. In Inghilterra, dall'epoca medievale in poi, ad esempio, si svolgevano i *pageant*, carri trainati dai buoi che trasportavano sopra di essi le scene dei *miracle plays*

* Dottoranda in Letterature e Culture Comparete presso l'Università degli Studi Roma Tre, Dipartimento di Lingue Letterature e Culture Straniere.

(ROCCA LONGO, 1992: 3). In occasione dell'incoronazione di Elisabetta I, per esempio, furono organizzati una serie di *pageant* in onore della nuova regina che giravano per la città di Londra mettendone in scena la genealogia. In età rinascimentale, si svolgevano anche cortei (*progress*) in occasione dei trasferimenti della Corte da un luogo all'altro del Paese; in quei casi era la Corte stessa che si metteva in mostra e creava una sfarzosa rappresentazione di se stessa, attirando il popolo che assisteva a questi eventi come ad un grande spettacolo teatrale. Da questi prende le mosse il *Masque* jonsoniano (ROCCA LONGO, 1992: 5) che sarà la forma teatrale più in voga nell'alta società inglese. Quelli dei *pageant* erano momenti visuti in maniera molto intesa; perfino i diplomatici stranieri intervenivano in massa e si spostavano di città in città per godere dello spettacolo, e il popolo si divertiva nel vedere scorrere davanti agli occhi la vita dei reali. La spettacolarità allora era garantita dalla sontuosità degli abiti, dei quali la classe dominante faceva sfoggio con grande sfarzo. Oggi i *pageant* non esistono più in quei termini, ma nelle strade di Londra e delle maggiori città continuano a svolgersi rappresentazioni stereotipate e facilmente riconoscibili delle famiglie reali, che contribuiscono a stimolare l'interesse dei sudditi. Basti pensare all'attuale regina di Inghilterra Elisabetta II, che in un certo senso stimola la curiosità dei sudditi e dei turisti, con i suoi cappellini, sempre rigorosamente in tinta con gli abiti color pastello, che è solita indossare in ogni circostanza ufficiale.

L'interesse per i regnanti si è sviluppato oggi, in un'era di turismo di massa, in quello che è stato denominato *Royal Tourism*.

Il *Royal Tourism* (LONG, 2007: 3) nasce dunque nei Paesi dove la tradizione monarchica è molto forte; si sviluppa soprattutto quando i regnanti si trasformano, attraverso una serie di processi culturali complessi, in una sorta di icone pop in grado di attirare folle di turisti. Inoltre, le monarchie possono essere considerate come «una sorta di razza in via di estinzione» (LONG, 2007: 1), e per questo rimangono sempre oggetto di interesse da parte del popolo, che sa che un giorno potrebbe non avere più la possibilità di osservarle da vicino. Intorno alle figure dei regnanti più amati si creano dunque percorsi turistici che si allontanano dalle rotte più tradizionali. Il turista è curioso, vuole vedere da vicino non solo l'aspetto storico dei regnanti, ma anche, e forse soprattutto, la loro vita privata. Recandosi nei luoghi che hanno fatto da palcoscenico alla loro storia, egli vuole vivere le stesse emozioni che hanno vissuto i re e le regine che ancora oggi vivono nella nostra memoria. La gente è attirata dai rituali, dalle cerimonie che li vedono protagonisti: vivere la loro vita equivale a vivere una favola. Il *Royal Tourism* è alimentato anche dalla bellezza dei luoghi che

fanno da cornice alle dinastie reali: castelli, palazzi maestosi, tenute fuori città stimolano la fantasia di un turista medio e lo proiettano in uno stile di vita assai diverso da quello a cui è abituato. C'è anche una componente che non sarebbe errato definire persino morbosa in questa caccia ai segreti dei regnanti: scoprire che anche persone così ricche e potenti abbiano, ad esempio, sofferto per amore o per un tradimento di una persona cara li rende automaticamente più vicini al popolo. Il lato umano, spesso tralasciato dai libri di storia e dai documentari, trova ampio spazio in questo nuovo tipo di turismo culturale: è quello che è nascosto che interessa, il retroscena che non è mai stato raccontato, non l'evento storico in sé.

All'interno di questa nuova visione turistica, accadono poi degli eventi chiave nella storia di un Paese che fidelizzano ancora di più i cittadini e i turisti verso una specifica dinastia. Dal 2000 fino ai giorni nostri, in Inghilterra si sono verificati almeno due eventi di caratura mondiale, che hanno visto affollarsi milioni di turisti a Londra. Il primo è avvenuto nel 2002, quando la Regina Elisabetta II ha festeggiato il suo *Golden Jubilee*: cinquanta anni di trono tra pettegolezzi e intrighi politici. Esattamente dieci anni prima, nel 1992, una serie di eventi negativi avevano segnato il suo regno: la rottura sempre più palese tra il primogenito Carlo e Lady D., la scoperta dei numerosi tradimenti da parte del consorte, il Principe Filippo di Edimburgo, e infine l'incendio di un'ala del Castello di Windsor. *L'annus horribilis* (CAPRARICA, 2007: 145) di Elisabetta II sembrava aver segnato il punto più basso della sua popolarità – anche se la morte di Lady D. nel 1997 avrebbe rappresentato un momento ancora più critico – eppure dieci anni dopo la Regina era lì, osservata dal mondo intero mentre festeggiava il suo *jubilee*.

Il secondo momento, avvenuto nel 2011, è stato il matrimonio tra William, erede al trono, e Kate, una *commoner*, per quanto miliardaria. Nel ricordo della madre Lady Diana, che si sposò nel 1981, William ha riscattato l'immagine della dinastia Windsor (ANDERSEN, 2011: 3), mai così vicina al popolo come il Principe in questa circostanza. William, profondamente segnato dall'influenza negativa che i fotografi hanno avuto nella vita di Lady D., è riuscito a tenere i paparazzi lontani dalla propria vita privata per più di dieci anni, concordando con la stampa i momenti da ritrarre, e ha trasformato il suo matrimonio in un evento di interesse mondiale. Non poteva che essere così: nel 1997 due milioni e mezzo di persone hanno seguito il funerale di Lady D., e l'immagine del quindicenne William che, con enorme compostezza, accompagna la bara della madre per le vie di Londra è rimasta nel cuore dei sudditi e non solo. Questo tragico evento ha alimentato flussi di 'turismo funereo' per rendere onore alla 'principessa triste'. Ancora oggi,

sui cancelli di Buckingham Palace, non è raro trovare mazzi di fiori lasciati in onore di Lady D.

Il principe William, così come il resto della dinastia Windsor, gioca un ruolo attivo nella creazione dell'immagine da consegnare a sudditi e turisti (LONG, 2007: 5). È in questi casi che si parla di *celebrity making* (LONG, 2007: 8). La dinastia Windsor consegna alla stampa messaggi chiari e precisi, da diffondere secondo tempi rigidamente stabiliti – i Windsor hanno anche una pagina *Facebook* ufficiale, *The British Monarchy*, che attualmente conta 1.350.729 *followers* (dati: Ottobre 2014) – e in questo modo la loro immagine è pronta ad essere venduta. Elevatissimo è, infatti, l'introito ricavato dalla vendita di gadget, souvenir e memorabilia legati ai Windsor.

Il *Royal Tourism* si inserisce in questa visione della monarchia che, stimolando la curiosità del lettore, lo spinge a visitare i luoghi più significativi della dinastia di interesse.

Questo è quello che accade oggi, quando un regnante, mediante attente e studiate strategie, può decidere come far arrivare la propria immagine al mondo, sfruttando gli innumerevoli mezzi di comunicazione a disposizione.

Ma qual è stato il processo che ha trasformato i Tudor – vissuti in epoca lontana anni luce dai social media – da regnanti a star?

Henry VIII fu il primo sovrano a capire l'importanza della relazione tra *display* e *power* (CORTI, 1994: 195). Il potere, oltre ad essere esercitato, doveva anche essere mostrato al popolo in forme che esso potesse riconoscere. Il monarca doveva rappresentare la personificazione della nazione, e, affinché il popolo identificasse pienamente il suo corpo con quella della nazione, la ritrattistica (STRONG, 1990: 1) fu ampiamente utilizzata. Attraverso i ritratti, i Tudor, e in particolar modo Elisabetta I, hanno sottratto al Papato la prerogativa di stabilire la volontà divina nella scelta del sovrano; furono loro stessi ad arrogarsi il diritto di regnare, e mostravano, attraverso i ritratti, questa attitudine. In un periodo storico dove non c'erano né internet né la televisione, la ritrattistica rappresentava un mezzo fruibile da tutti, anche dalla parte meno istruita della popolazione. I ritratti della dinastia Tudor sono ancora apprezzati e, nella *National Portrait Gallery* di Londra è a loro dedicato uno spazio – *the Tudor Rooms* – visitato da milioni di turisti ogni anno.

Proprio la *National Portrait Gallery* rappresenta un luogo fondamentale per il *Royal Tourism*. Fuori dalla tipica rotta *royal* di Londra, rappresentata dalla torre di Londra, il Castello di Windsor e Hampton Court (LONG, 2009: 32), questo museo rappresenta un luogo chiave per tutti i *royal tourists*. I ritratti, ad eccezione di quelli politici, mostrano anche l'aspetto privato dei regnanti, e comunicano dettagli importanti. Nel ritratto che raffigura

Elisabetta I nel giorno della sua incoronazione – l'originale, andato perduto, risale al 1559, la copia presente nel museo è con molta probabilità della prima decade del Seicento – la regina si mostra con i capelli sciolti, simbolo di verginità. All'epoca del ritratto, la regina aveva già ventisei anni, età in cui una donna dell'epoca solitamente era già sposata. Ancora una volta Elisabetta I rimarca il proprio legame con il popolo, dichiarandosi come «mother and wife of all the English people» (ERICKSON, 2000: 214). I turisti moderni si recano al museo proprio alla ricerca di questi aspetti nascosti, e cercano di entrare nella psicologia dei sovrani, altrimenti celata nei classici luoghi monarchici.

Ma la *National Portrait Gallery* non è l'unico luogo in cui il turista può trovarsi in qualche modo faccia a faccia con i Tudor. Il *Madame Tussauds*, il noto museo delle cere, presente a Londra come in altre grandi città del mondo, dedica alla dinastia un ampio spazio. A differenza delle altre *celebrities* presenti, i Tudor appaiono comunque dietro a una cornice, proprio ad evidenziare l'importanza della ritrattistica. Qui il turista può dare libero sfogo alla passione per i regnanti: può fotografarsi accanto a loro, può toccarli, può sentirsi davvero vicino a loro. Nonostante il museo delle cere sia uno dei più cari a Londra – il biglietto costa circa 35 sterline – più di tre milioni (dati: 2013) di *royal tourists*, e non solo, vi fanno visita ogni anno.

Sull'onda di questo ritrovato interesse per la monarchia, anche la televisione e il cinema hanno contribuito molto alla trasformazione della dinastia Tudor. In questo modo, anche a distanza di secoli, si è messo in moto il processo del *celebrity making*.

La serie televisiva inglese *The Tudors*, ideata e interamente scritta da Michael Hirst e in onda per la prima volta nel 2007 su *Showtime*, racconta in chiave romanzata e con alcune imprecisioni storiche, le vicende e gli intrighi della dinastia.

La storia della nascita e del conseguente inserimento sociale nel difficile ambiente di corte di Elisabetta I è ampiamente trattata; tramite questa rappresentazione pregnante di drammaticità il pubblico ha potuto conoscere aspetti privati della vita della regina che spesso non entrano nei libri di storia, e ciò ha reso possibile la creazione di un legame più profondo tra la sua figura e il pubblico.

La serie ha avuto un enorme successo di pubblico e per far sì che questo accadesse sono stati utilizzati diversi espedienti; ad esempio il tasso di erotismo e violenza è piuttosto alto, ma allo stesso tempo sono presenti numerosi intrighi politici: in questo modo, persone con diversa preparazione culturale hanno tutte potuto apprezzare la serie. Questa segue esattamente i precetti del *Royal tourism*: è quello che non è stato raccontato che

interessa, non l'evidenza storica. Il sottotitolo della serie recita: «You think you know a story, but you only know how it ends. To get to the heart of the story, you have to go back to the beginning» ed esso rappresenta pienamente lo spirito di questo turismo sempre più in voga.

La serie televisiva non è l'unico caso di *intermedialità* (PENNACCHIA, 2007: 1) riguardante i Tudor.

Il cinema ha molte volte ridato vita alla *virgin queen* in straordinarie pellicole.

Esiste da sempre un genere cinematografico chiamato *biopic* (MINIER, PENNACCHIA, 2014). Le biografie sono sempre state considerate come un soggetto interessante per il cinema, ma il genere della *biopic* si differenzia dalla semplice trasposizione da libro a film della biografia di un personaggio famoso. Il termine deriva da una definizione data da George Custen, che chiamò questo genere «biographical motion picture», abbreviata come *biopic* (ivi: 14). Viene dunque messo in atto un riadattamento della biografia, affinché la trasposizione possa risultare interessante agli occhi del pubblico. Questo è quello che è accaduto ad Elisabetta I, divenuta una star sul grande schermo. Le attrici che hanno interpretato la regina nei film a lei dedicati ne hanno regalato un'immagine magnifica. «It is often stars playing stars» (ivi: 23), ed è esattamente quello che accade: grandissime attrici che prestano il loro volto a una grandissima regina, aggiungendo la loro fama alla fama della regina stessa.

Nel 2007 Shehar Kapur realizzò il film *Elizabeth: The Golden Age*, considerato il seguito di *Elizabeth*, pellicola che uscì nel 1998 ad opera dello stesso regista. *Elizabeth* – scritto, tra gli altri, da Micheal Hirst - fu definito «a product of the Tony Blair's cool Britannia» (HIGSON, 2003: 15) e rappresenta la regina nel fiore degli anni, il secondo, realizzato alla fine dell'era Blair, mostra un'analisi della situazione politica e una caratterizzazione più profonda del personaggio. Grande importanza viene ricoperta dai luoghi visibili all'interno del film – in particolar modo quelli presenti nelle scene ambientate a Londra – che contribuiscono allo sviluppo del *Royal Tourism*: il turista-spettatore vuole vedere dal vivo i luoghi che hanno fatto da sfondo alla *warrior queen*.

La trama di *Elizabeth: The Golden Age* riprende, infatti, gli eventi storici, noti alla maggior parte del pubblico, arricchendoli con un forte simbolismo e un'attenta analisi dei due personaggi principali, ossia Elisabetta e Filippo II di Spagna, impegnati nella battaglia navale dell'*Invincible Armada*. Anche all'interno della pellicola Elisabetta appare fedele al voto di castità e di devozione nei confronti della nazione, declinando le proposte di matrimonio dei suoi pretendenti: il volere di regina prevarica quello di donna e la

nazione viene messa ancora una volta al primo posto. Completa è, infatti, l'identificazione tra il corpo della regina e della nazione, ed appare chiara la distinzione tra *body royal* e *body natural* (ROCCA LONGO, 2002: 5). È, infatti, il corpo politico, immutabile e inalterabile ad essere mitizzato, non il corpo fisico del personaggio, soggetto agli insulti del tempo. Nel caso di Elizabeth però, *the body natural* viene continuamente celato: anche nei ritratti che la raffigurano in tarda età, la regina appare sempre perfetta, coperta da una maschera di trucco usata per nascondere la sua vera immagine, mai esposta ai sudditi nella sua realtà fisica. Anche nella rappresentazione filmica vince ancora una volta lei, aiutata dallo stesso Dio che ha deciso di onorare per salvare il suo popolo: una provvidenziale tempesta rende impossibile l'invasione da parte della flotta spagnola. Elizabeth è ancora la regina d'Inghilterra, ma è allo stesso tempo una donna che non ha nulla ad esclusione del suo regno. La scena finale rappresenta pienamente questa condizione: la regina prende, infatti, in braccio il figlio dell'uomo che ama in un misto di commozione e rimpianto: l'Inghilterra è salva ma lei ha perso definitivamente l'opportunità di avere l'uomo che ha sempre desiderato.

La complessità di questo personaggio e la connotazione sentimentale che questo film regala non hanno fatto altro che incrementare la curiosità che cittadini e, oggi, turisti nutrono nei suoi confronti.

La regina compare anche in pochissime scene del film *Shakespeare in Love*, uscito nelle sale nel 1998 ad opera del regista John Madden. Ambientato nella Londra del 1593, il giovane Shakespeare è alle prese con la stesura delle sue prime opere. L'opera non pretende di raccontare la storia di Shakespeare in maniera realistica (FRANSEN, 2014: 103), ma presenta in maniera fedele la condizione del teatro inglese: le donne non potevano recitare e per questo all'interno del film Viola, innamorata del giovane poeta, si finge un uomo per poter recitare i versi di *Romeo e Giulietta*. Nella pellicola appare più volte la figura di Elizabeth: la regina si reca a teatro per assistere alla rappresentazione. Si tratta in questo caso di un'imprecisione storica, la regina aveva a disposizione un teatro di corte, ma la sua presenza nel teatro dove Shakespeare metteva in scena le sue opere ha una valenza fortemente simbolica: la regina era molto vicina alla vita dei suoi sudditi, e vederla apparire in luogo destinato al popolo contribuisce a rafforzare l'idea di sovrana del popolo.

Queste trasposizioni filmiche continuano ad attirare sempre più turisti a Londra alla caccia delle tracce lasciate dalla dinastia Tudor. Il *Royal Tourism* prende spunto anche da questo: il turista parte alla scoperta della regina-star, e la insegue, in maniera metaforica, come farebbe con una celebrità del piccolo o grande schermo.



Fig. 1 – Parete all'interno della fermata *Charing Cross* raffigurante Henry VIII ed Elizabeth I.

La foto riprodotta nella [figura 1](#), da me scattata in tempi recentissimi nella fermata della metro *Charing Cross* di Londra, è prova del revival del mito della dinastia Tudor: la loro storia non è più rinchiusa solo nei musei ma vive nella città e diviene protagonista anche per il suddito moderno. La metropolitana rappresenta poi un luogo centrale per la vita della città: è il mezzo che il cittadino di Londra usa quotidianamente sia per il lavoro che per il tempo libero; questo significa che una parete del genere può essere vista da migliaia di persone ogni giorno.

Sono passati secoli dalla fine della dinastia Tudor, eppure la relazione di questi re e regine con i sudditi e gli espedienti di oggi che li fanno rivivere ha fatto sì che la loro presenza sia ancora tangibile nelle strade di Londra e dell'intera Inghilterra.

Questa è l'idea racchiusa nel *Royal Tourism*: viaggiare per scoprire, viaggiare per conoscere, ma soprattutto viaggiare per sentire più vicina una realtà storica, come quella della monarchia, solo apparentemente lontana.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ANDERSEN C., *William e Kate. Una storia d'amore regale*. Sperling & Kupfer, Milano 2011.
- CAPRARICA A., *Dio ci salvi dagli inglesi...o no? Vecchi riti e nuovi miti degli europei d'oltremarina*, Sperling & Kupfer, Milano 2007.
- CORTI C., *Il Rinascimento*, Il Mulino, Bologna 1994.
- CUSTEN G., *Bio\Pics. How Hollywood constructed Public History*, Rutgers University Press, New Brunswick 1992.
- ERICKSON, C., *Elizabeth I*, Oscar Mondadori, Milano 2000.
- FORD A.E., MITCHELL D.C., *Royal Portraits in Hollywood. Filming the lives of Queens*, The University Press of Kentucky, Kentucky 2009.
- FRANSSSEN P., *Shakespeare's life on Film and Television*. Shakespeare in Love and A Waste of Shame, in «Adaptation, Intermediality and the British Celebrity Biopics», a cura di M. MINIER, M. PENNACCHIA, Ashgate, Farnham and Burlington, 2014, pp. 101-113.
- HAMILTON N., *Biography. A Brief History*, Harvard University Press, London 2007.
- HIGSON A., *English Heritage, English Cinema. Costume Drama since 1980*, Oxford University Press, Oxford 2003.
- LONG P., PALMER N.J., *Royal Tourism. Excursion around Monarchy*, Channel View Publication, Toronto 2007.
- PENNACCHIA M., MINIER M. (a cura di), *Adaptation, Intermediality and the British Celebrity Biopics*, Ashgate, Farnham and Burlington, 2014.
- NADEL I.B., *Biography. Fiction, Fact and Form*, Macmillan, London 1984.
- PENNACCHIA M., *Literary Intermediality: The Transit of Literature Through the Media Circuit*, Peter Lang, Bern 2007.
- ROCCA LONGO M., *In difesa di Lady Macbeth*, in «Le forme del teatro», a cura di V. PAPETTI, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma 2002.
- ROCCA LONGO M., *Satiristi, adulatori e malcontenti professionali. Buoni e cattivi consiglieri nel teatro del '600*, Casanova Editore, Parma 1992.
- STRONG R., *The Tudor and Stuart Monarchy: Pageantry, Painting, Iconography Vol. 1 Tudor*, The Boydell Press, Woodbridge 1990.

FILMOGRAFIA

- Elizabeth*, regia di S. KAPUR, UK/ USA 1998.
- Elizabeth: The Golden Age*, regia di S. KAPUR, UK/ France/ Germany/ USA 2007.

The Tudors, regia di M. HIRST, Ireland/ Canada/ USA 2007.
Shakespeare in Love, regia di J. MADDEN, USA 1998.