

Zeitschrift: Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Herausgeber: Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Band: 69 (1981)

Heft: [12]

Werbung

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

L'équipe de FS

regrettera

les éditions Bertil Galland qui ont annoncé la cessation l'an prochain de leur activité : ce sont elles qui nous ont fait mieux connaître Corinna Bille, Anne Cunéo, Alice Rivaz, et bien d'autres femmes écrivains que nous aimons

apprécie

l'intérêt que la TV et la Radio romande ont montré pour des problèmes concernant les femmes, par exemple la situation des « gogogirls » d'origine exotique dans les cabarets de nos villes, le désir des femmes de 40 ans de se recréer une vie personnelle, les salaires des vendeuses, autant d'enquêtes bien faites et nécessaires

apprend

que, triste mais vrai, un(e) élève environ par classe du degré supérieur (à partir de 14 ans) consomme régulièrement des tranquillisants, selon une enquête faite à Bâle

rappelle

à ses lectrices la parution de trois brochures : une de la Fédération romande des consommatrices pour acheter mieux les produits alimentaires (voir dernier numéro), le répertoire des institutions de Genève (voir cantons) et le guide juridique fait par le Comité genevois du 14 juin pour la concrétisation de l'égalité des droits (voir Suisse)

a entendu

à la Radio romande le 19 septembre le « Journal de l'insolite » (RSR 1) avec l'interview d'un directeur d'agence matrimoniale vaudoise : « J'ai souvent des clients qui me demandent si j'ai des Vietnamiennes, Thaïlandaises, etc. Alors je leur réponds : les petits oiseaux exotiques, ça se consomme sur place ! » - No comment...

constate

que l'égalité des droits peut servir d'argument publicitaire, et qu'on ouvre désormais la porte aux femmes pour de « vrais » métiers, comme si avant nous n'avions que de « faux » métiers...

Travail égal, salaire égal.

Nous le pratiquons depuis que notre
SERVICE EXTÉRIEUR
est ouvert aux femmes.

Vous, Madame, Mademoiselle
qui souhaitez un vrai métier
devenez

collaboratrice

dans une équipe dynamique.

FS dénonce

Décidément, rien n'y fait : la femme continue à être utilisée comme « appât » dans des publicités où elle n'a rien à voir. La technique particulièrement utilise constamment ce genre de publicité : Ici, il s'agit des systèmes de filtres GAF, qui offrent gracieusement sur demande un poster de cette charmante « GAF-Filtergirl »... Il y a des gaffes qui se perdent.



Sommaire

	pages
Editorial	3
L'égalité en Suisse	5
Suisse, ASF, ADF	6
Femmes et syndicat	7
Oser espérer	8
Livres	9-10
Femmes socialistes suisses	11-12
Le féminisme brésilien	13-14
Inquiétude en Belgique	15
Cantons	16-18
Métiers	19
L'écrivain du mois	20

Femmes Suisses rappelle qu'il ne reste que quelques semaines pour faire le

concours de contes ou récits féministes pour enfants

Le concours est ouvert à tous les lecteurs et lectrices du journal (abonnés ou non), excepté les membres du jury et de l'équipe de rédaction, que le texte ne devra pas dépasser 2 pages dactylographiées, qu'il devra être remis en 5 exemplaires et être signé d'une devise, laquelle figurera aussi sur une enveloppe contenant les coordonnées de l'auteur.

Dernier délai pour l'envoi du texte : 31 décembre 1981 (la date du timbre postal faisant foi). Prix : Fr. 250.— et publication dans Femmes Suisses.



Bientôt Noël!

Faites-vous plaisir
en faisant plaisir:
offrez un abonnement-
CADEAU!

Pour une année
30 francs
seulement

Je désire offrir un abonnement-cadeau à :

Nom : Prénom :

Adresse :

Nom : Prénom :

Adresse :

Nom : Prénom :

Adresse :

Bulletin de versement à :

Renvoyer à Femmes, cp 194, 1227 Carouge/GE

femmes

SUISSES

Mensuel féministe
indépendant

Soutenu par l'Alliance de Sociétés féminines suisses et par
l'Association suisse pour les Droits de la Femme

Adresse du journal: Boîte postale 194, 1227 Carouge, GE-
NÈVE

Rédactrice responsable:

Corinne Chaponnière

Equipe de rédaction: Jacqueline Berenstein-Wavre, Perle
Bugnion-Secretan, Martine Grandjean, Bernadette von der
Weid

Présidente du Comité du journal: Simone Chapuis

Rédaction et services de presse:

Corinne Chaponnière, tél. (022) 20 86 45

Administration et abonnements:

Edwige Tendon, tél. (022) 42 03 15, CCP 12-11 791

Publicité: Publi-Annonces SA, 22, rue du Mail, 1205 Genève,
tél. (022) 28 05 77/78

Abonnements: 1 an: Suisse Fr. 30.—; Etranger Fr. 35.—;
renouvelés d'office, sauf dénonciations préalables

Impression: Etablissements Ed. Cherix et Filanosa SA, Nyon.

Éditrice: Association « Femmes suisses et le Mouvement fémi-
niste », fondée en 1912, Genève.

Copyright: Femmes suisses ©, 1981

Couverture:

Maria-Sem-Vergonha, N° 1, 1981, Ed. IDAC, Rio de Janeiro, p.
49 (dessin: Miguel Paiva).

s meubles... des objets... des vêtements... qui vous
ombrent? ...alors faites appel à

LA RENFILE Tél. (022) 41 11 70

Service gratuit de ramassage et récupération du

Centre social protestant - Genève

14, rue du Village-Suisse

s petits objets ou les vêtements peuvent y être déposés
ectement.



**Je désire m'abonner à
FEMMES SUISSES**

1 année Fr. 30.—

Femmes Suisses - CP 194 - 1227 CAROUGE

Nom _____

Prénom _____

Adresse _____

ÉDITORIAL

Le prix de la cohérence

Peu de gens ignorent à l'heure actuelle qu'un journal
« normal », susceptible de tourner, vit ou survit exclusive-
ment grâce à la publicité. Si celle-ci peut couvrir selon les cas
de la moitié à la totalité des frais du journal, c'est dire à quel
point elle est indispensable: sans journaux, il y aurait certes
moins de publicité, mais sans publicité il n'y aurait plus de
journaux... ou presque: quelques-uns subsisteraient, ceux
qui précisément ont aujourd'hui le plus de mal à tourner
puisqu'ils ne reposent pas, quant à eux, sur la publicité.
Notre journal est bien sûr un de ceux-là: s'il a bien quelque
publicité, celle-ci ne lui apporte qu'une infime partie de ses
recettes...

A cette particularité propre à plusieurs périodiques, il y a
des raisons diverses. La première, c'est celle du « cercle
vicieux » dans lequel se trouvent tous les journaux dits
marginaux. Ils ont entre eux des points communs, sur les
plans technique, du contenu et du mode de financement:
pas ou peu de publicité, un petit nombre de pages, une ou
deux couleurs au maximum, un papier mat, souvent une
grande proportion de vente par abonnements — et un faible
tirage qui nous fait revenir comme par enchantement au
point de départ. Faible tirage? donc pas de publicité, donc
pas d'argent, donc peu de pages, donc peu de couleur, donc
moins commercial, donc faible tirage... C'est le serpent qui
se mord la queue: et il guigne parfois avec envie sur ses
voisins de kiosque à papier glacé.

En plus de ce cercle vicieux commun à toute la presse
marginale, beaucoup de journaux ajoutent encore des
« principes » à cette difficulté: et dans le cas où elle souhaite
être cohérente, la presse féministe n'échappe pas à la règle.
S'adressant presque uniquement aux femmes, elle pourrait
bénéficier au moins de la publicité qui leur est tout spécia-
lement destinée: les cosmétiques, les produits de ménage,
l'alimentation... sans compter l'alcool et le tabac qui s'inté-
ressent depuis peu aussi aux épouses... Or ce sont là des
publicités que nous préférons ne pas accepter: non pas que
personne d'entre nous, ou parmi nos lectrices, ne fasse de
lessive, ne touche à une cigarette ou ne se donne parfois
bonne mine... sans mettre le nez dehors. Non pas qu'aucune
d'entre nous ne devrait le faire. La question est ailleurs, elle
est de principe, elle est de rigueur quand on est féminis-
te.

Car cette « idée féministe », ce n'est pas seulement l'éga-
lité des droits entre hommes et femmes. C'est aussi sortir
des conditionnements, échapper aux normes qui limitent,
de quelque manière que ce soit, le rôle des femmes dans
notre société. Et malencontreusement, une bonne part de la
publicité — et en particulier celle qui s'adresse aux femmes
— met en avant, accentue, perpétue ces conditionnements,
fixe des normes à notre comportement sur ce qu'il est bon de
faire, d'être, d'acheter.

Le féminisme est aussi — et ce n'en est pas un des moin-
dres éléments — une nouvelle attitude face à la consomma-
tion: et la presse féministe, pour être fidèle à elle-même, se
doit d'en tenir compte, quel qu'en soit le prix.

Corinne Chaponnière