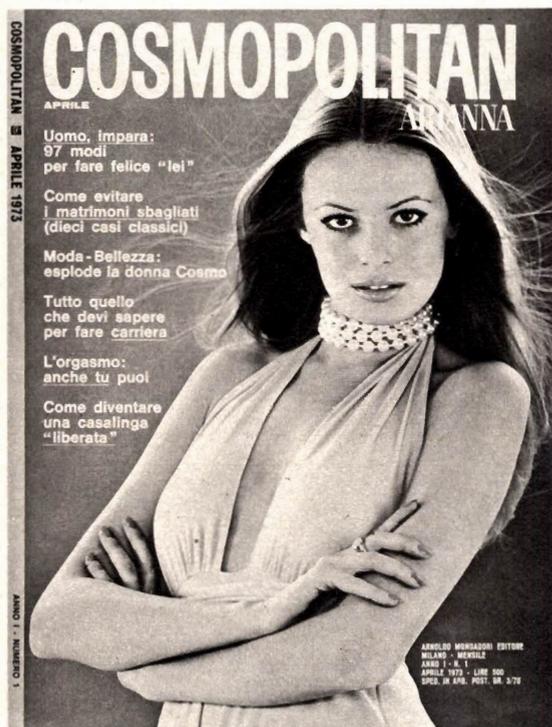


## Nasce "Cosmopolitan" per la donna di oggi



La copertina del numero 1 di « Cosmopolitan ».

Una bella ragazza bionda, sdraiata, sorretta da tanti uomini molto più piccoli di lei, compare in questi giorni sui muri di tutte le città italiane. È la ragazza-pubblicità di *Cosmopolitan*, un nuovo mensile per la donna. « Si chiama Michelle », dice Franco Nencini, già corrispondente di *Epoca* da New York e ora direttore di *Cosmopolitan*. « L'abbiamo scelta tra molte modelle professioniste perché non è né troppo sexy, né troppo sofisticata, né troppo moderna, né troppo austera. È l'immagine della lettrice di *Cosmopolitan*. »

In basso, sul manifesto, c'è anche una gattina stilizzata. Si chiama Lovey e sarà riprodotta sul dorso e alla fine di ogni articolo della rivista. « Perché », dice ancora Nencini, « una gattina è tenera, femminile, sexy, ma non schiava dell'uomo. È anche indipendente, capace di cogliere intelligentemente tutte le opportunità che le si offrono. » Come dovrebbe essere appunto la lettrice di *Cosmopolitan*.

« Niente femminismo », continua Nencini, « niente barricate, niente dichiarazioni di guerra: invece, un continuo stimolo a migliorarsi, a capire, a domandare. »

Il primo numero di *Cosmo-*

*politian* uscirà il 5 aprile. Tiratura: 300 mila copie, formato pratico e maneggevole, 228 pagine (molte delle quali a colori), prezzo 500 lire. Editore, Mondadori. Sotto la testata apparirà anche quella di *Arianna*, nota alle lettrici italiane fin dal 1957. Il cambiamento si è reso necessario per adeguare un mensile di grande prestigio, come appunto era *Arianna*, ai tempi nuovi che stiamo vivendo. D'altra parte già *Arianna*, nel corso di questi ultimi mesi, si era trasformata preparando in tal modo la « novità » di *Cosmopolitan*.

Il nuovo mensile nasce dalla collaborazione della Mondadori con il gruppo editoriale americano Hearst. Negli Stati Uniti *Cosmopolitan* è un grande successo: un milione e 700 mila copie. Altre 400 mila copie sono vendute in Inghilterra. Edizioni previste nel 1973, oltre alla italiana, sono quelle francese, sudamericana, australiana. Tra poco, in tutto il mondo, ci saranno le donne *Cosmopolitan*. « Che non saranno suffragette », dice ancora Nencini, « ma donne che in questo nuovo mensile vogliono trovare cose utili, per vivere su un piano di parità con l'uomo e per conoscere meglio la loro importanza. »

## Non resiste alla TV la "famiglia modello" americana

Dove trovare una famiglia modello? Come ritrarne le abitudini, i piccoli segreti, la vita felice? Se lo è chiesto il direttore di una rete di televisione americana, e ha incaricato uno dei suoi registi di occuparsi della questione. Aiutato da una troupe di collaboratori, il regista Gilbert Craig si è messo al lavoro: e dopo molte settimane di lavoro - non prive, probabilmente, di momenti scoraggianti - ha creduto di essere arrivato alla fine della sua ricerca. Ottimisti, sorridenti, apparentemente felici, i Loud - padre, madre, cinque figli, villetta con giardino a Santa Barbara, in California - sembravano l'esatta personificazione della famiglia media americana; come la rappresentano la tradizione, molti film e i caroselli della pubblicità televisiva.

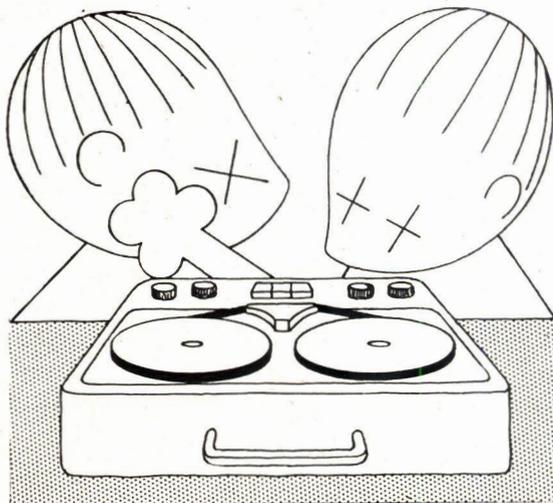
Trovata la famiglia felice, Gilbert Craig l'ha convinta a vivere per qualche tempo davanti alle telecamere: ha portato nella casa dei Loud tecnici e macchinari, ha sistemato le telecamere nel salotto, nella cucina, in giardino, poi

ha invitato i suoi attori involontari a vivere la loro vita di tutti i giorni, senza curarsi della luce dei riflettori. Dopo qualche momento di imbarazzo, i Loud si sono felicemente adattati a questo esperimento di televisione-verità che riprendeva quasi ogni momento della loro vita. Le cronache riferiscono che, dopo qualche giorno, il regista e i suoi collaboratori conoscevano tutti i segreti della famiglia: e che i Loud vivevano ormai nella loro casa-palcoscenico senza disagio, convinti di essere « un buon esempio » che tutta l'America meritava. Come litigare moderatamente? Come risolvere le piccole difficoltà di ogni giorno? Che dire alla figlia che rincasa troppo tardi il sabato sera? I Loud rispondevano, molto semplicemente, vivendo la loro vita: ogni difficoltà si appiannava, ogni problema sembrava risolversi: davvero una famiglia felice.

Con l'andare dei giorni, comunque, i Loud si sono abituati un po' troppo alla presenza delle telecamere: al

punto, forse, da dimenticarsene; e da dimenticare, anche, di essere stati scelti come buoni esempi per tutta l'America. Sta di fatto che alla fine delle sue fatiche, il regista si è trovato tra le mani trecento ore di pellicole: e che guardandole e selezionandole s'è accorto che qualcosa nella famiglia non andava. In realtà non andava nulla. Le dodici puntate che la rete televisiva ha mandato in onda sono state « a dir poco sconvolgenti ». Ne è risultato che o la perfezione domestica non esiste o che la scelta della famiglia Loud non era stata felice: uno dei ragazzi frequentava un gruppo di drogati e altre cattive compagnie; il marito e la moglie (ripresi a tavola, dopo avere bevuto qualche bicchiere di troppo) mostravano chiaramente di avere vissuto insieme vent'anni, amandosi poco e odiandosi di frequente. Tra i dialoghi mandati in onda, uno dei più espliciti è stato questo: « Voglio divorziare, non ne posso più », dice lei. Ribatte il signor Loud: « Alla fine ti sei decisa. Se è per me, me ne vado subito ».

Seduti nelle poltrone di casa loro, milioni di spettatori americani hanno seguito « Il ciclo dei Loud », chiedendosi sempre più spesso che cosa mai intendessero alla televisione per « felicità ». Quei ragazzi Loud non sembravano davvero niente di speciale. E quella figlia rincasava davvero troppo tardi, il sabato sera. I risultati di questo documentario-verità sono stati degni di una commedia di Hollywood, tipo *Anni Trenta*. I Loud hanno finito per separarsi. I buoni esempi si sono dissolti uno dopo l'altro nella quotidiana e cruda registrazione delle telecamere. Quello che doveva essere il grande romanzo di una famiglia felice, ha finito per diventare la cronaca di una crisi. È assai improbabile che altre famiglie americane, felici oppure infelici che siano, accettino di mettersi in casa per diciotto ore al giorno una troupe della televisione.



— È la bobina, registrata da Tom Ponzi in un confessionale, della confessione dell'ex commissario Beneforti che si pente di avere intercettato una telefonata di « Pontedera » che comunicava al Mattioli di avere segretamente ascoltato...

(Clericetti)

## SOMMARIO

N. 1174 - Vol. XCI - Milano - 1 aprile 1973 - © 1973 EPOCA - Arnoldo Mondadori Editore

	<b>3</b>	LETTERE AL DIRETTORE.
Alberto Dall'Ora	<b>6</b>	IN AEREO È UN CITTADINO QUALUNQUE
Angelo Conigliaro	<b>25</b>	LA NOSTRA ECONOMIA
Domenico Bartoli	<b>27</b>	L'ITALIA ALLO SPECCHIO
Ricciardetto	<b>30</b>	MEMORIA DELL'EPOCA
	<b>40</b>	CHE COSA SUCCEDÈ
Pietro Zullino	<b>44</b>	BELICE: IL PARADISO DEI LADRI
Raffaello Uboldi	<b>48</b>	I TELEFONI D'ITALIA
Giorgio Bonacina	<b>50</b>	ECCO IL PIANO DELL'ORRORE
	<b>66</b>	IL FIORE ALL'OCCHIELLO DI TORINO
Toti Celona	<b>73</b>	UN CONGEGNO ELETTRONICO ACCECA I RADAR
Lucio Lami	<b>75</b>	VACANZE: CEYLON, IRLANDA, MAROCCO
Fulvio Apollonio	<b>89</b>	L'ALBUM DEI FRANCOBOLLI
Sabatino Moscati	<b>90</b>	ALLA SCOPERTA DI UNA MILANO ROMANA
Ulrico di Aichelburg	<b>92</b>	LA NOSTRA SALUTE
Giorgio Belladonna	<b>95</b>	BRIDGE: ANCHE I « GRANDI » SBAGLIANO
Gualtiero Tramballi	<b>96</b>	TORNA LA BICICLETTA
Giorgio Torelli	<b>101</b>	BASTA CON L'AUTO: MI FACCIO L'ITALIA IN BICI
Marzio Bellacci	<b>106</b>	CANCRO: COSA DIRÀ SABIN IL 23 APRILE?
Gualtiero Tramballi	<b>114</b>	I PIÙ BRAVI D'EUROPA
Vittorio G. Rossi	<b>120</b>	IL MORTO È TUTTO CONTENTO D'ESSER MORTO
Raffaele Carrieri	<b>133</b>	PARIGI VISTA DALLE FINESTRE DI TAMBURI
Roberto De Monticelli	<b>134</b>	I MAGICI BURATTINI DI OBRAZTSOV
Domenico Meccoli	<b>136</b>	COSTA GAVRAS E DINO RISI
Teodoro Celli	<b>140</b>	TORNA DI MODA BERLIOZ
Luigi Baldacci	<b>142</b>	LA PRIMAVERA NEI RACCONTI DI GIANNA MANZINI
Guido Gerosa	<b>154</b>	BRAMIERI: VENT'ANNI DOPO



In questo numero, tre grandi servizi: le città italiane che dovevano essere distrutte nel 1943; i grandi viaggi che costano poco; la riscoperta della bicicletta (in copertina: Ornella Vanoni, fotografia di Mario De Biasi).

Redazione, Amministrazione, Pubblicità: via Bianca di Savoia 20, 20122 Milano - Tel. 8384 - Ufficio Abbonamenti: tel. 7389551/2/3/4 - Indirizzo telegrafico: EPOCA - Milano Telex 31119 Epoca. Redazione romana: v. Sicilia 136/138, 00187 Roma - Tel. 46.42.21/47.11.47 - Indirizzo telegrafico: Mondadori-Roma. Abbonamenti: Italia: annuo con dono L. 10.400 - semestrale senza dono L. 5.200. Estero: annuo con dono L. 16.000 - semestrale senza dono L. 8.000. Inviare a: Arnoldo Mondadori Editore, via Bianca di Savoia 20, 20122 Milano (c/c postale n. 3-34552). Per il cambio di indirizzo inviare L. 100 in francobolli e la fascetta con il vecchio indirizzo. Numeri arretrati L. 200 (c/c postale n. 3-26780). Gli abbonamenti si ricevono anche presso i nostri Agenti e nei « Negozi Mondadori »: Bari, v. Abate Gimma 71, tel. 23.76.87; Bologna, v. D'Azeglio 14, tel. 23.83.69; Bologna, piazza Calderini 6, tel. 23.20.73; Cagliari, v. Logudoro 48, tel. 5.08.23; Capri (Napoli), v. Camerelle 16/a, tel. 77.72.81; Caserta, v. Roma - Pal. Unione Industriali, tel. 9.17.91; Catania, v. Etnea 368/370, tel. 27.18.39; Como, v. Vitt. Emanuele 36, tel. 27.34.24; Cosenza, c.so Mazzini 156/c, tel. 2.45.41; Ferrara, v. Della Luna 30, tel. 3.43.15; Firenze, v. Lamberti 27/r, tel. 28.37.00; Genova, v. Carducci 5/r, tel. 5.39.18; Gorizia, c.so Verdi 102/b (Galleria), tel. 8.70.07; La Spezia, v. Biassa 55, tel. 2.81.50; Lecce, v. Monte San Michele 14, tel. 2.68.48; Lucca, v. Roma 18, tel. 4.21.09; Messina, v. Dei Mille, 60 - Pal. Toro, tel. 2.21.92; Mestre (Venezia), v. C. Battisti 2, tel. 95.03.14; Milano, c.so V. Emanuele 34, tel. 70.58.33; Milano, v. Vitruvio 2, tel. 27.00.61; Milano, v.le Beatrice d'Este 11/a, tel. 837.48.27; Milano, c.so di Porta Vittoria 51, tel. 79.51.35; Milano, c.so Vercelli 7, tel. 46.94.722; Modena, v. Università 19, tel. 23.02.48; Napoli, v. Guantai Nuovi 9, tel. 32.01.16; Padova, v. Emanuele Filiberto 1, tel. 3.83.56; Palermo, v. della Libertà 14/c, tel. 20.42.12; Parma, v. Mazzini 50 - Galleria, tel. 2.90.21; Pescara, c.so Umberto I 14, tel. 2.62.49; Pisa, v.le A. Gramsci 21/23, tel. 2.47.47; Pordenone, v.le Cossetti 14, tel. 2.73.00; Roma, Lungotevere Prati 1, tel. 65.58.43; Roma, v. Veneto 140, tel. 46.26.31; Roma, CIM (Pal. Vetro), v. XX Settembre 97/c, tel. 48.13.51; Roma, CIM piazzale della Radio 72, tel. 55.06.07; Roma, piazza Gondar 10, tel. 831.48.80; Torino, v. Roma 53, tel. 51.12.14; Trieste, v. G. Gallina 1, tel. 3.76.88; Udine, v. Vittorio Veneto 32/c, tel. 5.69.87; Venezia, San Giovanni Crisostomo 5796, Cannaregio, tel. 2.51.02; Verona, piazza Bra 24, tel. 2.26.70; Vicenza, c.so Palladio 117 (Gall. Porti), tel. 2.67.08. Pubblicità: inserzioni in bianco e nero L. 900 per millimetro/colonna.

Istituto Accertamento Diffusione  
Cert. n. 759



Questo periodico è iscritto alla FIEG  
Federazione Italiana Editori Giornali

# VEGETALLUMINA

linimento solido per:  
strappi muscolari -  
distorsioni - contusioni  
dolori articolari

# TI SENTIRAI COSÌ LEGGENDO COSMOPOLITAN

...portata «in palmo di mano», dagli uomini naturalmente! Sarà una sensazione eccitante, le donne sembrano già elettrizzate, tra loro ne parlano, anzi ne sussurrano con aria di complicità, e l'idea si diffonde a macchia d'olio...

E poi sembra che COSMOPOLITAN-ARIANNA, questa nuova rivista Mondadori, insegni davvero ad ogni donna il segreto della conquista, anzi della seduzione. Certo, di armi segrete una donna ne ha tante — fascino, bellezza, intelligenza, entusiasmo, forza di volontà — e quando le sa usare può veramente ottenere il meglio dalla vita... nel lavoro come nell'amore!

Ecco, COSMOPOLITAN-ARIANNA dà alla donna più sicurezza e la sollecita a realizzare le sue scelte. Allora, non sarebbe male se anche Lei desse un'occhiata a COSMOPOLITAN-ARIANNA, magari con la scusa di portarlo a Sua moglie: non è detto che anche gli uomini non abbiano qualcosa da imparare da questo nuovo mensile!

## ARIANNA



### LA NUOVA RIVISTA MONDADORI



### OGNI MESE L. 500

# TI SENTIRAI COSÌ LEGGENDO COSMOPOLITAN ARIANNA

... portata "in palmo di mano", dagli uomini naturalmente! Sarà una sensazione eccitante, le donne sembrano già elettrizzate, tra loro ne parlano, anzi ne sussurrano con aria di complicità, e l'idea si diffonde a macchia d'olio...

E poi sembra che COSMOPOLITAN - ARIANNA, questa nuova rivista Mondadori, insegni davvero a ogni donna il segreto della conquista, anzi della seduzione. Certo, di armi segrete una donna ne ha tante - fascino, bellezza, intelligenza, entusiasmo, forza di volontà - e quando le sa usare può veramente ottenere il meglio dalla vita... nel lavoro come nell'amore!

Ecco, COSMOPOLITAN - ARIANNA dà alla donna più sicurezza e la sollecita a realizzare le sue scelte. Allora, non sarebbe male se anche Lei desse un'occhiata a COSMOPOLITAN - ARIANNA, magari con la scusa di portarlo a Sua moglie: non è detto che anche gli uomini non abbiano qualcosa da imparare da questo nuovo mensile!



LA NUOVA RIVISTA MONDADORI



OGNI MESE L. 500