

## L'alimentation moderne pour la famille traditionnelle : les discours sur l'alimentation au Québec (1914-1945)

## Modern Diet for the Traditional Family: Discourse on Diet in Québec (1914-1945)

Caroline Durand

Numéro 3, 2011

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1027030ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1027030ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISSN

1920-0250 (imprimé)

1920-0269 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

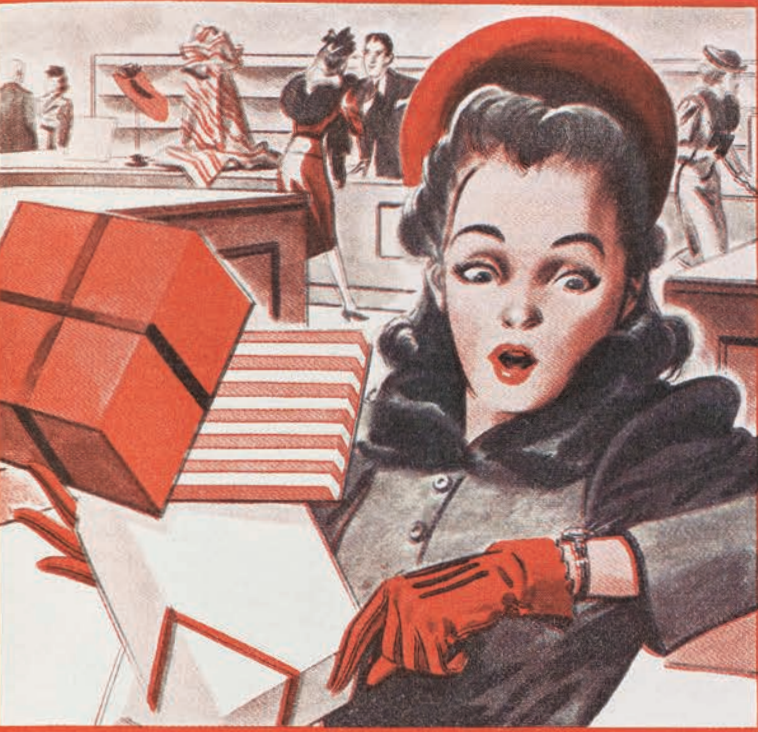
Citer cet article

Durand, C. (2011). L'alimentation moderne pour la famille traditionnelle : les discours sur l'alimentation au Québec (1914-1945). *Revue de Bibliothèque et Archives nationales du Québec*, (3), 60-73. <https://doi.org/10.7202/1027030ar>

Résumé de l'article

Cet article explore comment, entre 1914 et 1945, les médecins, les gouvernements provincial et fédéral et les compagnies de transformation alimentaire ont combiné des valeurs traditionnelles et modernes pour diffuser certaines conceptions des rôles féminins, de la famille, de l'individu et du corps. Nous y décrivons les relations entre tradition et modernité dans deux types de discours argumentatifs et normatifs sur l'alimentation et la nutrition parus au Québec, soit les publications gouvernementales et les publicités parues dans *La Revue moderne*. Nous estimons que la technologie, la science et la rationalité ont modernisé certaines pratiques alimentaires et perceptions du corps et de la personne mais qu'une continuité a été assurée par l'usage d'images traditionnelles de la femme, de la famille et de la nation. En préservant des conceptions traditionnelles de la féminité et en s'inscrivant dans le discours nationaliste, les textes et les images sur l'alimentation ont facilité la diffusion d'idéaux rationalistes, matérialistes et productivistes. Cela a contribué à la construction sociale du corps et de l'individu modernes et participé à la diffusion de valeurs individualistes et libérales, sans menacer les fondements de la famille patriarcale et de la nation canadienne-française.

# CELA VOUS ARRIVE-T-IL PARFOIS



**LE DÎNER VA ÊTRE EN RETARD!** "Les magasins ferment. Il est cinq heures et demie!" Mais ne vous en faites pas, vous avez grandement le temps de préparer le repas favori de la famille—cette délicieuse combinaison de Spaghetti Cuit Heinz et de Jambon à la Diable\*. Ajoutez-y de la Soupe aux Légumes Heinz, une salade de légumes verts mélangés, un dessert léger... et vous êtes sauvée!



**LE DÎNER VA ÊTRE EN RETARD!** Ce cinéma n'en finissait et vous voilà prise de panique, jusqu'au moment où vous rappelez la fameuse combinaison—Spaghetti Cuit Heinz et Corned Beef!\*\* Servez aussi de la Soupe Crème de Potatoes Heinz, une salade de légumes, un dessert et des petits fours voilà un repas qui vous vaudra des éloges!

## POUR CAS D'URGENCE!

### Une Salade de Tomates Alléchante et du Spaghetti Cuit Heinz—voilà un Festin Merveilleux et Vite Fait!

Quand votre étagère est garnie de délicieux aliments Heinz prêts à servir, vous avez *toujours* quelque chose de bon à manger! Et vous trouverez que le Spaghetti Cuit Heinz, aux longs brins succulents, est idéal lorsqu'il faut un repas vite préparé! Fait avec la meilleure farine de semoule et baignant dans une sauce faite avec des tomates "aristocrates", des épices rares et du fromage moelleux, il est savoureux servi seul—ou avec des restes!

H. J. Heinz Company of Canada, Ltd.



### LE DÎNER EST EN L'HEURE! Spaghetti Cuit Heinz avec Champignons et Jambon à la Diable

Faites revenir une boîte de 8 onces de champignons coupés en tranches dans 2 cuil. à soupe de beurre. Ajoutez une grande boîte de Spaghetti Cuit Heinz, 2 petites boîtes de 4 onces de jambon à la diable et 4 cuil. à soupe de jus de champignons. Faites bien cuire—fermez—servez—et voyez les sourires de vos approbateurs tout autour de la table!



### LE DÎNER EST EN L'HEURE! Plat de Spaghetti Cuit Heinz et Corned Beef et Potatoes

Coupez le corned beef d'une boîte de 4 onces. Faites bien rissoler dans la graisse chaude. Ajoutez une grande boîte de Spaghetti Cuit Heinz et faites chauffer. Garnissez le plat de branches de pommes de terre. C'est un plat si *distinctif* que vous n'hésitez pas à le servir à vos invités.



**SPAGHETTI  
CUIT  
HEINZ!**

57

# L'alimentation moderne pour la famille traditionnelle : les discours sur l'alimentation au Québec (1914-1945)

Caroline Durand

Pour devenir une bonne mère, vers le milieu du xx<sup>e</sup> siècle, toute femme devait apprendre les principes de la nutrition, utiliser des produits et des outils de cuisine modernes et cuisiner rationnellement. Mais surtout, il lui fallait consacrer de l'énergie et du temps aux repas familiaux quotidiens. C'est, du moins, l'impression qui se dégage des discours argumentatifs et normatifs concernant la nourriture parus entre 1914 et 1945<sup>1</sup>. À cette époque comme aujourd'hui, les publicités alimentaires et les conseils prodigués par l'État véhiculent de nombreux messages culturels, sociaux et idéologiques, souvent soutenus par la science de la nutrition, les spécialistes de la santé et les autorités politiques.

Dans ce texte, nous explorerons comment, par le passé, les médecins, les gouvernements provincial et fédéral ainsi que les compagnies de transformation ont combiné des valeurs traditionnelles et modernes pour diffuser certaines conceptions des rôles féminins, de la famille, de l'individu et du corps. Ce travail s'inscrit parmi les recherches concernant l'avènement de la modernité au Québec avant la Révolution tranquille. Cette question fut abordée autant dans les ouvrages de synthèse en histoire socio-économique publiés depuis la fin des années 1970 que dans les monographies sur les arts, la culture, la vie intellectuelle ou certaines pratiques populaires comme la consommation de tabac et la célébration de Noël<sup>2</sup>. Par notre contribution, nous voulons découvrir les ramifications culturelles, idéologiques et parfois même politiques des discours sur la nourriture, notamment dans leur définition de la féminité. Nous souhaitons également contribuer à la réflexion sur le libéralisme au Canada amorcée par Ian McKay<sup>3</sup> et poursuivie par de nombreux historiens, en nous concentrant sur l'expression apparemment apolitique de valeurs libérales dans les conseils alimentaires et culinaires destinés aux femmes et aux jeunes filles.

1. Je remercie le Programme de soutien à la recherche de Bibliothèque et Archives nationales du Québec et le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada pour le financement des études doctorales dont cet article résulte.

2. Nous pensons par exemple à la synthèse en deux volumes de P.-A. Linteau et autres, *Histoire du Québec contemporain* (1989), à celle de J. A. Dickinson et B. Young, *Brève histoire socio-économique du Québec* (2003), ainsi qu'aux monographies de J. Rudy, *The Freedom to Smoke* (2005), et de J.-P. Warren, *Hourra pour Santa Claus!* (2006).

3. I. McKay a expliqué ce projet en 2000 dans l'article « The Liberal Order Framework » et amorcé sa réalisation dans *Rebels, Reds, Radicals* en 2005.

Nous avons choisi d'étudier la période allant de la Première à la Deuxième Guerre mondiale en raison de la commercialisation accrue des aliments et parce que les gouvernements, à cette époque, interviennent plus qu'auparavant dans le discours sur la nutrition. De plus, les années 1910 et 1920 constituent une époque de découvertes scientifiques comme les vitamines et d'innovations technologiques comme la réfrigération, qui rendent possible la formulation d'arguments nouveaux pour ou contre certaines habitudes. La poursuite des processus d'urbanisation et d'industrialisation a aussi transformé les conditions matérielles d'existence liées à l'alimentation. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, la nourriture absorbait plus de 50 % des dépenses familiales. Dans les pires cas, le salaire de la personne qui subvenait aux besoins de la famille ne suffisait même pas à nourrir toute la maisonnée<sup>4</sup>. Après une époque où l'urbanisation a entraîné l'inflation du coût de plusieurs aliments<sup>5</sup>, leur prix a diminué proportionnellement aux revenus moyens. Ainsi, à la fin des années 1930, les ménages urbains de Québec et de Montréal consacrent en moyenne 34 % de leurs gains à l'alimentation<sup>6</sup>. La pauvreté, les distances, le climat et les saisons continuent de limiter les choix alimentaires, mais ces contraintes s'amoindrissent.

Par ailleurs, de nombreux membres de l'élite politique, cléricale et économique s'inquiètent alors pour l'avenir de la famille canadienne-française. L'exode rural, la mortalité infantile, le travail rémunéré des femmes (rendu plus visible et plus courant en raison de leur présence accrue en usine), le féminisme, la crise économique des années 1930 et les deux guerres mondiales constituent autant de raisons de croire que la famille est en péril. Ces craintes stimulent elles aussi la production et la diffusion d'une abondante littérature destinée aux jeunes filles et aux mères, visant autant à réformer des comportements jugés inadéquats qu'à inciter les femmes à demeurer des mères, des ménagères et, naturellement, des cuisinières dévouées<sup>7</sup>.

Nous n'aborderons ici que les discours et les valeurs exprimées dans les sources, et non les motivations et les décisions individuelles quotidiennes. D'ailleurs, les écrits et les images analysés ne s'adressent pas à toute la population. Cela dépend de nombreux facteurs, notamment la situation sociale, économique et géographique, l'âge, l'éducation et le sexe. De plus, nous ignorons comment ces conseils furent reçus à l'époque et si les changements de pratiques de consommation résultèrent réellement de leur intégration. Nous savons du reste que plusieurs femmes ont contesté des politiques alimentaires comme l'interdiction de vendre de la margarine<sup>8</sup>, alors que la pauvreté en privait d'autres de bien manger<sup>9</sup>. Les idées décrites ne pourraient être attribuées à d'autres groupes qu'à leurs producteurs, dont elles reflètent les préoccupations et les objectifs. Ainsi, le conservatisme du ministère de l'Agriculture n'étonne pas plus que le patriotisme de l'État canadien ne surprend durant les guerres. Nous estimons néanmoins que les écrits et les images sur l'alimentation permettent d'éclairer l'histoire culturelle en abordant les relations entre les discours, les mentalités et les idéologies.

4. B. Bradbury, *Working Families*, p. 93.

5. R. H. Coats, *Wholesale Prices in Canada, 1890-1909* et Canada, *Board of Inquiry into Cost of Living*.

6. Avec des cas extrêmes pouvant aller de près de 42 % à moins de 10 % des revenus. Voir Dominion Bureau of Statistics, *Family Income and Expenditure*, p. 45 et 48.

7. Il en va ainsi des conseils sur la grossesse, l'accouchement et la puériculture (D. Baillargeon, *Un Québec en mal d'enfants – La médicalisation de la maternité, 1910-1970*) et de ceux sur les sports (E. Detellier, « Bonifier le capital humain ». Le genre dans le discours médical et religieux sur les sports au Québec, 1920-1950 ». Cette anxiété sur la stabilité familiale, la féminité et la masculinité n'est pas spécifiquement québécoise : on la trouve aussi au Canada anglais (C. R. Comacchio, « Nations are Built of Babies »; F. Iacovetta et V. Korinek, « Jell-O Salads, One-Stop Shopping, and Maria the Homemaker : the Gender Politics of Food ») et aux États-Unis (A. Bentley, *Eating for Victory*; A. P. Julier, « Hiding Gender and Race in the Discourse of Commercial Food Consumption »).

8. Des consommatrices de Montréal ont protesté contre l'interdiction de vendre de la margarine dans les années 1940, résistant au contrôle de l'État et affirmant avoir le droit de choisir. Voir à ce sujet M. Fahrni, *Household Politics*, p. 116-123.

9. C'est le cas de plusieurs femmes interviewées par D. Baillargeon pour son ouvrage *Ménagères au temps de la Crise*, p. 189-195.

1. *Facilitons la vente de nos produits en souscrivant à l'emprunt de la victoire*, affiche, 92 cm x 61 cm, s. l., s. é., entre 1914 et 1919. BAnQ, Collection patrimoniale [AFF Q C 002633]. Num.



Nous émettons l'hypothèse que, dans les textes argumentatifs et normatifs sur l'alimentation, tradition et modernité s'entrecroisent et se combinent, réduisant l'impression de rupture, de conflit ou de changement rapide et révolutionnaire. La technologie, la science et la rationalité ont modernisé les pratiques et les perceptions du corps et de la personne, mais une certaine continuité dans les mentalités fut assurée par l'usage d'images traditionnelles de la femme, de la famille et de la nation canadienne-française. En préservant des conceptions traditionnelles de la féminité et en s'inscrivant dans le message nationaliste, les discours sur l'alimentation ont facilité la diffusion de valeurs modernes et libérales, telles que l'individualisme, la rationalité et le productivisme. Cela a contribué à la construction sociale de l'individu moderne et participé à la domination de valeurs individualistes et libérales jusque dans un domaine anodin du quotidien, tout en maintenant les fondements de la famille patriarcale.

Nous décrivons donc les relations entre tradition et modernité dans deux types de discours sur l'alimentation et la nutrition au Québec entre 1914 et 1945, soit les publications des gouvernements provincial et fédéral et les publicités parues dans *La Revue moderne*. Nous montrerons, pour chaque catégorie, leurs aspects traditionnels : évocation du bon vieux temps, de la cuisine des aïeules, de l'amour maternel, de la vigueur des ancêtres et de la simplicité de la vie rurale d'autrefois. Nous traiterons des arguments associés au monde moderne, urbain et industriel, par exemple la rapidité, la productivité, la science, la technologie et le contrôle. Nous discuterons également de l'impact de ces images, de ces symboles et de ces valeurs sur la construction sociale de l'individu, du corps et de la féminité.

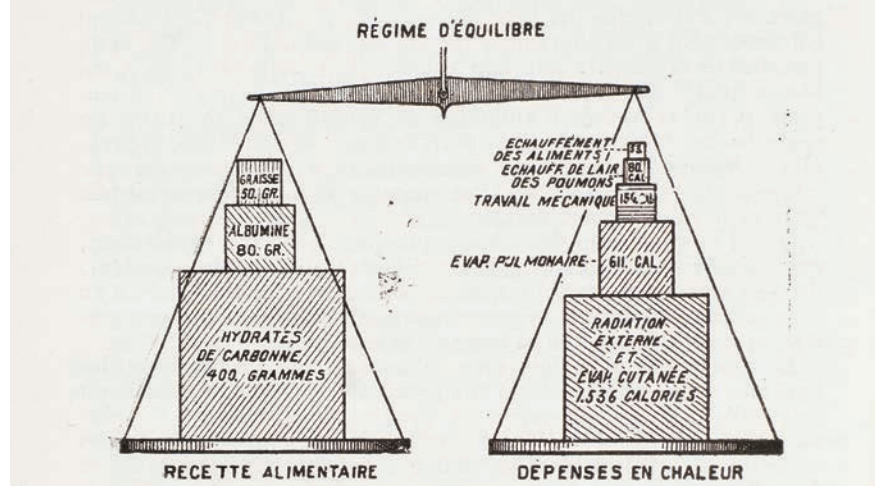
### Les publications officielles : nationalisme et productivisme

Pendant la Première Guerre mondiale, le Canada utilise des principes de la science de la nutrition pour émettre des règles et des conseils visant à limiter la consommation alimentaire nationale. Sans rationner, le Canada veut convaincre la population de modifier ses habitudes pour exporter plus de viande et de farine de blé aux Alliés. Le Contrôleur des vivres publie à cette fin le *Bulletin canadien des vivres*, des affiches et des brochures incitant à une productivité nationale nécessaire à la victoire (iii. 1). Par ailleurs, la crise de la conscription exacerbe les craintes identitaires et politiques de plusieurs médecins canadiens-français redoutant la décadence de la « race ». C'est pourquoi le gouvernement québécois insiste autant que le gouvernement fédéral sur la santé et la productivité. Cela montre également comment la science et la recherche de la productivité se conjuguent à une nostalgie d'un passé rural idéalisé chez certains médecins, qui estiment que leurs ancêtres étaient plus forts, plus grands et plus vaillants que leurs contemporains.

On lit cette pensée dans les textes du docteur Charles-Narcisse Valin, professeur d'hygiène à la Faculté de médecine de l'Université de Montréal et conférencier occasionnel dans les écoles ménagères. Valin a expliqué les principes de l'alimentation rationnelle dans le *Bulletin sanitaire* et dans un ouvrage du ministère de l'Agriculture du Québec intitulé *Hygiène alimentaire – À l'usage des écoles ménagères et des familles*. Il y définit le corps comme un « composé de 16 éléments simples et de 40 éléments composés<sup>10</sup> » dont l'aliment doit réparer l'usure tout en fournissant

10. C.-N. Valin, « Principes d'alimentation rationnelle », p. 59.

2. Charles-Narcisse Valin, « Principes d'alimentation rationnelle », *Bulletin sanitaire*, vol. 15, n° 4-12, avril-décembre 1915, p. 66 (détail). BAnQ, Collection patrimoniale [OFF S4H9 B84].



« du combustible à la machine animale<sup>11</sup> ». Son lexique est rationnel et représente l'être humain d'une manière machiniste : usure, combustible, charbon, machines, chaleur, rendement, calorique humain<sup>12</sup>. Il transmet une conception moderne du corps, fondée sur la chimie et la mécanique. La comparaison avec la machine est explicite : « Or, le calorique de notre corps est régi par les mêmes lois qui régissent la chaleur des machines industrielles. Nous savons que meilleur est le combustible, meilleur est le rendement mécanique<sup>13</sup>. » Cette rationalisation de l'alimentation lui permet de préconiser des standards nutritionnels stricts, représentés par l'image de la balance (ill. 2).

Des considérations nationalistes s'ajoutent à cette perception scientifique. Dans l'avant-propos d'*Hygiène alimentaire – À l'usage des écoles ménagères et des familles*, le père Martin, inspecteur des écoles ménagères, critique la cuisine de son époque, « excessivement raffinée », faite « à l'aveuglette », l'accusant même d'« homicide », tandis que « nos ancêtres [...], qui se nourrissaient de façon très simple, avaient cependant sur leur table un menu plus hygiénique et mieux équilibré que celui des gourmets modernes ». Les cuisinières doivent « apprendre à ne pas tuer leur monde par des mets empoisonnés<sup>14</sup> ». Selon le docteur Valin, la science permettra de retrouver l'alimentation sobre et supérieure des aïeux ; le docteur ne remarque pas, toutefois, que ces derniers ne bénéficiaient pas de tous ces conseils.

Aurèle Nadeau, un médecin beauceron connu dans les années 1920 pour ses propos sur la farine naturelle et ses conseils aux femmes enceintes<sup>15</sup>, émet des opinions similaires en 1918 dans sa brochure *Mangeons moins et mieux*, publiée par le gouvernement fédéral (ill. 3). Selon lui, le principal problème de nutrition au Canada est la suralimentation : la goinfrerie moderne et la gourmandise mèneraient à la décadence générale et à la déchéance. Il blâme le progrès, la richesse et « la science à rebours qui a créé tant d'aliments concentrés et artificiels<sup>16</sup> ». Le docteur Nadeau s'exprime avec véhémence contre les « goinfres récalcitrants » qui s'opposent aux lumières de la science et s'en prend particulièrement aux « excès de pain, de "breakfast foods", de fines fleurs, des sauces savantes, des fritures, du beurre et de la crème qu'on met partout, de la charcuterie et de la pâtisserie<sup>17</sup> ».

À plusieurs reprises, Aurèle Nadeau compare le corps humain à une machine. Ainsi, il parle de « four humain » et de « machine humaine<sup>18</sup> », et affirme que les sens constituent de mauvais guides. Il faut manger selon ses besoins, non tels qu'on les ressent mais tels que les experts les déterminent. D'ailleurs, il affirme que les sensations de faiblesse et les fringales invoquées par les impénitents sont le fruit de la gourmandise, devenue une seconde nature. Il parle de la modération comme d'une qualité virile et civilisatrice, par laquelle « l'être moral triomphe sur la bête<sup>19</sup> ». Son patriotisme, son nationalisme et le contexte compétitif de la guerre incitent le médecin à s'exprimer en termes enflammés. Ses appels à la frugalité s'expliquent par l'objectif de limiter la consommation nationale, puisque nulle part Nadeau n'évoque l'observation empirique d'un éventuel problème de santé lié à la surconsommation.

11. C.-N. Valin, « Principes d'alimentation rationnelle », p. 59.

12. *Ibid.*, p. 59-60.

13. C.-N. Valin, *Hygiène alimentaire – À l'usage des écoles*, p. 5.

14. *Ibid.*, p. 4.

15. Il est aussi l'auteur de *Rôle de l'alimentation naturelle chez la jeune mère* (1920) et de *La grande erreur du pain blanc* (1916).

16. A. Nadeau, *Mangeons moins et mieux*, p. 3.

17. *Ibid.*, p. 5.

18. *Ibid.*, p. 8.

19. *Ibid.*, p. 11.

Dans les années 1920, le docteur Nadeau conjugait le nationalisme canadien-français à la nutrition et à la médecine dans son ouvrage *La santé par les produits de la ferme*, publié par le ministère de l'Agriculture du Québec. Les principaux problèmes nutritionnels observés étant digestifs, il y affirmait : « Nous sommes devenus une race de constipés<sup>20</sup>. » Dans son diagnostic et ses conseils, il valorisait l'agriculture et la ruralité, tout en faisant référence à une version idéalisée du passé (vaguement assimilé au Régime français) où les Canadiens jouissaient d'une santé de fer et d'une force physique enviée par les autres nations. S'ajoutaient à cela l'expression de la foi catholique et la crainte de la modernité. Dans la préface, il est question de déchéance de la « race », de la démence des conseillers du peuple, des méfaits d'une existence moderne dévoyée et d'une fausse civilisation. La mauvaise santé est un facteur de désertion du sol et la solution, c'est le retour à la vie dite simple et « normale » de la campagne<sup>21</sup>. Par ailleurs, le docteur Nadeau se désolait de la dégradation de l'alimentation avec « l'excès de viandes fortes, l'abus extrême des sucragés et les condiments incendiaires de l'âcre cuisine anglaise<sup>22</sup> », associant le déclin nutritionnel national à « l'invasisseur ». Son nationalisme apparaissait aussi dans une allusion au destin continental de la « race » et dans le défi lancé à ceux qui « s'attendent de nous rayer de la carte d'Amérique<sup>23</sup> ».

3. Aurèle Nadeau, *Mangeons moins et mieux*, Ottawa, Commission des vivres au Canada, 1918, 16 p. BAnQ, Collection patrimoniale [A94-X1] /1918F COF).



Cette valorisation de la ruralité s'est poursuivie dans les années 1930. Le gouvernement provincial proposait la colonisation pour remédier à la crise économique, et les avantages alimentaires justifiaient en partie le retour à la terre. C'est pourquoi la section de l'économie domestique du ministère de l'Agriculture a publié en 1934 une brochure sur le pain de ménage. Son auteure, Eugénie Paré, diplômée de l'École ménagère provinciale de Montréal, voulait « démontrer à l'agriculteur toute l'économie que lui ferait réaliser une culture plus intense du blé » et « amener les cultivateurs à tout attendre de la ferme<sup>24</sup> ». Les aspects idéologiques et religieux sont moins nombreux dans sa brochure que dans les écrits du docteur Nadeau, mais Eugénie Paré évoque aussi à maintes reprises le passé en mentionnant « la coutume », le temps où le pain blanc et les boulangeries étaient inconnus et en parlant de la cuisinière, de la culture et de la mouture « d'alors<sup>25</sup> ». Cet « alors » imprécis est probablement préindustriel, comme le laisse supposer l'illustration de la couverture où figurent un moulin à eau et un four à pain.

Helen MacMurphy, une femme médecin très active dans la lutte contre la mortalité infantile au Canada, a promu l'allaitement et œuvré pour la protection de l'enfance tout en s'opposant au travail rémunéré féminin et aux soins de santé institutionnalisés et étatisés<sup>26</sup>. Dans son livre *La cuisine canadienne*, publié en 1925 et en 1929 par le ministère des Pensions et de la Santé nationale du Canada, la pensée traditionnelle domine au sujet du rôle des femmes, essentiellement vues comme épouses, mères et ménagères. La femme au foyer est représentée comme la « reine de la cuisine », au sourire maternel<sup>27</sup>; c'est aussi une vraie et bonne Canadienne<sup>28</sup>. Elle cuisinerait par amour et par affection pour sa famille, car « si nous voulons que la joie rayonne au foyer, nous devons nous efforcer de faire plaisir à tous ceux qui le composent<sup>29</sup> ». Cette mère idéale se préoccupe de la santé des siens et sert des

20. A. Nadeau, *La santé par les produits de la ferme*, p. 11.

21. *Ibid.*, p. 4-6.

22. *Ibid.*, p. 10.

23. *Ibid.*, p. 55.

24. E. Paré, *Le pain de ménage*, p. 32.

25. *Ibid.*, p. 1.

26. K. Arnup, *Education for Motherhood*, p. 20-28.

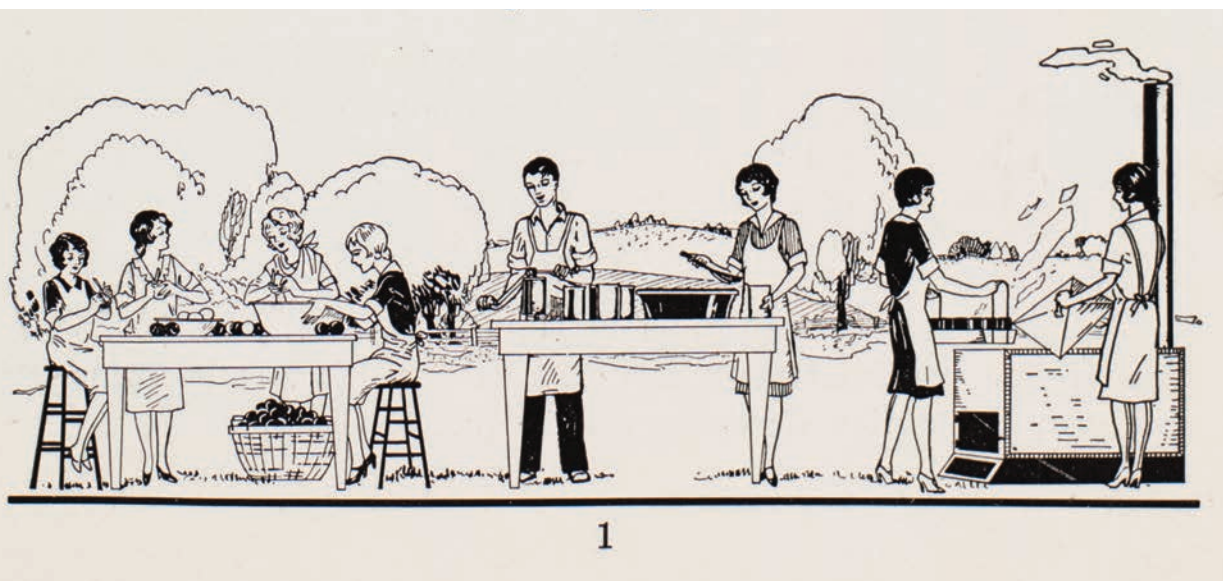
27. H. MacMurphy, *La cuisine canadienne*, p. 5, 15 et 16.

28. *Ibid.*, p. 70.

29. *Ibid.*, p. 16.

mets variés comprenant légumes, viande, œufs et céréales entières. D'ailleurs, les repas monotones et peu appétissants sont « une triste situation », résultat d'« une attitude coupable », mais à laquelle les « bonnes mamans » savent remédier en ajoutant le jardinage à la cuisine<sup>30</sup>. Le gouvernement fédéral présente une image des femmes semblable à celle des manuels scolaires québécois d'économie domestique et de cuisine : une bonne mère canadienne et chrétienne, dévouée aux siens<sup>31</sup>.

Cependant, l'État provincial vante aussi les mérites de la modernisation technologique et scientifique en faisant la promotion des conserves domestiques. Dans *Les conserves*, de Joseph-Évariste Grisé, on trouve une combinaison d'éléments traditionnels et modernes. Les images indiquent que les femmes sont responsables de cette opération culinaire, mais les connaissances et les techniques appliquées ressemblent à celles des industries. Le processus doit être rapide et hygiénique, et les conserves, stériles et hermétiques. La mise en conserve est illustrée comme une petite chaîne de production<sup>32</sup> (ill. 4). La brochure synthétise et explique les étapes du procédé en utilisant des adverbes tels que « parfaitement », « immédiatement », « entièrement », « hermétiquement », des verbes conjugués à l'impératif et des avertissements contre les retards<sup>33</sup>. Les conserves sont associées autant au travail domestique féminin qu'à une technologie employée en manufacture, où l'organisation, la précision et la vitesse sont essentielles à l'obtention d'économies d'échelle et à la constitution de stocks permettant d'uniformiser le régime alimentaire en dépit des saisons.



4. Joseph-Évariste Grisé, *Les conserves*, Québec, ministère de l'Agriculture, coll. « Bulletin », n° 102, 1930, p. 1 (détail). BANQ, Collection patrimoniale [A38A1/P83\102 OFF].

D'autres publications du ministère de l'Agriculture du Québec rationalisent la culture et la consommation de légumes en utilisant la science de la nutrition<sup>34</sup>. On y trouve des citations de médecins et d'hygiénistes sur l'importance de consommer des végétaux frais en raison de leurs bienfaits pour la santé. Les auteurs parlent des minéraux, des fibres et des vitamines, et décrivent les légumes comme des aliments protecteurs contre les effets nuisibles de la viande. Ils ajoutent que l'alimentation ne doit pas être « inspirée par le caprice », mais dictée par des principes scientifiques et des règles précises. Il s'agit avant tout d'être raisonnable.

30. H. MacMurchy, *La cuisine canadienne*, p. 69.

31. Par exemple, on trouve cette image dans le livre du ministère de l'Agriculture du Québec intitulé *La bonne ménagère* et dans celui de sœur Sainte-Marie-Vitaline, *L'économie domestique à l'école primaire complémentaire*.

32. Remarquons que l'homme utilise une sertisseuse, un outil scellant des boîtes de fer-blanc, une opération plus proche de la production industrielle que la fermeture de pots de verre.

33. J.-É. Grisé, *Les conserves*, p. 16 et 17.

34. C'est le cas des brochures d'E. LeBlanc, *Mangeons plus de légumes*, et de J.-H. Lavoie, *La culture potagère au jardin de la ferme*.



La Deuxième Guerre mondiale conduit le gouvernement canadien à promouvoir vigoureusement ses règles alimentaires officielles. Les courts métrages de l'Office national du film constituent un média dans lequel la science et les experts jouent un rôle prépondérant, tandis que les personnages féminins et masculins demeurent conventionnels. Prenons l'exemple de *Vitamines et productions*. Ce film raconte l'histoire de Jean, ouvrier dans une usine de bombes, toujours enrhumé, manquant d'énergie et d'enthousiasme et grondé par son supérieur. Jean consulte un médecin et suit ses prescriptions. Son épouse achète alors quantité de fruits et de légumes, qu'il dévore avec appétit. Jean recouvre la santé, devient l'homme le plus efficace de son usine, et le Canada y gagne « les meilleures armes sur la ligne de feu<sup>35</sup> ». Grâce à son médecin, Jean devient un travailleur exemplaire, mais c'est sa femme qui applique les conseils du docteur dans ses achats et dans la préparation des repas. *Comment grandir* distribue les rôles de manière similaire : le film montre un scientifique pesant des souris dans un laboratoire et évoque les découvertes des savants au sujet des propriétés du lait et des légumes. Cependant, le repas appétissant et nutritif des « enfants pleins de force et de joie », qui sauveront le pays, est servi à la maison par la mère<sup>36</sup>. La morale de l'histoire est claire : une bonne alimentation, telle que préconisée par les experts et assurée par les femmes, rend productif et permet au Canada de se mesurer avantageusement aux autres nations.

5. Albert Tessier et Thérèse Marion, *Vitalité*, Québec, Département de l'instruction publique, ministère du Bien-être social et de la Jeunesse, entre 1941 et 1944, 32 p. BAnQ, Collection patrimoniale (I57A1/A14) V583-/1941 OFF).



À l'école, les institutrices et les instituteurs reçoivent aussi de la documentation sur la nutrition et la façon d'en parler aux élèves. Dans la brochure *Vitalité*, l'abbé Albert Tessier, inspecteur des écoles ménagères, et Thérèse Marion, nutritionniste du Service de santé de la Ville de Montréal, expliquent aux enseignantes et aux enseignants comment faire comprendre aux enfants l'importance de bien manger (iii. 5). La comparaison du corps avec la machine et l'objectif d'améliorer le rendement au travail priment aussi dans le monde scolaire, où il s'agit de donner de bonnes habitudes alimentaires et hygiéniques aux futurs citoyens.

Durant toute la période considérée ici, la description du corps comme une machine productrice de travail, qu'il faut entretenir et corriger, est omniprésente dans les publications gouvernementales, tout comme la perception rationnelle de l'alimentation. Cette vision moderne de la nutrition sert les nationalismes<sup>37</sup>, le libéralisme et le capitalisme parce que cette conception du corps et de la nourriture promeut la productivité individuelle et collective. Mais pour répondre à ces mêmes objectifs politiques, économiques et sociaux, la diffusion de ce productivisme s'accompagne de la perpétuation de l'image d'une famille traditionnelle où les femmes demeurent des mères et des ménagères au service de la patrie.

35. ONF, *Ciné-nouvelles* n° 3 – *Vitamines et productions*.

36. ONF, *Comment grandir*.

37. Le nationalisme canadien ou canadien-français, selon l'auteur cité.

Les Cuisines Clark vous aideront.



**KETCHUP aux TOMATES**  
**CLARK**  
Absolument sain et délicieux

Des tomates toutes fraîches, des épices si savamment combinées qu'on n'en distingue aucune en les goûtant toutes, ajoutent un nouvel attrait aux viandes, poissons et omelettes, etc., auxquelles elles donnent un goût délicieux. Le Ketchup aux Tomates Clark est le régal des enfants et des grandes personnes. Préparé au Canada, par des Canadiens avec des produits de ferme canadiens.

W. CLARK Limited, MONTREAL  
ETABLISSEMENTS A MONTREAL,  
P.-O. ST-REMI, P. Q. ET  
HARROW, ONT. 2-922

Les **HOMMES VEULENT**



des SALADES ayant du PIQUANT!

"Les hommes réclameront instinctivement les salades si vous avez mis de la Moutarde Keen dans la garniture!"  
"Ils aiment le piquant prononcé et la saveur que donne la Keen; il n'est donc pas difficile de faire manger aux hommes des salades — qui leur sont si bonnes!" Voici une bonne recette:

GARNITURE DOUILLE

1 cuillerée à soupe de moutarde, 1/2 cuillerée à soupe de sel, 2 cuillerées à soupe de sucre, 1 cuillerée à soupe de farine, 2 œufs, 1/2 tasse de lait, trois ou quatre tomates fraîches, 2 cuillerées à soupe de beurre, quelques tranches de poivre rouge.

Mélangez les ingrédients avec dans le dessus d'un bœuf mariné, ajoutez lentement le vinaigre et les œufs battus. Puis ajoutez le lait. Faites cuire sur feu bouillonnant jusqu'à consistance ferme et épaisse. Laissez refroidir, puis faites cuire encore un quart d'heure. Retirez du poêle et ajoutez le beurre.

"LES DÉLICES DE L'HÔTESSE" LIVRE DE CUISINE GRATUIT  
Ecrivez à Colman-Keen (Canada) Ltd.,  
1002, rue Auber, Montréal 65MP

**Moutarde KEEN**  
D.S.F.  
— "MOUTARDE entièrement PURE"

### Les publicités : la tradition comme outil de commercialisation et les promesses de la modernité

Les publicités donnent souvent une touche traditionnelle aux produits et aux marques de commerce en utilisant le patriotisme, les pratiques religieuses, l'amour maternel et le foyer. Plusieurs entreprises, dont Clark et Catelli, vendent leurs marchandises en se servant d'images et de termes associés au Canada, aux ménagères canadiennes-françaises ou à des règles chrétiennes. La publicité de Clark, par exemple, mentionne quatre fois le Canada : une fois sur le chapeau du personnage et trois fois dans le texte (ill. 6). Une telle insistance est plus qu'informative et constitue un argument supplémentaire qui souligne le caractère local et authentique du produit. Ajoutons que, dans plusieurs publicités, Clark désigne ses usines et ses employés sous les termes « cuisines », « cuisiniers » et « cuisinières », rapprochant la production industrielle du monde domestique pour rassurer les consommatrices en ce qui concerne la qualité des denrées. Dans une annonce de fèves au lard en conserve, Catelli décrit le produit comme approprié pour le carême et l'associe à la nation en le présentant comme un mets canadien traditionnel<sup>38</sup> : il est « préparé à la canadienne », comme « au bon vieux temps », « comme chez nous »<sup>39</sup>. Catelli utilise également la figure maternelle en décrivant la joie apportée par « la maman » et en montrant l'image d'une mère nourrissant un enfant<sup>40</sup>.

Dans la majorité des publicités, les personnages féminins sont stéréotypés, représentés comme des mères ou des séductrices. On n'y décrit pas la cuisine comme un travail mais comme une preuve d'amour ou comme un outil de séduction<sup>41</sup>. Par exemple, la promotion du lait Eagle Brand de Borden présente des jeunes femmes voulant plaire à leur prétendant ou à leur beau-père<sup>42</sup>. La moutarde sèche de marque Keen permet de combler les désirs masculins pour « des salades ayant du piquant », « des plats de viande différents » et « des marinades à la moutarde »<sup>43</sup> (ill. 7). La Deuxième Guerre mondiale provoque l'apparition d'images différentes, vantant l'entrain, l'énergie et les économies apportées, par exemple, par les céréales Kellogg<sup>44</sup>. Cela demeure marginal : dans les annonces, les femmes restent des mères ou des jeunes filles cherchant un mari.

38. Cette insistance sur le caractère canadien est peut-être aussi une stratégie discursive pour contrebalancer la consonance anglaise du nom Clark et celle, bien italienne, de Catelli.

39. « Pour le carême », *La Revue moderne* (désormais RM), avril 1927, p. 2.

40. « Pour les jours maigres », RM, mars 1928, p. a.

41. Il s'agit d'ailleurs d'un trait commun aux publicités d'aliments en Amérique du Nord pendant tout le *xx<sup>e</sup>* siècle, comme l'a démontré K. J. Parkin dans *Food is Love* (2006).

42. Borden, « Margot magique », RM, mars 1937, p. 45 et juin 1937, p. 40.

43. RM, avril 1938, p. 47, mai 1938, p. 52 et août 1938, p. 45.

44. Kellogg, « Droit au but », RM, juin 1943, p. 21.



6. [À gauche] *La Revue moderne*, décembre 1922, p. 63 (détail). BAnQ, Collection patrimoniale (PER R-438).

7. [Au centre] *La Revue moderne*, avril 1938, p. 47 (détail). BAnQ, Collection patrimoniale (PER R-438).

8. [À droite] *La Revue moderne*, novembre 1941, p. 25. BAnQ, Collection patrimoniale (PER R-438).

Les publicités n'évacuent pas le plaisir, au contraire. Aucune de nos sources n'affirme que les repas devraient être fades, monotones ou mauvais. Mais les valeurs et la morale de l'époque encourageaient rarement les femmes à se régaler. Il est d'ailleurs exceptionnel qu'elles soient représentées en train de manger. Si cuisiner est agréable, c'est en raison de la satisfaction apportée à la famille. La cuisinière trouvera des avantages dans la facilité, la vitesse et la simplicité de préparation des plats, ainsi que de la gratification dans l'appréciation masculine de sa cuisine. Le plaisir sensuel de manger n'est pas présenté comme une motivation légitime pour la personne qui cuisine.

Les compagnies n'associent pas seulement leurs marchandises au pays, au respect de la religion ou à la maternité. Clark, Heinz, Quaker, Kellogg, Borden, Sunbeam, Pyrex et Westinghouse s'engagent toutes à rendre la cuisine plus facile, plus rapide, plus économique et plus agréable tout en étant savoureuse, nutritive et attrayante, surtout pour les enfants. Ainsi, Clark promet à la ménagère qu'elle passera moins de temps à cuisiner et servira quand même de la bonne soupe et des fèves au lard délicieuses faisant « des garçons solides<sup>45</sup> ». L'économie d'argent, de combustible, de temps, d'effort, de « travail ennuyeux » et de « cuisinage » est soulignée, surtout dans les publicités estivales<sup>46</sup>. Le plaisir de manger est évoqué dans une annonce de ketchup où le produit est présenté comme un « ami », transformant des plats ordinaires en régals<sup>47</sup>.

Heinz utilise des arguments similaires, mais pour des situations dites « d'urgence », où la maîtresse de maison doit « sauver les apparences » en effectuant « des tours de force culinaires<sup>48</sup> ». La compagnie suggère aussi aux femmes que ses produits leur permettront de gagner du temps pour des sorties comme le magasinage ou le cinéma (ill. 8), sans toutefois négliger le repas de la famille. Le lait Eagle Brand de Borden permet d'atteindre des sommets dans la simplicité et la facilité. Son utilisation dans des recettes promet tantôt une « mayonnaise sans cuisson », tantôt la glace au chocolat la plus facile à réaliser au monde<sup>49</sup>, ou encore un pouding au caramel magique : il n'est même pas nécessaire d'ouvrir la boîte avant de le préparer<sup>50</sup>.

45. Clark Co., « Fèves Clark », RM, août 1924, p. 63.

46. Clark Co., « Les cuisines Clark vous aideront cet été », RM, octobre 1925, p. 8.

47. RM, août 1927, p. 52.

48. Heinz, « Pour sauver les apparences », RM, juin 1938, p. 38.

49. Borden, « Glace au chocolat la plus facile au monde! », RM, septembre 1934, p. 38.

50. RM, juin 1932, p. 23; juin 1934, p. 44 et septembre 1934, p. 38.

**Le Plus Moderne des Réfrigérateurs**

...fabriqué au Canada par Westinghouse, pionnier de la fabrication des appareils électroménagers d'exportation. Les réfrigérateurs "Jubilé d'Or" sont les plus beaux réfrigérateurs qui aient existé le monde de Westinghouse.

**Vos aliments protégés...**  
Garde-manger hygiénique, en particulier réfrigération sans glace, refroidissement par circulation intense d'air frais, circulation d'air frais et circulation à rendement perfectionné. Plaque froide pour viande et poisson. Réfrigérateur de température à tout point de vue — réfrigération appropriée pour tous les aliments. Double protection automatique contre la déshydratation et les dommages dus aux variations électriques anormales.

**Votre temps épargné...**  
Tableau de consultation facile pour toutes les glaces ou desserts. Refroidissement par circulation intense d'air frais pour accélérer la congélation. Réfrigération automatique, économisant votre congélation extra-rapide. Ample espace, pour empilage des aliments congelés.

**Moins de travail...**  
Ménagerie hermétiquement scellée — jamais d'humidité, pas de mauvaises odeurs, jamais d'ajustement. Contrôle de l'humidité facilité à volonté. "Sélecteur automatique" diminue les glaces faciles et les vitales de congélation à remettre en position. Réfrigérateur qui s'ouvre au toucher de la main.

**Nouvelles commodités...**  
Le large à même le garde-manger, même un élément des étagères de la porte. La porte-décharge facile à ouvrir de la main. Le ligament contracté à votre gracieuse. Les vitres et refroidissement. Le tiroir à fruits congelés à même la main. Les vitres et refroidissement. Le tiroir à fruits congelés à même la main. Les vitres et refroidissement. Le tiroir à fruits congelés à même la main.

**Tranquillité assurée...**  
Sous le réfrigérateur Westinghouse, doublement automatique, vous disposez d'un tiroir à fruits congelés à même la main. Les vitres et refroidissement. Le tiroir à fruits congelés à même la main.

**Economies substantielles...**  
Economie de fonctionnement qui assure une grande efficacité. Economie de main de main. Economie de main de main.

**Si vos yeux étaient des RAYONS-X**

... si vous pouviez voir à travers le cabinet d'acier du réfrigérateur Westinghouse... si vous pouviez voir le fonctionnement précis et silencieux de son mécanisme hermétiquement scellé... vous comprendriez quel rôle important le mécanisme moderne joue pour assurer une protection adéquate à vos aliments.

Plus importantes encore que le confort et les commodités qu'il vous apporte... sont les qualités cachées qui placent le réfrigérateur Westinghouse au premier rang...

... le mécanisme hermétiquement scellé et lubrifié indéfiniment comportant le refroidissement par circulation intense d'air frais, fabriqué avec la précision de la plus belle montre; d'une efficacité éprouvée, comme en témoignent des milliers de ménages canadiens...

... la "sentinelle automatique", exclusive à Westinghouse, qui protège à la fois le mécanisme du réfrigérateur et vos aliments même dans des conditions électriques anormales...

... le cabinet d'acier indestructible...

... le triple isolement contre l'humidité et la détérioration...

... enfin la qualité incorporée dans chaque détail de construction.

C'est grâce à ces qualités fondamentales que le réfrigérateur doublement-automatique Westinghouse a établi son extraordinaire record d'efficacité, de durée, d'économie et aussi de vente. Demandez au représentant de Westinghouse de vous expliquer les propriétés excellentes des nouveaux modèles "Jubilé d'Or". Il a un modèle de dimensions et d'un prix qui vous conviendront.

CANADIAN WESTINGHOUSE COMPANY LTD, MONTREAL—HAMILTON

**RÉFRIGÉRATEUR Jubilé d'Or**

HERMÉTIQUEMENT SCÉLLÉ • DOUBLEMENT-AUTOMATIQUE

LA REVUE MODERNE (30) Mai 1936

**Westinghouse**

CIRCULATION INTENSE D'AIR FRAIS • GARANTIE DE CINQ ANS

MAI 1936

LA REVUE MODERNE

**Aussi NOUVEAU que DEMAIN**

Modèle dernier cri

Le meilleur réfrigérateur jamais fabriqué. C'est un modèle qui est sûr, robuste, d'une efficacité parfaite, d'une économie remarquable... Il ne se compare qu'à lui-même. La compagnie Westinghouse n'a jamais eu un égal. C'est un modèle qui est sûr, robuste, d'une efficacité parfaite, d'une économie remarquable... Il ne se compare qu'à lui-même. La compagnie Westinghouse n'a jamais eu un égal.

Les publicités de céréales à déjeuner présentent aussi le bon goût, le plaisir, la science et la technologie comme des bénéfiques. La compagnie Quaker vante la saveur de ses céréales soufflées mais précise que « ce ne sont pas des friandises », puisqu'elles ont été inventées par un expert de façon à rendre digestibles les grains entiers. Les explications sur la technique pour gonfler les grains mentionnent des canons, des explosions, des atomes et des éléments nutritifs<sup>51</sup>. La texture croustillante sert d'argument de vente : cela prouve la fraîcheur et l'efficacité de la technologie de fabrication et d'emballage. Dans certains cas, la texture devient d'ailleurs la principale qualité des céréales, comme pour les Rice Krispies de Kellogg<sup>52</sup>.

Les appareils ménagers et les nouveaux matériaux sont définis comme modernes et on promet aux femmes qu'ils leur faciliteront la vie. L'usage de plats en pyrex permettrait à toutes de bien cuisiner, même aux jeunes mariées inexpérimentées<sup>53</sup>. Pyrex prétend qu'il est amusant de cuisiner avec ces nouveaux ustensiles<sup>54</sup>. Les petits appareils électriques Sunbeam sont aussi proposés comme cadeaux de mariage, car ils « diminuent des tâches fatigantes<sup>55</sup> ». L'ultime appareil domestique moderne des années 1930 et 1940 demeure toutefois le réfrigérateur électrique, objet d'abondantes publicités de la compagnie Westinghouse (ill. 9). Alors que photographies et gravures le montrent ouvert et bien rempli, les textes soulignent la beauté du meuble : « C'est un triomphe de l'art moderne<sup>56</sup>. » L'annonceur vante l'efficacité du réfrigérateur pour inciter les gens à mettre leur glacière au rancart. C'est un appareil constant, indéfectible, parfait, automatique, n'exigeant ni surveillance ni entretien. Le refroidissement et la congélation sont intenses et

9. La Revue moderne, mai 1936, p. 30 et 31. BANQ, Collection patrimoniale (PER R-438).

51. The Quaker Oats Company, « La reine des mets », RM, décembre 1922, p. 55.  
52. Voir par exemple Kellogg, « Musiques préférées », RM, juin 1937, p. 23 et « Transmettez la nouvelle : ils restent croquants ! », RM, avril 1945, p. 20.  
53. Pyrex, « Une jeune mariée ne saurait pas cuisiner ? », RM, juin 1941, p. 35.  
54. Pyrex, « Voyez! C'est amusant de cuisiner dans du Pyrex économique! », RM, novembre 1941, p. 31.  
55. Sunbeam, « Les meilleurs compagnons de la jeune épouse », RM, septembre 1937, p. 31.  
56. Canadian Westinghouse, « Je veux... », RM, mars 1936, p. 2.

rapides ; les matériaux, lisses et blancs, sont hygiéniques. Les économies réalisées en diminuant les pertes d'aliments périmés sont fréquemment mentionnées, quoique jamais quantifiées<sup>57</sup>.

Les publicités de Westinghouse affirment que l'achat d'un réfrigérateur est un acte raisonnable et rationnel, sans toutefois annoncer les prix. Cependant, les consommateurs devaient en avoir les moyens et en ressentir la nécessité pour acheter un réfrigérateur électrique. Le recensement du Canada de 1941 rapporte que seulement 17,2 % des ménages québécois en possédaient un. Tous ne pouvaient (ou ne voulaient) pas succomber aux annonceurs, et beaucoup de ménagères ont effectué leurs travaux quotidiens sans cet appareil moderne jusqu'à la Deuxième Guerre mondiale<sup>58</sup>.

Entre les deux guerres, la diffusion d'information sur la nutrition par la publicité s'accroît. En plus d'appuyer la vente d'aliments préparés, elle sert à annoncer des vitamines, à promouvoir des régimes et à rendre le commerce de l'assurance-vie florissant. La compagnie Métropolitaine annonce souvent ses brochures gratuites sur la cuisine et la nutrition dans *La Revue moderne*<sup>59</sup>. Préoccupée par le bon fonctionnement de la machine humaine, l'entreprise prévient les gens contre l'obésité et les incite à boire du lait ainsi qu'à cuisiner des repas équilibrés et variés à moindre coût<sup>60</sup>. L'exemple de la Métropolitaine contribue à la compréhension de la conception du corps, de la santé, du rôle des aliments et de la responsabilité de l'individu qui prévalait à cette époque. Le produit vendu est une protection en cas de maladie ou de mortalité de la personne qui assume la responsabilité financière de la famille, celle-ci étant alors, en général, le père. La Métropolitaine valorise donc la minceur masculine autant que féminine parce qu'elle fait la promotion de la santé. Il ne s'agit pas ici d'adopter un standard de beauté, mais d'agir en chef de famille responsable et, durant la guerre, d'être un citoyen rationnel, maître de soi<sup>61</sup>. Pour une compagnie d'assurance, l'avantage économique du raisonnement va de soi : plus les assurés sont sains, moins ils réclameront d'indemnités, ce qui augmente les profits.



Entre 1914 et 1945, les publicités et les discours normatifs sur l'alimentation varient très peu. Les principaux changements remarquables dans les sources se situent dans l'augmentation de leur quantité, résultat de la commercialisation accrue des aliments, de la présence croissante de l'État et des experts, du développement des connaissances dans le domaine de la nutrition et de la propagande menée durant la Deuxième Guerre mondiale. Les conseils des médecins et les publicités s'avèrent plutôt uniformes en ce qui concerne les valeurs promues et les objectifs soutenus. Cette homogénéité correspond au désir de stabilité sociale des gouvernements, des entreprises et de la profession médicale et masque certaines modifications dans les pratiques. Par exemple, la population adopte effectivement de nouveaux produits et instruments, comme les conserves, les céréales à déjeuner, les grille-pains, la crème glacée, les réfrigérateurs et les cuisinières électriques<sup>62</sup>. Les valeurs modernes véhiculées dans les publicités trouvent donc un écho auprès des gens, mais cela se traduit peu par des formules prescriptives.

57. De même, les publicités n'affichent que rarement les prix : elles affirment seulement qu'ils n'ont jamais été aussi bas et que les marchands offrent du crédit. Toutefois, D. Baillargeon rapporte que les glacières électriques se vendaient à des « coûts astronomiques » (entre 225 \$ et 736 \$ selon les modèles en 1930) et demeuraient inaccessibles pour la plupart de ses informatices. Voir *Ménagères au temps de la Crise*, p. 172 et 260.

58. *Ibid.*, p. 171.

59. Des titres comme « Obésité et maigreur », « Le lait, un aliment à toutes fins » et « Approvisionnement alimentaire de la famille », produits par la Métropolitaine, étaient offerts gratuitement sur demande dans ces publicités.

60. RM, janvier 1934, p. 13 ; octobre 1934, p. 13 ; juin 1938, p. 17 et mars 1942, p. 19.

61. C. D. Elliott, « Big Persons, Small Voices », p. 136.

62. Voir par exemple le rapport *Urban Retail Food Prices, 1914-1959*, publié en 1960 par le Dominion Bureau of Statistics, qui considère les conserves de fruits et de légumes dans ses calculs dès les années 1920, et les céréales à déjeuner, au début des années 1940. Le sociologue américain Horace Miner a observé des changements similaires dans *St. Denis - A French-Canadian Parish* (1939).

Les discours des experts et des gouvernements ainsi que les publicités sur l'alimentation et la nutrition ne sont ni complètement traditionnels ni exclusivement modernes. Ces deux types d'images et de valeurs s'entrecroisent très fréquemment, mais demeurent limités à des aspects distincts. Dès les années 1910 et 1920, la modernité domine dans les objectifs d'une bonne diète. Selon l'État, les compagnies et les autorités du domaine de la santé, la rationalité et la productivité – deux valeurs fortes de la société industrielle – doivent primer lorsqu'il est question de connaissances et de techniques. Une alimentation idéale obéit d'abord à la raison et vise à rendre les cultivateurs en santé et autosuffisants, les ouvriers, productifs, et les enfants, capables d'assurer l'avenir. Cette idée semble relever du plus simple bon sens et paraît alors hégémonique, car une multitude d'intervenants en font la promotion.

La productivité est souvent représentée par la santé : non seulement celle du corps et de l'individu mais aussi celle de la famille, de la patrie, de l'économie domestique et nationale. Même si des clivages économiques rendent difficile pour plusieurs l'application quotidienne du discours des experts, la nutrition définit la santé comme un bien qui s'acquiert, s'entretient, nécessite des investissements, se dégrade et se perd. Le gouvernement et les experts voient le corps comme une machine, comparable à une usine ou à un moteur. Il faut l'entretenir, le construire, l'améliorer, car il s'agit d'une pièce essentielle dans le système de production capitaliste. Comme pour sa réussite économique, l'individu, par ses décisions et l'utilisation raisonnable de ses ressources, est responsable de sa santé. Personne ne souhaitant tomber malade, l'association entre santé et productivité est efficace. Cependant, cette domination fonctionne en combinant les arguments modernes, rationnels et productivistes avec des éléments sociaux et culturels traditionnels. L'entretien du « corps-machine » productif, idéalisé par les experts et l'État, reste une responsabilité féminine assumée dans le cadre familial.

Les éléments traditionnels et conservateurs concernent l'ordre social : la structure de la famille, le rôle des femmes, la religion, le nationalisme. Qu'il s'agisse d'encourager les gens à faire du pain ou des conserves, à respecter le rationnement ou à acheter un réfrigérateur, la cuisine et la nourriture demeurent associées à la féminité et à la maternité. Les auteurs cités ne songent guère à rationaliser la cuisine pour promouvoir des figures féminines différentes (comme des travailleuses), pour encourager les hommes à cuisiner quotidiennement ou pour suggérer que des repas sains puissent être préparés ailleurs qu'au foyer. La modernité technique et scientifique apportée par l'étude de la nutrition et les aliments commercialisés entretient la conviction voulant que les meilleurs repas viennent de la cuisine familiale et soient servis par une mère aimante consacrant un maximum d'efforts à l'alimentation des siens. Les discours publicitaires et normatifs sur la nutrition et la cuisine perpétuent ainsi l'image rassurante de la famille traditionnelle dans un monde moderne.

# Sources

## COLLECTIONS PATRIMONIALES DE BAnQ

GRISÉ, Joseph-Évariste, *Les conserves*, Québec, ministère de l'Agriculture, coll. « Bulletin », n° 102, 1930, 31 p. (A38A1/P83\102 OFF)

LAVOIE, Joseph-Henri, *La culture potagère au jardin de la ferme et au jardin-ouvrier*, Québec, ministère de l'Agriculture de la province de Québec, Service de l'horticulture, coll. « Bulletin », n° 115, 1936, 48 p. (A38A1/P83\115-/1936 OFF)

*La Revue moderne*, Montréal, 1919-1945. (PER R-438)

LEBLANC, Estelle, *Mangeons plus de légumes – Quelques recettes pratiques*, Québec, Service de la publicité, ministère de l'Agriculture, coll. « Bulletin », n° 136, vers 1937, 31 p. (A38A1/P83\136 OFF)

MACMURPHY, Helen, *La cuisine canadienne*, Ottawa, F. A. Acland, coll. « Les petits livres bleus, collection domestique », 1929, 71 p. (Brochures - Env. 2130)

NADEAU, Aurèle, *La santé par les produits de la ferme*, Québec, ministère de l'Agriculture, 1923, 55 p. (A38A1/P83\79 OFF)

NADEAU, Aurèle, *Rôle de l'alimentation naturelle chez la jeune mère*, Beauceville, Imprimerie de l'Éclairer limitée, 1920, 16 p. (649.33 N134r 1920)

NADEAU, Aurèle, *Mangeons moins et mieux*, Ottawa, Commission des vivres au Canada, 1918, 16 p. (A94-X1V/1918F COF)

NADEAU, Aurèle, *La grande erreur du pain blanc*, Québec, ministère de l'Agriculture, coll. « Bulletin », n° 24, 1916, 85 p. (A38A1/P83\24 OFF)

PARÉ, Eugénie, *Le pain de ménage*, Québec, ministère de l'Agriculture, section de l'économie domestique, coll. « Bulletin », n° 131, 1934, 32 p. (A38A1/P83\131 OFF)

QUÉBEC, *La bonne ménagère – Notions d'économie domestique et d'agriculture à l'usage des jeunes filles des écoles rurales de la province de Québec*, Québec, département de l'Agriculture, vers 1900, 96 p. (A38A1/A14\B63-/1900 OFF)

SAINTE-MARIE-VITALINE, sœur, *Congrégation de Notre-Dame, L'économie domestique à l'école primaire complémentaire – IX<sup>e</sup> et X<sup>e</sup> années*, Québec, École normale classico-ménagère, 1929, 268 p. (640 S35747 1929)

TESSIER, Albert et Thérèse MARION, *Vitalité*, Québec, département de l'Instruction publique, ministère du Bien-être social et de la Jeunesse, entre 1941 et 1944, 32 p. (I57A1/A14\V583-/1941 OFF)

VALIN, Charles-Narcisse, « Principes d'alimentation rationnelle », *Bulletin sanitaire*, vol. 15, n° 4-12, avril-décembre 1915, p. 59-69. (OFF S4H9 B84)

## AUTRES SOURCES CONSULTÉES

APPLE, Rima, *Vitamina – Vitamins in American Culture*, New Brunswick, Rutgers University Press, 1996, 245 p.

ARNUP, Katherine, *Education for Motherhood – Advice for Mothers in Twentieth Century Canada*, Toronto, University of Toronto Press, 1994, 251 p.

BAILLARGEON, Denyse, *Un Québec en mal d'enfants – La médicalisation de la maternité, 1910-1970*, Montréal, Éditions du remue-ménage, 2004, 373 p.

BAILLARGEON, Denyse, *Ménagères au temps de la Crise*, Montréal, Éditions du remue-ménage, 1993, 311 p.

BENTLEY, Amy, *Eating for Victory – Food Rationing and the Politics of Domesticity*, Urbana, University of Illinois Press, 1998, 238 p.

BRADBURY, Bettina, *Working Families – Age, Gender, and Daily Survival in Industrializing Montreal*, Toronto, University of Toronto Press, 2007, 310 p.

CANADA, *Report of the Board of Inquiry into Cost of Living – The Rise in Prices and the Cost of Living in Canada*, vol. I, Ottawa, J. L. Taché, imprimeur du roi, 1915, 955 p.

COATS, R. H., *Wholesale Prices in Canada, 1890-1909 – Special Report*, Ottawa, Government Printing Bureau, 1910, 509 p.

COMACCHIO, Cynthia R., *"Nations are Built of Babies" – Saving Ontario's Mothers and Children, 1900-1940*, Montréal / Kingston, McGill-Queen's University Press, 1993, 340 p.

CONSTANT, Jean-François et Michel DUCHARME (dir.), *Liberalism and Hegemony – Debating the Canadian Liberal Revolution*, Toronto / Buffalo, University of Toronto Press, 2009, 473 p.

DETELLIER, Élise, « "Bonifier le capital humain". Le genre dans le discours médical et religieux sur les sports au Québec, 1920-1950 », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, vol. 62, n° 3-4, 2009, p. 473-499.

DICKINSON, John A. et Brian YOUNG, *Brève histoire socio-économique du Québec*, traduit de l'anglais par Hélène Filion avec la collaboration de Louise Côté, Sillery, Éditions du Septentrion, 2003, 452 p.

DOMINION BUREAU OF STATISTICS, *Urban Retail Food Prices, 1914-59*, Ottawa, The Section, 1960, 78 p.

DOMINION BUREAU OF STATISTICS, *Family Income and Expenditure in Canada – 1937-1938 – A Study of Urban Wage-Earner Families, including Data on Physical Attributes*, Ottawa, The Bureau, 1941, 210 p.

ELLIOTT, Charlene D., « Big Persons, Small Voices : On Governance, Obesity, and the Narrative of the Failed Citizen », *Journal of Canadian Studies / Revue d'études canadiennes*, vol. 41, n° 3, automne 2007, p. 134-149.

FAHRNI, Magdalena, *Household Politics – Montreal Families and Postwar Reconstruction*, Toronto / Buffalo, University of Toronto Press, coll. « Studies in gender and history », 2005, 279 p.

IACOVETTA, Franca et Valérie J. KORINEK, « Jell-O Salads, One-Stop Shopping, and Maria the Homemaker : the Gender Politics of Food », dans Marlene EPP, Franca IACOVETTA et Frances SWYRIPA (dir.), *Sisters or Strangers ? Immigrant, Ethnic and Racialized Women in Canadian History*, Toronto / Buffalo, University of Toronto Press, coll. « Studies in gender and history », 2004, p. 190-230.

LINTEAU, Paul-André, René DUROCHER, Jean-Claude ROBERT, *Histoire du Québec contemporain*, Montréal, Boréal, 1989, 2 vol.

McKAY, Ian, *Rebels, Reds, Radicals – Rethinking Canada's Left History*, Toronto, Between the Lines, 2005, 254 p.

McKAY, Ian, « The Liberal Order Framework : A Prospectus for a Reconnaissance of Canadian History », *The Canadian Historical Review*, vol. 81, n° 4, décembre 2000, p. 617-645.

MINER, Horace, *St. Denis – A French-Canadian Parish*, Chicago, University of Chicago Press, 1939, 383 p.

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA, *Cinéma-nouvelles n° 3 – Vitamines et productions, 1944*, 7 min.

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA, *Comment grandir*, 1943, 9 min.

PARKIN, Katherine J., *Food is Love – Food Advertising and Gender Roles in Modern America*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 2006, 296 p.

RUDY, Jarrett, *The Freedom to Smoke – Tobacco Consumption and Identity*, Montréal / Kingston, McGill-Queen's University Press, 2005, 232 p.

VALIN, Charles-Narcisse, *Hygiène alimentaire – À l'usage des écoles ménagères et des familles*, Québec, ministère de l'Agriculture de la province de Québec, « Bulletin », n° 38, 1917, 21 p.

WARREN, Jean-Philippe, *Hourra pour Santa Claus! – La commercialisation de la saison des fêtes au Québec, 1885-1915*, Montréal, Boréal, 2006, 301 p.

WARREN, Jean-Philippe, « Petite typologie du moderne au Québec (1850-1950). Moderne, modernisation, modernisme, modernité », *Recherches sociographiques*, vol. 46, n° 3, 2005, p. 495-525.