

Cacciatore di orsi, un mestiere da cartolina

di AURELIANO MOSTINI

Come i francobolli, anche le cartoline illustrate non sono soltanto cose da collezione: le RPPC sono un documento del progresso tecnico e della storia sociale statunitense del primo Novecento

La storia sociale, culturale, economica degli Stati Uniti d'America, relativa ai primi anni del XX secolo, può essere ripercorsa, scritta, letta e vissuta attraverso lo studio e l'osservazione di una fonte documentaria non convenzionale quale la cartolina postale privata, la Real Photo Postcard.

La RPPC è un oggetto estremamente importante per capire la storia antropologica e sociale americana, in quanto è stata un oggetto materialmente e direttamente prodotto dalla quasi totalità della comunità e non solo da una parte di essa: un prodotto locale che si differenzia a seconda delle zone degli Stati Uniti. A partire dal 1905, infatti, negli USA ha inizio un fenomeno che è quello della stampa di cartoline partendo da negativi fotografici. Grazie all'introduzione sul mercato di macchine fotografiche economiche come la *Brownie* della Kodak, questo processo poteva essere portato



Macchina fotografica Kodak N. 3 Folding Brownie in produzione all'inizio del 1900

avanti anche a livello privato oltre che attraverso l'aiuto di fotografi professionisti: sono le cosiddette *Real Photo Postcards* (comunemente abbreviate in RPPC). Anche se fu necessario che seguissero alcune regole imposte dal governo degli Stati Uniti su misure e disposizione degli spazi, questo non fermò il processo che portò in circa 30 anni alla stampa di milioni di cartoline la cui origine può essere fatta risalire a fotografie scattate in loco, la cui copia aveva un mercato locale, vendute dai fotografi nei loro negozi, negli hotel e nei luoghi turistici.

Le *Postcards* non sono da confondere con le *Postal Cards* che erano le cartoline ufficiali emesse dal servizio postale con l'affrancatura già stampata, in commercio già a partire dal 12 maggio 1873. Il successo avuto dalle *postal cards* fu tale che nel 1893, alla World's Columbian Exposition di Chicago, furono stampate e vendute diverse cartoline ricordo: queste sono considerate le prime cartoline illustrate. A partire dal 1901 vengono create quelle che successivamente furono battezzate con il nome di *undivided back* in quanto presentavano una parte completamente riservata



Postal card emessa dal servizio postale con l'affrancatura già stampata su di essa, in commercio a partire dal 12 maggio 1873

all'indirizzo del destinatario: eventuali messaggi del mittente andavano scritti in uno spazio bianco appositamente lasciato a fianco dell'immagine presente sull'altra facciata della cartolina. La novità delle *undivided back*, rispetto alla produzione precedente, è che i privati stampatori potevano utilizzare il termine *postcard* inserendolo sul retro della cartolina: la nascita delle RPPC risale proprio a questo periodo.



Postal card ricordo stampate per la World's Columbian Exposition di Chicago del 1893, considerate le prime cartoline illustrate



Post card divided back: la parte destra è riservata all'indirizzo e all'affrancatura, mentre la sinistra al messaggio

Nel 1907, gli stampatori statunitensi, a seguito dell'autorizzazione del governo e copiando quanto già fatto in Francia, Germania e Inghilterra, cominciarono a dividere il verso delle cartoline in due parti, lasciando uno spazio per l'indirizzo e uno per eventuali messaggi del mittente, inaugurando la *divided back era*.

Questo fenomeno di massa che parte dal 1901, in cui ogni cittadino poteva ritrarre un soggetto di suo gusto, ci informa su cosa era importante nella società americana del primo '900. Fondamentale è il particolare momento storico in cui questo fenomeno prende vita: le macchine a vapore e la tecnologia stavano cambiando la società americana che all'inizio delle RPPC è ancora rurale ma si trova, pochi anni dopo, completamente industrializzata.

Le *Real photo postcards* ci raccontano il rapporto della popolazione con gli animali, domestici e selvatici, e attraverso di esse si festeggiano eventi, si immortalano famiglie, si pubblicizzano attività economiche, si celebrano record personali (nella caccia soprattutto). Gli animali compaiono spesso, a vario titolo, come compagni di vita o di lavoro, come prede e trofei, come curiosità esotiche o come mascotte di una squadra. La società si autocelebra, si riflette, si specchia nelle rappresentazioni delle RPPC. Le *postcards* vengono usate anche per scopi economici: un uomo senza gambe (perse in un incidente) è fotografato con la sua carrozzina trainata da cani. Da queste foto vengono stampati otto tipi differenti di cartoline, che in seguito saranno vendute al fine di sovvenzionare il suo viaggio attraverso gli USA. Grazie alle RPPC gli americani non solo celebrano il proprio lavoro, ma pubblicizzano anche le loro piccole o grandi attività: non è raro trovare immortalate imprese commerciali al fine di farle conoscere al pubblico.

Le RPPC avevano anche altri vantaggi: costavano poco, il loro formato era perfetto, molto pratico da collezionare, e si potevano anche spedire. Si diffusero a tutti i livelli sociali, inviate, collezionate e, in alcuni casi, inserite negli album di famiglia.

È interessante osservare come questo oggetto ci possa dare informazioni su tre livelli; il primo è quello fornito dall'immagine stessa riprodotta sulla cartolina, che nelle RPPC non risulta mai banale e tutt'altro che convenzionale; il secondo è quello che è possibile ottenere dalla lettura dei messaggi scritti dai mittenti, che ci tramandano informazioni genuine e di diversa natura, ma tutte riconducibili alla vera essenza della società americana del primo '900; infine è possibile ricavare informazioni aggiuntive relative alla circolazione, dai timbri postali che possono darci informazioni importanti sul raggio di diffusione che questi oggetti avevano.

Charles Merritt Robbins, una personalità locale

Le RPPC ci raccontano di mestieri sia nuovi che antichi, che stanno nascendo o che stanno scomparendo; Charles Merritt Robbins di Hancock è un cacciatore di orsi del Vermont il cui mestiere ormai è diventato quasi anacronistico. La serie di cartoline che lo ritraggono è scattata in quanto a inizio Novecento la sua attività destava curiosità, anche se non ci si può limitare solo a questo aspetto. In esse troviamo il tema molto diffuso del trofeo di caccia e si celebra anche l'uso delle armi, come è facile trovare in molte altre occasioni.

Il *trapper* è stato immortalato in almeno cinque differenti *postcards*, di cui due emesse nello stesso giorno dalla *Stockell Bros Co.* e quindi facenti parte di una medesima serie. Il cacciatore Merritt Robbins era, al tempo della stampa delle cartoline che lo ritraggono, già noto a Hancock e nel Vermont grazie al suo record e al suo mestiere. In diverse testate giornalistiche a partire



Charles Merritt Robbins, cacciatore di orsi del Vermont nei primi anni del 1900

dall'ultimo decennio dell'Ottocento si parlava di lui e si teneva conto del numero di orsi che aveva ucciso: un interesse locale già molto vivo nei suoi confronti prima del 1907, anno in cui compare sulle *postcards*.

Nel 1893 sull'*Orleans County Monitor* dell'11 dicembre si informava che "Merritt Robbins of Hancock" aveva catturato e ucciso, nell'autunno precedente, il suo ottantesimo orso. Si accennava anche a una ricompensa di 15 dollari.

Nel 1898 sull'*Herald and news* del 20 ottobre il conto saliva a 85 orsi uccisi, che avrebbero potuto essere di più se non fossero state abolite le taglie per il loro abbattimento.

Il 6 dicembre 1901 sul *Windham County Reformer* un articolo affermava che Robbins aveva catturato il suo orso numero 92 il mese precedente: un orso di 400 *pounds*, 180 chili. In questo caso si descriveva anche la tagliola in acciaio dal peso di 15 *pounds* che sembra avesse immobilizzato l'orso con estrema facilità.

Il 24 maggio 1902 lo *Spirit of the Age* fissava il numero di orsi uccisi a 93.

Come si evince dal lungo articolo del 10 dicembre 1905 comparso sull'*Eagle* dal titolo "Veteran Bear Trapper", per Charles Merritt Robbins questo era un vero e proprio lavoro che svolgeva da più di 50 anni. Suo padre era un agricoltore e un maniscalco: Charles desiderava portare avanti l'azienda agricola di famiglia ma non l'attività di artigiano. Ecco quindi che aveva cercato di integrare il suo reddito di agricoltore, cacciando uccelli e piccoli animali, con successo, ma quando aveva provato a cacciare orsi e volpi i risultati erano stati pessimi. È stato grazie a un cacciatore del New Hampshire che imparò a cacciare gli orsi al fine di ottenere la taglia che la comunità metteva su di essi in quanto pericolosi e dannosi alle colture e all'allevamento. La tecnica da lui utilizzata era abbastanza semplice: consisteva nel mettere una trappola nell'acqua di un torrente (non solo per non renderla facilmente visibile, ma anche perché l'acqua avrebbe tolto ogni traccia di odore) coprendola poi con delle foglie. Lì vicino metteva un pezzo di formaggio e un piccolo ostacolo in legno affin-

ché l'orso fosse costretto a passare sulla trappola.

Quando l'orso si recava al ruscello per bere, sentiva l'odore del formaggio e il gioco era fatto. Il povero animale, colpito dalla trappola, a volte la lasciava per miglia prima di rassegnarsi e provare a staccarsi la zampa a morsi. Robbins, una volta raggiunto il plantigrado esausto, lo finiva con il suo fucile sparandogli un colpo nell'orecchio.

Il *Middle Bury Register* del 16 febbraio 1906 affermava che Robbins era arrivato a 97 catture.

Nel 1907 un articolo apparso su *The Vermonter* per celebrare l'uccisione del suo centunesimo orso ci racconta un po' di più di Robbins come uomo: era nato nel 1831, era repubblicano, ed era stato un buon cittadino ricoprendo diverse cariche pubbliche. All'età di quattro anni aveva perso un occhio, rimpiazzato con uno di vetro dal quale i suoi vicini di casa "pensavano potesse vedere". Sono riportati anche alcuni episodi di incontri ravvicinati con gli orsi, dai quali comunque riuscì sempre a uscire solo con un grande spavento.

Nel 1909 *The Barre Daily Times* del 26 novembre aggiungeva alla lista di orsi uccisi anche due linci.

Ormai Charles Robbins Merritt era una personalità locale tanto che il 23 luglio 1910 *The Barre Daily Times* scri-

veva che era stato ricoverato in serie condizioni, mentre l'*Herald and News* del 18 agosto 1910 ne annunciava la morte all'età di 79 anni lasciandoci il suo record di 108 orsi uccisi.

Il 25 agosto sulla medesima testata giornalistica locale è stato riservato uno spazio in cui si scriveva che il reverendo W. H. Watson due giorni prima aveva celebrato a Hancock il funerale di C. R. Merritt morto a Randolph il 16 agosto.

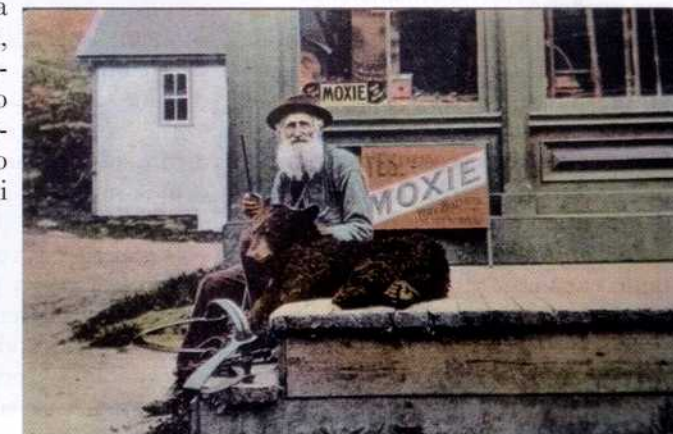
Ancora oggi è possibile visitare la tomba del celebre cacciatore del Vermont presso il cimitero di Hancock. La lapide lo ricorda così: "Charles is the son of Charles G. Robbins. He married Lucy C. Dunham on 2 oct 1853 at Hancock, Vt."

Le cinque cartoline di Charles Merritt Robbins di Hancock

Non è raro trovare all'interno della vasta produzione di RPPC serie relative a singoli personaggi o cartoline emesse per la medesima occasione ritraendo soggetti in pose differenti. Abbiamo casi, come quello in oggetto, in cui possiamo trovare una serie di cartoline emanate nella stessa circostanza, ma da soggetti differenti e il medesimo personaggio, oltretutto, è celebrato nell'arco di più anni



Postcard stampate dalla Stockwell Bros. Co. di Hancock in occasione della cattura del centunesimo orso



Sempre per la cattura del centunesimo orso viene emessa una terza cartolina, ma da un produttore differente. Questa, per la stampa a colori, è senza dubbio la cartolina più bella delle cinque della serie. Una didascalia rossa appare in basso direttamente stampata sull'immagine e ci informa che "C. M. Robbins of Hancock, Vt. Veteran Bear hunter of Vermont. This is the 101st bear caught"



Altra cartolina identica alla precedente però in bianco e nero e con didascalia non dattiloscritta

essere "colorizzata", come si sarebbe detto 80 anni dopo. La scena presenta gli stessi protagonisti ma, ancora una volta, disposti in modo differente. Ora è l'orso in primo piano, con la tagliola che l'ha catturato. Il suo carnefice, con il fucile, sta vicino a lui, ma in una posizione subordinata: è l'animale, seppur sconfitto, il protagonista della *postcard*. L'ambiente in cui vengono ritratti non è più la foresta ma una zona antropizzata, dove degli scalini e un portico in legno fanno da cornice alla scena. Alle spalle dei protagonisti c'è una vetrina marchiata da un cartello pubblicitario su fondo arancione e quindi estremamente visibile. A caratteri cubitali si legge "YES! WE SELL MOXIE VERY HEALTHFUL FEEDS THE NERVES". Si tratta di una bibita nota, un tonico creato nel 1876 dal Dr. Augustin Thompson. La sensazione è che sia una forma di finanziamento alla produzione della cartolina o meglio, una trovata pubblicitaria della Moxie che utilizza la notorietà del personaggio per pubblicizzare il suo prodotto.

Interessante è anche il verso in cui è riportata la didascalia relativa al luogo di stampa: "Made in Germany for G. W. Morris, Portland, ME". La stampa in Germania era una cosa comune prima della Grande Guerra per chi ricercava un prodotto di alta qualità, magari a colori, e soprattutto a basso costo: tanto che nel 1909 il governo aumentò i dazi sull'importazione al fine di proteggere la produzione nazionale, azzerando in breve tempo l'importazione di stampe dall'Europa. Notiamo anche che la sede della società che importa le stampe dalla Germania non è nel Vermont ma nel Maine. Credo che questo respiro internazionale sia proprio dovuto all'intervento della Moxie che pubblicizzava il suo prodotto attraverso un personaggio noto e una stampa di alta qualità.

Estremamente particolare è che la stessa identica cartolina la si trova anche in un'altra versione più povera: nell'originale bianco e nero, con la didascalia non dattiloscritta e stampata non in Germania. La bassa qualità ci porta a pensare che sia stata stampata a livello locale, per una vendita al dettaglio, senza l'intervento della Moxie.

Le ultime due cartoline prese in considerazione presentano alcune caratteristiche comuni che le differenziano dalle precedenti. Entrambe sono scattate sicuramente nel medesimo

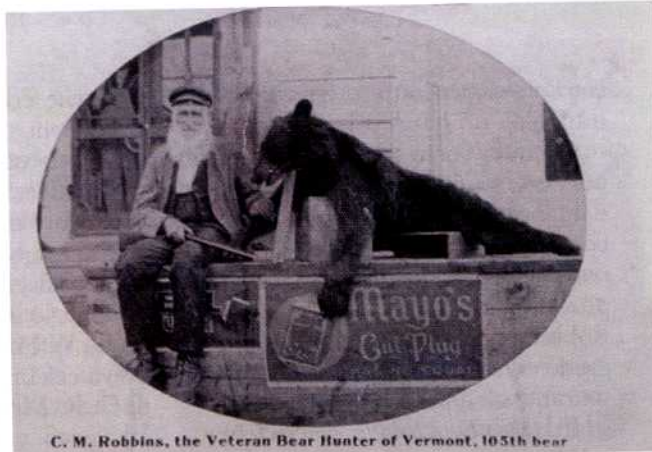
luogo, sulla veranda in legno di un negozio cittadino, e sono come inserite in una cornice, una di forma ovale, l'altra a forma di scudetto.

Già a partire dal 1898 Le *postcards* potevano essere inviate in tutti gli Stati Uniti, in Canada, a Cuba e in Messico (come si evince anche dalla parte riservata al francobollo) con il pagamento di 1 cent; con 2 centesimi la cartolina poteva arrivare anche al di fuori di queste zone. In precedenza, erano invece accomunate alle lettere: solo le *postal cards* viaggiavano con un centesimo.

La lettura del messaggio che ci può dare una cartolina è notevolmente amplificata quando ci si trova davanti a una serie, anche se non opera di un solo produttore, come questa. Cinque cartoline con lo stesso personaggio, proprio perché ritratte in giorni e luoghi differenti, e prodotte con modalità e per motivi diversi, ci danno materiale sul quale poter riflettere e fare paragoni.

Degli esemplari esaminati solo due risultano viaggiati e il retro di tutte e cinque le cartoline presenta già una parte riservata al messaggio che il mittente voleva lasciare. In un caso, però, viene riportato solo l'indirizzo del destinatario "Mr. Robert Johnson, 94 crest 104 st., New York, USA". Il timbro postale ci informa che la cartolina fu inviata il 31 ottobre 1907 da Wilder, una cittadina del Vermont a 50 miglia da Hancock.

La seconda cartolina viaggiata parte da una cittadina del Vermont con destinazione New Hampshire: come sostenevo in precedenza, queste cartoline avevano soprattutto una produzione e uno smercio locale, e solo in rare e particolari occasioni – nella fattispecie gli interessi economici e pubblicitari di qualche industria – potevano avere un



C. M. Robbins, the Veteran Bear Hunter of Vermont, 105th bear

Questa *postcard* presenta una didascalia dattiloscritta che ci informa sulla cattura dell'orso numero centocinque: dato che ci è utile anche per datarne l'emissione dopo il 4 luglio 1907, anno in cui furono stampate le cartoline in occasione del centesimo orso ucciso. L'anteriore sinistra dell'animale penzola dalla veranda andando ad indicare l'insegna pubblicitaria della Mayo, una marca di tabacco che, già a fine XIX secolo, era presente, a fini pubblicitari, anche sulle figurine dei giocatori di baseball. Interessante è anche notare la presenza, che sembra casuale, di un uomo dietro la porta vetri del negozio.



Cartolina "scudettata" *sine die* e senza didascalia. Databile, comunque, dopo il 1907 dato il suo *divided back*. Il trapper con la mano sinistra va a toccare, quasi affettuosamente, il muso del plantigrado adagiato esanime sulle sue gambe

diverso tipo di produzione e un respiro più "internazionale".

Le cartoline postali, con la fotografia di un momento di vita, il francobollo e il tragitto documentato dai bolli postali, sono testimonianze di un tempo a noi lontano e per molti versi sconosciuto. La vita, il mestiere di C.M. Robbins, cacciatore di orsi tra il 1800 e i primi anni del 1900, è però arrivata fino a noi grazie ad esse, regalandoci un luminoso ritratto di un uomo e del suo tempo.

Bibliografia

- Arnold Arluke e Robert Bogdan, *Beauty and the beast: human-animal relations as revealed in real photo postcards 1905-1935*, Syracuse NY, University press, 2010

- I quotidiani *Eagle*, *Herald and news*, *Orleans county monitor*, *Middle bury register*, *The barre daily times*, *Spirit of age*, *The Windham county reformer*, *The Vermonter*