

Letteratura
**Trellini: così
il caso Dreyfus
ha anticipato
i social media**

a pag. 26

Dreyfus, il caso che anticipò i social media

Lo scrittore Piero Trellini racconta come "l'Affaire" del 1898 avesse già tutti gli elementi della società attuale: gli influencer (nei salotti), le fake news, la rete (ferroviaria) e il grande boom della tecnologia

FURONO I GIORNALI A FAR CONOSCERE OVUNQUE LE VICENDE DI UN CAPITANO DELL'ESERCITO ACCUSATO INGIUSTAMENTE



PIERO TRELLINI
L'Affaire
Tutti gli uomini del caso Dreyfus
BOMPIANI
1376 pagine
30 euro
19,99 euro e-book

Pubblichiamo, in esclusiva, un testo dello scrittore Piero Trellini sul caso Dreyfus. E proprio dello stesso argomento tratta il suo nuovo libro, appena uscito per Bompiani, "L'Affaire. Tutti gli uomini del caso Dreyfus".

C'era già tutto. La rete, i social, le distorsioni. Anzi, il nostro presente vide la luce proprio allora grazie a un'incredibile concatenazione di fattori innovativi. Ai tempi dell'affaire, nel giro di un pugno di anni, nacquero la lampadina, la radio, il telefono, il cinema e la macchina da scrivere. Tutto quello che oggi è contenuto nei

nostri smartphone. Certo, applicazioni e compattezza rendono ora le nostre azioni più immediate, ma le strategie nascoste dietro i messaggi che scorrono su quegli schermi rimangono le stesse. Perché i nostri più intimi parametri, sembra incredibile, non sono cambiati. Prendete un giorno qualunque. Un'oziosa domenica invernale, ad esempio. È un 23 gennaio del 1898. Sono trascorsi dieci giorni dal "J'accuse..." di Zola. L'affaire è al suo culmine. Esce in edicola il numero 53 del settimanale *Le Cri de Paris*. In copertina una litografia di Félix Vallotton mostra sette giornali, aperti sul caso, nella terrazza di un caffè. A tenerli tra le mani altrettanti uomini in tuba. Di fronte a loro una folla indistinta intenta solo a camminare. A ostacolarla due strilloni. Il titolo, emblematico, è "L'âge du papier" (L'era della stampa).

IN TEMPO REALE

C'è tutto il mondo di quel momento. Gli editori, i giornalisti, i lettori, la folla. Impossibile trovare un'opera che possa riuscire a coglierlo meglio di questa. Ora, sostituite il policarbonato alla carta. Ruotate di quarantacinque gradi la postura di quegli uomini in tuba. Immaginateli con un cappello di lana in testa e uno smartphone tra le mani. Eccoli, eccoci. Siamo noi. Ora, oggi. Furono proprio quei

giornali a far girare un intero mondo intorno al caso di un capitano inappuntabile dell'esercito francese - Alfred Dreyfus, ebreo, alsaziano di anni trentacinque - accusato ingiustamente di spionaggio e condannato alla deportazione perpetua alla fine del 1894. La "rete", allora, esisteva già. Era quella delle ferrovie. Il loro sviluppo aveva diffuso le informazioni in tutte le province della Francia. Ma era stato con il telegrafo elettrico che la velocità aveva superato se stessa accarezzando il "tempo reale". Prendete gli undici stenografi di *Le Figaro* stipati in una stanza d'ascolto adiacente all'aula del processo di Rennes del 1899. La loro stupefacente organizzazione poteva permettere a chiunque di sapere, nel giro di qualche ora, quanto stesse accadendo in quel processo. Ci avrebbero pensato poi i lettori a rendere le notizie "virali". Fulcro della "socializzazione" erano i salotti. C'era, ad esempio, quello dreyfusardo di Madame Straus, nel quale erano di



casa Marcel Proust e Joseph Reinach o quello antidreyfusardo della contessa "Gyp", dove si ritrovavano Edgar Degas e Paul Valéry.

Da quei divani, poi, le notizie si propagavano per la città a velocità impensate (le "mail" si scrivevano continuamente, solo su carta da lettera, e la posta urbana, tramite la rete pneumatica sotterranea, funzionava in maniera eccellente) grazie soprattutto all'opera incessante degli "influencer". Se Zola lo fu per gli Impressionisti incompresi e per gli intellettuali impegnati, a persuadere il fronte opposto fu un giornalista di nome Édouard Drumont. Di quel naturale sviluppo della grande distribuzione che stava ridisegnando la geografia del commercio al dettaglio Drumont individuò un unico responsabile: gli ebrei. Erano loro gli autentici "nemici" di chi si guadagnava da vivere onestamente con il proprio

lavoro. Ogni giorno nelle pagine del quotidiano che dirigeva - La Libre Parole, sottotitolo "La Francia ai francesi" - Drumont ridusse ragionamenti a slogan (discriminatori) e fu attraverso questi che brevettò il suo principale leitmotiv: l'"invasione" (riutilizzato poi ampiamente nel nostro presente).

GLI SCANDALI

L'insignificante percentuale rappresentata dalla minoranza ebraica residente allora in Francia era ben lontana dal giustificare la tesi ma per portarla avanti Drumont sostituì, ai dati dei censimenti, numeri caotici e infondati capaci però di introdurre un sospetto verso le fonti ufficiali. Per rafforzarlo usò tecniche che avrebbero fatto scuola, individuando solo scandali dove era presente almeno un ebreo, considerando questo come rappre-

sentativo di tutti i colpevoli e trattandolo come personificazione di tutto il suo contesto. Così Drumont riuscì, da un lato, ad attribuire la responsabilità della rovina del paese agli ebrei, dall'altro, a inventare un pubblico, quello degli scontenti, costruendone l'identità.

Grazie a giornali come La Libre Parole, infatti, la piccola borghesia scolarizzata poté introdursi per la prima volta nell'arena del dibattito e la sua voce divenne quella dell'opinione pubblica. Così iniziò il caso Dreyfus. Fu Drumont a farlo scoppiare. Quel capitano era il nemico che lui stesso aveva inventato. Sembrava vero solo perché era stato scritto. Sulla carta, allora, come su Facebook, oggi. Dove e quando alla fine non ha importanza. È la stessa storia. Sì, c'era già tutto. E non ci ha insegnato niente.

Piero Trellini

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sopra, Félix Vallotton, "L'âge du papier" per "Le Cri de Paris"

(Musée cantonal des Beaux-Arts de Lausanne)

