

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1973)  
**Heft:** 236

**Artikel:** Du Brésil au Portugal  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1027807>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 29.01.2026

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

du consommateur et tend ainsi à réduire l'efficacité de la concurrence », les auteurs du rapport poursuivent dans un point 2 :

« Il est difficile de séparer information et éducation du consommateur, autrement dit, il est malaisé d'informer de façon adéquate le consommateur adulte s'il n'a pas reçu, à l'école, un minimum de formation utilisable dans le domaine de la consommation. Aussi l'élève doit-il être amené le plus tôt possible, par le développement de son sens critique, à acquérir un comportement réfléchi à l'égard de l'environnement économique et social.

» 3. La formation de base du consommateur doit être dispensée à l'ensemble de la population. Elle doit donc se faire dans le cadre de l'enseignement, de manière aussi générale que possible.

» 4. Les jeunes d'âge scolaire sont non seulement des consommateurs futurs, mais de plus en plus, des consommateurs effectifs, disposant d'un pouvoir d'achat important.

» De plus, ils exercent une influence non négligeable sur les décisions d'achat de leurs parents.

meilleurs articles ; mais un peu plus loin, on repasse aux conseils : « Les parents doivent essayer de compenser les dommages les plus graves dus aux classes surpeuplées » ;

— La sélection : elle est particulièrement injuste vers la fin des années de l'enseignement primaire, et le rédacteur en chef s'indigne à juste titre en parlant de ce « triage inhumain ». Mais, là aussi, un conseil : « Mais nous voulons vous aider à vous en sortir de la manière la plus avantageuse possible ».

Foin de la politique et restons pratiques ! L'enseignement vu par le petit bout de la lunette. « Schule » n'est d'ailleurs pas, et de loin, le seul journal de son espèce. Et d'autres chiffres de vente montrent à l'envi que le « marché de l'enseignement et de l'éducation est loin d'être saturé » :

» La publicité s'adressant souvent aux jeunes pour ces raisons, il convient de former leur sens critique en les initiant aux réalités du marché.

» 5. Quoique ce ne soit pas uniquement un problème de consommateur, une grande importance doit être accordée aux richesses naturelles dont l'homme a toujours été prodigue et qui ne sont pas inépuisables.

» 6. Le consommateur, destinataire de l'ensemble du processus économique, doit être à même d'agir, d'une façon active, pour une adaptation plus étroite de l'économie à sa finalité réelle qui est la satisfaction des besoins de l'homme.

» Comme tout le monde est consommateur, il ne peut être contesté que les intérêts des consommateurs représentent dans la société une part importante de l'intérêt général que les pouvoirs constitués ont pour mission de sauvegarder.

» Pour permettre au consommateur de jouer pleinement son rôle, et en particulier pour qu'il puisse être consulté et participer efficacement aux prises de décision qui le concernent, il est indispensable de lui fournir une éducation appropriée. »

— Le nombre d'exemplaires vendus de « Spielen und Lernen » (« Jouer et apprendre »), un magazine destiné aux parents d'enfants en âge préscolaire, a passé en un an de 90 000 à 135 000 ;

— Le magazine pédagogique gauchisant « Beitrifft : Erziehung » («Concerne: l'enseignement»), vendu quatre marks, a vu le nombre de ses abonnés augmenter régulièrement au cours des derniers mois. Exemplaires vendus: 36 000 par mois;

— « Sesamstrasse », le magazine destiné à compléter l'émission de télévision du même nom (prix : 1,80 mark), a doublé son tirage en l'espace de quatre numéros (450 000 au lieu de 220 000) ;

— « Eltern », le mensuel pour parents, est vendu à 840 000 exemplaires ; on estime le nombre de ses lecteurs à 4,7 millions.

## Du Brésil au Portugal

La campagne contre l'invitation du Portugal au Comptoir suisse bat son plein.

A ceux qui ne comprendraient pas le peu de retentissement, dans les sphères officielles, des interventions multiples contre la présence à Lausanne des responsables des massacres au Mozambique, nous offrons volontiers quelques sujets de méditation pour le mois d'août.

Décor : l'assemblée générale 1972 de la Chambre de commerce suisse-brésilienne.

Atmosphère : la Suisse, avec un total de plus de 190 millions de dollars est actuellement au cinquième rang des investisseurs au Brésil.

Après le discours de l'ambassadeur du Brésil en Suisse, le président de la Chambre, François Lu-geon, prend la parole

— et commente l'origine du « miracle brésilien » : « Tout d'abord, depuis la révolution de 1964 (accomplie avec patriotisme et sans rancœur), le Brésil, qui était au bord de la catastrophe, grâce à son gouvernement ferme, militaire et discipliné, reprit confiance »...

— et situe le contexte social du « miracle brésilien » : « Une adaptation des salaires, une diminution de l'écart des gains et richesses entre les diverses classes, la bourgeoisie des Etats-Unis et de l'Europe n'a pas été obtenue en un jour et l'on voit également à quel danger les Etats-Unis sont arrivés par l'exigence abusive de leur main-d'œuvre et syndicats transformant ce pays riche bientôt en un exemple déficitaire dangereux. L'effort du Brésil est rempli de courage, toutefois on ne peut pas croire à un tel rythme sans risques, sans sacrifices, sans discipline »...

— et conclut : « Je souhaite vivement que la presse de notre pays puisse réaliser l'évolution de ce continent sans penser uniquement à diverses mesures exceptionnellement prises contre des révolutionnaires, des contestataires, qui transforment souvent le ciel et la terre en un champ de bataille ou un repaire de corsaires »...

Mais, direz-vous, le Portugal n'est pas le Brésil !