

## Le tappe toscane del Buffalo Bill's Wild West e la «voglia d'America» degli italiani, 1890-1906

### Abstract

In *fin-de-siècle* Italy, because of journalists, intellectuals, and wealthy travelers, a cluster of ideas began to form regarding the United States as land of modernity, extravagance, and exuberance. This corpus of images and stereotypes fueled a growing interest in America, a sort of “proto-Americanization”, and served to interpret everything originating from it. When Buffalo Bill's Wild West toured the Peninsula in 1890 and 1906, Italians approached the show and its various aspects – advertising, internal organization, program acts – through the same conceptual framework. Tuscany, visited during both tours, and the impressions of its inhabitants about the show provide an excellent case study to investigate these ideas, their function, and diffusion in Italian society at the time.

Keywords: Americanization, Buffalo Bill, United States, Italy, Tuscany

«Quando rivedo la mia vecchia Firenze, in quell'ultimo decennio dell'Ottocento, mi appare una città quieta, quasi addormentata nella cerchia dei suoi colli», scriveva Giovanni Papini nel 1948<sup>1</sup>. Di natura già «un po' selvatico e ribelle», egli rammentava di soffrire molto quella placida e «casalinga» realtà. La sua fantasia da bambino era eccitata invece dai «serragli di belve» o dalle «tribù esotiche», il cui arrivo a Firenze bastava a trasportarlo distante, in «continenti sconosciuti e lontani». Più della domatrice Nouma Hawa o di una «numerosa carovana di cingalesi» – «che sembrava un pezzo d'Asia vera trasferito per incantesimo nel cuore d'Italia» – lo sconvolse in particolare l'arrivo di una compagnia americana:

Un bel giorno le vie di Firenze furono invase da giganteschi Pelli Rosse, con tante penne gialle e turchine ritte sulla fronte, armati di fucili e di *lazos*, che ogni tanto prorompevano in rauchi e crudeli stridi.

Il famoso capitano Cody soprannominato Buffalo Bill, cacciatore imperterrito di bisonti e d'indiani, aveva fatto chiudere i vasti Pratonì della Zecca con un rinserrato di assi e là dentro ripeteva, con i suoi *Cow boys* e i suoi Pelli Rosse, le sue imprese più audaci e pittoresche. Famosa fra tutte l'assalto degli indiani scotennatori alla diligenza e l'arrivo dei cavalieri bianchi liberatori. Durante le ore dello spettacolo si udivano al di là dell'alto muro di legno, scariche di fucileria, gemiti spaventosi, scalpitio di cavalli scatenati, urli furiosi e disumani<sup>2</sup>.

Sfornito di moneta come altri bambini della sua età, Papini non poté mai addentrarsi nel «selvaggio regno di Buffalo Bill»; nella sua mente rimasero però indelebili i suoni e le immagini di quegli indiani «piumati e tatuati, che scorrazzavano ogni giorno per le strade», e che gli parvero portare, «nell'assonnata Firenze di Umberto Primo[,] qualche soffio del libero Far West».

In quel marzo 1890, il passaggio della compagnia entusias mò invero l'intera città, non soltanto il piccolo Papini. Decine di migliaia di toscani si riversarono a Firenze per vedere l'eroe americano William F. Cody e la sua troupe di cowboy, indiani e tiratori provetti. Lo spettacolo offrì loro un'avvincente versione della conquista dell'Ovest, nonché l'opportunità di conoscere da vicino – come mai prima – i costumi della “vecchia” frontiera e le novità della moderna civiltà industriale degli Stati Uniti. Tale esperienza si ripeté – con uno spettacolo in parte cambiato – nel 1906, quando la compagnia effettuò una seconda e più lunga tournée in Italia, che toccò non solo Firenze, ma anche le città di Livorno, Arezzo e Pisa. La profonda impressione che la compagnia suscitò nei toscani è testimoniata da una ricca varietà di fonti coeve, già raccolte e analizzate in un lavoro

---

<sup>1</sup> Si veda, per questo e gli altri virgolettati, G. Papini, *Passato remoto. 1885-1914*, L'arco, Firenze, 1948, pp. 20-23.

<sup>2</sup> *Ivi*, p. 22.

precedente<sup>3</sup>. Esse forniscono oggi – come vorrebbe evidenziare questo articolo – un’ulteriore prospettiva per capire meglio la percezione e la ricezione italiana della società statunitense fra Otto e Novecento, un periodo in cui, cioè, entrambe presentarono un rapido e duraturo mutamento.

Negli ultimi vent’anni, molteplici studi hanno sottolineato il ruolo avuto da Buffalo Bill e dal suo spettacolo nel processo di americanizzazione della società europea<sup>4</sup>. Cody, da semplice cacciatore di bisonti, scout al soldo dell’Unione e improbabile attore di melodrammi<sup>5</sup>, divenne nel giro di un decennio l’americano più famoso della sua epoca<sup>6</sup> e – tramite un’ampia e precoce trasposizione letteraria e cinematografica<sup>7</sup> – un personaggio impresso ancora oggi nell’immaginario collettivo. Il Buffalo Bill’s Wild West, fondato da Cody nel 1883 come un originale spettacolo di *vaudeville*, proiettò la sua influenza artistica dal circo alla pubblicità e veicolò per un trentennio la cultura di massa americana<sup>8</sup>. Estesi studi monografici sulle tournée britanniche e tedesche hanno indagato questi temi in relazione alle differenti realtà nazionali<sup>9</sup>; per l’Italia, le ricerche sono invece ancora piuttosto frammentarie, limitate su singoli aspetti e tappe o non aggiornate<sup>10</sup>. La Toscana – visitata in entrambe le tournée sulla Penisola e certo non avulsa affatto dalla società americana per i motivi che si diranno a breve – rappresenta un ottimo caso studio da cui partire per una futura e più esaustiva ricostruzione delle tappe italiane, nonché per comprendere meglio il grado di penetrazione del mito americano nell’Italia *fin-de-siècle*.

L’articolo sviluppa i temi fin qui accennati in tre paragrafi principali: il primo, da un lato, contestualizza le tournée italiane del Buffalo Bill’s Wild West nel più generale cambiamento di percezione degli Stati Uniti fra gli anni Ottanta del XIX secolo e l’inizio della Prima guerra mondiale, mentre, dall’altro, evidenzia il ruolo avuto dalla colonia anglo-americana d’Italia nell’arrivo della compagnia; il secondo paragrafo analizza la ricezione toscana di due aspetti “esterni” allo spettacolo, ma di assoluto rilievo per l’incipiente processo di americanizzazione: le

---

<sup>3</sup> Cfr. A. De Marco, *Buffalo Bill in Toscana. L’eco e la memoria del Wild West*, tesi di laurea magistrale, Università di Pisa, 2023, pp. 13-132.

<sup>4</sup> Fra i principali contributi si possono citare: J.S. Kasson, *Buffalo Bill’s Wild West. Celebrity, Memory, and Popular History*, Hill and Wang, New York, 2001; R.W. Rydell, R. Kroes, *Buffalo Bill in Bologna. The Americanization of the World, 1869-1922*, University of Chicago Press, Chicago, 2005; *The Popular Frontier. Buffalo Bill’s Wild West and Transnational Mass Culture*, edited by F. Christianson, University of Oklahoma Press, Norman, 2017.

<sup>5</sup> La principale biografia critica su Cody, con un taglio di storia sociale, è di L.S. Warren, *Buffalo Bill’s America. William Cody and the Wild West Show*, Vintage Books, New York, 2006. In lingua italiana, la più completa – sebbene non accademica, ormai vetusta e agiografica – rimane quella di G.M. Rivarola, *Buffalo Bill. Vero e falso*, Dellacasa, Genova, 1968.

<sup>6</sup> Cfr., ad esempio, Kasson, *Buffalo Bill’s Wild West*, pp. 5, 88-90, e Warren, *Buffalo Bill’s America*, pp. IX-XI.

<sup>7</sup> Per una panoramica sulla trasposizione letteraria si veda J.R. Cox, *The Dime Novel Companion. A Source Book*, Greenwood Press, Westport, 2000, pp. 43-45. E nel cinema, S.K. Sagala, *Buffalo Bill on the Silver Screen. The Films of William F. Cody*, University of Oklahoma Press, Norman, 2013.

<sup>8</sup> Per l’impatto sul circo si veda, ad esempio, G. Pretini, *Dalla fiera al luna park. Storie di mestieri e di giostre dal Medioevo ad oggi*, vol. II de *La storia dello spettacolo viaggiante* (voll. 3), Trapezio, Udine, 1984, pp. 99-101. Per la pubblicità, M.A. Delaney, *Art and Advertising in Buffalo Bill’s Wild West*, University of Oklahoma Press, Norman, 2019.

<sup>9</sup> A. Gallop, *Buffalo Bill’s British Wild West*, History Press, New York, 2001; T.M. Cunningham, «Your fathers the ghosts». *Buffalo Bill’s Wild West in Scotland*, Black & White, Edinburgh, 2007; J.S. Stetler, *Buffalo Bill’s Wild West in Germany. A Transnational History*, PhD dissertation, University of Nevada, Las Vegas, 2012.

<sup>10</sup> Una parziale ricostruzione delle tournée è stata fatta in M. Bussoni, *Buffalo Bill in Italia. L’epopea del Wild West Show*, Mattioli 1885, Fidenza, 2011, pp. 79-111. Per singole tappe si veda: G. Stern, *Buffalo Bill a Trieste*, La mongolfiera, Trieste, 1994, e A. Biscaro, *Buffalo Bill è arrivato a Torino. Storie di pirole, amore e selvaggio West*, Neos, Rivoli, 2010. Indagini di stampo accademico sono: W. Urban, *When «The Wild West» Went to Florence*, in «Illinois Quarterly», 40, 3 (1978), pp. 5-21; A. Scacchi, *Buffalo Bill a Roma*, in «Il Veltrò», 44, 1-2 (2000), pp. 71-83; A.A. Magrin, *Rough Riders in the Cradle of Civilization: Buffalo Bill’s Wild West Show in Italy and the Challenge of American Cultural Scarcity at the Fin-de-siècle*, in «European Journal of American Culture», 36, 1 (2017), pp. 23-38. Si noti che, nel momento in cui si scrive, Magrin è impegnata nella pubblicazione di un nuovo studio monografico sulle tournée italiane.

pratiche pubblicitarie e quelle di consumo alimentare nate nella moderna società statunitense; il terzo, infine, si focalizza sulle impressioni dei commentatori toscani riguardo lo spettacolo, dai suoi aspetti più esotici – gli atti del programma e la troupe multietnica – a quelli più moderni – l'organizzazione logistica e interna della compagnia.

### 1. Un'America sempre più vicina.

Le tournée di Buffalo Bill in Europa, susseguite a stagioni alterne fra il 1887 e il 1906, coincisero di fatto con l'ascesa politica, economica e culturale degli Stati Uniti sulla scena mondiale. Terminata l'espansione verso Ovest, ricomposte le fratture della Guerra civile, l'ormai centenaria repubblica avrebbe iniziato da quel momento in poi ad ampliare la sua influenza ben oltre il suo "cortile di casa"<sup>11</sup>. Il naviglio mercantile a stelle e strisce si era reso già protagonista delle rotte oceaniche intorno alla metà dell'Ottocento; i prodotti di consumo della sempre più florida industria statunitense avrebbero iniziato a circolare sul mercato europeo verso la fine del secolo. Gli abitanti del Vecchio Continente entrarono via via in contatto con la cultura e gli stili di vita statunitensi, veicolati tramite la letteratura, le immagini fotografiche, le lettere degli emigrati, le traversate transcontinentali di compagnie teatrali, circensi e di *vaudeville* – come appunto il Buffalo Bill's Wild West – e poi con la diffusione dei *department stores*, della musica e del cinema<sup>12</sup>. Gli Stati Uniti, identificati ormai con l'America *tout court*<sup>13</sup>, divennero così per molti europei una realtà quotidiana e tangibile.

Secondo Claudia Dall'Osso, è proprio durante tale periodo, e proprio per simili trasformazioni, che nella società italiana andò sedimentandosi un'idea nuova di America: un'America sinonimo di «modernità, novità, velocità, stravaganza, moda, eccentricità, libertà, democrazia, infinite possibilità, emancipazione femminile ecc.», antecedente all'americanizzazione massiccia del Secondo dopoguerra e ancora alla base dell'attuale americanismo<sup>14</sup>. Luoghi comuni e stereotipi, questi, diffusi soprattutto da esponenti della stampa, dell'accademia e dell'imprenditoria, tramite articoli, saggi, autobiografie, riviste illustrate e resoconti di viaggio, che contribuirono a creare e poi ad alimentare una crescente «voglia d'America» nel ceto medio e piccolo-borghese dell'Italia liberale. Un insieme di impressioni e idee – talvolta contrastanti ma di segno più positivo che negativo<sup>15</sup> – che aggiornò le precedenti nozioni di America come terra vergine e selvaggia, ricca d'oro e opportunità, nuova culla delle libertà politiche. Questa «proto-americanizzazione», riguardante più i simboli che gli oggetti<sup>16</sup>, non ebbe carattere vistosamente egemonico sulla società

---

<sup>11</sup> Cfr. G.C. Herring, *From Colony to Superpower. U.S. Foreign Relations since 1776*, Oxford University Press, New York, 2008, pp. 265-377.

<sup>12</sup> Cfr. Rydell, Kroes, *Buffalo Bill in Bologna*, pp. 14-46, 73-96.

<sup>13</sup> Questa sineddoche – "America" per Stati Uniti – si era già affermata nell'Italia di fine Ottocento, si veda per esempio E. Franzina, *L'America*, in *I luoghi della memoria. Simboli e miti dell'Italia unita*, a cura di M. Isnenghi, Laterza, Bari, 1996, pp. 350-352. Usata probabilmente come forma breve del nome ufficiale, l'identificazione degli Stati Uniti con l'intero continente divenne automatica con l'ascesa della nuova repubblica, principale fonte di notizie – pur superficiali – delle terre oltreoceano, cfr. R. Luraghi, *Introduzione*, in *Italia e America. Dal Settecento all'età dell'imperialismo*, a cura di G. Spini, A.M. Martellone, Id. *et al.*, Marsilio, Venezia, 1976, pp. 159-163. L'agognato arrivo nei porti statunitensi, dopo un lungo viaggio transoceanico, dovette forse concorrere a rafforzare tale identità negli italiani, si veda la riflessione di M. Soldati, *America primo amore*, Mondadori, Milano, 1961<sup>2</sup>, pp. 33-34.

<sup>14</sup> C. Dall'Osso, *Voglia d'America. Il mito americano in Italia fra Otto e Novecento*, Donzelli, Roma, 2007, p. 6.

<sup>15</sup> Pur con motivazioni diverse, l'anti-americanismo circolava per lo più in ambienti reazionari, cattolici e socialisti, oppure quando il discorso sull'America virava sul trattamento dei connazionali emigrati, l'emancipazione della donna, la frenesia della vita moderna nelle grandi metropoli, si veda *ivi*, pp. 35-38, 51-52, 65-70, e anche P.P. D'Attorre, *Sogno americano e mito sovietico nell'Italia contemporanea*, in *Nemici per la pelle. Sogno americano e mito sovietico nell'Italia contemporanea*, a cura di Id., FrancoAngeli, Milano, 1991, pp. 15-19; E. Franzina, *L'America*, pp. 343-353.

<sup>16</sup> D'Attorre, *Sogno americano e mito sovietico*, p. 18.

e la cultura italiana: come puntualizzato per esempio da Pier Paolo D'Atorre, fino alle soglie della Grande guerra, «nel cuore dei ragazzi italiani» dovette prevalere più la figura della piccola vedetta lombarda che non quella di Buffalo Bill<sup>17</sup>. Eppure, essa servì a creare fin da subito un armamentario di schemi e concetti attraverso cui leggere, spiegare e comprendere la strana società d'oltreoceano, divenuta potenza di rango mondiale e meta di tanti connazionali: il Buffalo Bill's Wild West sarebbe stato approcciato esattamente con gli stessi atteggiamenti di curiosità, fascino, sorpresa o sufficienza che le vicende e le trovate americane suscitavano da anni in Italia.

L'espansione politica, lo scambio commerciale e culturale, il miglioramento dei trasporti a vapore implicò anche un aumentato numero di persone disposte ad affrontare la traversata dell'Atlantico. Cittadini e cittadine statunitensi, in gran parte benestanti<sup>18</sup>, iniziarono a essere presenze fisse in molte città europee. Livorno si era affermata da tempo come uno dei maggiori scali mediterranei per le merci e le persone in arrivo dagli Stati Uniti: qui nel 1793 era stato aperto il primo ufficio consolare americano dell'intera Penisola, e sempre qui gli statunitensi continuarono ad approdare durante il XIX secolo per raggiungere più agevolmente città "turistiche" come Roma, Pisa e Firenze<sup>19</sup>. Nel capoluogo toscano, gli americani si mescolarono presto alla preesistente comunità inglese, a sua volta già ben inserita nel tessuto altolocato della città<sup>20</sup>. Formatasi gradualmente dal XVIII secolo, la colonia anglo-fiorentina divenne una delle più numerose d'Italia, almeno in rapporto alla popolazione totale<sup>21</sup>, condizionando i costumi e la moda dell'élite fiorentina e puntellando la città di servizi e attività a essa collegate – banche, farmacie, locande, testate giornalistiche, circoli sportivi e culturali, grandi magazzini. Questa rete diplomatica e sociale, così radicata e influente, fornì al Buffalo Bill's Wild West supporto e ospitalità.

Carte custodite presso l'Archivio storico del comune di Firenze provano che la compagnia ottenne condizioni assai favorevoli dalle autorità italiane, sfruttando appunto i vari consolati statunitensi dislocati sulla Penisola. Un telegramma inviato da Napoli il 3 febbraio 1890, contenente la richiesta di un «locale adatto corse equestri» per sei giorni<sup>22</sup>, anticipò in effetti l'arrivo a Firenze del proconsole americano Guglielmo Calvano, che, per conto della compagnia, iniziò a sondare le intenzioni dell'amministrazione fiorentina. Nella città partenopea il Buffalo Bill's Wild West aveva da poco inaugurato la prima tournée italiana e alla fine del mese sarebbe seguita l'importante tappa di Roma<sup>23</sup>. I tempi erano dunque serrati e il 6 febbraio Calvano faceva già pervenire al sindaco Francesco Guicciardini una comunicazione più dettagliata:

---

<sup>17</sup> *Ibid.* Il personaggio letterario di Buffalo Bill iniziò a comparire in Italia sottoforma di romanzi a fascicoli dal 1890, ma fu solo dal Novecento che – come altra letteratura a basso costo di matrice americana – si diffuse maggiormente. L'editore fiorentino Nerbini contribuì a questa popolarità con almeno cinque ristampe delle serie americane e alcune storie originali, pubblicate tutte fra gli anni Venti e Cinquanta, si veda *Eroi del racconto popolare. Prima del fumetto*, vol. II di *Storia del racconto popolare* (voll. 2), a cura di F. Cristofori e A. Menarini, Edison, Bologna, 1987, pp. 84-113, e De Marco, *Buffalo Bill in Toscana*, pp. 133-145.

<sup>18</sup> Cfr. B. Dupont, A. Ghandi, T. Weiss, *The Long-Term Rise in Overseas Travel by Americans, 1820-2000*, in «*Economic History Review*», 65, 1 (2012), p. 145.

<sup>19</sup> Si veda in merito: A. Neri, *Viaggiatrici americane a Livorno nella prima metà dell'Ottocento*, in *Storia e attualità della presenza degli Stati Uniti a Livorno e in Toscana. Atti del Convegno, Livorno 4-5-6 aprile 2002*, a cura di P. Castignoli, L. Donolo ed Ead., Plus, Pisa, 2003, pp. 255-262; S. Di Giacomo, *Dall'Atlantico al Mediterraneo. I rapporti commerciali e diplomatici tra gli Stati Uniti e Livorno (1831-1860)*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2004, p. 15.

<sup>20</sup> I principali lavori sulla comunità sono: G.A. Treves, *Anglo-fiorentini di cento anni fa*, Sansoni, Firenze, 1982<sup>2</sup>; *Gli Anglo-Fiorentini. Una storia d'amore*, a cura di O. Del Buono, G. Frassa e L. Settembrini, Edifir, Firenze, 1987.

<sup>21</sup> Tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX, la comunità anglo-americana arrivò a contare circa venticinquemila anime, come riportato da Treves, *Anglo-Fiorentini*, pp. 9-10.

<sup>22</sup> Archivio storico del comune di Firenze (d'ora in poi ASCFi), *Comune di Firenze, Affari generali*, CF 4198, reg. 1215, 1890, telegramma del proconsole G. Calvano, Napoli, 3 febbraio 1890.

<sup>23</sup> Dopo sei mesi trascorsi in Francia e un'unica tappa spagnola a Barcellona, la compagnia approdò il 26 gennaio a Napoli. Si sarebbe spostata successivamente a Roma, Firenze, Bologna, Milano e Verona, fino al passaggio nella vicina Austria sul finire dell'aprile 1890, si veda Bussoni, *Buffalo Bill in Italia*, pp. 79-90.

Il sottoscritto [Calvano], fratello del Console degli S. U. d'America a Napoli, e qual rappresentante la Compagnia Americana Buffalo Bills [*sic*] Wild West, prega la S.a V.a Ill.ma [Guicciardini] perché, entrando in considerazione che la medesima Compagnia offre al popolo fiorentino una serie di quattordici rappresentazioni, nelle quali riproduconsi esercizi mai visti, scene al vivo della vita selvaggia indiana, ed ancora al bene che ne viene al paese, sia economico, che storico, voglia accedere il vasto prato alle Cascine, così detto del Quercione, per effettuare [*sic*] delle rappresentazioni<sup>24</sup>.

A questa lettera seguì il 10 febbraio quella di Isaac R. Diller, console degli Stati Uniti a Firenze, unita al biglietto di visita di uno dei principi Strozzi. Entrambi raccomandavano al sindaco l'agente generale Lewis Parker, «cittadino americano tosto giunto in Firenze quale rappresentante della compagnia Buffalo Bill così favorevolmente conosciuta in America ed Europa»<sup>25</sup>. Diller assicurava che lui stesso e «la colonia Americana» sarebbero stati «lietissimi» di conseguire dalla persona del sindaco «speciali concessioni» per l'arrivo della troupe.

Guicciardini e gli organi di governo della città furono così ben disposti verso la compagnia da offrirle l'uso gratuito del terreno durante tutta la permanenza a Firenze, dall'11 al 22 marzo. La Giunta municipale individuò in uno spiazzo vicino Porta alla Croce – allora conosciuto con il nome di Pratonì della Zecca Vecchia – il sito più adatto per la costruzione dell'accampamento; il Consiglio comunale approvò poi quasi all'unanimità l'esenzione dalla tassa di occupazione di suolo pubblico, in virtù dei «molti vantaggi che può recare a Firenze la presenza della grandiosa Compagnia»<sup>26</sup>. L'intermediazione dei diplomatici americani, insieme al coinvolgimento della famiglia Strozzi, sortì quindi l'effetto sperato, agevolando enormemente il Buffalo Bill's Wild West durante le delicate fasi di contrattazione precedenti al suo primo esordio in Toscana. Nella seconda e più lunga tournée del 1906<sup>27</sup>, quando lo spettacolo si era già fatto un buon nome, alla compagnia fu sufficiente ricordare i successi in Europa e in Italia per ottenere, se non la gratuità dei terreni, quanto meno l'estrema disponibilità delle autorità toscane<sup>28</sup>.

In entrambe le tournée italiane la troupe dello spettacolo – e nello specifico Cody e il co-direttore Nathan «Nate» Salsbury – s'intrattenne spesso con i propri connazionali e con gli esponenti della colonia britannica d'Italia. Essi furono entusiasti sostenitori dello spettacolo, fecero visita alla troupe nell'accampamento e invitarono i suoi membri a banchetti, feste di gala e battute di caccia durante la loro permanenza nelle città italiane<sup>29</sup>. Nel corso della tappa di Firenze del 1906, dal 1° al 3 aprile, Cody accolse nella sua tenda un generale americano di passaggio in città e l'artista fiorentino – ma naturalizzato statunitense – Giovanni Trentanove, a quel tempo uno degli

---

<sup>24</sup> ASCFi, *Comune di Firenze, Affari generali*, CF 4198, reg. 1215, lettera del proconsole G. Calvano al sindaco F. Guicciardini, Firenze, 10 febbraio 1890.

<sup>25</sup> *Ivi*, biglietto di visita del principe Strozzi al sindaco F. Guicciardini, Firenze, 9 febbraio 1890. Per i virgolettati si veda invece sempre *ivi*, lettera del console I.R. Diller al sindaco F. Guicciardini, Firenze, 10 febbraio 1890.

<sup>26</sup> *La seduta segreta di ieri sera*, in «Fieramosca», 21-22 febbraio 1890.

<sup>27</sup> Conclusa la tournée francese a Nizza, il Buffalo Bill's Wild West esordì a Genova nel marzo 1906 e continuò da lì nella Penisola per altre 33 soste, quasi sempre di un solo giorno. Le più lunghe permanenze furono a Genova, Livorno, Roma, Firenze, Modena, Torino, Milano e Verona. Dopo Udine, lo spettacolo si spostò a Trieste, allora parte dell'Impero austro-ungarico, si veda Bussoni, *Buffalo Bill in Italia*, pp. 90-111.

<sup>28</sup> Si veda, per esempio, l'atteggiamento propositivo con cui i sindaci di Livorno e Arezzo contrattarono con la compagnia nel 1906: Archivio storico del comune di Livorno (d'ora in poi ASCLi), *Comune di Livorno, Affari*, 1906, f. 193, lettera del sindaco G. Malenchini all'agente generale C.L. Dean, Livorno, 19 dicembre 1905; Archivio storico del comune di Arezzo (d'ora in poi ASCAr), *Carteggio generale del comune di Arezzo*, 1906, f. 578, lettera del sindaco A.D. Guiducci all'agente generale C.L. Dean, Arezzo, 28 dicembre 1905. Per Firenze e Pisa non sono purtroppo reperibili i carteggi relativi alla seconda tournée italiana, ma i giornali locali non parvero accennare a concessioni speciali per la compagnia simili alla tappa di Firenze del 1890, cfr. De Marco, *Buffalo Bill in Toscana*, pp. 9, 111, 123, 125.

<sup>29</sup> De Marco, *Buffalo Bill in Toscana*, pp. 37n, 60, 73-74.

scultori più rinomati del Nuovo Mondo<sup>30</sup>. Sempre a Firenze, nel 1890, i giornali segnalano la presenza di vari membri della comunità anglofona allo spettacolo: alcuni – come il collezionista britannico Frederick Stibbert, il banchiere di origini irlandesi George D. Maquay, «una gentile e bionda *miss* americana» e altri connazionali<sup>31</sup> – decisero di salire sul Deadwood coach attaccato dagli indiani e difeso da Cody e i suoi, uno degli atti più amati dello spettacolo e che coinvolgeva volontari del pubblico a ogni replica<sup>32</sup>. Il lungo soggiorno in città permise poi a Cody di visitare lo studio-museo del defunto artista americano Hiram Powers e partecipare la sera del 13 marzo a un lussuoso ricevimento presso il Florence Club<sup>33</sup>.

Il circolo svolgeva un po' la funzione di "salotto buono" della vita anglo-americana a Firenze. Vannuccio Vannucci, autore di una monografia sulle istituzioni culturali della città, lo descriveva nel 1902 come «il più gradito ritrovo dei signori appartenenti alla numerosa colonia inglese, ed americana», rendendo «ai molti stranieri più simpatico il soggiorno della nostra Firenze»<sup>34</sup>. Stando a un articolo comparso su *La Nazione*, alla serata presero parte diversi soci: fra questi, il console Diller, il cavaliere Stibbert, l'industriale del marmo di Carrara conte Arturo Fabbricotti, nonché un corrispondente del giornale parigino in lingua inglese *Galignani's Messenger*<sup>35</sup>. L'americano Le Roy De Koven, proprietario di un caseificio nei pressi di Firenze<sup>36</sup>, fece gli onori di casa. Egli brindò a Cody, che a sua volta prese la parola per un discorso di ringraziamento<sup>37</sup>. La festa terminò in tardissima notte, dopo un bacchetto di ricche portate, vino Pauillac e champagne. Pare che tutti chiesero a Cody di farsi raccontare aneddoti e avvenimenti sulla «tremenda e faticosa vita *della frontiera*»<sup>38</sup>. Un interesse appassionato che fu confermato, riguardo lo spettacolo, dall'acquisto di ben sessanta posti a uso esclusivo dei soci<sup>39</sup>.

Il vivo ed esteso interessamento della comunità anglo-toscana per la compagnia è attestato anche da una composizione musicale, intitolata *Buffalo Bill Valzer* (fig.1). Opera pressoché sconosciuta, raccoglie pezzi per pianoforte, mandolino, mandola e chitarra, pubblicata da una piccola casa fiorentina specializzata in musica, la Bratti & co. L'autore – il pistoiese Icilio Orlandini, compositore di importanza locale<sup>40</sup> – dedicò la raccolta «*Alla Nobile Donna Sig. a Giuseppina Matteini*»<sup>41</sup>. Questo era nient'altro che il nome italianizzato di Josephine A. Matteini,

---

<sup>30</sup> *Buffalo Bill a Firenze*, in «La Nazione», 3 aprile 1906. Come riportava l'articolo, il «colonnello Cody salutò l'artista italiano come una vecchia conoscenza, gli parlò dei monumenti ch'egli ha innalzato a Milwaukee [Milwaukee, Wisconsin], a Washington, in altre città dell'Unione». Sullo scultore e il successo oltreoceano: R. Morozzi, *Un fiorentino di Milwaukee*, in *Omaggio a Gaetano Trentanove, 1858-1937. Uno scultore tra la Toscana e gli Stati Uniti*, a cura di Ead., Polistampa, Firenze, 2005, pp. 11-40.

<sup>31</sup> *Buffalo Bill*, in «La Nazione», 15 marzo 1890; *Buffalo Bill. L'accampamento*, in «L'Opinione Nazionale», 16 marzo 1890; *Buffalo Bill in Italy.*, in «Galignani's Messenger», 17 marzo 1890.

<sup>32</sup> Sui motivi del successo e il significato simbolico si veda Warren, *Buffalo Bill's America*, pp. 227-228.

<sup>33</sup> Per la visita al Villino Powers: G. Piccini [Sigaretta], *Corriere di Firenze*, in «La Nazione», 18 marzo 1890.

<sup>34</sup> V. Vannucci, *Istituzioni fiorentine. Raccolta di monografie dei principali istituti di beneficenza, letterari, scientifici, educativi, circoli di ricreazione, ecc.*, Lumachi, Firenze, 1902, p. 347.

<sup>35</sup> Una lista più ampia degli invitati è in *Buffalo-Bill*, in «La Nazione», 14 marzo 1890.

<sup>36</sup> I.R. Diller, *American Interests in Florence. Report by Consul Diller*, in United States, *Reports from the Consuls of the United States*, vol. XXX, Government Printing Office, Washington D.C., 1890, pp. 377-378.

<sup>37</sup> Cody colse l'occasione per spiegare l'originalità e il realismo del suo spettacolo, nonché l'importanza simbolica dell'appena conclusa tappa di Roma, città «that led the civilisation of the world», si veda *Buffalo Bill in Italy*, in «Galignani's Messenger», 17 marzo 1890. Per un'analisi del discorso, pronunciato da Cody in ottica promozionale per sé e la sua compagnia, cfr. Magrin, *Rough Riders in the Cradle*, pp. 30-31.

<sup>38</sup> *Buffalo-Bill*, in «La Nazione», 14 marzo 1890. Il corsivo è del cronista.

<sup>39</sup> *Buffalo Bill a Firenze*, in «L'Opinione Nazionale», 15 marzo 1890.

<sup>40</sup> Direttore d'orchestra e organista del duomo di Pistoia, fu membro della Académie Parisienne des Inventeurs, dopo aver brevettato il dattiloperò, uno strumento "apri-dita" per l'allenamento delle mani. Per un *excursus* biografico si veda A. De Angelis, *Orlandini Icilio*, in *L'Italia musicale d'oggi. Dizionario dei musicisti con appendice*, a cura di Id., Ausonia, Roma, 1918, pp. 240-241.

<sup>41</sup> Come riporta la stessa copertina di I. Orlandini, *Buffalo Bill Valzer*, Bratti, Firenze, s.d. [1906?].

figlia dell'industriale americano Thomas Garner<sup>42</sup>. Nel 1856 sposò James L. Graham, un colto e raffinato newyorkese divenuto nel 1869 console degli Stati Uniti a Firenze<sup>43</sup>. Josephine iniziò così a vivere stabilmente in Toscana, partecipando alla vita della colonia anglo-fiorentina e dedicandosi alla filantropia<sup>44</sup>. Dopo la prematura morte del marito, avvenuta nel 1876, si risposò con il viceconsole statunitense Giuseppe C. Matteini<sup>45</sup>, di cui appunto acquisì il cognome. Pare che la neocoppia, almeno dalla metà degli anni Ottanta, amasse trascorrere le estati a Villa di Celle, una tenuta presso Pistoia<sup>46</sup>. Fu, forse, in uno di questi soggiorni che Orlandini conobbe la «Nobil Donna» Matteini. Purtroppo, la scarsità di altre notizie biografiche su entrambi non permette di chiarire qui né il motivo della dedica, né la ragione di quel «Buffalo Bill» nel titolo dell'opera, ma è verosimile pensare a quest'ultima come il frutto di una delle tante storie di amicizia, affari e amore che intercorsero fra gli anglo-americani e le élite socio-culturali della regione. Le due comunità si influenzarono vicendevolmente, dando origine a rapporti economici, familiari e intellettuali di lungo corso<sup>47</sup>. *Buffalo Bill Valzer* – nata da un incontro fortuito fra il compositore pistoiese Orlandini e la coppia italo-americana dei Matteini – è solo una delle prove di quei legami: la sua esistenza è anche il segno ulteriore del passaggio toscano del Buffalo Bill's Wild West, così ben raccomandato dalla colonia americana presso le autorità locali. Il largo successo che lo spettacolo riuscì poi a registrare fu invece merito, innanzitutto, di un'ampia e memorabile campagna pubblicitaria.

## 2. Réclame e cibi all'americana.

Il 7 marzo 1890 *L'Opinione Nazionale*, giornale di Firenze, informava che «Buffalo Bill, ha incominciata la sua reclame all'americana, tappezzando i muri della città con variopinti cartelloni»<sup>48</sup>. La compagnia era infatti solita avviare le attività promozionali circa una settimana prima dell'esordio, senza badare a spese. L'espressione «réclame all'americana» era allora usata per indicare campagne pubblicitarie grandiose e d'effetto<sup>49</sup>. La cartellonistica del Buffalo Bill's Wild West rientrava in questa categoria, grazie alla sua pervasività e alle sue dimensioni ragguardevoli, con pochi altri esempi nella concorrenza<sup>50</sup>. L'imminente arrivo della compagnia non poteva passare

---

<sup>42</sup> Garner fu il principale proprietario di uno stabilimento tessile nella contea di Dutchess, New York, si veda F. Hasbrouck, *The History of Dutchess County, New York*, Matthieu, Poughkeepsie (New York), 1909, p. 468.

<sup>43</sup> Altri dettagli sono reperibili nel necrologio ristampato in *Record of the Year. A Reference Scrap Book, Being the Monthly Record of Important Events Worth Preserving together with a Selection of the Choicest Current Miscellany*, edited by F. Moore, vol. 1, Carleton, New York, 1876, pp. 438-439.

<sup>44</sup> H. James, *The Complete Letters of Henry James. 1872-1876. Volume 2*, edited by M. Anesko and G.W. Zacharias, University of Nebraska Press, Lincoln, 2016, p. 244.

<sup>45</sup> Sul ruolo ricoperto da Matteini presso il consolato di Firenze si veda *Calendario generale del Regno d'Italia compilato per cura del Ministero dell'Interno. Anno Decimoterzo*, Tipografia Barbèra, Roma, 1875, p. 147.

<sup>46</sup> La proprietà della tenuta, situata a Santomato, è confermata dalle memorie della principessa Maria Adelaide di Cambridge, bisnonna di Elisabetta II e ospite, nel maggio 1885, della famiglia Matteini, si veda *A Memoir of Her Royal Highness Princess Mary Adelaide Duchess of Teck Based on Her Private Diaries and Letters*, edited by C. Kinloch Cooke, vol. 2, Murray, London, 1900, p. 162.

<sup>47</sup> Oltre ai numerosi matrimoni e all'abitudine di restaurare e dimorare in antichi palazzi toscani, la colonia anglo-americana si interessò alle vicende risorgimentali, influenzò la moda maschile, diffuse sport come il tennis, il calcio e l'equitazione, collaborò alla fondazione di alcune celebri imprese come la Manetti & Roberts, si veda *Gli Anglo-Fiorentini*, pp. 9-10, 24-25, 82-85, 100-108.

<sup>48</sup> *Buffalo Bill*, in «L'Opinione Nazionale», 7 marzo 1890. Il corsivo è del cronista.

<sup>49</sup> Esempi di tale uso: *Rassegna musicale-drammatica*, in «Roma Antologia», 13 marzo 1881; *Fantocci e Fantocci*, in «La Commedia Umana», 8 marzo 1885, p. 37; N. Bernardini, *Giornali e giornalisti leccesi*, Lazzaretti, Lecce, 1886, p. 139; C. Bianconcini Persiani, *Le viti americane*, in «L'Italia Enologica», 19 febbraio 1890.

<sup>50</sup> Si vedano, ad esempio, S.J. Blackstone, *Buckskins, Bullets, and Business. A History of Buffalo Bill's Wild West*, Greenwood Press, Westport, 1986, pp. 49-51; Delaney, *Art and Advertising*, pp. 33-36; Warren, *Buffalo Bill's America*, p. 230.

inosservato: i poster erano affissi ovunque, a ogni angolo, ricoprendo talvolta interi edifici<sup>51</sup>. Ritraevano Cody e altri membri di spicco della troupe, scene della frontiera, esercizi dello spettacolo, nonché il nome della compagnia a caratteri cubitali<sup>52</sup>. I manifesti promettevano «tante e così bizzarre cose», scriveva un cronista de *L'Elettrico*, «che è impossibile che i fiorentini, leggendole, possano fare gli indiani e non accorrano alle rappresentazioni»<sup>53</sup>. I principali giornali della città ospitavano inoltre annunci pubblicitari con le informazioni base sullo spettacolo, le date e i prezzi dei biglietti – 1 e 2 lire per i posti in piedi, 3 e 5 lire per le tribune coperte (fig. 2)<sup>54</sup>.

La réclame fu dunque oggetto inevitabile di attenzioni e curiosità, testimoniate anche da alcune vignette umoristiche sui giornali fiorentini, in cui distinti gentiluomini promettevano solennemente di fare a chiodo «coll'oste», pur di recarsi allo spettacolo; oppure signore ben vestite che – di fronte ai grandi ritratti di Cody, venute a sapere del suo talento nel domare le «bestie cornute» – replicavano di volergli portare il proprio marito<sup>55</sup>. Non sempre tuttavia questa réclame «dell'altro mondo» fu considerata in una luce positiva dalla stampa<sup>56</sup>. «[È] vero che il far della réclame, dopo il successo di Buffalo Bill, deve essere seducente [...]. Ma che belle cose!», scriveva ad esempio un cronista del *Ferruccio*, disapprovando la scelta di un giornale concorrente – *La Vedetta* – nel divulgare una notizia «che ci pare sarebbe stato atto pudico non pubblicare»<sup>57</sup>. Con lo stupore per l'imponenza e l'efficacia per la réclame dello spettacolo, serpeggiò anche l'idea che essa fosse un po' smisurata, esuberante, truffaldina nel modo di far apparire le cose diverse da ciò che erano. Una critica ricorrente fra i pochi detrattori dello spettacolo<sup>58</sup>, ma in realtà associata generalmente alla réclame americana nel suo insieme. Almeno dagli anni Settanta dell'Ottocento, infatti, l'idea che la «réclame all'americana» fosse qualcosa da cui guardarsi era piuttosto diffusa in Italia<sup>59</sup>. La locuzione era dopotutto utilizzata anche come sinonimo di una pubblicità mistificatrice e disonesta, capace di gonfiare enormemente le aspettative per poi deluderle<sup>60</sup>. E durante la tappa

---

<sup>51</sup> Come visibile in McCracken Research Library, Buffalo Bill Center of the West (d'ora in poi MRL-BBCW), *MS392 Harrison H. Gunning Collection, series 2: Photographs & Oversize Photographs*, P.392.006, foto *Men and women in front of three story brick building with posters pasted to outside*, <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll98/id/2/rec/1> (consultato il 10 novembre 2023).

<sup>52</sup> In aggiunta all'articolo citato in precedenza e a quello della nota successiva, si veda *Buffalo Bill's Wild West*, in «L'Opinione Nazionale», 11 marzo 1890.

<sup>53</sup> *Buffalo-Bill*, in «L'Elettrico», 6-7 marzo 1890.

<sup>54</sup> Inserzioni simili in *La Nazione* del 10, 11 e 12 marzo 1890. Inserzioni più sintetiche in *L'Opinione Nazionale* del 18 e 19 marzo; *Corriere Italiano* del 10 e 20 marzo 1890; *L'Elettrico*, del 19-20 marzo e 20-21 marzo.

<sup>55</sup> Per la prima si veda *Nota del giorno*, in «L'Opinione Nazionale», 16 marzo 1890. Per la seconda, MRL-BBCW, *MS006 William F. Cody Collection, series 8: Oversize*, b. 23, MS6.3777.070.01, ritaglio *Buffalo Bill a Firenze*, in «Il Vero Monello», 9 marzo 1890, <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll65/id/773> (consultato il 4 agosto 2023).

<sup>56</sup> Per il virgolettato si veda MRL-BBCW, *MS006 William F. Cody Collection, series 8: Oversize*, b. 23, MS6.3777.059.02, ritaglio *Buffalo Bill*, in «L'Elettrico», 23-24 febbraio 1890, <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll65/id/523> (consultato il 4 agosto 2023).

<sup>57</sup> *Sulla réclame di nuovo genere*, in «Ferruccio», 25-26 marzo 1890. L'articolo de *La Vedetta*, riportato in calce dal cronista del *Ferruccio*, riguardava il litigio fra due gentiluomini.

<sup>58</sup> Fu la stampa minore, satirica e anticonformista, talvolta vicina a posizioni di estrema sinistra, a denunciare impianti scenici deludenti ed esercizi meno avvincenti di quanto la réclame dello spettacolo lasciasse prefigurare, si veda, ad esempio, *Buffalobillereide*, in «La Chiacchiera», 16 marzo 1890; *Birillata*, in «La Chiacchiera», 20 marzo 1890; MRL-BBCW, *MS006 William F. Cody Collection, series 8: Oversize*, b. 23, MS6.3777.067.04, ritaglio *Il Padre Buffalo-Bill Gostino da Montefeltro e i Teatri di Firenze*, in «La Lotta», 19 marzo 1890, <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll65/id/854> (consultato il 6 agosto 2023).

<sup>59</sup> Un primo utilizzo in tal senso è stato rinvenuto in L. Capizucchi, *Stampa, paese e monarchia. Critiche e voti di un vecchio giornalista*, Bartoli, Roma, 1872, p. 9, dove l'autore redarguiva chiunque adoperasse una «reclame all'uso di America», ossia mirante a vendere «vetri rotti per brillanti e [...] lucciole per lanterne». Si veda anche la nota successiva.

<sup>60</sup> Per esempi si vedano: M. Buono, *Sarah Bernhardt al Filodrammatico di Trieste*, in «L'Arte», 15 febbraio 1882; *Arte cristiana*, in «Leonardo Da Vinci», 26 marzo 1882, p. 213; *Pensieri di un agente di assicurazioni sulla vita*, in



fiorentina del Buffalo Bill's Wild West si ripropose esattamente lo stesso dibattito, fra chi si lasciò incantare dalla réclame e dallo spettacolo e chi ci vide solo una truccatura. Un giornalista del *Corriere Italiano*, prendendo le parti della compagnia, suggeriva invece di approcciarvisi con maggiore equilibrio, razionalità, come lui stesso aveva fatto alla première: «mi permisi di ridurre, di concentrare – peggio del Tamarindo Erba – tutto l'entusiasmo di certuni, tutto il lirismo di varii [sic] miei confratelli, tutta la réclame americana a questo: “dire perfetti quei cavalicatori americani”», poiché

[...] i quadri splendidissimi [sic] di una vita d'avventure, di paesaggi ricchi di una fauna e di una flora gigantesca... Buffalo Bill non può offrirceli.

È naturale! Il colonello Cody non poteva caricare, colla réclame americana, sui bastimenti – fossero pure dei Great-Eastern – un pezzo d'America [...] <sup>61</sup>.

«La réclame, per noi non americani, è stata eccessiva», ammetteva, ma altrettanto «è stata eccessiva [...] la esigenza di taluno»; ridimensionata questa e considerati i limiti fisici della messinscena, «avremo da Buffalo-Bill un'idea delle varie scene della vita degli indiani e dei cow-boy, idea esatta quanto lo permette il luogo in cui viene fatta la riproduzione. Né più, né meno!». Quanto alla réclame, «è come il titolo di certi libri: non serve che a far passare la merce, anche quando è avariata!».

Che i toscani non fossero avvezzi a campagne pubblicitarie così aggressive è da ricondurre allo stato del settore in Italia, una realtà a quel tempo in sviluppo, ma ancora lontana dai livelli delle economie più avanzate. Basti pensare che le prime campagne stampa a respiro nazionale furono avviate solo nel 1888, mentre la réclame a colori su riviste e mezzi di trasporto, le affissioni e la cartellonistica d'autore divennero comuni e sempre più utilizzate soltanto dopo il 1890<sup>62</sup>. Tutte queste pratiche erano invece abituali da circa trent'anni negli Stati Uniti<sup>63</sup>, trainate dalla domanda dell'industria e dei servizi e, per quanto riguarda soprattutto la cartellonistica di grande formato, dai circhi e dagli altri spettacoli itineranti<sup>64</sup>. Costituito inizialmente per lo più da solitari agenti senza scrupoli e assai poco regolamentato, alla fine del secolo il settore pubblicitario raggiunse nell'economia americana un alto livello di specializzazione e presenza<sup>65</sup>. Nel 1888, Giuseppe Sormani – direttore del foglio milanese *Il Commercio* e uno dei tanti autori di resoconti di viaggio negli Stati Uniti – poteva così dichiarare che il «forestiero, trovandosi a Londra od a Parigi, si sente nel centro della pubblicità: in America capisce d'essere nel suo impero assoluto», «tanto da credervi

---

«Bollettino delle Assicurazioni», 5 gennaio 1885, pp. 4-5; N. Bernardini, *Guida della stampa periodica italiana*, con pref. di R. Bonghi, Spacciante, Lecce, 1890, p. 327; Camera dei deputati del Regno, [*Resoconto stenografico*], XIX legislatura, 1° sessione, seduta n. CCXVIII, 11 dicembre 1896, p. 8165, <https://storia.camera.it/regno/lavori/leg19/sed218.pdf> (consultato il 9 agosto 2023); *I rovesci della scuola*, in «I Diritti della Scuola», 31 ottobre 1908, p. 24.

<sup>61</sup> *Buffalo Bill*, in «Corriere Italiano», 18 marzo 1890. Dallo stesso articolo anche i virgolettati. Il corsivo è del cronista.

<sup>62</sup> A. Valeri, *Pubblicità italiana. Storia, protagonisti e tendenze di cento anni di comunicazioni*, Edizioni del Sole 24 Ore, Milano, 1986, pp. 19-39, e V. Codeluppi, *Storia della pubblicità italiana*, Carrocci, Roma, 2013, pp. 13-41. La cartellonistica dei circhi e degli spettacoli equestri italiani rimase invece scarna e poco d'effetto fino al Novecento inoltrato, si veda Pretini, *Dalla fiera al luna park*, pp. 99-101.

<sup>63</sup> R. De Ferrari, *Memorie sulla Esposizione internazionale di Filadelfia, non che sulle città di New-York e Filadelfia, e sui costumi americani, improntate sulla faccia dei luoghi. Guida utile ai viaggiatori che concorreranno alla suddetta mostra mondiale*, Lloyd austro-ungarico, Trieste, 1876, pp. 41-42; G. Sormani, *Eco d'America*, Tip. degli operai, Milano, 1888, pp. 50, 52.

<sup>64</sup> Delaney, *Art and Advertising*, pp. 15, 41-42.

<sup>65</sup> Si vedano, ad esempio, J.D. Norris, *Advertising and the Transformation of American Society, 1865-1920*, Greenwood Press, New York, 1990, pp. 47-126, e S.R. Fox, *The Mirror Makers. A History of American Advertising and Its Creators*, University of Illinois Press, Urbana, 1997<sup>2</sup>, pp. 13-39.

costantemente di pieno carnevale»<sup>66</sup>. Mancando ancora le basi socio-economiche per una sua vera importazione, la *réclame* all'americana finì per essere, nell'Italia del XIX secolo, una delle tante bizzarrie della società d'oltreoceano, fonte di ammirazione e disprezzo, oppure di semplici notizie divertenti, di amenità eccentriche<sup>67</sup>, atte soltanto a nutrire, ancora una volta, la «voglia d'America» dei lettori<sup>68</sup>. In un simile contesto, la *réclame* del Buffalo Bill's Wild West irruppe travolgendo tutto e tutti, i toscani quanto i loro connazionali, rimasti attoniti, ammirati – come si leggeva ad esempio sul giornale bolognese *Il Resto del Carlino* – davanti «a quei cartelloni, a quei quadri di piramidale *réclame*, finora a noi sconosciuta o appena nota nella *Varietà* dei giornali»<sup>69</sup>.

Quando nel 1906 la compagnia tornò in Italia, trovò un Paese nel pieno della sua prima espansione industriale. Il settore italiano della pubblicità si era accresciuto e diversificato notevolmente rispetto al 1890, con il moltiplicarsi di agenzie specializzate, articoli, riviste e saggi a tema, con la sperimentazione di nuove tecniche<sup>70</sup>. Eppure, il *modus operandi* del Buffalo Bill's Wild West lasciò ancora una volta interdetti gli osservatori italiani. A Livorno – dove la troupe si esibì per il terzo centenario della città<sup>71</sup>, dal 18 al 20 marzo 1906 – lo spettacolo si annunciò con una sontuosa e ancor più grande campagna reclamistica: i muri e le vetrine dei negozi furono tappezzati di locandine; volantini e opuscoli furono distribuiti per le strade da addetti della compagnia; enormi cartelloni – commissionati all'agenzia milanese Impresa italiana d'affissioni e pubblicità di Antonio Montorfano e Giordano Valcarengi – furono innalzati nelle principali piazze cittadine<sup>72</sup>. In confronto a tanta grandiosità, gli annunci comunali dei festeggiamenti apparvero «quite insignificant», secondo un cronista del periodico fiorentino *The Italian Gazette*<sup>73</sup>. Un'impressione confermata, in modo ancora più sferzante, dal collaboratore locale del *Cyrano*, settimanale di satira politica pubblicato a Firenze:

---

<sup>66</sup> Sormani, *Eco d'America*, pp. 40-41.

<sup>67</sup> Si vedano come esempi il tono di *ivi*, pp. 55-68, o quello di un cronista anonimo, secondo cui non sarebbe esistito «nulla di strano, nulla di straordinariamente strano che non sia già stato fatto in America per la *réclame*... Gatti arrabbiati lanciati a migliaia [*sic*] per le vie della città, [con] delle tavolette *réclames* attaccate alla coda» oppure «matrimonii [*sic*] in teatro, a cavallo, in alto mare, in una botte, sur un campanile», *Cose d'America (vita americana)*, in «La Commedia Umana», 30 gennaio 1887, pp. 19-20. Il corsivo è del cronista.

<sup>68</sup> Dall'Osso, *Voglia d'America*, pp. 105-116.

<sup>69</sup> I manifesti dello spettacolo, capaci di creare assembramenti lungo le strade, piacquero molto al cronista bolognese, definendoli «una nota nuovissima, gaia, curiosa, allettatrice», si veda per questo e l'altro virgolettato: MRL-BBCW, MS006 William F. Cody Collection, series 8: Oversize, b. 23, MS6.3777.060.01, ritaglio *Buffalo Bill's Wild West*, in «Il Resto del Carlino», 13 marzo 1890, <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll65/id/868> (consultato il 9 agosto 2023).

<sup>70</sup> Sugli sviluppi del primo Novecento si vedano: Valeri, *Pubblicità italiana*, pp. 29-39, e Codeluppi, *Storia della pubblicità italiana*, pp. 43-63. Nel 1906 un'agenzia italiana sperimentò persino l'uso di fuochi d'artificio per una tipologia di *réclame* «aerea», cfr. *Nuova specie di réclame coi fuochi pirotecnici*, in «La Nazione», 11 gennaio 1906.

<sup>71</sup> Ferdinando I de' Medici concesse il titolo di città a Livorno il 19 marzo 1606, cfr. L. Frattarelli Fischer, *La Livornina. Alle origini della società livornese*, in *Livorno 1606-1806. Luogo di incontro tra popoli e culture*, a cura di A. Prosperi, Allemandi, Torino, 2009, p. 50. L'amministrazione cittadina proclamò tre giorni di feste con un ricco programma di eventi mondani e culturali, invitando la stessa compagnia americana, cfr. De Marco, *Buffalo Bill in Toscana*, pp. 99-100.

<sup>72</sup> Per la *réclame* murale si vedano: ASCLi, *Comune di Livorno, Affari*, 1906, f. 193, lettere del rappresentante della ditta al sindaco Giuseppe Malenchini, 27 febbraio e 2 marzo 1906. Gli impalcati per ospitare i poster furono innalzati in Piazza Giuseppe Mazzini e nell'attuale Piazza della Repubblica, cfr. Archivio di Stato di Livorno, *Comune di Livorno postunitario, serie 2: Polizia urbana (Rapporti delle guardie municipali)*, inv. 149-46, 1906, rapporto di una guardia municipale al comandante della Polizia di Livorno, 8 marzo 1906. La ditta di Montorfano e Valcarengi era già allora una delle principali agenzie del settore in Italia, si veda G. Guarda, *IGAP 1881-1981. Una parete lunga cento anni*, in *Cento anni di manifesti fra arte e costume. 1881-1981. Centenario IGAP*, catalogo a cura di M. De Micheli, Id. e G. Valeri, Igap, Mazza, 1981, pp. 55-56. Per le altre modalità: *Buffalo Bill a Firenze*, in «La Nazione» (Firenze), 26 marzo 1906; Centro di documentazione sulle arti dello spettacolo, Biblioteca labronica di Villa Maria (d'ora in poi CDAS-BLVM), cassetta n. 3, opuscolo pubblicitario «Buffalo Bill's Wild West a Livorno»; P.M. Lombroso, *La voce della réclame*, in «Giornale della Libreria», 15 marzo 1908, p. 164.

<sup>73</sup> S.t., in «The Italian Gazette», 18 marzo 1906.

Da qualche giorno è apparso sulle cantonate un manifesto microscopico su cui un moro rachitico del colore dei ramarri [il monumento dei *Quattro mori*] si disegna sopra uno sfondo di casine da presepio; è con questo manifesto che il Municipio di Livorno annuncia ai popoli il terzo centenario della città.

Ma la grande aspettativa, il soggetto per tutte le conversazioni è da qualche giorno l'arrivo di Buffalo Bill's [sic]. Immensi cartelloni in cui è riprodotto un immane intreccio di uomini e di cavalli, galoppate fantastiche, salti miracolosi, bisonti infuriati, fanno stare a bocca aperta e a naso in su i buoni livornesi, i quali commentano in buona fede e non [con] frasi di meraviglia quelle terribili figure<sup>74</sup>.

La medesima reazione fu registrata da *La Vedetta* per la tappa di Arezzo, prevista il 31 marzo: «tutti si fermano sorpresi davanti agli splendidi avvisi annuncianti l'arrivo di Buffalo Bill's Wild West ed è un intrecciarsi di domande, un succedersi vertiginoso di risposte sorprendenti»<sup>75</sup>. E la stessa eccitazione e meraviglia fu riportata dai rispettivi giornali locali per le città di Firenze e Pisa<sup>76</sup>. In un momento storico in cui il settore italiano della *réclame* stava lentamente maturando, iniziando a proiettare i suoi messaggi verso un pubblico più ampio dell'élite, il Buffalo Bill's Wild West confermò a tanti dove poter dirigere lo sguardo e da chi prendere spunto. La giornalista Paola M. Lombroso – figlia del famoso e controverso antropologo – non ebbe dubbi a riguardo: «è nella civiltà americana, così piena di feconda energia, di vigile aspirazione ad ogni nuova espressione di progresso che dobbiamo cercare le notizie sulla *réclame*», scriveva nel 1908, citando quale esempio concreto e vissuto quella effettuata da Buffalo Bill due anni prima a Bergamo<sup>77</sup>. Agli inizi del Novecento, la *réclame* all'americana apparve così non più una mera stravaganza della società statunitense, ma uno degli aspetti più appariscenti della sua ambita e travolgente modernità.

I muri e le inserzioni dei giornali non furono però gli unici elementi della compagnia a fornire un assaggio dell'America più lontana. Durante lo spettacolo e nell'accampamento, i toscani poterono intrattenere, oltre che l'occhio, anche il loro senso del gusto. Dal 1886 il Buffalo Bill's Wild West aveva infatti avviato la produzione e la vendita di snack per i propri spettatori<sup>78</sup>, effettuata in un chiosco apposito e, fra i palchi, da inservienti ambulanti. I giornali fiorentini del 1890 ne accennarono qua e là all'indomani del debutto. *La Vedetta* ricordava ad esempio il successo ottenuto dagli «aranci e [dal]le caramelle all'americana»<sup>79</sup>; queste ultime, si leggeva sul *Corriere Italiano*, nient'altro che «targhette di zucchero ghiacciato cotto con varii [sic] ingredienti avvolte in carta»<sup>80</sup>. La generica espressione di «caramelle all'americana» doveva però riferirsi anche a un altro prodotto della compagnia, oggi consumato, almeno in Italia, per lo più salato. Sempre sul *Corriere Italiano* si apprendeva infatti che alcune donne arrischiavano «i dentini perlati in certe palle di granturco – scusi, *maiz*, per essere americani – abbrustolito e miele». In apparenza sconosciuto, il popcorn incuriosì e indispettì al contempo i fiorentini. I giornali satirici *La Chiacchiera* e *Il Vero*

---

<sup>74</sup> *Buffalo Bill's [sic] a Livorno*, in «Cyrano», 18 marzo 1906.

<sup>75</sup> *Il trionfo di Buffalo Bill's [sic]*, in «La Vedetta», 29 marzo 1906.

<sup>76</sup> *Buffalo Bill a Firenze*, in «La Nazione», 26 marzo 1906; *Buffalo Bill a Firenze*, in «Fieramosca», s.d. [29-30? marzo 1906]; *In città. Buffalo Bill a Pisa*, in «Il Giornale di Pisa», 10 marzo 1906; *Buffalo Bill a Pisa*, in «Il Mattaccino», 10 marzo 1906; *Cronaca pisana. Buffalo Bill a Pisa*, in «Il Telegrafo», 14 marzo 1906.

<sup>77</sup> Lombroso, *La voce della réclame*, p. 164. D'altra parte non tutti videro nella *réclame* di Buffalo Bill una «buona» *réclame*, per quanto sicuramente efficace, si veda N. De Sanctis, *La «réclame» allegra e la «réclame» criminale*, in «L'Italia Moderna», 13 maggio 1906, pp. 860-867.

<sup>78</sup> Blackstone, *Buckskins, Bullets, and Business*, p. 42.

<sup>79</sup> MRL-BBCW, MS006 William F. Cody Collection, series 8: Oversize, b. 23, MS6.3777.061.02, ritaglio *Buffalo-Bill*, in «La Vedetta», 15-16 marzo 1890, <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll65/id/502> (consultato il 22 agosto 2023).

<sup>80</sup> *Buffalo Bill a Firenze*, in «Corriere Italiano», 14 marzo 1890.

*Monello*, all'interno di due resoconti parodistici dello spettacolo a mo' di dialogo<sup>81</sup>, ne parlarono ad esempio con toni assai delusi:

- *Caramella americana! Buona caramella! Novità per Firenze.*
- Icchè vende quello?
- Gliè un americano, e vende le caramelle de' su' posti.
- Che s'hanno a assaggiare?
- Sentiamole.
- *Caramella americana!*
- Ohe! quell'omo!...
- Che ce ne scaraventa una.
- Quante 'gni s'ha a dare?
- *Cinque solde.*
- Accidenti! Le son care le caramelle in America; da noi cor un sordino si v'ha a i' gran circolo veramente bene.
- Eccogli cinque sordi.
- Vardiamo che roba ella; la pare una palla.
- O icchè l'èe?
- Annusala.
- Che vo' cu' annusare, tieni, assaggiala.
- Noe, assaggiala tene prima.
- Oh! bella!
- Icchè l'è?
- Gliè, gran turco tostaco!...
- Gran turco?
- Già, senti.
- Oh! figli di cani!... E queste le chiaman caramelle?...
- Poveri cinque sordi.
- *Caramelle americane! Caramelle!*
- O cosino!... Da' retta, questa roba quie noiattri la si dà a' polli!...
- Portachecele più fresche!... Guardalo o, cinque sordi una manciatina di gran turco; con un ventino n'ha uno stao!
- Già, vedechè; se v'andache da i' Paoli e vu' sentiche una *mezza* de' nostri fagioletti, v'un sortiche da Firenze.

I popcorn parvero davvero non far breccia nel cuore dei fiorentini: «In generale si trova che quel *maiz* fa l'effetto del *brodetto* scipito degli spartani», ammetteva candidamente l'articolaista del *Corriere Italiano*<sup>82</sup>. Il granturco era ovviamente già conosciuto in Toscana, coltivato dagli inizi dell'Ottocento soprattutto nel Lucchese, ma destinato quasi soltanto all'alimentazione delle fasce contadine più povere e agli animali d'allevamento<sup>83</sup>. Tale fatto – l'essere un cereale poco diffuso, di secondaria importanza, “umile” – spiegherebbe tanto l'interesse quanto il dileggio di cui fu oggetto a Firenze una novità come il popcorn. Non fu un caso isolato: durante l'Exposition universelle di Parigi 1889, i visitatori guardarono ai popcorn del Buffalo Bill's Wild West – lì vicino attendato per

---

<sup>81</sup> *Buffalobillereide*, in «La Chiacchiera» (Firenze), 16 marzo 1890; MRL-BBCW, MS006 William F. Cody Collection, series 8: Oversize, b. 23, MS6.3777.063.02, ritaglio *Alla rappresentazione di Buffalo Bill*, in «Il Vero Monello», s.d., <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll65/id/855> (consultato il 22 agosto 2023). Il testo citato è del secondo giornale. Il corsivo è del cronista.

<sup>82</sup> *Buffalo Bill a Firenze*, in «Corriere Italiano», 14 marzo 1890. Il corsivo è del cronista.

<sup>83</sup> L. Messedaglia, *Il mais e la vita rurale italiana. Saggio di storia agraria con 30 figure*, Federazione Italiana dei Consorzi Agrari, Firenze, 1927, pp. 333-334.

circa sei mesi – nella stessa maniera con cui andavano scrutando le meduse essiccate dei venditori cinesi<sup>84</sup>. Secondo il delegato americano dell'esposizione, ciò fu dovuto alla scarsa dimestichezza degli europei per la versatilità culinaria del mais – una coltivazione che gli Stati Uniti, primo produttore mondiale, avevano tutto l'interesse di promuovere<sup>85</sup>. Checché ne dicessero alcuni produttori statunitensi<sup>86</sup>, il «gran turco tostaco» risultava una modalità di consumo pressoché sconosciuta agli italiani del XIX secolo<sup>87</sup>, e tale sarebbe rimasta almeno fino al Secondo dopoguerra<sup>88</sup>. Negli Stati Uniti, invece, i popcorn erano divenuti uno spuntino assai comune fin dagli anni Settanta dell'Ottocento, consumati da ampi strati della popolazione in eventi fieristici, spettacoli circensi, competizioni sportive e giorni di festa<sup>89</sup>. Il Buffalo Bill's Wild West non fece altro, così, che far conoscere alle popolazioni europee una nuova pratica di consumo di massa nata in seno alla moderna società americana. John M. Burke, principale agente pubblicitario della compagnia<sup>90</sup>, sembrò consapevole di tale ruolo e lo rivendicò con orgoglio patriottico nella biografia di Cody del 1893: «Living in their own camp, eating American food, the people of the Wild West did much to educate foreigners into a taste for American hams, corn-meal, and other luxuries»<sup>91</sup>.

Nel 1906 a queste «luxuries» si aggiunse anche lo zucchero filato. La sua produzione meccanica iniziò nel 1897, quando il dentista William Morrison e il pasticciere John C. Wharton svilupparono una macchina capace di sciogliere lo zucchero e trasformarlo in fili sottilissimi da raccogliere attorno a un cono o un bastoncino<sup>92</sup>. Fin ad allora, questa procedura – eseguita a mano con l'aiuto di una forchetta – risultava estremamente complessa e limitata per lo più a preparazioni di alta pasticceria. L'invenzione di Morrison e Wharton rese invece lo zucchero filato un dolce a sé stante, facile da produrre in grandi quantità e perfetto per essere mangiato durante le passeggiate e gli eventi. Il macchinario fu presentato ufficialmente all'Esposizione universale di Parigi 1900 e poi a quella di St. Louis del 1904, riscontrando notevole successo fra i visitatori. Il Buffalo Bill's Wild West acquistò e portò con sé almeno una macchina per produrre zucchero filato durante l'ultimo giro europeo del 1906. Da un articolo del periodico aretino *Il Risveglio Cattolico* emerge infatti come gli avventori dello spettacolo avessero la possibilità di acquistare, a «prezzo molto mite», la

---

<sup>84</sup> A. Howard Clark, *Report on Alimentary Products*, in United States, *Reports of the United States Commissioners to the Universal Exposition of 1889 at Paris*, vol. IV, Government Printing Office, Washington D.C., 1893, p. 507.

<sup>85</sup> *Ivi*, pp. 506-508.

<sup>86</sup> Si veda il tono promozionale di un produttore di granturco che affermava come «The Italians prefer it to macaroni, and are heavy consumers of pop-corn», *Extent of the Pop-Corn Trade*, in «The Eugene City Guard», 4 ottobre 1884.

<sup>87</sup> La parola «popcorn» sembra comparire per la prima volta su testi italiani nei resoconti dell'Esposizione universale di Filadelfia 1876, dove – si leggeva ad esempio in un album della fiera – «Un capitalista, mercante di popcorn (specie di dolci), ha dato 7,000 dollari [per l'autorizzazione alla rivendita nell'esposizione] pel solo privilegio di guastare la digestione dei visitatori», si veda G. De Molinari, *Lettere dagli Stati Uniti*, in *Album della Esposizione universale di Filadelfia. Illustrato da 108 incisioni*, a cura di L. Luttazzi, A. Favaro, Id. et al., Fratelli Treves, Milano, 1877, p. 131.

<sup>88</sup> Furono probabilmente gli Alleati e il cinema a riportare il popcorn in Italia. Si veda ad esempio quanto riferiva nel 1962 la rivista americana *Billboard*, in calce alla notizia di una truffa sulle macchine per popcorn ai danni di commercianti della Capitale italiana: «In reporting the arrest, Rome's leading daily, *Il Messaggero*, described «popcorn» as «those disgusting oat flakes introduced in Italy by the Allied Forces along with chewing gum»», *6 Accused of Swindling in Italian Pop-corn Case*, in «*Billboard*», 11 agosto 1962.

<sup>89</sup> A.F. Smith, *Popped Culture. A Social History of Popcorn in America*, Smithsonian Institution Press, Washington D.C., 2001<sup>2</sup>, pp. 18-32 e 36-37.

<sup>90</sup> Sul ruolo avuto da Burke nella celebrità di Buffalo Bill e nel successo dello spettacolo si veda ad esempio J. Berger, *Buffalo Bill's Wild West and John M. Burke: Exploring the Origins of Celebrity Brand Management*, in «*Journal of Promotion Management*», 7 (1/2), 2001, pp. 225-252.

<sup>91</sup> J.M. Burke, *Buffalo Bill from Prairie to Palace*, edited by C. Dixon, Bison Books, Lincoln, 2012, p. 255.

<sup>92</sup> J.C. Polinsky, *Cotton candy*, in *The Oxford Encyclopedia of Food and Drink in America*, edited by A.F. Smith, Oxford University Press, New York, 2013<sup>2</sup>, p. 296.

«*bava americana* cioè a dire filatura di zucchero dai colori nazionali»<sup>93</sup>. Il poco invitante nome, affibbiatogli probabilmente dal cronista, attestava la presenza del “moderno” e americano zucchero filato, un’espressione, quest’ultima, che in Italia sarebbe stata invece associata – ancora per un po’ di anni – all’alta pasticceria o a un differente dolciume artigianale, venduto per le strade sotto forma di lunghi cordoni gommosi<sup>94</sup>.

Nella piccola città toscana, come altrove in Italia<sup>95</sup>, il nuovo e originale spuntino sembrò molto apprezzato, tanto da fare «concorrenza improvvisa ai *buoni duri* d’Arezzo [i berlingozzi, tipici biscotti locali del periodo pasquale]»<sup>96</sup>. Con lo zucchero filato «dai colori nazionali» – che dovette avere tutto il sapore dell’esotismo e della novità tipico delle cose americane – la compagnia di Buffalo Bill soddisfò materialmente, ancora una volta, la «voglia d’America» degli italiani.

### 3. Uno spettacolo esotico e moderno assieme.

Dalle *pampas* sterminante alle invenzioni più strepitose, dalle immani catastrofi alla infinita *cordilliera* [sic] delle Ande, dai fiumi che sembrano mari alle *réclame sesquipedali*, tutto quanto viene dall’America reca l’impronta caratteristica del bizzarro, del grandioso, dello strano.

Né a scemar certo questa impressione valgono le aride narrazioni dei suoi viaggiatori, degli audaci suoi *pioneers*, né le fantastiche e incredibili avventure descritte dai suoi romanzieri: Fenimore Cooper, Bret Hart [Bret Harte], Mayn Red [Mayne Reid], né le stupende pitture del francese Duplessis, né le neglette, ma pur veridiche scene degli innumerevoli romanzieri di Amédée Achard [...].

Dietro la scorta di queste considerazioni ci recammo sul luogo dello spettacolo<sup>97</sup>.

Fu in questo modo che il giornalista del *Corriere Italiano* aprì il suo lungo e dettagliato articolo sulla prima fiorentina. Alcuni suoi colleghi romani fecero lo stesso, rievocando scrittori e artisti – americani, inglesi, ma più spesso francesi – che dagli inizi del XIX secolo avevano tratteggiato con le loro opere usi, costumi e paesaggi dell’Ovest americano<sup>98</sup>. Il Buffalo Bill’s Wild West, a partire dal materiale pubblicitario, prometteva al pubblico italiano di ammirare dal vivo tutto ciò che fino a quel momento era stato immaginato solo attraverso carta e tele. Come aveva già precisato il co-direttore Salsbury nell’introdurre il programma napoletano,

Il nostro scopo è di far conoscere [...] i costumi e il modo di vivere degli abitanti dell’Ovest degli Stati Uniti, [...] le scene principali e gl’incidenti che hanno luogo sulle lontane pianure dell’Ovest.

[...] Noi ci consideriamo i primi nel mondo che siamo riusciti a mettere insieme a causa di lunga esperienza tanti elementi di originalità e verità storica<sup>99</sup>.

---

<sup>93</sup> *Buffalo Bill’s Wild West ad Arezzo*, in «Il Risveglio Cattolico», 7 aprile 1906. L’espressione finale farebbe pensare all’utilizzo di coloranti o aromi per ottenere il blu e il rosso della bandiera americana.

<sup>94</sup> P. Nebbia, *Il primo raccolto dell’agricoltore italiano*, in «Il Secolo XIX», gennaio 1904, p. 701. La foto di un venditore di zucchero filato “artigianale” è in *Venditori ambulanti di ghiottornie* [sic], in «Varietas», luglio 1906, p. 688.

<sup>95</sup> Cfr. Bussoni, *Buffalo Bill in Italia*, p. 111, e Pretini, *Dalla fiera al luna park*, pp. 265-266.

<sup>96</sup> *Buffalo Bill’s Wild West ad Arezzo*, in «Il Risveglio Cattolico», 7 aprile 1906. Il corsivo è del cronista.

<sup>97</sup> *Buffalo Bill a Firenze*, in «Corriere Italiano», 14 marzo 1890.

<sup>98</sup> MRL-BBCW, *MS006 William F. Cody Collection, series 8: Oversize*, b. 23, MS6.3777.002.01, ritaglio T. Serrao, *Buffalo Bill. Il West*, in «Carro di Tespi», 15-16 febbraio 1890, <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll65/id/796> (consultato il 2 settembre 2023), e MS6.3777.015.03, ritaglio *La compagnia di Buffalo Bill ai Prati di Castello. La seconda rappresentazione*, in «Il Messaggero», 22 febbraio 1890, <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll65/id/508> (consultato il 2 settembre 2023).

<sup>99</sup> ASCFi, *Comune di Firenze, Affari generali*, CF 4198, reg. 1215, 1890, programma «Buffalo Bill’s Wild West. Rappresentazione nord americana», Napoli, gennaio 1890, p. [1].

Con tali premesse e quel bagaglio di immagini sull’America, dunque, almeno una parte della stampa e del pubblico si avvicinò allo spettacolo. Se per alcuni le aspettative furono eccessive e poi deluse, la maggior parte degli spettatori fiorentini dimostrò di gradire i vari atti del programma. Molto apprezzati furono i quadri a sfondo storico-culturale come «Attacco della diligenza di Deadwood», «Attacco d’un treno di emigranti dagli Indiani» e «Attacco di un villaggio alla frontiera»<sup>100</sup>. Interesse suscitavano le gare di corsa fra cavalleggieri americani, messicani e indiani, come anche gli esercizi di tiro eseguiti da Cody, Lewis H. «Johnny» Baker, Claude L. Daly e Annie Oakley<sup>101</sup>. Un travolgente successo si dimostrò essere inoltre il «Passatempo dei Cow-boys», ovvero la doma dei cavalli selvaggi, un atto applaudito da praticamente tutta la stampa e il pubblico:

Quella lotta dell’uomo contro il cavallo selvaggio, tien fissa l’attenzione degli spettatori, sveglia nell’animo loro un’emozione potente... e l’esercizio finisce con un uragano di acclamazioni!... Solamente quel numero del programma merita d’andare tutti i giorni alla rappresentazione di *Buffalo Bill*<sup>102</sup>.

L’attrazione verso simili spettacoli poggiava d’altronde su un interesse diffuso per l’equitazione e la caccia, due attività che nel corso del XIX secolo – in Europa come in America – raggiunsero il loro apice di popolarità<sup>103</sup>. La cultura locale del buttero – pastore a cavallo della Toscana e del Lazio, assimilabile per mestiere e stile di vita ai mandriani delle Americhe<sup>104</sup> – contribuì forse a concentrare l’attenzione del pubblico italiano verso i numerosi esercizi equestri del Buffalo Bill’s Wild West. E non è un caso che proprio durante la tappa romana del 1890 si verificò uno degli eventi più chiacchierati delle tournée europee: la sfida di doma dei cavalli bradi fra i cowboy e i butteri dell’Agro pontino<sup>105</sup>. La controversa vittoria degli americani fu oggetto di un’ampia copertura giornalistica in Italia e all’estero<sup>106</sup> e stimolò la nascita di spettacoli autoctoni simili a quelli della compagnia di Buffalo Bill<sup>107</sup>. In Toscana, essa generò nell’immediato le prime

<sup>100</sup> *Buffalo Bill*, in «La Nazione», 14 marzo 1890; *Buffalo Bill a Firenze*, in «L’Opinione Nazionale», 14 marzo 1890.

<sup>101</sup> *Buffalo Bill a Firenze*, in «Corriere Italiano», 14 marzo 1890; *Buffalo Bill a Firenze*, in «L’Opinione Nazionale», 14 marzo 1890; *Buffalo Bill ai Prati della Zecca Vecchia*, in «Fieramosca», 14-15 marzo 1890; *La prima rappresentazione di Buffalo-Bill*, in «Il Giorno», 14-15 marzo 1890; U. Coccoluto-Ferrigni [Yorickson], *Buffalo-Bill*, in «Domenica Fiorentina», 16 marzo 1890; *Buffalo-Bill. L’accampamento*, in «L’Opinione Nazionale», 16 marzo 1890.

<sup>102</sup> U. Coccoluto-Ferrigni [Yorickson], *Buffalo-Bill*, in «Domenica Fiorentina», 16 marzo 1890. Il corsivo è del cronista. Simili commenti in *La prima di Buffalo-Bill*, in «L’Elettrico», 14-15 marzo 1890, e in tutti gli altri articoli fin qui citati.

<sup>103</sup> Sull’equitazione come intrattenimento, in particolare nella civiltà europea fino alle soglie del XX secolo, si veda ad esempio D. Roche, *La culture équestre de l’Occident, XVI<sup>e</sup> - XIX<sup>e</sup> siècle. L’ombre du cheval* (voll. 3), tome III, *Connaissance et passion*, Fayard, Paris, 2015. Per la caccia e il suo legame con le nascenti pratiche del turismo e dello sport, P. Galloni, *Storia e cultura della caccia. Dalla preistoria a oggi*, Laterza, Roma-Bari, 2000, pp. 181-200.

<sup>104</sup> I butteri erano una figura comune della Maremma tosko-laziale, della Campagna romana e dell’Agro pontino, si veda Comune di Grosseto, Associazione Butteri della Maremma, *La Maremma e il selvaggio West. 1890-1990: le luci della ribalta sui butteri e i cow-boys*, s.n., Grosseto, 1990. Sulla cultura materiale dei butteri romani si veda M. Nasi, *I butteri di Cisterna e dell’Agro pontino. Augusto Imperiali, l’eroe di tutti i butteri*, Palombi, Roma, 2006, pp. 13-64.

<sup>105</sup> La sfida – che nel programma sostituì temporaneamente l’atto «Passatempo dei Cow-boys» – si compose di due momenti distinti, ma sempre parte di una scommessa lanciata dalla famiglia Caetani, duchi di Sermoneta, al direttivo del Buffalo Bill’s Wild West: il 4 e 5 marzo 1890, la doma dei cavalli bradi dell’Agro pontino eseguita dai cowboy; l’8 marzo, la doma dei puledri selvaggi della compagnia per opera dei butteri al servizio dei duchi. Una ricostruzione delle vicende è in De Marco, *Buffalo Bill in Toscana*, pp. 35-40.

<sup>106</sup> La notizia rimbalzò sui principali giornali nazionali e su diverse testate inglesi, americane, francesi, belghe e svizzere, cfr. sempre *ivi*, pp. 36-37.

<sup>107</sup> Uno «spettacolo di corse dei butteri, ad imitazione di quelle americane di Buffalo Bill», iniziò a essere organizzato periodicamente ai Prati di Castello, il quartiere romano dove la compagnia piantò le tende nel febbraio-marzo 1890, si veda *Guida della terza Roma*, in *Album illustrato della «Vera Roma»*, Libreria della «Vera Roma» di Enrico Filiziani, Roma, 1894, p. 32. Tornei, gare e corse fra butteri erano comunque già diffusi nei centri più piccoli della provincia, dove i mandriani si riunivano in occasione di feste e fiere per testare la loro bravura, si veda Nasi, *I butteri di Cisterna*, pp. 51-53. Anche i circhi italiani, dopo il successo del Buffalo Bill’s Wild West, iniziarono a includere esercizi e parodie del *vaudeville* americano, un esempio in *Una Causa per Buffalo Bill. La parodia della Compagnia Mariani*, in

discussioni sull'abilità dei cowboy<sup>108</sup> e, sul lungo periodo, un falso ricordo della sfida nella memoria collettiva<sup>109</sup>.

Il debutto fiorentino totalizzò 15.000 lire d'incassi e la vendita di tutti i posti disponibili<sup>110</sup>. Un successo rinnovato ad ogni replica, fino all'ultima del 20 marzo, nonostante il maltempo funestò alcuni giorni di permanenza: vi accorsero gli abitanti di Firenze, quelli dei centri limitrofi e delle province di Livorno, Pisa, Siena e Arezzo<sup>111</sup>. Chi non poté accaparrarsi i biglietti o non se li poté permettere – come Papini e altri suoi coetanei – invase i balconi degli edifici e le chiome degli alberi attorno ai Pratoni.

La mobilitazione trasversale della popolazione – dalle classi più umili a quelle più alte gerarchicamente – era stata per Cody, Salsbury e i loro assistenti un obiettivo costante nella creazione della compagnia. Fu raggiunto negli anni grazie ad alcuni accorgimenti, quali l'aggiunta di intermezzi musicali fra i vari atti e una maggior presenza di donne all'interno della troupe<sup>112</sup>. Si poté così smorzare la brutalità di alcune parti del programma – dominato da scene di caccia, lotta e violenza – e pubblicizzare il Buffalo Bill's Wild West come uno spettacolo adatto anche a donne e bambini. La ricerca della storicità – con l'uso di attrezzature originali come il Deadwood mail coach o il reclutamento di cowboy di mestiere e di indiani "autentici" – permise inoltre alla compagnia di differenziarsi dalla finzione di altri generi teatrali o dal mondo truffaldino del circo, proponendosi come un'esibizione educativa e rispettabile, adatta per il pubblico della classe media e alta<sup>113</sup>. Il suo valore istruttivo era sottolineato anche nel caso di un altro aspetto della compagnia: la visita dell'accampamento. Tutti gli spettatori, alla fine dello spettacolo, potevano infatti muoversi più o meno liberamente fra le tende della troupe. Questa visita – che rendeva l'insieme una sorta di «etnoesposizione vivente»<sup>114</sup> – fu fortemente consigliata dalla stampa fiorentina, per l'interesse e il fascino esotico che da essa poteva scaturire.

---

«Fieramosca», 17-18 marzo 1890, e più in generale Pretini, *Dalla fiera al luna park*, pp. 99-101; Rivarola, *Buffalo Bill*, p. 231.

<sup>108</sup> La polemica scoppiò sui giornali italiani quando la prova dei butteri fu interrotta da Cody per lo sfioramento dei tempi pattuiti, ovvero dieci minuti come la doma dei puledri pontini effettuata dai suoi cowboy. Questo limite di tempo – smentito da uno butteri – venne considerato dal pubblico un pretesto per non pagare la scommessa. L'eco della polemica è rintracciabile anche sulla stampa toscana, come ad esempio in un articolo del *Corriere Italiano* di Firenze – che, pur riconoscendo la sconfitta, considerò i butteri non secondi a nessuno – o negli sferzanti commenti de *La Lotta* e del foglio pistoiese *Kimiky*, si vedano in ordine *Le scommesse di Buffalo Bill*, in «Corriere Italiano», 10 marzo 1890; MRL-BBCW, MS006 William F. Cody Collection, series 8: Oversize, b. 23, MS6.3777.051.01, ritaglio *Buffalo Bill e il padre Agostino da Montefeltro*, in «La Lotta», 12 marzo 1890, <http://library.centerofthewest.org/cdm/ref/collection/p17097coll65/id/883> (consultato il 2 dicembre 2023); *Buffalo Bill e i mille asini*, in «Kimiky», 9 marzo 1890.

<sup>109</sup> Una versione alterata dei fatti – secondo cui furono i butteri maremmani e non quelli romani a prendere parte alla sfida del 1890 – si è imposta nel corso del Novecento tramite opere letterarie, articoli di giornali e film, portando non di rado a incidenti mediatici con la comunità e l'amministrazione di Cisterna di Latina, la "patria" dei butteri che "sconfissero" Buffalo Bill. Sui risvolti della vicenda si veda De Marco, *Buffalo Bill in Toscana*, pp. 146-151.

<sup>110</sup> *La prima di Buffalo-Bill*, in «Ferruccio», 14 marzo 1890; *Buffalo Bill a Firenze*, in «L'Opinione Nazionale», 15 marzo 1890.

<sup>111</sup> MRL-BBCW, MS006 William F. Cody Collection, series 8: Oversize, b. 23, MS6.3777.053.01, ritaglio *Buffalo-Bill*, in «La Vedetta», 12-13 marzo 1890, <http://library.centerofthewest.org/digital/collection/p17097coll65/id/519> (consultato il 5 settembre 2023). Per le varie giornate cfr. *Buffalo-Bill*, in «Il Giorno», 15-16 marzo 1890; *Buffalo Bill. L'accampamento*, in «L'Opinione Nazionale», 16 marzo 1890; *Buffalo Bill*, in «La Nazione», 17 marzo 1890; *Buffalo Bill*, in «L'Opinione Nazionale», 17 marzo 1890; *Buffalo Billi [sic]*, in «Ferruccio», 17-18 marzo 1890; *A Buffalo Bill*, in «Fieramosca», 17-18 marzo 1890; *Buffalo-Bill*, in «Il Giorno», 17-18 marzo 1890; *L'ultima di Buffalo Bill*, in «Fieramosca», 21-22 marzo 1890; *Buffalo-Bill*, in «Il Giorno», 22-23 marzo 1890.

<sup>112</sup> Blackstone, *Buckskins, Bullets, and Business*, pp. 68, 83-85; Warren, *Buffalo Bill's America*, pp. 237-253.

<sup>113</sup> Kasson, *Buffalo Bill's Wild West*, pp. 55, 61; Warren, *Buffalo Bill's America*, pp. 206-207, 220-221.

<sup>114</sup> L'inclusione del Buffalo Bill's Wild West nel fenomeno dei cosiddetti "zoo umani" – in quanto spettacolo etnografico che pose la sua troupe multietnica in una narrativa imperialista e razzialmente connotata – risale alla mostra *Exhibitions. L'invention du sauvage*, tenutasi al Musée du quai Branly fra 2011 e 2012 e curata da diversi studiosi sul



[L'accampamento] è – diciamo – meraviglioso.

Quel villaggio di tela, improvvisato in tre giorni, merita di essere veduto e ammirato. Le scuderie, le tende per i cow-boys [*sic*], per l'amministrazione, per la farmacia, per tutti i componenti, maschi e femmine, di codesta compagnia numerosissima. Sono belle, alcune elegantissime, tutte comode.

Ma quello che attira l'attenzione del pubblico sono le tende degli Indiani: otto, compresa quella del capo. Codeste tende sono chiuse, ma dai buchi si vedono apparire degli occhi maliziosi che ammiccano al pubblico<sup>115</sup>.

Proprio in tale impostazione "storico-didattica" dello spettacolo e dell'accampamento, un cronista del *Ferruccio* intravide il punto di maggior interesse per il pubblico generalista: «Più che altro[ , la compagnia] è un'esposizione di costumi americani di 30 o 40 anni fa, per cui diventa quasi una reminiscenza preistorica data la velocità con la quale nel mondo... nuovo, tutto attualmente scorre»<sup>116</sup>. A riconferma, insomma, dell'America come terra del progresso e del cambiamento repentino<sup>117</sup>.

Il Buffalo Bill's Wild West fu in fondo il risultato di quella modernità, uno spettacolo di *vaudeville* originale e nuovo nei contenuti – il primo autenticamente western<sup>118</sup> – che sfruttava a suo vantaggio i nuovi mezzi di trasporto a vapore, gli stratagemmi della nuova *réclame*, la ricerca di sensazionalismo della stampa di massa, la necessità di riempire il crescente tempo libero in una società industriale. A differenza di tanti altri spettacoli e circhi, però, la compagnia poteva contare su una star vivente: Buffalo Bill. Ossia un vero e proprio eroe "transmediale", già conosciuto dal pubblico americano negli anni Settanta del XIX secolo come scout dell'Unione e protagonista di diffusissimi romanzi d'avventura a basso costo (*dime novels*)<sup>119</sup>. La sua biografia – in realtà parzialmente inventata o abbellita in vari punti<sup>120</sup> – servì da ispirazione per gli atti del programma: il Pony Express, l'attacco alla diligenza di Deadwood, la caccia al bisonte o la rievocazione dello scontro di Warbonnet Creek (1876), culminato con la scalpatura dell'indiano Yellow Hair per vendicare il generale George A. Custer. Il pubblico americano poté vedere in tutto ciò momenti cruciali della propria storia nazionale, il pubblico europeo uno spettacolo suggestivo e dagli accesi toni esotici.

Questa struttura rimase pressoché invariata per una decina di anni, fino al 1893. La conclusione delle guerre indiane, i nuovi eventi bellici successivi al 1898 e la necessità di far fronte alla concorrenza, obbligarono Cody e i suoi soci ad apportare importanti modifiche per mantenere la compagnia al passo coi tempi<sup>121</sup>. La varietà della troupe fu innanzitutto aumentata con il reclutamento di cavalieri arabi, siriani, cosacchi e argentini, nonché membri della cavalleria

---

tema. Per l'espressione, il dibattito attorno a simili spettacoli e le loro conseguenze nella costruzione e nella percezione dell'Altro non-europeo si veda G. Abbattista, *Umanità in mostra. Esposizioni etniche e invenzioni esotiche in Italia (1880-1940)*, EUT, Trieste, 2013.

<sup>115</sup> *Buffalo-Bill ai Prati della Zecca Vecchia*, in «Fieramosca», 14-15 marzo 1890. Commenti simili in G. Piccini [Sigaretta], *Corriere di Firenze*, in «La Nazione», 13 marzo 1890; *La prima di Buffalo-Bill*, in «Ferruccio», 14 marzo 1890; *Buffalo-Bill. L'accampamento*, in «L'Opinione Nazionale», 16 marzo 1890.

<sup>116</sup> *La prima di Buffalo-Bill*, in «Ferruccio», 14 marzo 1890.

<sup>117</sup> Dall'Osso, *Voglia d'America*, pp. 81-103.

<sup>118</sup> Warren, *Buffalo Bill's America*, pp. 207-210, 218-219.

<sup>119</sup> *Ivi*, pp. 107-116. Sulla transmedialità del suo personaggio si veda poi L. Di Gregorio, *Buffalo Bill, une attraction transmédiée ? Brève Phénoménologie populaire du cirque man de l'Ouest*, in «Phantasia», 1, 2015, <https://popups.uliege.be/0774-7136/index.php?id=366> (consultato il 10 settembre 2023).

<sup>120</sup> Cfr. Kasson, *Buffalo Bill's Wild West*, pp. 37-38, e Warren, *Buffalo Bill's America*, pp. 17-29, 86-87, 117-124, 147-149, 154.

<sup>121</sup> Sui motivi e l'entità del modifiche post-1890 si vedano Blackstone, *Buckskins, Bullets, and Business*, pp. 26, 81-85, e Warren, *Buffalo Bill's America*, pp. 376-389, 434-436.

americana, inglese, tedesca e francese. Nuovi atti narrativi si aggiunsero poi a quelli già esistenti, come una rievocazione della battaglia di San Juan Hill (1898) e un atto legato alla rivolta cinese dei Boxer (1900), con i rispettivi contingenti cubani e giapponesi. Il vecchio sottotitolo dello spettacolo – «America's National Entertainment» – fu di conseguenza mutato in «Congress of Rough Riders of the World». Chiusasi quindi la frontiera dell'Ovest – un esito che il Buffalo Bill's Wild West aveva per anni annunciato – la compagnia iniziò a rappresentarne la proiezione *globale*<sup>122</sup>, l'ascesa politica e militare degli Stati Uniti oltre i suoi confini "naturali". Con questo nuovo tratto cosmopolita e militare, la compagnia accentuò di pari passo anche il suo aspetto più commerciale. L'ingresso nel direttivo di James A. Bailey, già socio di Phineas T. Barnum ed erede dei suoi grandi circhi, portò infatti all'adozione della pubblicità nei programmi e di elementi circensi nello spettacolo, fra cui un tendone dei fenomeni (*freaks*)<sup>123</sup>. Generatori portatili e un impianto d'illuminazione elettrica permisero infine due rappresentazioni al giorno<sup>124</sup>.

Fu questo spettacolo rinnovato e modernizzato che i toscani ammirarono nel 1906. Gli altisonanti numeri della compagnia furono snocciolati su grandi inserzioni e articoli di giornale (fig. 3), in cui si sottolineò, ancora una volta, il valore didattico del Buffalo Bill's Wild West. «Nessun sotterfugio», ribadiva ad esempio la *Gazzetta Livornese*, «è la rappresentazione esatta della verità», ossia della «marcia del progresso e della civiltà [...] grazie all'incomparabile attività dei primi pionieri»<sup>125</sup>. E così la stampa fiorentina, secondo cui lo spettacolo costituiva «un insieme di cose ricavate dalle pagine della storia»<sup>126</sup>, una vera e propria «scuola [...] dove in due sole ore il visitatore ammira l'arte della equitazione antica e moderna»<sup>127</sup>. Sulla scia del materiale promozionale, *La Nazione* e le altre testate consigliarono inoltre il Buffalo Bill's Wild West come un'occasione unica per studiare dal vivo i nativi americani, poiché – spiegava il quotidiano – tra «dieci anni, molto probabilmente, questo tipo sparirà dalla scena del mondo».

Esortiamo i nostri lettori, agli studiosi di storia naturale, come alle persone che vanno alla ricerca di curiosità, di recarsi a vedere i rappresentanti di una razza che sta per sparire e il cui nome è legato nella storia al ricordo delle imprese guerresche di Buffalo Bill<sup>128</sup>.

Ogni aspetto della compagnia americana era dunque interessante, grandioso, immenso, ripetevano all'unisono i giornali<sup>129</sup>. Inclusa la sua logistica, simile a una catena di montaggio, che permetteva tappe di un singolo giorno con la movimentazione di animali e attrezzature in tempi brevissimi. *La Nazione* descrisse le fasi di scarico con simili toni enfatici:

---

<sup>122</sup> Cfr. R. Slotkin, *Gunfighter Nation. The Myth of the Frontier in Twentieth-Century America*, University of Oklahoma Press, Norman, 1998, pp. 79-80.

<sup>123</sup> Kasson, *Buffalo Bill's Wild West*, pp. 145-146; Warren, *Buffalo Bill's America*, p. 470.

<sup>124</sup> Warren, *Buffalo Bill's America*, pp. 445-446.

<sup>125</sup> *Buffalo Bill a Livorno*, in «Gazzetta Livornese», 16-17 marzo 1906.

<sup>126</sup> *Buffalo Bill's [sic]*, in «Fieramosca», s.d. [20-21? marzo 1906]. Stessi toni in *Buffalo Bill a Firenze*, in «La Nazione», 21 marzo 1906.

<sup>127</sup> *Buffalo Bill a Firenze. L'arrivo al Campo di Marte*, in «Corriere Italiano», 1° aprile 1906.

<sup>128</sup> *Buffalo Bill a Firenze. I selvaggi indiani a Firenze nel 1848*, in «La Nazione», 1° aprile 1906. Nell'opuscolo distribuito a Livorno si descriveva la compagnia come una «riunione di 800 uomini appartenenti a tutti i paesi [...]. Vera collezione antropologica senza pari che tutti gli abitanti d'Italia possono vedere in una seduta equivalente a una vita intera di viaggi», si veda CDAS-BLVM, cassettoniera n. 3, opuscolo pubblicitario «Buffalo Bill's Wild West a Livorno». Almeno due antropologi fiorentini risposero alla chiamata ed effettuarono una visita al campo indiano per i loro studi, in merito si veda Abbattista, *Umanità in mostra*, pp. 288-289.

<sup>129</sup> Oltre ai già citati, si vedano ad esempio anche: *Buffalo Bill a Livorno*, in «Il Telegrafo», 8 marzo 1906; *La «calata» di Buffalo Bill*, in «La Provincia di Arezzo», 24 marzo 1906; *Buffalo Bill's [sic]*, in «La Provincia di Pisa», 29 marzo 1906.

I numerosi cavalli da tiro [...] trascinano le carrozze che trasportano il materiale e che vengono poste sopra dei vagoni piani, per mezzo dei quali rotolano su tutta la lunghezza del treno [quello adibito all'attrezzatura, uno dei quattro treni della compagnia], sino a terra, mediante una passerella mobile.

[...] Lo sbarco viene eseguito con una rapidità prodigiosa.

Nessuna parola viene scambiata fra i lavoranti, i quali eseguono lo scarico metodicamente, meccanicamente, senza occuparsi l'uno dell'altro.

[...] La teorica della divisione del lavoro dà risultati meravigliosi<sup>130</sup>.

Sul valore assolutamente istruttivo di questo spettacolo "collaterale" ma non meno interessante, conveniva anche il periodico socialista *Sorgiamo!* di Arezzo, che si metteva a canzonare così il Regio esercito: «tante cose – per valore e per organizzazione – [Buffalo Bill] potrebbe insegnare a certi *gloriosissimi ed eroissimi* [sic] eserciti di nostra conoscenza»<sup>131</sup>. In realtà, questa impressione non balzò solo alla mente di qualche cronista di provincia: durante le tappe di Roma e Torino, alti rappresentanti dell'esercito italiano furono visti seguire con attenzione le manovre di carico e scarico della compagnia<sup>132</sup>, come d'altronde si erano già trovati a fare alcuni loro colleghi in Francia e Germania nel 1889 e nel 1891<sup>133</sup>.

Pungolata da questi articoli e dalla réclame, la popolazione accorse numerosa a pressoché tutte le rappresentazioni date in Toscana dalla compagnia. Stando ai principali giornali della città, la tappa di Livorno fu un vero successo, un anfiteatro «sempre pieno» e pronto ad acclamare «con vero entusiasmo [...] il colonello Cody e i suoi scritturati»<sup>134</sup>. Scene simili si videro a Firenze, dove lo spettacolo totalizzò un incasso di 120.000 franchi in tre giorni, secondo *The Italian Gazette*<sup>135</sup>. I maggiori quotidiani della città apprezzarono i nuovi numeri<sup>136</sup>, eccetto il *Corriere Italiano*. Promuovendo nel complesso lo spettacolo, il cronista ammise di non gradire la sua nuova formula: «L'impressione generale dello spettacolo è buona, ma certo sarebbe preferibile che avesse un carattere più strettamente americano, come al tempo della prima tournée»<sup>137</sup>. Una folla enorme accolse la compagnia anche ad Arezzo, attirando gli abitanti dei centri tosco-umbri<sup>138</sup>, ma la stampa sembrò dividersi fra chi vi trovò confermate le proprie aspettative – «indubbiamente un avvenimento memorabile», affermava *La Provincia di Arezzo*<sup>139</sup> – e chi meno. Il cronista de *Il Risveglio Cattolico* fu tra questi ultimi, avanzando dubbi sulla qualità di alcune scene e bocciando senza mezzi termini il baraccone dei fenomeni:

Quando Buffalo Bill's [sic] tornerà, (se tornerà) in Arezzo, lo rivedremo molto volentieri, ma find'ora [sic] lo dispensiamo dall'infliggerci la Kita misteriosa, la bottiglia col sipario, le tube sfondate, i

---

<sup>130</sup> *Buffalo Bill a Firenze*, in «La Nazione», 2 aprile 1906. Fu Bailey a introdurre questo specifico metodo, già adoperato nei suoi circhi, cfr. Blackston, *Buckskins, Bullets, and Business*, pp. 51-52.

<sup>131</sup> *Buffalo Bill in Arezzo*, in «Sorgiamo!», 31 marzo 1906.

<sup>132</sup> Stern, *Buffalo Bill a Trieste*, pp. 61-62.

<sup>133</sup> Cfr. P. Reddin, *Wild West Shows*, University of Illinois Press, Urbana, 1999, pp. 101, 112, e Stetler, *Buffalo Bill's Wild West*, pp. 203-205.

<sup>134</sup> *Buffalo Bill a Livorno. La seconda giornata*, in «Il Telegrafo», 20 marzo 1906. Identico articolo riportato dalla *Gazzetta Livornese* del 20-21 marzo.

<sup>135</sup> S.t., in «The Italian Gazette», 10 aprile 1906.

<sup>136</sup> *Buffalo Bill a Firenze*, in «La Nazione», 2 aprile 1906; *Gli spettacoli di Buffalo Bill*, in «Fieramosca», 2-3 aprile 1906; Qualche delusione nei commenti della stampa minore: s.t., in «Il Giornale Mondano» (Firenze), 4 aprile 1906.

<sup>137</sup> *Gli spettacoli di Buffalo Bill*, in «Corriere Italiano», 2 aprile 1906.

<sup>138</sup> *Treni straordinarii* [sic] e biglietti di andata e ritorno, in «La Valtiberina», 25 marzo 1906.

<sup>139</sup> *Le rappresentazioni di Buffalo Bill*, in «La Provincia di Arezzo», 7 aprile 1906.

corni americani, i negri inverniciati di bianco, il tiro ai brigidini, i pulcinelli alla cinese, e qualche altra cianfruscola di simil fatta<sup>140</sup>.

Gli unici a non godere del Buffalo Bill's Wild West furono i pisani. La tappa del 4 aprile fu infatti annullata per volere del prefetto e delle autorità sanitarie, con il timore che un'eventuale diffusione della morva – contagiosa e letale malattia dei cavalli, segnalata nel 1905 fra le mandrie dello spettacolo – potesse danneggiare l'economia ippica della zona<sup>141</sup>. La compagnia sconfessò la presenza della morva fra i suoi nuovi cavalli<sup>142</sup>, ma né questo né le proteste di stampa, popolazione e comune bastarono a far ritirare il divieto<sup>143</sup>. I giornalisti pisani furono comunque omaggiati dalla compagnia con un viaggio e un biglietto gratuito per l'ultima replica fiorentina del 3 aprile, ritornando poi in città «vivamente dispiaciuti» che solo Pisa fosse «rimasta priva di un sì grandioso e magnifico spettacolo»<sup>144</sup>. Chi non poté recarsi alle vicine tappe di Livorno o Firenze, ebbe comunque la possibilità di vederne almeno un surrogato, grazie a una moderna e promettente tecnologia: il cinematografo. Il collaboratore pisano de *La Chiacchiera* scherzava così sul paradosso: «A prima vista, sembrerebbe che il colonnello Codj [*sic*] fosse venuto a Pisa per assistere ad una rappresentazione cinematografica. È invece tutto il contrario: [è] Buffalo Bill's [*sic*] con tutta la sua troupe che si vede riprodotto dal Cinematografo Lumière»<sup>145</sup>. Aperto sul finire del 1905<sup>146</sup>, il Lumière di Pisa iniziò a proiettare dal 22 aprile le pellicole filmate da Filoteo Alberini – un inventore e regista romano fra i pionieri del cinema<sup>147</sup> – che mostravano l'arrivo della compagnia a Roma e i numeri dello spettacolo (fig. 4). Tale modalità sarebbe divenuta presto l'unica possibile per tutti, in quanto il Buffalo Bill's Wild West non tornò più in Europa e nel 1913 fu messo in liquidazione<sup>148</sup>. Quei filmati, proiettati sempre alla fine delle rappresentazioni “reali”<sup>149</sup>, segnarono idealmente anche l'inizio di un nuovo secolo: quello del declino dei grandi spettacoli viaggianti e dell'ascesa del cinema e degli Stati Uniti. Un secolo definito, non a caso, *americano*.

#### 4. Conclusioni.

Nel 1976, introducendo una raccolta di studi sui rapporti italo-americani, lo storico Giorgio Spini ammetteva come moltissimi temi non “politici” o non legati direttamente al fenomeno dell'emigrazione fossero in sostanza territori vergini. Temi quali, ad esempio, l'influenza americana sulla letteratura per ragazzi o la musica di Giacomo Puccini, l'impatto di Buffalo Bill e dei romanzi western di Salgari, o ancora «l'immagine popolare dell'americano che gira per l'Italia come turista» e che «magari dimora in una villa a Firenze»<sup>150</sup>. Negli anni, vari studi hanno colmato molte di

<sup>140</sup> *Buffalo Bill's Wild West ad Arezzo*, in «Il Risveglio Cattolico», 7 aprile 1906. I nomi si riferivano alla troupe e ai numeri del tendone, accessibili con «un'altra mezza lira» al biglietto base – 1,20 e 2,50 lire per i normali posti a sedere, 4, 5 e 6 lire per le tribune riservate.

<sup>141</sup> *L'ukas contro la venuta di Buffalo Bill!*, in «La Gazzetta Pisana», 18-19 marzo 1906; *Buffalo Bill non verrà più!*, in «Il Mattaccino», 26 marzo 1906. Per una ricostruzione completa si rimanda a De Marco, *Buffalo Bill in Tosca-na*, pp. 125-131.

<sup>142</sup> *Buffalo Bill a Marsiglia. La strage della morva nelle sue scuderie*, in «Il Telegrafo», 6 marzo 1906.

<sup>143</sup> Il comune, ricevuta una lettera di rimostranze dalle associazioni pisane dei commercianti e dei vetturini, tentò di sbloccare l'impasse, si veda Archivio di Stato di Pisa, *Comune di Pisa, sez. separata 1868-1950, serie III*, f. 47, verbale dell'adunanza della Giunta municipale del 17 marzo 1906.

<sup>144</sup> *Una visita al Buffalo Bill's [*sic*]*, in «L'Arno», 8 aprile 1906.

<sup>145</sup> *Buffalo Bill's [*sic*] al cinematografo*, in «La Chiacchiera», 26 aprile 1906.

<sup>146</sup> R. Bovani, R. Del Porro, *Il Lumière di Pisa. Cento anni di cinema a Palazzo Agostini*, Felici, Pisa, 2004, p. 19.

<sup>147</sup> R. Lestini, *Alberini '00*, Bibliotheka, Roma, 2022. Sulla paternità dei filmati si veda R.M. Laegreid, *Finding the American West in Twenty-First-Century Italy*, in «Western Historical Quarterly», 45 (Winter), 2014, p. 417.

<sup>148</sup> Per gli ultimi anni di Cody e della compagnia si veda Warren, *Buffalo Bill's America*, pp. 524-549.

<sup>149</sup> Bussoni, *Buffalo Bill in Italia*, p. 132.

<sup>150</sup> G. Spini, *Prefazione*, in *Italia e America*, pp. 23-24.

queste lacune, facendo emergere le tante sfaccettature dell’impatto e del mito americano nella società italiana. Immagini, discorsi, stereotipi, atteggiamenti filo e anti-americani sedimentati gradualmente a partire dall’Ottocento, rilanciati e diffusi da giornali, saggi e resoconti di viaggio, oppure da avvenimenti grandi e piccoli, da *turning points* della storia mondiale come l’ascesa economica degli Stati Uniti, la loro entrata nella Grande guerra o, con le dovute misure, le tournée transcontinentali del Buffalo Bill’s Wild West.

Il passaggio toscano di questo originale *vaudeville* ha evidenziato l’ampiezza e la natura delle reazioni di stampa e pubblico. I toscani interpretarono i vari aspetti della compagnia – la *réclame*, gli spuntini americani venduti nell’accampamento, l’organizzazione logistica, la troupe e gli atti del programma – con le stesse immagini, gli stessi stereotipi con cui da anni si parlava, fra XIX e XX secolo, dell’America: terra di cose grandiose ma talvolta menzognere, nuove e pertanto strane, eccessive ma a tal punto affascinanti da non poterle ignorare – proprio come Buffalo Bill. Da tale esperienza quanto mai diretta con la cultura americana, toscani e italiani ottennero nuovo materiale e occasioni per conoscerla e confrontarla con la propria società. La storia delle tournée europee e italiane del Buffalo Bill’s Wild West – così come quella dei suoi numerosi “cloni” o dei grandi circhi statunitensi – sembra avere ancora ampie praterie inesplorate, potenzialità per futuri studi. Essa si configura infatti come un piccolo ma prezioso tassello capace d’illuminare, in molte direzioni, i rapporti fra Italia e Stati Uniti, la diffusione del mito americano nella società italiana, la «voglia d’America» da esso scaturita e, non da ultimo, il più esteso mosaico del lungo Ottocento italiano.

Antonio De Marco si è laureato in Storia contemporanea presso l'Università di Pisa e ha conseguito con lode la laurea magistrale in Storia e civiltà nello stesso Ateneo. Ricopre attualmente il ruolo di bibliotecario presso l'Università di Verona.