

AVEVO UN BEL CANE BIANCO E NERO

«... che capiva almeno cinquanta frasi diverse e beveva acqua solo dal rubinetto». Così Charles Schulz, 35 anni dopo, ricorda come nacque l'idea di Snoopy, il simpatico braccetto di Charlie Brown e della sua banda. E racconta, in una intervista esclusiva a «Epoca», come tutti i Peanuts siano autobiografici e rappresentino la sua ossessione quotidiana, il suo orgoglio e anche la sua coscienza.

■ La *Interstate 001* è una strada tutta a saliscendi, incastrata fra le colline della California del Nord. Scavalcato il Golden Gate, la baia di San Francisco ormai dietro le spalle, ci si immerge nella provincia, verdissima sotto il sole a picco.

Tra mezz'ora dovremmo essere a Santa Rosa, la cittadina dove abita e lavora il creatore dei Peanuts, Charles Schulz. All'improvviso, fuori dal finestrino si succedono immagini familiari, viste mille volte. Quella scuola con i muretti di mattoni e i recinti in fil di ferro, i bambini alti una spanna che giocano a baseball nel campus... perfino l'erba tutto attorno, a guardar bene, sembra «quell'erba», i ciuffi schizzati dei disegni di Schulz. Siamo già in pieno fumetto.

Charles Schulz è un bell'uomo di 62 anni, alto, con i capelli grigi tenuti all'indietro, sempre sorridente. Profanarne la tana non è stato semplice. L'appuntamento è stato frutto di una complessa contrattazione a colpi di telex, che ha visto l'intervistatore confessarsi e fornire generalità, curriculum vitae, intenzioni. Infine, vinta la schermaglia, eccoci qui, davanti al sorriso di Charles Monroe Schulz, detto Sparky.

«Il soprannome con cui mi chiamano tutti», chiarisce, «deriva da *Sparkplug*, un personaggio dei fumetti della mia infanzia. I comics piacevano

di Federico Fieconi
foto di Jose Azel





*Charles Schulz, 62 anni,
nella sua casa di Santa Rosa,
in California, con una
delle sue due segretarie.*



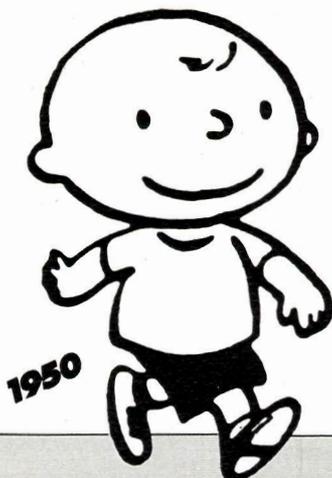
molto anche a mio padre, capitava spesso che leggessimo insieme la strip giornaliera sul quotidiano cercando di immaginare come sarebbe andata avanti la storia l'indomani».

Schulz è comodamente seduto sulla sua poltrona. Siamo nel suo quartier generale, battezzato «One Snoopy Place». È una costruzione bassa, elegante e per nulla appariscente, immersa nel verde di una strada qualsiasi di Santa Rosa. «L'ho voluto apposta così, senza sfarzi, niente di grandioso», sottolinea Schulz, che si è trasferito qui da dieci anni. «Una volta, fuori dal vialetto d'ingresso, c'era una targa che indicava lo One Snoopy Place. Me l'hanno portata via tante di quelle volte che non vale più la pena di provare a rimmetterla».

Qui è installata non solo la centrale creativa dei Peanuts, ma anche quella del colossale fenomeno commerciale che rappresentano. Tutto, però, è organizzato in scala ridotta, con le due segretarie Pat e Jill, un direttore commerciale e un contabile.

Schulz mi ha ricevuto nel locale affacciato sul verde, dove trascorre le giornate a creare, come fa ormai da 35 anni, le tenere storie di una banda di monelli. L'ambiente è un lungo salotto rettangolare, con una parte terminale rialzata. In un angolo di questo spazio, circondato dall'ampia libreria, Schulz ha ritagliato la propria isola di lavoro, incastrandosi fra due tavoli: uno tradizionale, per leggere o per scambiare due chiacchiere al telefono, l'altro inclinabile, il piano di lavoro dedicato al disegno. Tutt'intorno, appese alle pareti in legno, decine di immagini di Snoopy e compagni, confuse tra le foto di famiglia.

«Trascorro quasi tutta la giornata qui. Vengo ogni mattina, verso le nove, e ci resto fino alle quattro o alle cinque. Il mio lavoro è, come è sempre stato, disegnare una comic strip. Ma non dovrei dire "lavoro", è una parola che non mi appartiene. Di solito preferisco dire che "vado a One Snoo-



UN QUADERNO PIENO DI IDEE...

Dopo più di 10 mila tavole create dall'esordio dei Peanuts, nel 1950, il metodo di lavoro di Charles Schulz non è cambiato. In principio c'è un'idea, che di solito non tarda a venire (ma quando l'immaginazione entra in riserva, allora «Sparky» ricorre ad un suo particolare blocchetto degli appunti, segretissimo, i cui fogli sono pieni di schizzetti e suggerimenti grafici e del quale, ovviamente, Schulz è gelosissimo). Una volta trovata la gag, Schulz elabora mentalmente un'efficace scansione in vignette: a questo punto decide il testo e ne fissa l'ingombro. Tocca poi al disegno: a matita innanzitutto, con schizzi molto leggeri e abbozzati per consentire poi un ripasso a china, fresco ed immediato (il pennino che solitamente usa è un comunissimo Esterbook n. 914). Infine, apposte data e firma in un angolo, la tavola è pronta per essere spedita al Syndicate a New York, che provvederà a distribuirla alle oltre duemila testate che in tutto il mondo pubblicano il più famoso fumetto di ogni tempo. Un ultimo particolare: Schulz fa tutto da sé, idee testi e disegni. Questo sia per la strip che per il materiale (magliette, tute, quaderni...) prodotto sulla scia del successo del fumetto.

F. F.

py Place a fare un po' di pupazzetti". Se tutto funziona per il verso giusto, naturalmente. Magari un giorno realizzo anche cinque strisce, ma se non mi vengono ne faccio una sola. E ci sono anche le volte che non mi viene in mente niente. Cerco comunque di portarmi sempre avanti con il lavoro. Diciamo che ho un anticipo di circa tre mesi sulla pubblicazione nei quotidiani. Quando cominciai, negli anni Quaranta, disegnavo vignette occasionali per le riviste, un modo di fare cartoon che lascia respiro. Ora, con la strip giornaliera, quel che conta è la vignetta che c'è oggi sul giornale, e devi continuare a pensare a cose nuove, che nessun altro ha mai fatto. È difficile. Credevo che fosse dura sfondare come cartoonist, ma ho scoperto che è molto più difficile continuare, cercare di rimanere ai livelli raggiunti».

I primi tempi sono stati per Schulz piuttosto travagliati. Gli studi d'arte per corrispondenza, pagati con una certa difficoltà dal padre barbiere, i primi disegni pubblicati su qualche rivista di provincia e firmati Sparky, ma anche i primi rifiuti, tanti rifiuti. Dalla nativa Saint Paul, Minnesota, Schulz decide di marciare su New York: sotto il braccio un pacco con i suoi migliori disegni, che lascia in esame negli uffici della United Feature Syndicate, una delle principali organizzazioni distributrici di fu-

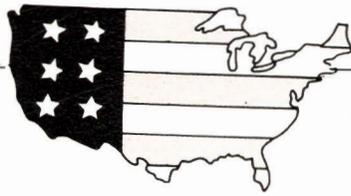


metti. È la volta buona: quei bambini che giocano a fare i grandi e quel cagnetto pezzato col naso a punta piacciono.

La comic strip appare il 2 ottobre del 1950, pubblicata su nove quotidiani. Schulz, che ora firma col suo vero nome, se ne torna a casa con il contratto in tasca. A rovinargli la festa, un unico punto stonato: il cambiamento del titolo della serie da *Lil's Folks* («Piccoli ragazzi») in *Peanuts* («nocciole»), deciso e imposto dal Syndicate. «È una cosa che non ho digerito nemmeno adesso, quel nome *Peanuts*», sbotta Schulz. «Il fatto è che non c'entra niente, non significa nulla! La gente non chiama i miei personaggi così, e i personaggi non si identificano con quel nome. È proprio loffio, come direbbero i miei *kids*, ma ormai è tardi per cambiare».

Già, i suoi «kids», i ragazzini della striscia. Ne parla come se fossero veri, presenti. Quasi una famiglia.

«La gente ha la sensazione che i personaggi siano vivi, li trova credibili. Hanno personalità, si ha l'impressione di conoscerli sul serio», spiega



Charles Schulz, in 35 anni di attività (iniziò infatti nel 1950 «con grandi difficoltà»), ha disegnato oltre diecimila tavole. Lavora ogni giorno, dalle 9 alle 5 del pomeriggio, in uno studio isolato, che si affaccia sul giardino di casa.

Schulz. «Charlie e gli altri si sono evoluti naturalmente, giorno dopo giorno. La strip si è modificata proprio così, è cresciuta con me. Ogni volta che penso a quanta gente la legge e l'apprezza nel mondo ogni giorno, resto sinceramente sbigottito. Ma mentre disegno non ci penso. Se dovessi iniziare a chiedermi, quando trovo un'idea, se i lettori all'estero capiranno la battuta, allora non riuscirei a disegnare più niente, mi bloccherei». Peanuts è probabilmente la più autobiografica delle creazioni a fumetto. Le trovate, le idee che dureranno per più giorni, come i piccoli dettagli del dialogo, sono generalmente ispirate da ricordi d'infanzia dello stesso Schulz e a volte dagli atteggiamenti dei suoi figli, quando erano piccoli. Il papà di Charlie Brown è barbiere proprio come lo era il padre di

Schulz; mentre il nome del personaggio riprende quello di un amico d'infanzia; la gag della coperta di Linus e il personaggio di Joe Falchetto-Snoopy sono invece nati spiando atteggiamenti e discorsi dei suoi figli. Snoopy nasce anch'esso da un ricordo personale:

«Quando ero ragazzo», ricorda Schulz, «avevamo un ca-

ne piuttosto speciale, Spike, un bellissimo bastardino bianco a macchie nere. Capiva perfettamente almeno cinquanta frasi diverse e, tra le sue stranezze, rientrava quella di bere l'acqua non dalla scodella, ma direttamente dal rubinetto della vasca da bagno. Voleva acqua fresca e corrente».

Il cagnolino di casa è ritornato ancora in mente a Schulz quando si è trattato di introdurre un nuovo personaggio nella striscia, il fratello di Snoopy, battezzato appunto Spike. «Mi piace moltissimo disegnarlo, è buffo. Vive da solo nel deserto, e in qualche modo, tra una lettera e l'altra al fratello, deve pure divertirsi. Così fonda il «Club del cactus»... del quale è l'unico membro,

perché da quelle parti non c'è proprio nessun altro! Organizza anche delle riunioni sociali, e a intervenire è sempre lui solo. È un personaggio triste, che cerca di sopravvivere e di stare contento. È molto importante per me cercare di essere divertente, ma sempre con un tocco di tristezza.»

La galleria dei personaggi, all'inizio, comprendeva solo quattro elementi: Charlie Brown, Snoopy, Shermie e Patty, questi ultimi due ormai quasi spariti dalla strip. Via via il gruppo acquistò il fan di Beethoven, Schroeder; i fratelli Lucy e Linus; la sorella di Charlie, Sally; la vitale Piperita Patty, fino al tenero e ingenuo Woodstock, che dal 1970 fa da spalla alla star, Snoopy (apostrofandolo, quando la discussione si fa tesa, con l'appellativo di «naso-a-banana»).

Schulz, dica la verità, chi è il preferito? «Una volta forse il povero Charlie Brown. La sua personalità di perdente assomigliava molto alla mia. Ma ora amo tutti. Tutti i personaggi hanno un po' di me stesso. Certo, con alcuni ho un rapporto più intimo, mentre altri li ho abbandonati lungo la strada, un po' per stanchezza. O sono cambiati. Per esempio, non mi piace più che



LA CITTÀ DEI PEANUTS

Il modo più semplice per rintracciare Linus e i suoi amici, a Santa Rosa, è seguire i cartelli che guidano alla Redwood Empire Ice Arena. Noto per essere uno dei più bei palazzi del ghiaccio d'America, l'Arena è un progetto concepito e realizzato nel 1968 da Charles Schulz insieme con la sua prima moglie. L'edificio esternamente si ispira a modelli elvetico-tirolesi; il piazzale antistante porta tracciate nel cemento, alla maniera del Teatro Cinese di Los Angeles, le firme

dei più grandi campioni di hockey e pattinaggio degli ultimi anni, più l'orma di Snoopy, vittima come sempre della propria megalomania. All'interno, la pista del ghiaccio (che all'occorrenza può diventare un perfetto campo da tennis indoor), viene illuminata da centinaia di fari e lampadine in un caleidoscopio di colori. Il bar-ristorante annesso è un trionfo di vetrate riproducenti i famosi personaggi dei fumetti. Si è detto altrove dello studio di Schulz, silenzioso, immerso nel verde, nascosto con cura all'

assalto dei curiosi. Dalla parte opposta della casa, invece, accanto all'Arena, c'è una nuova costruzione fatta proprio per i visitatori. È lo Snoopy Gift Shop And Museum, un negozio-galleria in cui sono riassunte tutte le tappe significative delle creazioni di Schulz: i premi, una esposizione di tavole originali e un vastissimo supermarket della merce che riproduce le fattezze dei personaggi della fortunata famiglia dei Peanuts. Una Mecca per gli appassionati, un grande affare per la premiata ditta.

F. F.



Lucy sia così aggressiva come era una volta. Lo è ancora, certo, ma in una maniera più moderata. Credo che la gente si stanchi in fretta delle solite cose, e io anche. C'è poi il problema che dopo qualche tempo le idee cominciano a scarreggiare. Porti avanti una situazione per un po' di volte, sviluppi tante variazioni come il Barone Rosso, il Grande Cocomero, il baseball, Piperita Patty a scuola, il compleanno di Beethoven... Qualcuna di queste rimane, diventa un leit-motiv, mentre altre idee si esauriscono subito e vengono accantonate. Magari quella tale trovata l'anno prossimo ritornerà fuori, ma per un processo naturale, emergendo dal lavoro giorno dopo giorno... Purtroppo per certi personaggi ho un po' esaurito la scorta di idee. Linus, per esempio: vorrei riportarlo nelle strip con qualcosa di nuovo. Ultimamente l'ho un po' trascurato. Ma non mi viene in mente niente, e non voglio ripiegare un'altra volta sulla sua coperta. Vorrei proprio pensare a qualcosa per lui. La settimana scorsa non riuscivo a prender sonno per pensare a cosa potrebbe accadere di azzecato a Linus... è proprio ora che torni in campo».

Nuovi personaggi in vista? «No, almeno nella strip. Forse ora che facciamo dei nuovi serial a cartoni animati per la televisione introdurremo una nuova ragazzina, ma non è ancora sicuro che tipo sarà».

Sebbene il parco-personaggi sia stazionario, la striscia dei Peanuts subisce una continua evoluzione. In particolare si è di molto accresciuta la gamma delle espressioni dei personaggi e di Snoopy in particolare: «Sì, ha cambiato espressione, soprattutto quando si incavola e pensa "stupido gatto!"», riconosce Schulz, mentre con un pennarello schizza in due colpi il muso furibondo del bracchetto. «Ho preso a utilizzare questa espressione particolare soltanto recentemente; appena cinque anni fa non l'avrei saputa usare, è una cosa che ho



imparato adesso. L'espressione devo sentirla mentre disegno, non potrei pensarla prima, a freddo».

E i suoi testi, mister Schulz, come nascono? Le sarà pur capitato, in tanta partecipazione personale nella vita della sua comic strip, di mettere in bocca a Charlie o a Linus un'affermazione che le stava particolarmente a cuore, una presa di posizione tutta sua. «Sì, è suc-

cesso alcune volte», ammette sorridendo Schulz. «Per esempio, quella volta che i "kids" vanno tutti insieme in ritiro spirituale, dove c'è un uomo che, pregando, annuncia l'imminente fine del mondo e i nostri ultimi giorni. Poiché questi personaggi esistono davvero e io personalmente li giudico degli irresponsabili pericolosi ho pensato a lungo come potevo smontare le loro "profezie" con una battuta. Alla fine ho disegnato Piperita Patty che si spaventa perché crede a ciò che va dicendo quell'uomo, mentre la sua amica Marcie la rassicura: "Non preoccuparti, com'è possibile che il mondo finisca stasera se in Australia è già domani?!"». Finisce poi che Linus si alza in piedi e interroga

Schulz e la sua seconda moglie scherzano con un grande pupazzo di Snoopy, il cane ormai «più famoso del mondo».



quell'uomo in modo da riflettere il mio atteggiamento nei confronti della gente che predica cose del genere». Schulz ride, e aggiunge quasi con tenerezza: «Certo Linus è un bel furbetto».

Ma fra tanti personaggi «autobiografici», chi è il vero Charles Schulz? Qual è la sua vita di ogni giorno, quando esce dallo studio e si «toglie di dosso» i Peanuts?

Di Schulz privato racconta solo che gli piace andare spesso al cinema con la moglie (la signora Schulz, giovane e carina, è la seconda: la prima se ne andò qualche anno fa, beneficiando tra l'altro di una liquidazione di svariati milioni di dollari). Entrambi amano i film francesi, possibilmente con Depardieu. Scivolando subito sull'aspetto «pubblico» Schulz ricorda episodi divertenti e tappe prestigiose, come il «Charles Schulz Day», proclamato in California circa vent'anni fa dall'allora governatore Ronald Reagan; o l'*Apollo 10*, che portò gli astronauti a spasso per la luna con il modulo battezzato Snoopy...

Prima di passare ai saluti, vogliamo fare un ultimo salto nella strip per chiarire il mistero di un nome bizzarro che in brevissimo tempo fece il giro del mondo: Petaluma, mitica città sede del campionato mondiale di braccio-di-ferro a cui partecipò Snoopy. «Non c'è niente di inventato», spiega candidamente Charles Schulz. «Petaluma esiste davvero: è una cittadina a poche miglia da qui, ed è anche vero che lì fu istituito il primo campionato mondiale di braccio-di-ferro. Venni a saperlo, e decisi di mandare Snoopy a partecipare. Tutto qui».

Sulla via del ritorno, la luce del tramonto accende i colori della scuola dai muretti di mattoni e i recinti in fil di ferro. Il campo da baseball è deserto, i bambini saranno a casa, davanti alla tv. Il bracchetto, probabilmente, a Petaluma.

Federico Fieconi

(Le foto sono di Contact/G. Neri)

SOMMARIO

Direttore responsabile
Carlo Rognoni

EPOCA - September 20, 1985 - EPOCA (USPS # 178000) is published weekly by Arnoldo Mondadori Editore 20090 Segrate (Milano), Italy. Subscriptions and distribution European Publishers Representatives Inc. 11-03 46th Avenue, LONG ISLAND CITY N. Y. 11101. Subscription annual rate 109 dollars.

Second class postage paid at Long Island City, New York 11101. Volume CXL, number 1824. POSTMASTER: send address changes to E.P.R., 11-03 46th Ave., L.I.C., N.Y. 11101. SOCIETÀ ESTERE DEL GRUPPO MONDADORI: Londra: Arnoldo Mondadori Company 1-4 Argyll Street - London W1V 1AD - tel. 01-734-6301 - telex 24610 - New York: MONDADORI PUBLISHING Co., Broadway - New York, N. Y. 10003 - tel. 001212/5057900 - Stoccolma: Arnoldo Mondadori Scandinavia AB, Kungsgatan 58 - 11122 Stockholm - tel. 08/243990 - telex 17906 Mondint - Monaco: Arnoldo Mondadori Deutschland GmbH - 8 München 5 - Klenzstrasse 38 - tel. 269031 - telex 524089 OGAME - Tokyo: Orion Press - 55-1-chome Kanda Jimbocho, Chiyoda-ku. Tel. (03)295-1400.

PARIGI: Sig.na Maria Teresa Berti c/o MONDGRAPH S.r.l. 9/11 Avenue Franklin Roosevelt PARIS VIII

ATTUALITÀ'

Ritorno verso «Nonso»: una ventina di ragazzi coreani, adottati in Italia, sono tornati in patria alla ricerca delle loro origini, di Enrico Forni, foto di Uliano Lucas 4

Il cinema è cosa nostra, i nuovi produttori americani rivendicano un ruolo determinante nella produzione di film americani, di Neliana Tersigni, foto di Grazia Lissi 16

Tutti i segreti d'Italia, in anteprima il nuovo 12 metri che sfiderà gli australiani in Coppa America, di Remo Guerrini 22

Incredibile ma Alfredo: un ritratto del comunista Reichlin dopo il suo discorso al Festival dell'Unità che tante polemiche ha suscitato all'interno e fuori del Pci, di Maurizio Marchesi 26

Io lo conosco bene, un esperto ricostruisce per «Epoca» la figura del mostro di Firenze, di Nino Filastò 30

Il settembre di Kandinskij, una grande mostra e un libro rivelazione sul maestro dell'arte astratta 32

Una città lastricata di «se»: Reggio Calabria 15 anni dopo la rivolta, di Francesco Frigieri 34

Cavalieri in campo verde, golfisti under 15 danno lezione di stile e di gioco nel trofeo Topolino, di Guido Mattioni, foto di Ferdinando Scianna 38

Il giro del mondo a scuola guida, in viaggio con i cadetti dell'Accademia aeronautica 42

Spione chi legge, ovvero da dove vengono le notizie riservate che pubblica l'Istituto di studi strategici di Londra, di Enrico Verdecchia 46

PER FARSI UN'IDEA

Guerre stellari: un'arma di difesa o di attacco, sul tema di grande attualità intervengono tre americani illustri: lo scienziato Edward Teller, l'uomo politico Arthur Schlesinger, l'astronomo Carl Sagan 50

IN PRIMO PIANO

Se sessant'anni vi sembran pochi, intervista parallela a Mastroianni e Gassman di nuovo insieme sul set, di Silvia Tortora, foto di Vittoriano Rastelli 52

Il cavallo delle meraviglie: in India un mitico animale con le orecchie a cuore, di Ariberto Segala 60

Per sette giorni vado solo ad acqua, le più famose stazioni termali italiane tra ieri e oggi, di Pier Maria Paoletti e Guido Mattioni 72

AMERICA

Sono un fenomeno, la straordinaria carriera di Jean Michel Basquiat, di Kathleen McGuigan. Spazio: **Come si ricicla un satellite.** Personaggi: **I coniugi Dole.** Società: **Fare soldi con il lavoro degli altri.** I Peanuts hanno 35 anni: **Avevo un bel cane bianco e nero,** intervista con Charles Shultz. Storia del mostro di Los Angeles: **Una stella ha tradito il killer** 84-108

TELEVISIONE

Tutti i programmi del piccolo schermo 112

QUESTA SETTIMANA

Musica, dischi, cinema, mostre, libri 120

AL VOSTRO SERVIZIO

Turismo: Ottobre d'oro a Marbella 124

Auto: la nuova Opel Kadett cabriolet 130

Moda: Morto un jeans se ne fa un altro 132

Shopping: Le novità che arrivano in vetrina 134

FEUILLETON

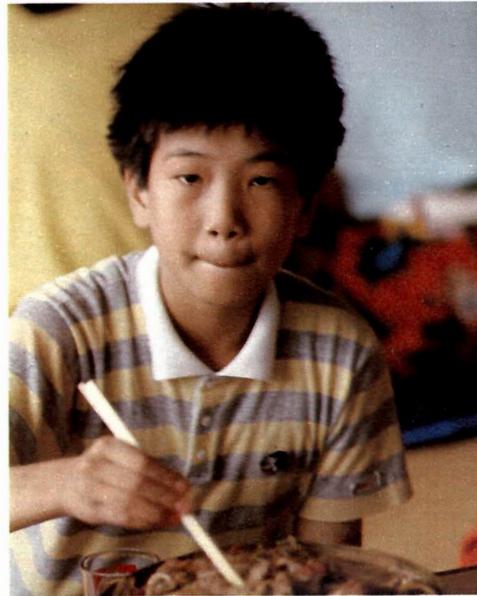
La giornata di Homedia, di Ro Marcenaro 136

ITALIA PARLA

I problemi e le risposte 138

CRUCIVERBA

Il gioco della settimana 142

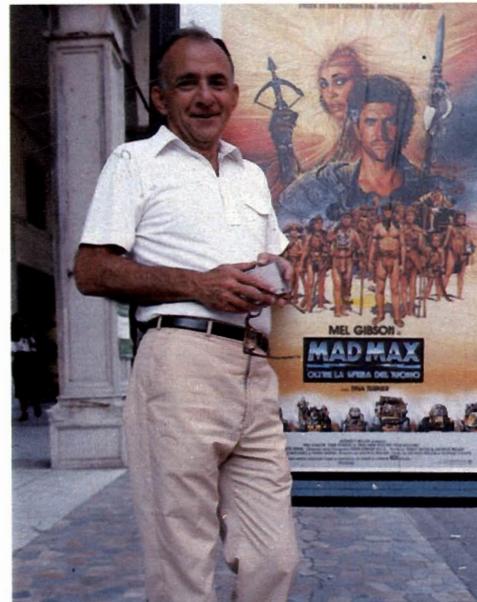


I FIGLI ADOTTIVI

«Epoca» ha compiuto un singolare viaggio insieme a 19 ragazzi coreani che molti anni fa sono stati adottati da famiglie italiane e oggi hanno voluto tornare in Corea alla ricerca di persone, luoghi e fatti della loro primissima infanzia.

Il reportage è di Enrico Forni. Il servizio fotografico è di Uliano Lucas.

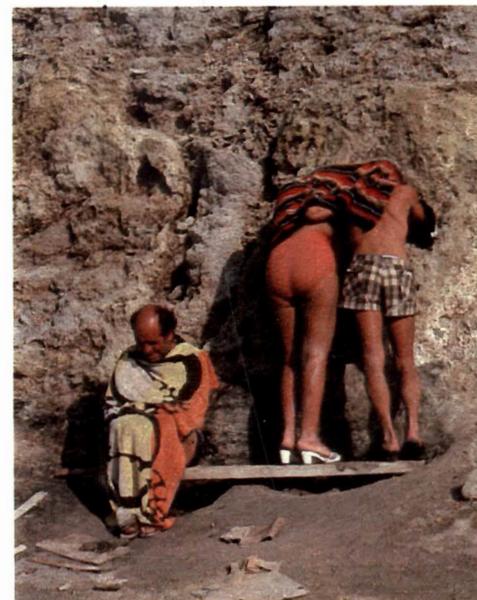
A pagina 4



IL CINEMA SIAMO NOI

Durante la Mostra cinematografica di Venezia sono stati quasi ignorati anche dalla stampa. Eppure sono i veri protagonisti del mondo dei film negli Stati Uniti. I nuovi produttori vantano, infatti, una capacità imprenditoriale da manager di industria e vogliono scegliere tutto: dal soggetto, al regista, agli attori. A fianco, Johnny Friedkin della Warner Bros.

A pagina 16



CI VEDIAMO ALLE TERME

Una vacanza, un rito, un mito: «passare le acque» per un esercito di italiani vuol dire ricerca di forma ed efficienza fisica ma anche un tuffo in un'atmosfera retrò. Il pubblico più giovane, però, sta influenzando le scelte dei direttori degli stabilimenti: oggi è necessario offrire anche fanghi di «bellezza», e tanto divertimento.

A pagina 72.