
Discours marchand et discours scientifique

La représentation publicitaire de la ceinture électrique au début du siècle¹

Guido Rousseau, professeur
*Centre d'études québécoises
et Département de français
Université du Québec à Trois-Rivières*

L'histoire ne va pas aussi vite que l'on voudrait parfois. Elle traîne derrière elle un lot de traditions, d'images, d'événements vécus et mémorisés, voire de chroniques fabuleuses, qui laissent croire qu'elle est toujours du côté de la durée ou de la perfection perdue, alors que le progrès serait pour sa part du côté du changement ou de la perfection à venir. Mais en simplifiant ainsi, sans doute abusivement, l'opposition entre l'histoire et le progrès, ne court-on pas le risque d'accroître davantage leur perpétuelle opposition ? Le progrès ne s'accommode-t-il pas parfois des continuités du passé ? L'histoire n'est-elle pas à son tour faite de ruptures successives ou partielles ? Pour dire les choses autrement, les chemins de l'histoire et du progrès s'entrelacent plus qu'ils ne se repoussent mutuellement : les uns comme les autres sont livrés à la conscience d'une culture qui les oblige souvent à tenir compte des empirismes réducteurs. Certes, le progrès est irréversible ; il se situe d'emblée du côté de la révision, du recommencement, du « désengagement » vis-à-vis des intérêts immédiats de la culture ; mais comme l'affirme si bien Gaston Bachelard, il n'y a progrès (scientifique ou autre) que dans la mesure où « l'occasionalisme des connaissances » est résolument vaincu, c'est-à-dire, précise-t-il, quand « l'historicité de la culture » cède la place à une « réorganisation de la culture² ».

Ainsi serait-il impossible de sauter par-dessus la culture de son temps ! Qui plus est, de prétendre échapper à ses effets de rationalisation ou de normalisation ! À cet égard, l'histoire des sciences, ou plus exactement l'histoire des discours sur les sciences et leurs objets, est très révélatrice. Rien, en effet, n'exprime mieux le sens culturel des ruptures et des filiations historiques que les progrès théoriques d'une science et leurs effets sur les mentalités et les pratiques d'une société. Ainsi, la rapidité avec laquelle le mot « microbe » se propage à partir du dernier tiers du XIX^e siècle, aussi bien dans le public que chez les savants, tient au fait que ce mot – disons plutôt ce concept³ – est porteur d'une toute nouvelle culture scientifique – la microbiologie – dont les applications bouleverseront profondément par la suite l'opinion médicale, sociale et politique vis-à-vis des maladies.

Mais il n'en va pas toujours de même. C'est le cas, entre autres, de la science des phénomènes électriques, dont la lente et difficile élaboration fut pendant des siècles dominée par un flot d'expériences empiriques, d'images et de significations cosmologiques – celles particulièrement du feu et de la lumière – qui renvoient expressément à un passé culturel fort lointain. En effet, du feu sacré provoqué par la foudre, que les mythologies indo-européennes nous présentent comme l'arme ou le langage des dieux⁴ par excellence, au mystérieux magnétisme animal, dont les propriétés furent l'objet de débats interminables depuis la plus haute Antiquité, jusqu'à la centrale électrique moderne qui nous abreuve de son énergie salvatrice, le discours sur la science électrique n'a cessé de s'alimenter de représentations culturelles les plus inattendues et les plus diverses. Certes, pourrait-on en dire autant des autres sciences, telles l'astronomie ou la physique, dont les progrès ne peuvent en aucun cas être compris sans leur encadrement historique et culturel. Mais l'électricité est sans contredit, surtout à partir de la seconde moitié du XIX^e siècle, l'invention la plus inspiratrice de la modernité, du progrès, du développement économique des sociétés, comme elle demeure aussi l'une des sciences les plus imprégnées de représentations analogiques et imaginaires, de croyances et de superstitions, d'images symboliques puisées dans les profondeurs culturelles de l'humanité.

Voilà posé ce qu'on pourrait appeler à la suite de Michel Foucault et de Georges Canguilhem la difficile distinction « des seuils de transformation⁵ » d'une science. Voilà aussi mis en perspective le questionnement que nous voudrions poursuivre tout au long du présent article, à savoir que le discours sur la science de l'électricité, autour des années 1900, fait apparaître plusieurs historicités, plusieurs réseaux de circulation des savoirs et des pratiques scientifiques, plusieurs applications technologiques, plusieurs enchaînements culturels, plusieurs intérêts socio-économiques dont les agents se mobilisent en vue de produire et de vendre l'énergie nouvelle. Un phénomène retiendra plus particulièrement notre attention : la commercialisation publicitaire de la *ceinture électrique* sur le continent nord-américain entre les années 1890 et 1915. Nous nous attacherons à décrire les raisons pour lesquelles un tel phénomène porte le témoignage d'une représentation culturelle du corps qui subit les assauts d'une mutation sociale. Mais il faut d'abord examiner ce qu'était réellement à l'époque la ceinture électrique, à la fois comme nouveauté technologique et comme instrument thérapeutique offert au grand public par l'intermédiaire de la réclame publicitaire.

L'INVENTION DE LA CEINTURE ÉLECTRIQUE

La mise en marché de la ceinture électrique à la fin du siècle dernier dépasse d'emblée la stricte préoccupation pécuniaire de ses concepteurs ou de ses habiles agents de promotion. Son apparition s'inscrit dans le développement rapide des innovations technologiques qui fondent pour ainsi dire l'électricité industrielle à partir des années 1880. Elle survient aussi à un moment où une véritable « société électrique » se met en place. Dans les grandes villes du monde, à Londres comme à Paris, à New York comme à San Francisco, à Montréal comme à Toronto, la présence et l'usage de l'électricité – pensons seulement à l'essor que connaît l'éclairage des rues⁶ ou des grands magasins – se font de plus en plus quotidiens et diversifiés. Ainsi, déjà sensibilisée depuis quelques décennies aux premières « merveilles de l'électricité », l'opinion publique est frappée d'admiration devant la présence de plus en plus répandue de « machines

électriques », surtout d'origine étrangère, qui lui apparaissent, à tort ou à raison, comme autant de signes avant-coureurs d'un changement. De fait, le développement rapide de la technologie électrique, alors largement diffusé⁷, rend non seulement possible et évident le progrès économique et social, mais préfigure une nouvelle représentation du monde. À l'antique et immuable antinomie de la lumière et des ténèbres – analogiquement associée à celle du Bien et du Mal – se substitue une nouvelle symbolique du monde, un nouveau langage de la nature fondé sur une triple idée mère : celle de l'*énergie*⁸ de la *puissance motrice*, de la *machine triomphante* mise au service de l'humanité !... Au règne de la vapeur succède ainsi celui de l'électricité que d'aucuns voient avec ferveur comme « l'âme du monde⁹ » !

C'est donc parmi une kyrielle de produits industriels nouveaux qu'apparaissent sur le marché nord-américain de la consommation les premières ceintures électriques. Aux États-Unis d'abord, vraisemblablement au début des années 1880, où leur retentissante popularité¹⁰ ne tarde guère à piquer la curiosité de la population canadienne¹¹. Leur succès est loin cependant de correspondre aux attentes thérapeutiques qu'elles suscitent. Mais, dernières nouveautés de l'heure dans le domaine des cures électriques, elles surpassent d'emblée tous les autres appareils ou panacées – chaises ou corsets électriques, brosses à cheveux ou colliers électromagnétiques – dont une publicité tapageuse ne cesse pour autant de promouvoir l'efficacité thérapeutique. Elles surviennent encore à un moment où l'électricité médicale et particulièrement l'électrothérapie pénètrent le domaine des soins de santé et trouvent à l'occasion leur place dans les cabinets privés des médecins. Mais de tels soins ne sont accessibles, il va sans dire, qu'aux milieux les plus fortunés de la société. Les travailleurs salariés et, sans doute, la très forte majorité des familles de la petite bourgeoisie doivent pour leur part se contenter d'une thérapie peu coûteuse, à mi-chemin entre la potion médicamenteuse traditionnelle et le remède miracle acheté chez le droguiste du coin et susceptible de guérir la plupart des maux courants. L'arrivée de la ceinture électrique sur le fructueux marché de la consommation des produits thérapeutiques avait donc de quoi éveiller bien des espérances de guérison. Non seulement le produit était nouveau, mais sa manière de guérir était un défi à la maladie elle-même !

Deux articles parus à l'époque dans le prestigieux hebdomadaire *Scientific American* décrivent les caractéristiques techniques de la ceinture électrique. Soulignons qu'il s'agit d'une présentation du modèle inventé par John A. Crisp et George F. Webb, de Jefferson, en Ohio, dont les noms se retrouvent, à deux reprises, sur la liste officielle des inventeurs ayant obtenu pour leur produit des « lettres patentes » du gouvernement américain¹². L'illustration de cette ceinture (voir figure 1), que nous reproduisons du *Scientific American*¹³, montre assez bien le type d'appareil qui se trouvait sur le marché à l'époque. Insérées dans des pochettes, les piles produisent un courant électrique continu qu'un fil de cuivre achemine vers des électrodes en aluminium ou en argent de forme convexe. Réparties le long de la ceinture, ces électrodes sont en contact direct avec la peau et assurent, selon les inventeurs, la circulation d'un courant électrique à travers le corps. Il est encore possible d'ajouter des électrodes de formes variées selon le traitement désiré. Chaque pile est placée dans une pochette imperméable à l'eau, de façon à prévenir les brûlures de l'acide.

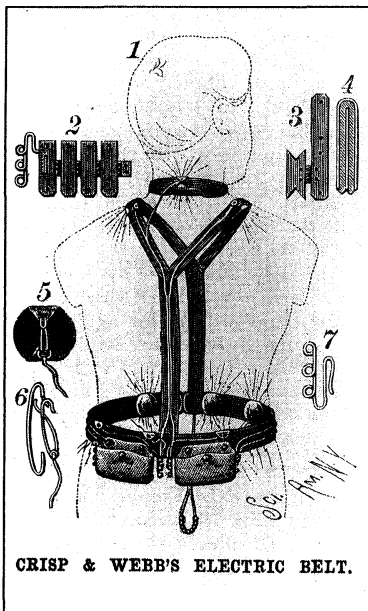


FIGURE 1

Source : *Scientific American*,
14 mars 1891, p. 163.

L'utilisation semble fort simple. La ceinture est ajustée au corps et les piles, préalablement plongées dans du vinaigre de cidre, sont insérées dans les pochettes où elles seront reliées aux électrodes. Selon G.F. Webb, le courant ainsi produit donne d'excellents résultats « dans le traitement des maladies aiguës et chroniques ». Mais quelle était réellement l'efficacité d'une telle ceinture dont la puissance électrique était obtenue à l'aide de piles humides de très faible intensité. Ses effets thérapeutiques paraissent aujourd'hui pour le moins douteux. Telle n'était pas cependant l'opinion des *medical electricians* de l'époque, ou de leurs agences de publicité, qui en vantaient les vertus curatives.

LE MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN DE LA CEINTURE ÉLECTRIQUE

C'est par l'intermédiaire de la presse à grand tirage que se propage à travers l'Amérique du Nord la popularité de la ceinture électrique. De fait, sa mise en marché coïncide avec le rôle de plus en plus important que prend l'industrie publicitaire dans l'expansion territoriale de l'économie nord-américaine à l'aube des années 1900. C'est en effet la réclame publicitaire – quotidiennement étalée sous les yeux de milliers de lecteurs de journaux ou de magazines populaires – qui vient pour ainsi dire donner au capitalisme industriel l'immense marché de consommateurs qui lui fait alors défaut. Autre fait historique dont il faut aussi souligner l'importance : le lucratif marché des médicaments brevetés – les célèbres *patent medicines* – contre lesquels s'insurgent particulièrement les corporations des médecins et des pharmaciens, mais qui offrent néanmoins aux classes sociales les plus démunies des thérapies peu coûteuses, correspondant à leurs attitudes à l'égard de la maladie, ou encore adaptées à leurs façons traditionnelles de traiter les maux dont elles sont les plus souvent atteintes. Nouvellement arrivée sur ce marché des produits thérapeutiques populaires, la ceinture électrique offre elle aussi, à l'instar des plus grandes marques de « pills and tablets », une médecine sans médecin... Que dire ! Elle est un pur remède de la nature, prétendent sans gêne ses promoteurs ! Ses piles chargent le corps malade d'un fluide régénérateur, souverain, qui donne la vie ! « Electricity is Life¹⁴ » ! Voilà l'énergie nouvelle ! Celle de la machine ! Certes ! Mais aussi

celle de l'homme ! Voilà les slogans publicitaires que les journaux diffusent chaque jour auprès de leurs abonnés, sur tout le continent nord-américain.

Quelle fut réellement la portée économique et sociale de la mise en marché de la ceinture électrique entre les années 1895 et 1915 ? Il est certainement assez difficile aujourd'hui de répondre de façon satisfaisante à une telle question. Non seulement est-il quasi impossible de retracer toutes les données liées de près ou de loin à la commercialisation du produit (coût de production, fluctuation du prix de vente¹⁵, dépenses publicitaires, etc.), mais il nous paraît assez problématique, surtout en partant de messages publicitaires, de vouloir en mesurer l'usage thérapeutique réel, voire d'en évaluer les effets curatifs (possibles ou douteux) sur une population énormément éprouvée par toutes sortes de maladies¹⁶. Par ailleurs, notre propos étant orienté vers l'analyse historique des représentations de l'électricité, il nous semble plus opportun, pour le moment, de faire ressortir l'influence culturelle qu'a pu avoir sur les mentalités de l'époque la diffusion d'un discours publicitaire extrêmement novateur.

Naturellement, ce sont les ceintures de marque américaine qui dominent le marché. Sur la douzaine de principaux modèles recensés dans les revues et les journaux que nous avons retenus pour les fins de notre enquête¹⁷, la majorité proviennent effectivement de compagnies américaines (voir tableau 1). Bien sûr, certaines de ces ceintures n'ont pas tout le succès qu'en attendent sans doute leurs promoteurs ; d'autres par contre envahissent littéralement les marchés américain et canadien. C'est le cas notamment de la célèbre ceinture « Herculex » vendue par la Sanden Electric Belt Co., une compagnie new-yorkaise dont la publicité très tapageuse se retrouve quotidiennement dans la plupart des grands journaux canadiens de l'heure, tant de langue française que de langue anglaise. Construite d'après un canevas graphique qui met en vedette, avec photo à l'appui, la personne même du « Dr M. Sanden » – autrement dit sa personnalité d'inventeur et de guérisseur –, la publicité de cette compagnie donne vraiment le ton à un discours marchand conçu de façon à rendre le lecteur honteux de son ignorance des vertus curatives de l'électricité : « Pourquoi dépenser votre argent et ruiner votre santé en achetant des drogues empoisonnées », reproche en effet aux abonnés de *La Presse* le

Dr Sanden, « quand vous pouvez, leur conseille-t-il, vous guérir vous-mêmes chez vous avec le véritable remède de la nature, l'électricité¹⁸. »

TABLEAU 1
RELEVÉ PARTIEL DES PRINCIPALES MARQUES
DE CEINTURES ÉLECTRIQUES ANNONCÉES DANS LES REVUES ET
LES JOURNAUX CANADIENS ET QUÉBÉCOIS ENTRE 1890 ET 1915

Marques et compagnies	Origine
Dr Dye's Voltaic Belt Co.	É.U.
Dr Horne's Electric Belt Co.	É.U.
Dr Lorenz Electric Belt Co.	É.U.
Dr Sanden's Electric Belt Co.	É.U.
Dr Scott's Genuine Electric Belt & Corset	É.U.
Prof. A. Chrystal Electric Belt	É.U.
Prof. Morse Electric Belt	É.U.
Dr McDonald's Electric Belt Co.	É.U.
Dr McLaughlin's Electric Belt Co.	É.U.
Dorenwend Electric Belt Co.	CAN.

Pendant une bonne vingtaine d'années, de 1885 à 1905, la Sanden Electric Belt Co. diffusera ainsi, avec force et régularité, le même discours publicitaire, aux motifs savamment dissimulés, mais dont le contenu, polarisé à l'excès, rejoint les modes de vie les plus largement répandus : la réticence atavique à dépenser de l'argent rudement gagné et la nécessité d'endiguer la maladie à moindres frais possibles et, conséquemment, sans l'aide du médecin.

Un tel discours marchand fait habituellement partie de la rhétorique publicitaire des compagnies américaines de ceintures électriques. La McLaughlin Electric Belt Co., rivale de la Sanden Electric Belt Co., est tout particulièrement fière d'affirmer que les malades qu'elle traite viennent « en majorité de la classe moyenne ou de la classe indigente ». Et le « docteur » McLaughlin d'expliquer ainsi la popularité de sa compagnie :

[...] lorsqu'un riche tombe malade, il a recours à son médecin, qui fait un sage diagnostic et rédige des ordonnances en prenant un air sérieux ; et l'homme riche a toute confiance qu'il ne sera plus malade le lendemain. Il peut même se sentir réellement bien parce que le médecin peut, un certain temps, tromper la nature. Mais après quelque temps, l'homme riche s'aperçoit que son médecin ne lui fait aucun bien réel et la nature demande sa rançon, il lui faut la payer, car le médecin ne peut plus être d'aucune aide.

Lorsqu'un homme pauvre se sent malade, il recourt de même au médecin ; mais il se lasse tôt de payer les comptes de l'homme de la science. C'est alors que le malade prend la peine de penser lui-même à son mal et de venir à moi. Je le guéris à l'électricité. Voilà pourquoi la plupart de mes malades sont de pauvres gens. Les médecins ne permettront point à leurs malades de venir à moi¹⁹.

Quant aux compagnies canadiennes, sans doute incapables de satisfaire à la demande du marché, elles cherchent tant bien que mal à se définir par rapport à leurs rivales américaines. Jouant la carte du nationalisme canadien, elles dénoncent avec vigueur la pratique des dirigeants des compagnies américaines qui, sans retenue aucune, s'autorisent pompeusement à porter le titre faux et prétentieux de « Docteur ». Bluff publicitaire de la pire espèce, destiné à tromper le consommateur, affirment avec force les dirigeants des compagnies canadiennes : « Ces Docteurs (?) ont-ils un diplôme canadien ? » lance en effet, de Toronto, le *practical electrician* E.T. Dorenwend, qui fonde précisément la publicité de sa compagnie sur le fait que sa ceinture est un produit canadien : « Si vous avez l'intention d'acheter une ceinture électrique, procurez-vous la meilleure, et c'est la « Dorenwend », inventée par un Canadien, et assurément la *meilleure au monde*²⁰ ! »

Les compagnies canadiennes de ceintures électriques n'ont cependant guère les moyens de se payer des campagnes publicitaires aussi longues et aussi diversifiées que celles qui sont lancées et soutenues par leurs rivales américaines. Prisonnières d'un marché exigü, elles sont encore soumises au dynamisme de l'économie marchande et industrielle américaine qui pénètre le Canada sous forme de capitaux et de produits manufacturés de toutes sortes. Faute de ressources humaines et financières, elles n'ont guère non plus les possibilités d'élaborer un discours publicitaire vraiment original ; aussi

adoptent-elles très souvent celui de leurs rivales américaines. Pour tout dire, la publicité de leurs produits, loin de nuire à la vente des ceintures électriques de marque américaine, en légitime en quelque sorte la mise en marché canadienne.

Ce sont en effet les compagnies américaines qui, par leur forte présence sur le marché des appareils électrothérapeutiques, imposent le contenu du discours publicitaire sur la ceinture électrique. La représentation publicitaire du corps malade qu'elles diffusent dans les journaux canadiens est effectivement identique à celle qu'elles propagent dans la presse américaine. Non seulement y retrouve-t-on les mêmes illustrations (dessins, graphiques, figures) du corps affaibli ou défait par la maladie, incapable d'exercer les fonctions sociales et naturelles les plus primordiales, telles que travailler, se mouvoir, manger, prendre du repos, etc., mais les textes qui accompagnent ces illustrations, qu'ils soient publiés dans les journaux de Toronto ou de Montréal, dans ceux de New York ou de Boston, énoncent eux aussi le même message publicitaire : la ceinture électrique est une invention miraculeuse ! L'essayer, c'est naître à une nouvelle vie ! « Venez boire à la Fontaine de Jouvence, à la Source du Bonheur ! » clame dans sa publicité la compagnie McLaughlin, qui présente ainsi sa ceinture :

Sa touche est la touche du magnétisme ; elle crée dans un corps faible une vie, une vigueur, une ambition, une énergie, un courage, un bonheur nouveaux et une longue vie. C'est le plus grand restaurateur de la nature, appliqué doucement pendant votre sommeil. Elle transformera en un paradis de santé votre corps affaibli et épuisé par la douleur. Essayez-la, vous, homme faible, débile, vous, femme misérable, fatiguée et découragée ; faites que le sang vivifiant réchauffe votre cœur, votre sang et que vos nerfs soient d'acier²¹.

À la vérité, les compagnies américaines de ceintures électriques inondent de leurs produits le marché canadien. Leurs campagnes publicitaires, qui puisent aux mêmes sources de l'imaginaire social²², sont interchangeable d'une entreprise à l'autre. Elles n'ont qu'un seul objectif : mener une offensive commerciale en sol canadien, dans le but exprès de provoquer un accroissement de la demande sur le marché des appareils électrothérapeutiques. Ainsi chaque compagnie y trouve son profit ! L'important, c'est le chiffre d'affaires, le nombre de ceintures électriques fabriquées et vendues !

LE CORPS ÉLECTRIQUE

Au discours marchand (ou publicitaire) sur la ceinture électrique correspond un discours sociomédical sur le corps, le second apportant au premier son fondement culturel et idéologique. Ce sont en effet les usages sociaux du corps – malade ou en santé – qui sont les véritables enjeux de la mise en marché de la ceinture électrique ; c'est à travers eux que nous décelons non seulement les intérêts mercantiles des compagnies de ceintures électriques, mais aussi et surtout les antagonismes biomédicaux et scientifiques que ces compagnies entretiennent à l'égard des médecins et des producteurs de remèdes brevetés. En d'autres termes, c'est le pouvoir sur le corps lui-même, voire toute une culture somatique, qui devient à la fois un extraordinaire enjeu commercial et un champ de concurrence scientifique : aux savoirs étiologiques et thérapeutiques des médecins, les *practical electricians* opposent leurs modèles pathologiques de la maladie et la gamme diversifiée de leurs thérapies électriques. Ainsi, d'un côté comme de l'autre, c'est la mise en scène sociale du corps, plus précisément sa gestion quotidienne et sa représentation pathologique et imaginaire qui balisent autour des années 1900 la commercialisation publicitaire de la maladie.

C'est effectivement en prétendant faire la « chasse aux maladies » – autrement dit en promettant le bonheur ! – que les compagnies de ceintures électriques réussissent leur effet publicitaire. Elles exhibent devant les yeux de milliers de lecteurs la somme des maladies que la médecine traditionnelle serait, ne cessent-elles de répéter, incapable de guérir ! Habile surenchère ! Sensationnalisme ! Qu'importe ! Pour le travailleur salarié de l'époque, l'énumération publicitaire des maux dont il souffre vaut bien la consultation énigmatique – et coûteuse – du médecin ! La maladie n'est-elle pas d'abord une lecture du corps ? Ne débute-t-elle pas par une interrogation intime sur les signes du mal ?

Mais une telle invite à l'autodiagnostic se donne pour ce qu'elle n'est pas. Elle tend à piéger le malade tapi dans l'ouvrier ou le lecteur, soit précisément d'établir chez l'un comme chez l'autre la norme du sain et du malsain. Entre la maladie et la bonne santé, littéralement le texte publicitaire professe l'énumératif : la mise en discours du

corps pathogène est avant tout une allitération, sans cesse réaménagée, du *vouloir dire* de la maladie (voir tableau 2). Réalité biologique et culturelle, le corps est ainsi offert dans sa double représentation somatique et publicitaire : tel il se consume de douleurs dans l'image de l'annonce, tel il se consomme comme discours par la lecture du texte.

À regarder de près cependant cette liste des maladies et des symptômes, tirée des publicités de l'époque, il apparaît assez évident que la représentation du corps malade est davantage symptomatologique que nosologique. Si, en effet, certains désordres physiologiques sont mis en évidence par des appellations précises (asthme, catarrhe, lumbago, varicocèle, etc.), c'est l'étalage somatique – voire culturel – des *éprouvés corporels*, plus précisément le *corps parlant à soi* par le truchement des symptômes du mal, qu'exploitent avant tout les publicitaires. De fait, leurs textes d'annonces fourmillent d'expressions médicales ou paramédicales susceptibles d'être comprises du grand public : faiblesses, épuisement, débilité des organes, douleurs dans les muscles, perte de la force nerveuse, nonchalance, mauvaise circulation sanguine, manque de vitalité, autant de termes génériques habilement brodés, sur un fond de fictions médico-publicitaires.

À ces symptômes vagues correspondent des effets thérapeutiques guère plus précis. La ceinture électrique redonne « la vigueur perdue », « la force au travail » ; elle développe encore « la force vitale des nerfs et des muscles, le courage, la confiance en soi, l'énergie », fait « jaillir un sang vivifiant dans les veines », stimule « la mémoire » et rend « l'œil plus brillant ». Habilement, les compagnies de ceintures électriques exploitent les représentations culturelles les plus largement admises à l'époque sur l'électricité, et plus particulièrement sur « l'électricité animale » qui, prétendent-elles alors, maintient en permanence l'organisme humain sous tension ! Ainsi se trouve médicalement justifiée, on le devine aisément, la fonction thérapeutique de la ceinture électrique : charger et recharger le corps conçu comme une pile électrique !

De telles représentations sont au cœur, il va sans dire, du discours publicitaire sur la ceinture électrique. Elles en constituent en quelque sorte les composantes autour desquelles, et à propos des-

TABLEAU 2

LISTE PARTIELLE DES MALADIES ET DES SYMPTÔMES DU CORPS MALADE
TIRÉE DES ANNONCES PUBLICITAIRES SUR LA CEINTURE ÉLECTRIQUE PARUES DANS LA PRESSE DE 1900 À 1915

Systèmes	Maladies	Symptômes
Respiratoire	asthme, catarrhe	douleurs à la poitrine, maux de gorge
Digestif	diarrhée, dyspepsie, dysenterie	affection de l'estomac, affection du foie, constipation, désordres de la digestion, désordres de l'estomac, désordres du foie, faiblesses de l'estomac, faiblesses du foie, indigestion, maladies de l'estomac, manque d'appétit, perte d'appétit, torpeur du foie
Cardiovasculaire		mauvaise circulation
Musculaire et locomoteur	goutte, goutte rhumatismale, lumbago, rhumatisme	crampes, désordres musculaires, dos faible, douleurs au dos, douleurs aux articulations, douleurs aux côtés, douleurs aux épaules, douleurs aux membres, douleurs dans le dos, douleurs dans les hanches, douleurs dans les jointures, douleurs dans les muscles, douleurs dorsales, douleurs rhumatismales, faiblesses dorsales, mal de dos, maladie de l'épine dorsale, maladies du système musculaire nerveux, maux de dos
Nerveux	ataxie locomotrice, épilepsie, névralgie, paralyse, sciatique	atrophie, débilité nerveuse, découragement, dépression morale, désordres nerveux, douleurs à la tête, ennui, étourdissement, faiblesses nerveuses, maladies nerveuses, manque d'énergie, manque de vitalité, manque de pouvoir, maux de tête, nerfs ébranlés, nervosité, perte de mémoire, sensations de vertige, symptômes d'épuisement, troubles imaginaires, tremblements nerveux, tristes et fatigués des choses de la vie
Génito-urinaire	impuissance, onanisme, spermatorrhée, varicocèle	désordre du système de procréation, écoulements, épuisements, épuisement de la vigueur juvénile, faiblesses causées par l'ignorance des lois de la nature, faiblesses dues aux abus et aux excès vicieux, faiblesses particulières aux hommes, faiblesses privées, faiblesses résultant de l'indiscrétion, faiblesses sexuelles, impuissance, indiscrétions, génération, maux spéciaux à chaque sexe, perte, perte de l'ardeur de la jeunesse, perte de vigueur, perte de vitalité, perte de pouvoir, perte d'énergie, pertes des facultés viriles, pertes et faiblesses sexuelles, symptômes d'épuisement

quelles, se fonde la figure marchande du corps malade. Pour chasser le mal qui le frappe, l'homme doit donc « s'électriser²³ » quotidiennement ! Voici la thérapie miraculeuse que proposent les compagnies de ceintures électriques :

Cessez de prendre des drogues et des ordonnances de médecins, faites l'usage de l'Électricité pendant 10 jours seulement. Procurez-vous la Ceinture électrique du Dr McLaughlin. Faites-en l'essai pendant quelques semaines seulement et vous serez un homme nouveau.

Il est facile de prouver que votre faiblesse, vos douleurs et vos maux peuvent tous être causés par le manque de vitalité dans votre organisme. La vitalité animale – l'électricité – le magnétisme – sont toutes une seule et même chose. Permettez-moi de vous redonner ce pouvoir et vos maux disparaîtront.

Renforcez-vous ! Augmentez votre force nerveuse ! Votre force dépend des dix millions de nerfs et de dizaines de millions de petites cellules nerveuses qui composent votre système nerveux. C'est l'électricité de ces cellules nerveuses, les petites « batteries d'emmagasinage », qui font fonctionner le mécanisme de votre organisme²⁴.

Pareil discours fait encore appel à des pratiques et à des modes de pensée fort répandus à l'époque. Il y a en effet une certaine cohérence, sans doute pleinement recherchée, entre les propriétés curatives attribuées à la ceinture électrique et les valeurs dominantes qui caractérisent la société américaine des années 1900 et, de façon similaire, les sociétés canadienne et québécoise de la même époque. Soucieuses de rentabiliser leurs investissements, les compagnies de ceintures électriques se mettent donc au diapason des motivations, sinon des attitudes, susceptibles de provoquer chez les consommateurs l'acte d'achat des produits qu'elles offrent sur le marché. Que l'usage de la « force virile » soit au cœur même de la vie quotidienne de l'Américain moyen ou de l'ouvrier canadien, voilà un fait que l'histoire socio-économique du travail a depuis longtemps établi ; voilà aussi l'une des représentations symboliques du corps les plus valorisées par la société de l'époque. En ce sens, la publicité de la ceinture électrique reproduit une socialité du corps déjà pleinement légitimée :

Tout le monde admire un homme fort. Les hommes l'envient à cause de sa force, et les femmes le considèrent noble. Aux yeux du monde, les charmes du corps sont plus grands que ceux de l'esprit, et l'Apollon physique est un héros plus grand que le géant mental. Tout homme désire être fort – afin d'être surnommé homme parfait²⁵.

À l'image du corps musclé – symbole de la santé et de la beauté physique (voir figure 2) – s'en surajoute une autre, plus fantasmée, celle du corps érogène, frappé à la fois de tabous et de représentations pathologiques inavouables. De toutes les images du corps véhiculées par le discours publicitaire sur la ceinture électrique, celles qui se rapportent aux maladies des organes génitaux et aux fonctions sexuelles (voir tableau 2) sont sans contredit les plus récurrentes et les plus surchargées de connotations délictueuses. À l'arrière-plan de la figure du corps viril, organiquement et socialement fonctionnel, apte à l'effort et au travail, se dissimule en effet l'image intolérante du corps sexuel, lascif et impur, qui produit une énergie transgressive, dépravée et inconstante ; autrement dit un corps improductif, sexuellement et économiquement.

Un Homme Nouveau!



" Elle fit de moi un homme nouveau." Voilà ce qu'ils disent. " Elle m'a guéri après avoir dépensé des centaines de dollars en soins de médecins." Telles sont les paroles dites avec reconnaissance par ceux qui ont employé la

**CEINTURE ELECTRIQUE
DU Dr SANDEN.**

Etes-vous Faible ?

Sentez-vous le besoin de quelque chose pour vous reconstituer ?
La Ceinture Electrique du Dr Sanden, est alors ce qu'il vous faut.
Elle donne la vie au système et le rend vigoureux. Lisez le
livre du Dr Sanden, intitulé : "Tous Classes d'Hommes."
Gratuit.

Dr M. SANDEN,
132 rue St-Jacques, Montréal.

Bureaux de bureaux :
9 à 6. Le Dimanche, 11 à 1.

FIGURE 2

Source : *Le Monde illustré*,
13 janvier 1900,
p. 607.

Au fil des textes publicitaires, on n'a ainsi que maladies honteuses et perverses, qui ne sont jamais expressément localisées, encore moins dénommées²⁶, restant par là même « secrètes²⁷ », soit hors langage ! Plus concrètement, c'est en usant d'expressions susceptibles de choquer le moins possible la morale puritaine de l'époque, mais

désignant néanmoins des habitudes de vie sexuelle soupçonnées de ruiner l'énergie vitale du corps, que les promoteurs de la ceinture électrique croient pouvoir susciter l'acte d'achat de leur produit : erreurs et indiscretions de jeunesse, excès vicieux, faiblesses privées, pertes des facultés viriles, écoulements, épuisement de la vigueur juvénile, etc., voilà quelques-uns des euphémismes les plus souvent utilisés, qui renvoient à une sexualité sévèrement réprouvée à l'époque, plus exactement à la masturbation²⁸, aux pertes séminales, aux maladies vénériennes, ou encore à une forme ou l'autre d'impuissance sexuelle.

La ceinture électrique²⁹ corrigeait-elle ces habitudes sexuelles ? Ses applications quotidiennes mettaient-elles fin à ces désordres génésiques ? Il est permis d'en douter³⁰. Ce n'est point cependant l'avis de ses promoteurs qui la présentent comme le plus miraculeux des appareils restaurateurs de l'énergie sexuelle : « Aux hommes qui souffrent des résultats d'erreurs de jeunesse ou d'excès vicieux à un âge plus avancé, j'offre gratuitement mes services basés sur une pratique spéciale d'au delà de 30 ans³¹ », répète sans cesse dans ses réclames publicitaires M. Sanden. Ses concurrents ne sont pas moins affirmatifs : « Je peux rendre à tout homme ce qu'il a perdu par l'abus des lois de la nature³² », soutient avec assurance M.N. McLaughlin, tandis que E.T. Dorenwend, l'un des rares promoteurs à faire usage d'expressions nosologiques précises, présente sa ceinture comme la seule à pouvoir guérir « toute forme de maladies nerveuses, tels l'impuissance, les pertes séminales, la spermatorrhée, la varicocèle, le manque de virilité, ou encore toutes maladies causées par les abus, les indiscretions et les excès vénériens³³ » ! Stratégie discursive de la part des compagnies de ceintures électriques ? Assurément. Extrêmement fidèles aux représentations pathologiques de l'époque³⁴, elles peignent l'anormalité ou discourent à qui mieux mieux sur les misères de l'appétit sexuel. Ce qui leur permet, finalement, d'avoir le dernier mot : une sexualité saine est une sexualité branchée ! Ainsi le corps transgressif ou impuissant n'a plus sa raison d'être. Le recours quotidien à la thérapie électrique maintient le corps sous le pouvoir bienfaisant du courant redresseur qui impose sa norme et sa fonctionnalité.

L'HOMME ÉLECTRIQUE³⁵

Un corps maintenu en permanence sous tension, chargé et rechargé à volonté, voilà l'idéal thérapeutique que proposent finalement les promoteurs de la ceinture électrique. La maladie n'est ni plus ni moins qu'une déperdition graduelle de l'énergie vitale. Telle une « suite de petites usines électriques³⁶ », le corps – par l'action des nerfs et des muscles – est parcouru par des courants électriques naturels qui régénèrent et régularisent les fonctions et les manifestations de l'organisme, tout particulièrement celles qui sont reliées aux phénomènes circulatoires (vaisseaux lymphatiques et sanguins, nerfs vasomoteurs, etc.). Conséquemment, toute altération pathologique de ces effluves électriques doit être corrigée par l'ajout nutritif de fluides électriques externes : « Le corps est un système d'emmagasinement électrique³⁷ », affirme sans cesse dans ses publicités la compagnie McDonald, qui décrit ainsi la force électromotrice nécessaire à une bonne santé physique et mentale :

Sans l'électricité, les nerfs n'accomplissent pas leurs fonctions naturelles. Sans l'électricité, l'estomac perd bientôt son efficacité. Alors bientôt s'ensuivent la perte d'appétit, la constipation, les étourdissements, les maux de tête, la perte d'énergie, l'impossibilité de faire un travail, des douleurs dans les jointures et des maux conduisant au rhumatisme et autres maladies graves et permanentes.

Nous ne disons pas que dans chaque cas le manque d'électricité a été cause de votre trouble, mais nous disons qu'une augmentation d'énergie électrique qui rendra les nerfs fermes, le pouls actif, qui referra votre vitalité, votre vigueur, qui donnera la *force à toutes les parties*, qui rendra leur pouvoir aux parties affaiblies, nous disons qu'elle vous ramènera promptement à la santé parfaite.

Pas besoins d'hôpitaux, ni de traitements dispendieux. La Ceinture Électrique du Dr McDonald fournira l'électricité au système, doucement, graduellement, et apportera les résultats que vous cherchez. En très peu de temps, vous aurez la puissance, cette puissance qui est la force des nerfs et la force de la volonté, cette puissance dont dépend le succès de toute la mission de l'homme³⁸.

Ainsi le corps est semblable à une machine : il lui faut sans cesse son combustible producteur d'énergie. Analogie très vivante tout au

long du XIX^e siècle, et dont les résonances symboliques sont associées aux inventions technologiques – celles, entre autres, du moteur électrique, de la dynamo, de la lampe à incandescence, ou encore du train ou du tramway électrique – qui viennent chaque jour nourrir l’imaginaire social. De fait, il y a dans la représentation publicitaire de la ceinture électrique un continuel rapport métaphorique entre la figuration du corps et celle du moteur : les caractéristiques technologiques de l’un inspirent les descriptions publicitaires de l’autre (voir tableau 3). Le champ figuratif de la machine et de ses composants (l’huile, la vapeur, la dynamo et la force motrice) est le modèle analogique sur lequel se fonde la mise en scène publicitaire du corps et de ses attributs anatomiques et physiologiques (le sang, les nerfs, l’électricité animale, l’énergie vitale). Une telle corrélation est pleinement recherchée par les publicitaires. Il s’agit de faire comprendre quelque chose au lecteur par la médiation de la comparaison et des similitudes symboliques les plus modernes. Autrement dit, il faut convaincre le lecteur que la mécanique de ses organes est semblable aux *rouages* de la machine ou du moteur : leur puissance et leur rendement, voire leur entretien, appellent les mêmes soins. À ce chapitre, les promoteurs de la ceinture électrique exploitent tous le même réseau d’images métaphoriques : « Je traite mes patients comme vous traiteriez une machine mue par pouvoir », soutient sans gêne M.N. McLaughlin, dont les propos ne varient guère d’une publicité à l’autre :

J’augmente son bagage d’électricité : cela permet à la machine humaine de fonctionner de nouveau et fait disparaître ses troubles. Le corps humain, comme une machine mue par le pouvoir, ira bien quand il aura le pouvoir. Je fournis le pouvoir³⁹.

Voici une chose que tout homme devrait savoir : votre corps est une machine. Il fonctionne à la vapeur au moyen de votre sang et vos nerfs. Quand vous commencez à décliner d’une façon quelconque, la vapeur fait défaut. C’est ce que je redonne, et tout homme qui viendra me voir pourra faire usage de ma ceinture gratuitement jusqu’à ce qu’il soit guéri⁴⁰.

Le même raisonnement analogique oriente l’argumentation publicitaire de la compagnie Sanden :

TABLEAU 3
REPRÉSENTATIONS DU CORPS MALADE

Domaine industriel	l'huile	la vapeur	la dynamo	la force motrice		
Domaine biologique	le sang	les nerfs	l'électricité animale	l'énergie vitale		
Domaine médical	<p>MALADIES</p> <p>du système circulatoire du système nerveux</p>		<p>TRAITEMENTS</p> <p>ceinture électrique médicament</p>		<p>EFFETS THÉRAPEUTIQUES</p> <p>guérison non-guérison</p>	

L'électricité est comme l'huile qui favorise le fonctionnement de la machine humaine épuisée, et sans elle, il n'y a pas de progrès. De même que l'huile, elle coûte très peu de chose comparativement au bien qu'elle accomplit. L'électricité est le seul moyen qui permette d'acquérir la vigueur⁴¹.

Une double équivalence métaphorique est donc posée implicitement entre le corps et la machine. Non seulement l'huile et la vapeur sont-elles les figures modales du sang et des nerfs, mais elles sont aussi des formes traditionnelles d'énergie par rapport aux applications modernes de l'électricité (la dynamo et le courant continu), qui symbolisent à leur tour les effluves électriques (électricité animale et l'énergie vitale) du corps humain. Il reste à intégrer dans ce réseau de représentations analogiques les catégories préétablies du code médical (les maladies, les traitements et les effets thérapeutiques) qui fondent le procès figuratif du corps malade.

La fonction médiatrice de la ceinture électrique devient désormais compréhensible. Objet d'un triple discours – marchand, scientifique et médical –, elle est le *lieu d'investissement* des valeurs : les unes technologiques et économiques, explicitement reliées à la production industrielle et à la mise en marché de la ceinture ; les autres somatiques, et culturellement thématiques par l'image mentale du corps. La représentation publicitaire de la ceinture électrique est une suite de transferts de valeurs successivement investies et, par-delà, socialement interchangeables : les valeurs énergétiques de l'électricité, captées et transmises par la ceinture, sont celles avec lesquelles la société évalue le travail, la puissance et le rendement de l'individu. Les critères mécaniques ne sont plus uniquement le propre des ingénieurs : ils sont devenus ceux de la société tout entière ; de la sphère de production de la grande manufacture aux activités de la vie familiale, la performance pratique de la machine (électrique) met en évidence la désuétude du bricolage artisanal. La modernité est assurément une rupture d'échelle.

Nous voilà donc loin du simple plaidoyer publicitaire, mais nous sommes aussi prêt à reconnaître les enjeux socio-économiques qu'il ne cesse de traduire en images et en discours. À partir d'une enquête historique sur la mise en marché nord-américaine de la ceinture électrique, il a suffi d'analyser l'origine, la nature, le sens de

sa représentation scientifique et thérapeutique pour découvrir une époque agitée par le changement. En cette fin du XIX^e siècle, le progrès n'apparaît plus en effet comme un devenir audacieux seulement dans l'imagination des hommes de science. Il agrmente au contraire le quotidien de mille et une commodités. Plus que jamais auparavant, les applications technologiques préludent à un changement profond de société ; de plus en plus entre les mains de la grande industrie et du capital, ces applications attaquent à leurs racines les pratiques et les savoirs jusqu'alors considérés sinon comme immuables, du moins comme l'expression d'une culture encore en grande partie fondée sur la supériorité des arts libéraux sur les arts mécaniques. Plus encore, elles sont devenues une force productive indépendante du travail, brisant ainsi à travers le monde des machines le traditionnel rapport de l'ouvrier à son outil. Aussi est-on passé non seulement de l'animal-machine au cheval-vapeur, mais également à la force motrice elle-même qui devient la mesure de l'efficacité du vivant.

C'est au cœur de ces changements que survient la mise en marché publicitaire de la ceinture électrique. Elle en est même l'une des représentations symboliques les plus spectaculaires. À travers elle, c'est effectivement la modernité électrique qui s'impose à la fois comme discours scientifique et comme instrument du développement économique et social des sociétés. Certes, de nombreuses autres innovations technologiques, qui se révèlent d'ailleurs de jour en jour plus durables et plus utiles au bien-être des individus – nous pensons, entre autres, à l'éclairage électrique –, règnent sur ce début de siècle. Mais aucune d'entre elles ne nous paraît plus représentative de cette époque que la ceinture électrique. Non seulement renoue-t-elle avec la tradition des *ceintures à miracles*⁴², mais elle est pour ainsi dire le « modèle réduit » d'une culture du corps qui est en train de semer dans la conscience des individus le vertigineux désir de ses nouveaux symboles.

De fait, ce nouveau code symbolique semble bien plus prégnant que le savoir médical ou le rituel marchand qui le soutiennent. Ce qui est en effet en jeu dans cette mise en scène publicitaire du corps, ce n'est point la maladie, ni la dépense de quelques dollars, mais ce que l'historien américain Henry Adams – l'un des témoins les plus pénétrants de cette époque – a justement décrit, sous la double figure

symbolique de « la Dynamo et la Vierge », comme l'irréductible « accélération de la loi de l'entropie » : le monde moderne est un univers multiple et centrifuge, qui fait de l'homme un insatiable dissipateur d'énergies⁴³. Telle la dynamo électrique, dont l'autorégulation du mécanisme est pour Adams la figuration moderne de l'Éros antique, l'homme des années 1900, à l'instar de la machine industrielle, court sans cesse après sa charge énergétique. La perte et la dépense décuplent constamment ses forces. Mais n'est-ce pas encore ainsi que notre société de consommation nous offre le paradis sur terre !

Notes

1. Certaines parties de cet article sont tirées d'une communication qui a été présentée à l'occasion de la journée « Médecine et électricité », tenue à Paris le 11 décembre 1986, sous les auspices de l'Association pour l'histoire de l'électricité en France. Voir Guildo Rousseau et Denis Goulet, « L'émergence de l'électrothérapie au Québec (1890-1910) : les débordements d'un discours fondateur », *Bulletin d'histoire de l'électricité*, Paris, 9 (juin 1987), p. 155-172.
2. *Le rationalisme appliqué*, Paris, PUF, 1970, p. 49 et 122.
3. C'est le 11 mars 1878, devant les membres de l'Académie des sciences, que le terme « microbe » fut effectivement proposé par le médecin général français Charles Sédillot (1804-1883), alors qu'il assistait à l'une de ces discussions interminables sur le rôle des organismes microscopiques dans l'étiologie des maladies.
4. T. Henri Martin, *La foudre, l'électricité, le magnétisme chez les anciens*, Paris, Didier et Cie, 1866, 418 p.
5. *Idéologie et rationalité dans l'histoire des sciences de la vie*, Paris, Librairie philosophique J. Vrin, 1977, p. 10. Pour Michel Foucault, toute formation scientifique du savoir passe par quatre « seuils » successifs de pratiques discursives : le seuil de positivité, le seuil d'épistémologisation, le seuil de scientificité et le seuil de formalisation (*L'archéologie du savoir*, Paris, Gallimard, 1969, p. 243-247).
6. Au Canada, c'est à Montréal, devant la façade de la maison des jésuites, à l'angle des rues Bleury et Dorchester, que fut essayée pour la première fois, à l'automne 1878, la lampe à arc par un Canadien français nommé J.-A.-I. Craig, qui l'avait vu fonctionner à l'exposition de Paris quelques mois plus tôt. Voir Clarence Hogue, André Bolduc et Daniel Larouche, *Québec, un siècle d'électricité*, Montréal, Libre Expression, 1979, p. 11-19.
7. Faut-il rappeler la tenue à Paris, en 1881, de la première grande Exposition universelle consacrée à électricité, puis celle de 1900, toujours à Paris, qui, avec sa « Fée Électricité » – une statue tout illuminée, haute de 6,50 mètres – rendait hommage à la modernisation. Sur le continent nord-américain, il y eut successivement l'Exposition universelle de Chicago (1893) et l'Exposition nationale de l'électricité de New York (1896), qui permirent au public de prendre connaissance des dernières innovations électriques et de leurs possibles applications dans les domaines les plus variés des activités socio-économiques. Voir « The National Electrical Exposition at the Grand Central Palace, New York », *Scientific American*, 16 mai 1896, p. 306, 309-310.
8. D'origine scolastique, le terme « énergie » appartient jusqu'aux environs de la deuxième moitié du XVIII^e siècle presque exclusivement au vocabulaire de la théologie et de la rhétorique. C'est notamment le développement de la pensée scientifique et sensualiste à partir des années 1770 qui donne au maître mot son sens nouveau, soit celui d'émergence d'une force en mouve-

- ment, et conséquemment celui d'un monde en devenir, ou encore la force de l'âme et celle des sentiments. Sur l'apparition du concept d'énergie au tournant des Lumières (1770-1820), voir J. Fabre, *Lumières et Romantisme. Énergie et nostalgie de Rousseau à Mickiewicz*, Paris, Librairie C. Klincksieck, 1963, 302 p.
9. Adrien Peladan, *Anatomie homologique. La triple dualité du corps humain et la polarité des organes splanchniques*, œuvre posthume, avec une préface de Joséphin Peladan, Nîmes, Ballière & Fils, 1886, p. XX.
 10. La technologie de la ceinture électrique attire à l'époque l'attention de plus d'un inventeur américain. Un dépouillement de l'« Index des inventions », hebdomadairement publié dans le *Scientific American*, nous a permis de retracer, pour les années 1880 à 1900, l'enregistrement de pas moins d'une trentaine de brevets de ceintures électriques auprès du gouvernement américain.
 11. Parmi les premières ceintures électriques américaines commercialisées au Canada, citons, entre autres, celle de la Dye's Voltaic Belt Co., dont nous pouvons retracer la publicité dans *Le Monde illustré* de Montréal à partir du 17 juillet 1885.
 12. Voir « Index of Inventions for which Letters Patent of the United States where Granted », *Scientific American*, 5 novembre 1891, p. 363, et 29 avril 1893, p. 269.
 13. « An Electric Belt and Body Attachments », *Scientific American*, 14 mars 1891, p. 163 ; voir aussi « An Improved Electric Belt », *Scientific American*, 6 mai 1893, p. 277.
 14. C'était l'un des slogans publicitaires les plus utilisés par les compagnies de ceintures électriques. Voir, entre autres, les réclames des compagnies Sanden et McLaughlin parues dans les journaux suivants : « Le feu de la jeunesse », *Le Monde illustré*, 3 mars 1900, p. 718 ; « Electricity is Life », *The Toronto Star*, 22 février 1902, p. 11 ; « Electricity is Life », *The Montreal Star*, 29 avril 1902, p. 2 ; « L'électricité est la vie », *La Presse*, 1^{er} décembre 1906, p. 22.
 15. Le prix de vente d'une ceinture électrique dépendait nécessairement de sa qualité de fabrication et, par conséquent, de l'énergie que pouvaient dégager ses piles électriques. Si l'on se fie néanmoins au contenu des annonces publicitaires de l'époque, une ceinture pouvait coûter environ 5 \$; elle était vendue à un prix beaucoup moindre dans les pharmacies qui en offraient souvent en solde. Dans le *Toronto Star* du 16 juin 1910, une pharmacie de Toronto annonce effectivement qu'elle solde un lot de ceintures électriques à 3,98 \$ chacune.
 16. Voir notamment à ce sujet : Martin Tétraut, « Les maladies de la misère. Aspects de la santé publique à Montréal, 1880-1914 », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, 36, 4 (mars 1983), p. 507-526 ; John S. Haller, *American Medicine in Transition, 1840-1910*, Chicago, University of Illinois Press, 1981, 461 p. ; Judith Leavitt et Ronald Numbers (dir.), *Sickness and Health in America Readings in the History of Medicine and Public Health*, Madison, University of Wisconsin, 1978, 455 p.
 17. Notre recension des marques de ceintures électriques nord-américaines annoncées dans les revues et les journaux canadiens, entre 1890 et 1915, s'est effectuée en trois étapes. D'abord, nous avons établi une pre-

- mière liste de compagnies de ceintures électriques à l'aide des annonces publicitaires parues dans un certain nombre de revues et de journaux américains (*The Globe*, *The Leslie's Weekly*, *The Saturday Evening Post*, *The Ladies' Home Journal*, *The Scribner's Magazine*). Puis, dans une seconde étape, nous avons comparé cette liste à celle que nous avons dressée à partir d'un inventaire systématique de quatre journaux canadiens de l'époque, soit deux quotidiens anglophones, le *Toronto Daily Star* et le *Montreal Daily Star*, et deux quotidiens francophones de Montréal, *La Presse* et *La Patrie*. Enfin, nous avons inventorié les revues canadiennes d'expression anglaise et française suivantes : *The Busy Magazine*, *The McLean Magazine*, *The Saturday Night* et *Le Monde illustré* de Montréal.
18. « La force sans drogue », *La Presse*, 7 mai 1901, p. 5.
 19. « Le Dr McLaughlin veut le million de Rockefeller », *La Presse*, 18 mars 1905, p. 17 ; le même texte publicitaire, qui couvre une page entière de *La Presse*, est publié de nouveau le 17 octobre 1907, p. 14. Même discours de la part de la compagnie McDonald, dont l'une des publicités s'intitule notamment « Pas besoin d'hôpitaux ni de traitements dispendieux », *La Presse*, 14 janvier 1904, p. 20.
 20. « Warning to Purchasers of Electric Belts », *The Toronto Star*, 25 août 1900, p. 7.
 21. « Aux hommes, pouvoir nouveau ! », *La Presse*, 25 mai 1901, p. 13.
 22. Ainsi, à titre d'exemple, la représentation biblique de Samson déchirant la gueule du lion – symbolisation par excellence d'une musculature naturelle et intrépide – est l'une des images culturelles de la force humaine les plus utilisées par les compagnies Sanden et McLaughlin. Voir, entre autres, leurs annonces publicitaires parues dans *Le Monde illustré* (9 septembre 1899, p. 302 ; 23 décembre 1899, p. 559 ; 20 janvier 1900, p. 619 ; 10 février 1900, p. 688), dans le *Montreal Star* (13 janvier 1900, p. 17), ainsi que dans le *Toronto Star* (26 mars 1900, p. 17 ; 5 avril 1900, p. 7 ; 14 avril 1900, p. 17 ; 18 août 1900, p. 16 ; 15 décembre 1900, p. 6).
 23. L'expression est de Charles Chardin, inventeur français de ceintures électriques, qui affirme expressément que l'être humain « peut s'électriser infiniment sans crainte », puisque son épiderme est conducteur et qu'il y aura « donc fatalement épanchement du courant dans l'air ambiant » ! (*Précis d'électricité médicale*, Paris, Imprimerie H. Bouillant, [1909 ?], p. 52.)
 24. « Conseil aux hommes faibles ! », *La Presse*, 23 décembre 1909, p. 8.
 25. « Un homme fort », *La Presse*, 17 mai 1900, p. 3.
 26. Contrairement aux maladies reliées au système nerveux qui sont, par exemple, abondamment et fréquemment nommées (voir tableau 2), les maladies vénériennes – telle la syphilis – ont un statut discursif contraignant ; n'étant guère dénommées, elles sont davantage de l'ordre de la métaphorisation que de l'ordre de la référentialisation.
 27. Le syntagme nominal « maladies secrètes », fort répandu à l'époque, représente bien les contraintes langagières qui entourent alors l'évocation publique de toute pathologie médico-sexuelle.
 28. Voilà sans aucun doute, comme l'ont si bien décrit Jean Stengers et Anne Van Neck (*Histoire d'une grande peur : la masturbation*, Bruxelles, Éditions de

- l'Université de Bruxelles, 1984, 234 p.), le « vice affreux » qui hante les sociétés européennes et nord-américaines du XIX^e siècle. Les promoteurs de la ceinture électrique n'hésiteront pas autant à en inspirer l'horreur qu'à en décrire les conséquences pathologiques sur l'organisme humain ; à l'instar de leurs adversaires, les médecins, ils tiennent un discours des plus alarmistes ; leur obsession « anti-masturbation » est cependant plus systématique et accentuée. Tous les moyens leur semblent bons pour prôner la thérapie électrique qu'ils considèrent comme la seule à pouvoir vaincre une si funeste habitude. Ainsi la compagnie Sanden sollicite « la collaboration du clergé » canadien dans sa campagne en faveur de son « traitement viril » qui rendra, soutient-elle, saine et forte la jeunesse canadienne (« Lettre au clergé », *Le Monde illustré*, 3 février 1900, p. 655). Sur l'histoire de la masturbation aux États-Unis, voir les études suivantes : Janice Delaney, Mary Jane Lupton et Emily Toth, *The Curse. A Cultural History of Masturbation*, Chicago, University of Illinois Press, 1988, 334 p. ; Tristan Engelhardt, « The Disease of Masturbation : Values and the Concept of Disease », *Bulletin of the History of Medicine*, 47 (1974), p. 234-248 ; Vern L. Bullough, « Technology for the Prevention of *Les maladies produites par la masturbation* », *Technology and Culture*, 28, 4 (octobre 1987), p. 828-832.
29. La publicité vante particulièrement les effets thérapeutiques d'un « accessoire spécial pour hommes » (*Special Attachment*) – il s'agit d'un suspensoir – qui, attaché à la ceinture, « porte directement le courant sur les parties affaiblies ».
30. Autour des années 1900, le corps médical remet d'ailleurs en question les théories émises au XVIII^e siècle par Samuel A. Tissot (*L'onanisme, dissertation sur les maladies produites par la masturbation*, Lausanne, Imprimerie de A. Chapais, 1760, 231 p.), qui prétendait que la pratique de la masturbation était la cause de toutes sortes de maladies nerveuses, se terminant par la folie, l'imbécillité et la mort. Voir aussi E. Onimus et C. Legros, *Traité d'électricité médicale*, 2^e éd. rev. et augm., Paris, Félix Alcan, 1888, 1 090 p., ouvrage qui traite longuement des maladies ou des déviations sexuelles.
31. « Force pour hommes faibles », *La Presse*, 10 mai 1900, p. 9 ; voir aussi « Free Book for Weak Men », *The Montreal Star*, 4 janvier 1900, p. 7, et « It Cures Weak Men while Asleep », *The Toronto Star*, 8 mars 1900, p. 2.
32. « Comment je guéris les hommes chétifs et faibles », *La Presse*, 25 mai 1905, p. 3 ; voir aussi « How I Cure the Weak », *The Montreal Star*, 9 mars 1905, p. 2.
33. « The Dorenwend Electric Belt », *The Toronto Star*, 18 août 1900, p. 3. La compagnie Dorenwend est aussi l'une des rares à parler de « maladies sexuelles » (*Sexual Weakness*) ; voir l'annonce intitulée « The Dorenwend Electric Belt », *The Toronto Star*, 15 septembre 1900, p. 3.
34. C'est effectivement ce que le corps médical leur reproche : « Les maux qu'on attribue à cette habitude [la masturbation] sont très exagérés », écrivent les rédacteurs d'une célèbre encyclopédie médicale, qui ajoutent : « Les médecins ont singulièrement retardé à renseigner le peuple sur les effets réels de cette habitude ; il en

- résulte que les connaissances populaires en cette matière viennent en grande partie des annonces des charlatans, intéressés à éveiller des craintes et de l'anxiété chez ceux qui se sont rendus coupables de cette habitude. » (*The Practical Home Physician and Encyclopedia of Medicine. A Popular Guide for the Household Management of Disease*, éd. rev. et augm., Chicago, Star Publishing Company, 1891 [1883], p. 540.)
35. L'expression est plus qu'une image. Dans son numéro du 24 août 1895, la revue *Scientific American* rapporte, sous le titre « The Electric Man », qu'une compagnie de Tonawanda (État de New York), la Gillie, Goddard & Co., a fabriqué et mis en marché une sorte d'automate électrique de 2,10 mètres de hauteur, avec toutes les caractéristiques d'un être humain ; actionné au moyen de piles, cet « homme électrique » est revêtu d'un uniforme continental et peut se déplacer dans les rues en tirant une lourde charrette. Muni d'un phonographe, qui reproduit la voix humaine, il peut, affirme le chroniqueur, rendre d'utiles services, soit, par exemple, émettre des messages publicitaires en faveur de tel ou tel produit, ou encore annoncer le programme électoral d'un parti politique.
 36. C. Chardin, *op. cit.*, p. 28.
 37. *La Presse*, 7 janvier 1905, p. 23 ; voir aussi le *Montreal Star*, 6 janvier 1905, p. 10.
 38. « Une lampe électrique », *La Presse*, 14 janvier 1905, p. 20 ; l'annonce a paru antérieurement en anglais dans le *Montreal Star*, 7 janvier 1905, p. 19.
 39. « L'électricité est maintenant le remède contre tous les maux du genre humain », *La Presse*, 1^{er} mars 1902, p. 9.
 40. « Si je ne puis vous guérir, je ne veux point de votre argent », *La Presse*, 9 novembre 1905, p. 5.
 41. « Cures miraculeuses », *Le Monde illustré*, 10 mars 1900, p. 750.
 42. La popularité de ces ceintures à miracles, aussi appelées ceintures merveilleuses, ne s'éteignit qu'au XVIII^e siècle. La plus célèbre d'entre elles est sans doute la « Ceinture Huty ». Faite de fougère cueillie la veille de la Saint-Jean, elle avait la réputation de guérir un nombre considérable de maladies internes. Suivant le *Grand dictionnaire universel du XIX^e siècle* (Genève / Paris, Slatkine, vol. III, 1982, p. 668), « il a fallu qu'un synode tenu à Bordeaux, en 1600, la condamnât publiquement, pour qu'elle cessât, sinon d'être portée, du moins d'être ordonnée comme remède ».
 43. Henry Adams, « The Dynamo and the Virgin (1900) », *The Education of Henry Adams. An Autobiography*, avec une nouvelle introduction de D.W. Drogn, Boston, The Riverside Press Cambridge, 1918, p. 378-390. Voir aussi, du même auteur, *Mont-Saint-Michel and Chartres*, Boston / New York, Houghton Mifflin, 1913 [1904], 401 p.